

Der Kick-Off Jahreskongress für die Internet & E-Commerce Branche in Deutschland!

OnLine Handel 2010

20./21. JANUAR 2010 · MARITIM HOTEL BONN

+ Kongressmesse:
OnLine World 2010

Web-Exzellenz im E-Commerce Die Erfolgsstrategien für Unternehmen von morgen!

DIE WICHTIGSTEN THEMENFELDER

- ▶ Online Handel 2010 – Thesen, Trends, Prognosen
- ▶ Multi Channel als Handelskonzept von morgen – Welches sind die zentralen Erfolgsfaktoren?
- ▶ Tour d'Horizon durch die nationale und internationale Online-Handelslandschaft – Erfolgskonzepte aus den USA & Europa!
- ▶ Next Generation Online Retailing – Welches Marktpotential hat die Verknüpfung von Internet, CE-, Mobilkommunikation und Mediensektor in Deutschland?
- ▶ Social Commerce – Wer sind die Trendsetter und was man von Ihnen lernen kann!
- ▶ Web 3.0 und das semantische Web – Wie reagieren Händler und Hersteller auf die neuen Entwicklungen?
- ▶ Dynamic Pricing – Wertschöpfung mit innovativen Preisbildungssystemen im Online Handel
- ▶ Weltweite Marktplätze online nutzen – Herausforderungen, Chancen, Potentiale!
- ▶ Logistik im Internet-Zeitalter – Neue Herausforderungen und Konzepte

PLUS

**Die Shooting Stars im Netz!
Branchenkompass Fashion und Gesundheit**

+ 8 WEITERE FACHKONFERENZEN RUND UM DAS THEMA ONLINE HANDEL

- Fachkonferenz 1: Multi-Channel-Handel und E-Commerce 2010 – Die besten Erfolgsmodelle
- Fachkonferenz 2: E-Branding im Netz – Wie können Markenbotschaften im Internet verbreitet werden?
- Fachkonferenz 3: Usability – Wie machen Sie Ihren Online Shop gebrauchstauglich und rentabel?
- Fachkonferenz 4: Online Marketing Professionell – Die neuesten Entwicklungen und Trends
- Fachkonferenz 5: Innovationen und Technologien für den Online Handel von morgen
- Fachkonferenz 6: Internationaler Online Handel
Herausforderungen, Chancen und Perspektiven
- Fachkonferenz 7: E-Payment: Intelligentes Forderungsmanagement
- Fachkonferenz 8: Pricing im Netz: Gewinnoptimale Preisgestaltung leicht gemacht!

Eine Veranstaltung von:

management forum
Verlagsgruppe Handelsblatt

Medienpartner:

Sourcing

BDOA
Bundesverband der Einzelhändler
für Online-Anbieter e.V.

ECC
E-Commerce-Center Handel

e-commerce
MAGAZIN

EU Marketing-PORTAL
www.eu-marketingportal.com

marketing BORSE
www.marketing-bourse.de

Online-Marketing
EXPERT-SITE

united internet media
The new Arts of digital Media

zentrada.network
Social Media & Web 2.0

Die Vorsitzenden:



Prof. Dr. Gerrit Heinemann,
Professor für Management und
Handel, Hochschule Niederrhein



Andreas Haug,
Geschäftsführer, diligenZ
management consulting GmbH

Keynotes u.a. von:



Michael Baumgardt,
Geschäftsführer,
hagebau Handelsgesellschaft für
Baustoffe mbH & Co. KG



Jan Dieter Schaap,
Geschäftsführer,
Parfümerie Douglas GmbH



Henning Koopmann,
Vorsitzender Geschäftsführer,
Neckermann.de GmbH



Wolfgang Zimmermann,
Leiter E-Commerce,
Mövenpick Wein AG



Michael Risse,
Manager New Media, Falke



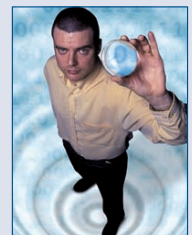
Dr. Björn Schäfers,
Geschäftsführer, smatch.com



Reinhard Flötotto,
Geschäftsführer,
Welt des Wohnens



Albert Hirsch,
Vorstandssprecher, buch.de
internetstores AG



Ian Neild,
Futurist

Premium Sponsoren:

demandware
eCommerce Freedom

DHL
-PAKET

INTERSHOP

Jaron
your digital marketing experts

rabbit
PROFITING

Universum Group

www.managementforum.com/online-handel

Sehr geehrte Damen und Herren,

das Geschäft im Netz steht auch im kommenden Jahr auf enormen Wachstumskurs! Die Wirtschaftskrise scheint beinahe überstanden. Der Online Handel stellt wiederholt zum Jahresende Rekorde auf: Mehr als 31 Millionen Deutsche kaufen mittlerweile im Netz ein und beschleunigen die Branche zweistellige Zuwachsraten. Die vielen Neugründungen im E-Commerce-Bereich zeigen, dass dieser Wirtschaftszweig einer der gesündesten im Augenblick ist.

Viele Onlinehändler haben die Krise kaum gespürt und sogar in wirtschaftlich stürmischen Zeiten wachsen können.

Wir dürfen Sie heute sehr herzlich einladen, zum Jahresauftakt am Kongress „Online Handel 2010“ teilzunehmen. Zum 6. Mal in Folge treffen sich zu Beginn des neuen Jahres die Top-Experten der Online- und E-Commerce-Szene und Branchenkenner der digitalen Wirtschaft. Unter dem Motto: **„Web-Exzellenz im E-Commerce – Die Erfolgsstrategien für Unternehmen von morgen!“**

werden die Resultate des Weihnachtsgeschäftes 2009 sowie die neuesten Trends und Wachstumsperspektiven dieses dynamischen Vertriebsweges für 2010 diskutiert.

Profitieren Sie von der einmaligen Mischung aus Top-Referenten, spannenden praxisorientierten Vorträgen und neuen Kontakten! Ob Impulsvortrag, Keynote oder Diskussionsrunde – dieser Kongress besticht durch hochrangige Kompetenz. Überzeugen Sie sich selbst! Parallel zum Kongress werden auf der begleitenden Fachausstellung Online World 2010 innovative Dienstleister ihre Produkte, Technologien und Konzepte dem anwesenden Fachpublikum präsentieren.

Freuen Sie sich auf eine stimmungsvolle Ausstellerparty und nutzen Sie die Gelegenheit, neue Kontakte zu Referenten, Ausstellern und Teilnehmern zu knüpfen und zu vertiefen.

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme. Bis dahin wünschen wir Ihnen ein erfolgreiches (Online-) Weihnachtsgeschäft 2009!

Mit herzlichen Grüßen



Stefanie Pracht
Geschäftsführerin, Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH



Sandra Schröder
Projektleiterin

1. TAG 20. JANUAR 2010

Vorsitz: Prof. Dr. Gerrit Heinemann, Professor für Management und Handel, Hochschule Niederrhein

Kick-Off 2010 für eine Branche im Aufbruch!

09.00 – 09.10 Begrüßung durch Management Forum und den Vorsitzenden

Online Retailing 2010 – Perspektiven, Erfolgsfaktoren und aktuelle Rahmenbedingungen!

09.10 – 09.30 Online-Handel 2010 – Fakten, Trends und Prognosen

- › Ausblick Online Handel 2010: Lehren aus dem Online-Weihnachtsgeschäft 2009
- › Mehr als Bücher und DVDs: Wo werden Online-Umsätze generiert?
- › Preis oder Marke – Was sind die Treiber im Online Handel?
- › Multi Channel versus reiner Online Handel: Wer hat die Nase vorn?

Dr. Kai Hudetz, Bereichsleiter, ECC Electronic Commerce Center Handel

09.30 – 10.00 Web Exzellenz im E-Commerce – Erfolgsfaktoren und Best Practices

- › Was bedeutet Web-Exzellenz?
- › Welche Unternehmen betreiben Web-Exzellenz?
- › Welche Schlussfolgerungen ergeben sich für die Online-Händler von heute?

Prof. Dr. Gerrit Heinemann, Professor für Management und Handel, Hochschule Niederrhein

10.00 – 10.30 Neue Technologische Future Trends

- › Multichannel Management
- › Online Innovationen im Bereich Sales & Service
- › Erfolgsfaktoren von eShops

Gunter Fritsche, Leiter eChannel, Deutsche Telekom AG

10.30 – 11.00 Online Handel – Kreditwürdigkeit allein reicht nicht

- › Der Neukunde, das unbekannte Wesen
- › Betrugsprävention als Erfolgsfaktor
- › Scoring: Bestellungen unter der Lupe

Dr. Alexandra Rambold, Leiterin Risk Solutions, Universum Group

11.00 – 11.30 Kommunikations- und Kaffeepause

Eröffnung der Kongressmesse Online World 2010

14.30 – 16.00 Zwei parallele Supersessions: Multi-Channel Retailing und Social Commerce – Erfolgsmodelle, Praxisbeispiele, Learnings

SUPERSESSION 1:

Online Handel B2C – Erfolgreiche Multi-Channel-Konzepte aus der Praxis

Vorsitz: Rolf Schuchardt, Ex-Vorstand Quelle

14.30 – 15.00 Erfolgsfaktoren im Multi Channel aus der Welt des Wohnens

Praxisbeispiel

- › Das Magazin – weltdeswohnens.de
- › TV – weltdeswohnens.tv
- › Shop – weltdeswohnens.de

Reinhard Flötotto, Geschäftsführer, Welt Des Wohnens GmbH

15.00 – 15.30 Chancen und Herausforderungen im Multi-Channel-Handel

Praxisbeispiel

- › Skalierbarkeit von Kanälen
- › Kundenzuführung zu bestimmten Kanälen
- › Mehrfache Ansprache – Größerer Erfolg?

Wolfgang Zimmermann, Leiter E-Commerce, Mövenpick Wein AG

15.30 – 16.00 Online Shopping in Frankreich am Beispiel von LeGuide.com

Active participation, a powerful sales element

- › Online shopping: additional relevant information in the consumer's decision process:
- › Structured, rational information
- › Objective advice and dialogue with emotion
- › Good deals, impulse buys, pleasure

Dr. Corinne Lejbowicz, CEO, LeGuide.Com S.A., F

Internationales E-Commerce Forum Tour d'Horizon durch die nationale und internationale Online Handelslandschaft – Erfolgskonzepte aus den USA & Europa!

11.30 – 12.00 Erfolgreiche Internationalisierung eines Online Pure Plays

- › Kritische Erfolgsfaktoren einer Internationalisierung
- › Case Study

Christian Leybold, Partner, BV Capital

12.00 – 12.30 Internationaler Online Handel – Herausforderungen, Chancen und Potenziale am Beispiel von Neckermann

Henning Koopmann

Vorsitzender Geschäftsführer, Neckermann.de GmbH

12.30 – 13.00 E-Commerce On-Demand – Die Best Practices einer Erfolgsstrategie im Onlinehandel

- › Active Merchandising als Instrument des nachhaltigen Erfolgs
- › Permanente Innovationen und niedrigere Total Costs of Ownership
- › Befreiung der Fachabteilungen – die Technik verliert ihre Dominanz

Stephan Schambach, Founder and Executive Chairman, Demandware Inc., USA

13.00 – 13.30 Versand als Erfolgsfaktor für den Online Handel – Best Practice Beispiele Impulsvortrag

- › Mehr Geschäft durch schnellere Zustellung
- › Erschließung neuer Sortimente durch Alters- und Identifikationsprüfung
- › Gezielte Ansprache eCommerce-affiner Kundensegmente

Dr. Andrej Busch, Bereichsvorstand Marketing Paket, DHL Vertriebs GmbH

13.30 – 14.30 Mittags- und Kommunikationspause

Besuch der Kongressmesse Online World 2010

SUPERSESSION 2:

Social Commerce international und in Deutschland – Was sind die Trends und Entwicklungen?

Vorsitz: Dr. Kai Hudetz, Bereichsleiter, ECC Electronic Commerce Center Handel

14.30 – 14.50 Bedeutung von Social Media für den Handel

- › Grundlagen Social Media
- › Warum „Zuhören“ unabdingbar ist
- › Praxisbeispiel
- › Ausblick

Björn Sprung, Sales Director, Nielsen, Media Research GmbH

14.50 – 15.10 Neue Absatzkanäle durch Social Media

Wie Social Commerce den (Online-)Handel verändert

- › Erfolgsfaktoren für die erfolgreiche Vernetzung
- › Umsatzwachstum durch digitale Kreativität
- › Messbarkeit & Effizienzsteigerung

Markus Willnauer, Geschäftsführer, Cohen + West

15.10 – 15.30 Wie beeinflusst Social Media Marketing den Online Handel von morgen?

- › Wie funktioniert Social Media Marketing?
- › Welche Veränderungen ergeben sich für den Online-Handel und das Agenturgeschäft?

Benjamin Prause, Head of Sales Online- & Performance-Marketing, arvato online services GmbH

15.30 – 16.00 Best Practice Diskussions-Panel: TWITTER = Wichtiges Marketinginstrument oder Zeitverschwendung?

**Kann man über Twitter (mehr) verkaufen? Die Twitterstrategien der Twitteraktivsten Unternehmen in Deutschland und ein internationaler Ausblick
Wie unterscheiden sich die Twitteraktivitäten von Lufthansa, Vodafone usw ...**

Olav A. Waschkies, Director Strategy Marketing, Pixelpark (Beispiel Kunde Lufthansa)

Carmen Hillebrand, Pressesprecherin consumer and social media, Vodafone Deutschland

Alper Iseri, Senior Manager Neue Medien, Cinemaxx AG

Otto Nils Kramer, Sören nilsson, David Rahward Recherche

Moderation: Dr. Torsten Schwarz, Geschäftsführer, Absolut Dr. Schwarz Consulting



Dr. Kai Hudetz Prof. Dr. Gerrit Heinemann Gunter Fritsche Dr. Alexandra Rambold Christian Leybold Henning Koopmann Stephan Schambach Dr. Andrej Busch Rolf Schuchardt Reinhard Flötotto Wolfgang Zimmermann Dr. Corinne Lejbowicz Björn Sprung

16.00 – 16.30 **Kommunikations- und Kaffeepause**
Besuch der Kongressmesse Online World 2010

Wachstumsmarkt Online Handel – Wohin entwickelt sich die Branche?

16.30 – 17.00
Special

A History of the Future, the offline online

▶ Ian Neild ist ein „zerstörerischer“ Zukunftsforscher der technische Trends und deren Einfluss auf die sozialen und wirtschaftlichen Entwicklungen aufzeigt. Er beschreibt in seiner Arbeit mögliche Entwicklungen der nächsten 5 bis 50 Jahre. Die von ihm getroffenen und oft sehr präzisen Vorhersagen werden weltweit von vielen der namhaftesten Unternehmen zu zukünftigen Strategiefindung genutzt!



Ian Neild, Futurist

17.00 – 17.30 **buch.de internetstores AG – gestern – heute – morgen, alles bleibt anders!**

▶ Erfolgsfaktoren in der buch.de Gruppe
▶ Trends, Perspektiven, Weiterentwicklung und Visionen
Albert Hirsch, Vorstandssprecher, buch.de internetstores AG

17.30 – 18.00 **Total Retail – Die Weiterentwicklung von traditionellen Geschäftsmodellen im Web Impulsvortrag**

▶ Weiter- vs. Neuentwicklung oder wer sich wirklich entwickelt
▶ It's not the economy, stupid
▶ Und was uns im Retail als Nächstes erwartet

Torsten Waack van Wasen, ab 01.01.2010 Co-CEO dress ahead, dress ahead

18.00 – 18.30 **Kooperatives Multi-Channel-Geschäft**

Keynote

Die Bedeutung einer Online-Plattform für die Strategie einer Verbundgruppe
Die hagebau als moderne Dienstleistungszentrale für Groß- und Einzelhandel rund um die Themen Bauen, Heimwerken und Gartengestaltung setzt in Kooperation mit dem Partner OTTO group seit Sommer 2007 erfolgreich eine Online-Plattform ein. Ziel ist es, sowohl das Leistungsangebot für die Kunden bedarfsgerecht und zukunftsfähig auszubauen und gleichzeitig damit die Vernetzung innerhalb des Gruppenverbundes zu stärken.

Michael Baumgardt, Geschäftsführer für den Bereich Einzelhandel, hagebau GmbH & Co. KG.

18.30 – 19.00 **Best Case Douglas: Welches sind die Erfolgsfaktoren für echten**

Keynote Multi-Channel-Handel

Jan Dieter Schaap, Geschäftsführer, Douglas GmbH

19.00 **Ende des offiziellen Vortragsprogrammes des 1. Kongresstages**

19.00 – 19.45 **Live Comedy mit Hans Gerzlich**

GELD FÜR ALLE!

Wirtschaftskabarett und Bürocomedy

Die Phönizier haben das Geld erfunden – aber leider zu wenig! Daher unterscheidet sich der Mensch vom Tier bis heute im Wesentlichen durch seine Geldsorgen. Schließlich ist jeder Mensch mit seinem Verstand zufrieden, mit seinem Geld jedoch kaum jemand. Woran das nur liegen könnte?
Mit seinem verschmitzten Humor führt der Wirtschaftswissenschaftler (mit Abschluss!) in Grundregeln und Missverständnisse der Ökonomie ein.
Das Leben ist ein ständiges Abwägen von Kosten und Nutzen:
Höre ich dem Kabarettisten zu oder lese ich einen Beipackzettel?
Lade ich neue Klingeltöne runter oder rette ich meine Ehe?
Was bringt mir individuell den größeren Nutzen?
Vergnüglich, sachkundig intelligent und mehrfach ausgezeichnet.
Vorkenntnisse nicht erforderlich, Aha-Effekte möglich, Lachen garantiert!



Hans Gerzlich

19.45 – 20.00 **Sektempfang im Foyer**

ab 20.00 **Get-Together-Party im Foyer auf der Fachausstellung „Online World 2010“**

Nutzen Sie im Anschluß die Möglichkeit, in ungezwungener Atmosphäre mit Live-Musik und internationalem Buffet Ihre Handelskollegen, Partner und Dienstleister zu treffen und Ihr Netzwerk wertvoller Kontakte zu pflegen und auszubauen. Freuen Sie sich auf einen spannenden Abend auf der „Online World 2010“.

2. TAG 21. JANUAR 2010

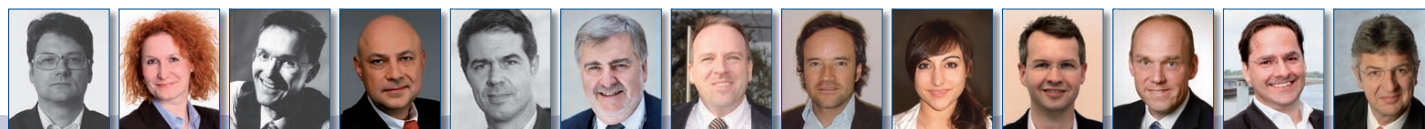
Vorsitz: **Andreas Haug**, Geschäftsführer, diligenZ management consulting GmbH

Die umsatzstärksten Branchen im Online Handel – Die Shooting Stars im Netz!

2 parallele Sessions: **Branchenkompass Fashion und Gesundheit**

BRANCHENKOMPASS FASHION	BRANCHENKOMPASS GESUNDHEIT
<p>09.00 – 09.30 Crossmedia- und Multi-Channel-Strategien im Bereich Electronic Fashion</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Mode und Internet – friend or foe? Die Auswirkungen des Online Handels auf die Branchenstruktur ▶ E-Fashion-Strategien und ihre Implementierung – Synergiepotentiale und Risiken des Multi-Channel-Marketings ▶ Erfolgsfaktoren, Trends und Perspektiven <p>Prof. Dr. Niklas Mahrdt, Managing Director, MEDIA ECONOMICS Hannah Gärtner, Junior Project Manager, MEDIA ECONOMICS</p> <p>09.30 – 10.00 Stylefruits.de als Best Practice Beispiel Fashion</p> <p>Praxisbeispiel</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ E-Commerce wächst kontinuierlich sehr stark, insbesondere im Modebereich. stylefruits.de gelingt es dieses Potenzial kreativ auszuschöpfen ▶ Mehr als ein Online Shop, ein virtuelles Shopping-Erlebnis ▶ Wie genau ist das Geschäftsmodell von stylefruits.de aufgebaut? ▶ Wie funktioniert der erfolgreiche Aufbau von Communities im Bereich Fashion? ▶ Wie erhält man dauerhaft das Engagement der User? <p>Ingo Heinrich, Geschäftsführer, stylefruits.de</p> <p>10.00 – 10.30 Herausforderung eines Premium-Markenherstellers</p> <p>Praxisbeispiel</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Konzeption eines internationalen Online Shops ▶ Performance Marketing versus Branding ▶ Social Media im europäischen Umfeld <p>Michael Risse, Manager New Media, FALKE KGaA</p> <p>10.30 – 11.00 Ladenhüter vermeiden: Social Procurement am Beispiel jungstil</p> <p>Praxisbeispiel</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Optimierter Einkauf: Schon vorher wissen, welche Artikel ankommen ▶ Motivierte Kunden: Mitmachkonzept: „Du bestimmst die Kollektion“ ▶ Verbessertes Geschäftsmodell: Mehr Kosteneffizienz <p>André Schütte, Gesellschafter-Geschäftsführer, Interwall Agentur für digitale Medien und Kommunikation GmbH</p>	<p>09.00 – 09.30 Das Herz des Onlinehandels: Innovationen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Auf der „Ideen-Brücke“ zu Lösungen, die begeistern ▶ Was Direktmarketer von der medizinischen Praxis und Forschung lernen können ▶ Überraschende Beispiele für genial einfache Innovationen <p>Robert Möstl, Inhaber, IVHI Institut für Versandhandels-Innovationen</p> <p>09.30 – 10.00 Wie Versandapotheken erfolgreich E-Commerce betreiben</p> <p>Praxisbeispiel</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Aktuelle Marktsituation und zukünftige Entwicklung ▶ Sortimente und ihre Vertriebswege ▶ Erfolgsgaranten im E-Commerce aus Sicht einer Versandapotheke <p>Hartmut Deiwick, Leitung Controlling, Aponeo Deutsche Versand-Apotheke</p> <p>10.00 – 10.30 Online-Apotheke im Fokus</p> <p>Praxisbeispiel</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Rahmenbedingungen ▶ Preis/Service/Qualität ▶ Perspektiven <p>Christian Buse, Geschäftsführer, myCARE OHG Wittenberg</p> <p>10.30 – 11.00 B2B-Online-Handel in der Nische</p> <p>Praxisbeispiel</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Beispiel eines international tätigen Spezialversenders für Apotheken-Ausstattung ▶ Steuerung multinationaler mandantengesteuerter Shops mittels einer Opensource-Lösung via ERP <p>Dr. Markus Skripek, Geschäftsführer, Spiegel Versand GmbH (CELESIO Group)</p>

11.00 – 11.30 **Kommunikations- und Kaffeepause**



Markus Willnauer, Carmen Hillebrand, Dr. Torsten Schwarz, Albert Hirsch, Torsten Waack van Wasen, Michael Baumgardt, Jan Dieter Schaap, Prof. Dr. Niklas Mahrdt, Hannah Gärtner, Ingo Heinrich, Michael Risse, André Schütte, Robert Möstl

8 praxisnahe Fachkonferenzen:

Die Zukunft des Internet – Detailstrategien für Ihren Erfolg im Online-Retailing von morgen!

11.30 – 13.00 3 parallele Fachkonferenzen

Fachkonferenz 1:
Multi-Channel-Handel und E-Commerce 2010 – Die besten Erfolgsmodelle

Vorsitz: Christoph Pause, Chefredakteur, Haufe Fachmedia GmbH & CO KG

11.30 – 12.00 Erfolgreicher Multi-Channel-Handel braucht perfekte Produktdaten

- ▶ PIM als Basis für Kundenbindung, Cross- und Upselling in allen Kanälen.

Michael Fieg, Mitglied der Geschäftsleitung, Heiler Software AG

12.00 – 12.30 Best Practice der Bertelsmann Direct Group Germany

- ▶ Die Verbindung von Long Tail und Short Head Geschäft

Achim Reupert, Sales Director, Nionex GmbH, ein Unternehmen der DirectGroup Germany

12.30 – 13.00 Aufbau eines neuen Customer-Touch-Points, der das Beste aus zwei Welten verbindet:

Die nahezu unbegrenzten Möglichkeiten von Web/Multimedia mit einem multi-sensorischen Erlebnis vor Ort

- ▶ Shop in Shop als Netzkonzept für Filialisten unumgänglich
- ▶ Multi-Channel: Vom Filialnetz zum Webshop
- ▶ Verbindung von virtuellen Erlebniswelten der digitalen Kaufhäuser mit dem Ladennetz

Nikolaus Mroch, Geschäftsführender Gesellschafter, Public Coffee GmbH

Fachkonferenz 2:
E-Branding im Netz – Wie können Markenbotschaften im Internet verbreitet werden und Kunden binden?

Vorsitz: Nico Zorn, Partner, saphiron GmbH management & technology consultants

11.30 – 12.00 Real-Time-Branding – Marken im Echtzeitweb

- ▶ (Social) Search vs. Branding: Google definiert das Relevant Set
- ▶ Wie Sie Ihre Kunden zu Markenbotschaftern machen
- ▶ Best Practices: Branding im Echtzeitweb

Nico Zorn, Partner, saphiron GmbH management & technology consultants

12.00 – 12.30 Aufbau und Verbreitung der Marke smatch.com mit Hilfe der User

Dr. Björn Schäfers, Geschäftsführer, smatch.com

12.30 – 13.00 Mit Neuro-Marketing die Konversionsrate steigern

- ▶ Grundprinzipien für erfolgreiche E-Commerce-Optimierung

André Morys, Vorstand, Senior Consultant, Web Arts AG

Fachkonferenz 3:
Usability – Wie machen Sie Ihren Online Shop gebrauchstauglich und rentabel?

Vorsitz: Prof. Hansjörg Zimmermann, Geschäftsführer, DAS GOLDENE VLIES GmbH

11.30 – 12.00 ecommerce is, if cash-register rings 2.0

- ▶ Digital Branding und eCommerce im Zeitalter der Digital Natives
- ▶ Webdesign für Lust am Onlinekauf 2.0
- ▶ Usability für bessere Abverkaufsquoten und weniger Abbruchraten im Mitmach-Web

Prof. Hansjörg Zimmermann, Geschäftsführer, DAS GOLDENE VLIES GmbH

12.00 – 12.30 billiger.de hat den ersten virtuellen Kaufberater bei Preisvergleichen

- ▶ Shopoptimierung durch bestmögliche Listung bei Preisvergleichen
- ▶ Mobile-Offensive: bessere Usability für Shops durch Mobile-Portale

Lorenz Petersen, Geschäftsführer, solute gmbh – billiger.de

12.30 – 13.00 Der kreative Kunde – Bedrohung oder Erfolgsfaktor?

Handel und Hersteller kämpfen um die Pole-Position im Netz – aber die hat der Kunde doch schon!

Partizipativer Konsum und Social Shopping stellen Online-Händler vor große Herausforderungen. Denn Händler und Hersteller unterscheiden sich aus der Kundenperspektive nicht mehr. Kreatives Customer Participation Management schafft wahrnehmbare Differenzierung in einem Meer der Ähnlichkeiten. Marc Schwieger erläutert was Kreative können und was ihre Auftraggeber wissen müssen, um in einer Welt zu überleben, in der Kunden und Käufer bei Vertrieb und Marketing mitmachen.

Marc Schwieger, Geschäftsführender Gesellschafter der undSchwieger GmbH

13.00 – 14.00 Mittags- und Kommunikationspause

14.00 – 15.30 3 parallele Fachkonferenzen

Fachkonferenz 4:
Online Marketing Professionell – Die neuesten Entwicklungen und Trends

Vorsitz: Dr. Christian Bachem, Geschäftsführer, companion Strategieberatung und Gründer, Web Excellence Forum

14.00 – 14.20 Drei unterschätzte Trends des Online Marketing

- ▶ Der Unterschied zwischen Hype und Trend? Relevanz für's Geschäft!
- ▶ Unterschätzter Trend 1: Die Bedeutung der Marke im E-Commerce
- ▶ Unterschätzter Trend 2: Insourcing von Marketingkompetenz
- ▶ Unterschätzter Trend 3: Inhouse Targeting

Dr. Christian Bachem, companion Strategieberatung und Gründer Web Excellence Forum

14.20 – 14.50 Viele Wege führen nach Rom – Online Marketing für E-Commerce ist „einfach nur“ ein weiterer Kanal im Channel-Mix

E-Commerce und alle damit einhergehenden Online Marketing-Aktivitäten sind „einfach nur“ ein Kanal im Channel-Mix. Erfolgreich ist heute nur derjenige, der die gesamte Klaviatur des Channel-Marketings von Mobile bis hin zu Vertriebsplattformen nutzt. Sehr oft wird hier ein Hype gestartet, der vollkommen unbegründet ist. Dennoch gibt es sie - die Besonderheiten von Online Marketing für E-Commerce. Der Vortrag von dmc beleuchtet diese und zeigt Ihnen anhand von Best Practice Beispielen wie andere Unternehmen erfolgreiches Online Marketing für ihre E-Commerce Aktivitäten umsetzen.

Gerd Bart, Vertriebsleiter, dmc digital media center GmbH

14.50 – 15.10 Community Selling mit Kyte

- ▶ Online- und Mobile-Videoplattform als Verkaufstool
- ▶ Nachhaltiger Aufbau der eigenen Community im Social- und Mobile-Web
- ▶ Intelligenter Verkauf über die Videoplattform

Maks Giordano, Managing Director Germany, Kyte.com

15.10 – 15.30 Erfolgsmodell Crossmedia: „der Freitag“ im Web 2.0.

- ▶ Qualität verbindet: Der Weg zur integrierten Medienmarke
- ▶ Kooperationen und die konsequente Verlinkung von Inhalten
- ▶ Bezahlmodelle: Ein Praxisbeispiel aus der Freitag Community

Jakob Augstein, Verleger, der Freitag Mediengesellschaft mbh & Co. KG

Fachkonferenz 5:
Innovationen und Technologien für den Online Handel von morgen

Vorsitz: Frank Stiegler, rabbit eMarketing, Sinn von Graeve GmbH

14.00 – 14.20 iPhone & Co.: Herausforderungen und Potenziale im Mobil Internet

- ▶ Branchenübergreifende Befragung von Entscheidungsträgern Deutschlands umsatzstärkster Unternehmen
- ▶ Untersuchungsgegenstand: Marktstrategische Herausforderungen und Potenziale des Mobil Internet (iPhone, Blackberry etc.) aus Unternehmenssicht
- ▶ Darüber hinaus Aussagen zu Anwendungsstand, Einsatzpotenziale sowie Erfolgsfaktoren

Dr. Hagen J. Sexauer, Principal, SEMPERA Management Consultants

14.20 - 14.50 Zukunft der Kartenakzeptanz im Europäischen Online-Handel

- ▶ Der Kartenmarkt Europa
- ▶ Markttreiber
- ▶ Neue Player, Initiativen und Entwicklungen
- ▶ Marktausblick
- ▶ Ansatz der Deutschen Card Services

Jens Mahlke, Geschäftsführer, Deutsche Card Services GmbH

14.50 - 15.10 Web 3.0 – Chancen für den Versand- und E-Commerce-Anbieter

- ▶ Welche Auswirkungen das „Web of Data“ auf Themen wie Online Marketing, Affiliate Marketing und E-Commerce hat
- ▶ Welche neuen Chancen dies für On-Site-Suche, Recommendation Engines, Analytics und Online-Produktberatung bietet
- ▶ Wie Sie damit bereits heute in Suchmaschinen profitieren

Markus Linder, Geschäftsführer, Smart Information Systems GmbH

15.10 – 15.30 Mobile E-Commerce – Die Verlängerung des Online Handel auf den 3rd Screen

- ▶ Mobile im E-Commerce – Was ist derzeit mobil schon möglich?
- ▶ Wichtige Grundlagen beim Design/Entwicklung mobiler Lösungen
- ▶ Michalsky mobile: Das Praxisbeispiel im Bereich „Mobile E-Commerce“
- ▶ Möglichkeiten der Weiterentwicklung von mobilen E-Commerce Anwendung in der Zukunft

Beatrice Gola, Leiterin Marketing und PR, the agent factory GmbH

Fachkonferenz 6:
Internationaler Online Handel Herausforderungen, Chancen und Perspektiven

Vorsitz: Dr. Torsten Schwarz, Geschäftsführer, Absolit Dr. Schwarz Consulting

14.00 – 14.30 Internationale Best Practices für Kundenintegration und Produktbewertung

- ▶ Erfolgspotentiale von Kundenintegration
- ▶ Nutzung des „Global Brain“ für die eigenen Geschäftsprozesse
- ▶ Motivationsmechanismen zur Förderung hoher „Mitmachbereitschaft“ der Kunden
- ▶ Internationale Best-in-Class Beispiele

Kathrin Haug, Geschäftsführerin, mindwyse GmbH

14.30 – 15.00 Erfolgreiche Neugründung / Übertragung von Ecommerce-Geschäftsmodellen in die ehemaligen GUS Staaten

- ▶ Status Quo des eCommerce Marktes der Ukraine und Russland
- ▶ Erfolgsfaktoren

Uly Wolters, Partner, diligenZ management consulting GmbH

15.00 – 15.30 „Internationaler Online-Handel im B2B – Wege zur Expansion in neue Länder und Märkte“

- ▶ Herausforderungen für globale E-Commerce-Infrastrukturen
- ▶ Wachstumsstrategie Internationalisierung
- ▶ Beispiele und Learnings erfolgreicher B2B-Händler

Sven Ehrmann, Geschäftsführer, Xsite GmbH

15.30 - 15.40 Kurze Abstimmungspause



Hartmut Deiwick, Christian Buse, Dr. Markus Skripek, Michael Fieg, Achim Reupert, Nico Zorn, Dr. Björn Schäfers, Prof. Hansjörg Zimmermann, Lorenz Petersen, Marc Schwieger, Dr. Christian Bachem, Gerd Bart, Maks Giordano

15.40 – 16.20 **2 parallele Fachkonferenzen**

Fachkonferenz 7:

E-Payment: Intelligentes Forderungsmanagement

Vorsitz: **Manfred Kaspar Wolff**, Vorstandssprecher, BDOA e.V.

15.40 – 16.00 Standards für Debitorenmanagement im E-Commerce

- ▶ Risikoprüfung, Zahlungsabwicklung, Inkasso
- ▶ ADICS als offener Standard

Manfred Kaspar Wolff, Vorstandssprecher, BDOA e.V.

16.00 – 16.20 Der elektronische Personalausweis im Zahlungsverkehr ab 1. November 2010

- ▶ Der elektronische Identitätsnachweis mit dem künftigen Personalausweis
- ▶ Vertrauen und Komfort im Online Handel durch Identitätssicherheit
- ▶ Anwendungsbeispiele: Kundenportal, E-Shop, Kundenkarte, E-Payment
- ▶ Anwendungstest vor Einführung der eID-Funktion am 1.11.2010

Andreas Polster, Referent im Bundesministerium des Innern (BMI – IT-Stab – Referat IT 4, Gewinnung und Betreuung von E-Business- und E-Government-Anwendungen des elektronischen Personalausweises)

Fachkonferenz 8:

Pricing im Netz: Gewinnoptimale Preisgestaltung leicht gemacht!

Vorsitz: **N.N.**

15.40 – 16.00 Dynamische Preisoptimierung in Echtzeit

Erzielen Sie optimale Margen durch automatische Preisanpassungen auf Basis des Kundenverhaltens

Jens Scholz, Vorstand, prudsys AG

16.00 – 16.20 Kundenorientierte Rabatt- und Gutscheinktionen als Pricingkomponenten im Online-Handel

- ▶ Bonusprogramme und Cashbacksysteme als Bestandteil des Social Web
- ▶ Vorteile und Herausforderungen für Kunden und für den Handel
- ▶ Pricing im Kontext neuer Nutzerbedürfnisse sowie der Internationalisierung und Markttransparenz

Dr. Oliver Bohl, Vice-President D/A/CH, The Montecito Group – Planet-Rabatt.de

16.20 – 16.45 Ausblick Online Handel 2010 – Eine Branche im Wandel Zusammenfassung des zweitägigen Kongresses

Robert Möstl, Inhaber, IVHI Institut für Versandhandels-Innovationen

ca. 16.45 **Abschluss des Kongresses „Online Handel 2010“**

PREMIUM SPONSOREN



Demandware ist Anbieter der führenden On-Demand E-Commerce-Plattform. Sie ist hochgradig darauf optimiert, die Qualitäts-, Wachstums und Internationalisierungsanforderungen starker Marken im Online-Geschäft zu erfüllen. Kalkulierbare Kosten durch das Software-as-a-Service Geschäftsmodell, kontinuierliche Innovationen durch saisonale Software-Updates und intuitiv zu bedienende Marketing-Tools sind besondere Highlights der Plattform.



Deutsche Post DHL ist mit den Leistungsmarken Deutsche Post und DHL mit umfassenden Brief-, Paket- und globalen Logistikleistungen kompetenter Partner des Versandhandels. Über alle Unternehmensbereiche hinweg entwickelt ein auf Versandhandelskunden ausgerichtetes Spezialistenteam maßgeschneiderte Businesslösungen entlang der Wertschöpfungskette. Gemeinsam begleiten wir den Versandhandel von der Geschäftsidee an, und bieten von Marketing-Services über Beschaffungsmanagement bis hin zu Vertriebsleistungen Lösungen aus einer Hand. Fulfillmentlösungen, Distribution, Zahlungsmanagement sowie IT-gestützte Prozessintegrationen runden unser Angebot ab. www.deutsche-post.de



Intershop Communications AG ist seit 15 Jahren ein führender Anbieter innovativer und umfassender E-Commerce-Lösungen. Das Unternehmen bietet mit Infinity Suite 6 eine leistungsstarke Standardsoftware für den Vertrieb über das Internet, alle zugehörigen Dienstleistungen sowie umfassende Online-Marketing-Services an. Darüber hinaus übernimmt Intershop im Auftrag seiner Kunden die gesamte Prozesskette des Online-Handels einschließlich Fulfillment. Weltweit setzen über 300 große und mittelständische Unternehmen und Organisationen auf Intershop. Zu ihnen zählen u. a. HP, BMW, Bosch, Otto, Tchibo, Deutsche Telekom und Quelle. Intershop hat seinen Sitz in Deutschland (Jena) und unterhält Niederlassungen in den USA, Europa und Asien. Weitere Informationen über Intershop erhalten Sie im Internet unter www.intershop.de.



Jaron – your digital marketing experts. Jaron ist eine der führenden Agenturen für alle Bereiche des Online-Marketing: Suchmaschinenmarketing, Suchmaschinenoptimierung, Performance Media, Affiliate-Marketing, Social Media- und E-Mail-Marketing. Jaron realisiert hocheffiziente Performance-Marketing-Kampagnen zur Kundengewinnung und Verkaufsförderung. Mit innovativen Technologien misst, analysiert und steuert Jaron den ROI eingesetzter Werbebudgets bis zum Optimum. Referenzkunden: ING-DiBa, Allianz, Napster, T-Home u. a. www.jaron.de



rabbit eMarketing bietet seinen Kunden einen umfangreichen Service rund um professionelles E-Mail-Marketing: im Full Service oder als Einzelleistung. Von komplexen Kampagnen und Consulting über die unabhängige Beratung bei der Auswahl von E-Mail-Marketing-Systemen bis zu deren Integration inklusive Anwenderschulung. Kampagnen von rabbit eMarketing wurden bereits mehrfach mit international renommierten Awards ausgezeichnet.



Die Universum Group ist international tätig und bietet verschiedensten Zielgruppen maßgeschneiderte Lösungen im Risiko- und Forderungsmanagement an. Diese Lösungen basieren auf den jahrzehntelangen Erfahrungen von Europas führenden Handelsunternehmen – sowie diversen Spezialversendern – und werden ergänzt durch das Know-how der Spezialisten in den operativen Gesellschaften Concentrion Forderungsmanagement GmbH und Universum Inkasso GmbH. Mit kompetenter Beratung, modularen oder ganzheitlichen Lösungen bis hin zur vollständigen Übernahme von Gesamtprozessen erschließt die Universum Group ungenutzte Umsatz- und Ergebnispotenziale. Leistungsstarke Systeme ermöglichen eine effiziente Implementierung und Steuerung aller entwickelten Lösungen. www.universum-group.de

MEDIENPARTNER



„All about sourcing“ – die Wirtschaftszeitung für Beschaffung und www.allaboutsourcing.de – die Einkäufer-Community im Netz richtet sich gezielt an Beschaffungsentscheider in Industrie, Handel und Dienstleistung. www.allaboutsourcing.de



BDOA – Der Bundesverband der Dienstleister für Online-Anbieter mit Sitz in Köln ist ein Zusammenschluss von Unternehmen, Institutionen und Einzelpersonen aus den Bereichen Mehrwertdienste und E-Commerce. Die Mitglieder erforschen, entwickeln und produzieren virtuelle Ausstattungen für Online-Dienste und Versandhandelsplattformen. Ziele des Verbandes sind die Förderung der Berufs- und Weiterbildung im Bereich Online-Dienstleistungen sowie die Entwicklung von Standards für die Integration verschiedener Leistungseinheiten von Online-Mehrwertdiensten zu einem System. Diese Ziele fördert der BDOA durch Arbeitskreise als Fachveranstaltungen, Publikationen und die Entwicklung technischer Plattformen mit offenen Standards.



ECC – E-Commerce Center – Das E-Commerce-Center Handel (ECC Handel) wurde 1999 als Forschungs- und Beratungsinitiative unter der Leitung des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln ins Leben gerufen. Das ECC Handel hat es sich zur Aufgabe gemacht fundierte Entscheidungsgrundlagen zur Nutzung des Internets zu schaffen und Unternehmen zu ausgewählte Fragestellungen des E-Commerce fachkompetent zu unterstützen.



E-Commerce Magazin – Das e-commerce magazin beschäftigt sich mit allen Aspekten von elektronischen Handelsprozessen einschließlich deren Anbindung an interne oder externe IT-Infrastrukturen. www.e-commerce-magazin.de



EU-Marketing-Portal – Das EU-Marketingportal ist ein Info-Dienst des Schimmel Media Verlages. Der Schimmel Media Verlag bietet als Fachverlag hochwertige Informationen für mehr Erfolg in Handel, Business und im Internet. Zielgerichtete, aktuelle und hochwertige Information ist im Business Erfolgsfaktor No.1. Das Internet schafft hierfür die Basis mit neuartigen Spezialdiensten und Medienkonzepten für Geschäftsabwicklung und Fachinformation. Wir berichten über aktuelle Nachrichten und Brancheninfos für Business Intelligence, Call Center, CRM, Direct Marketing und Online-Marketing.

GOLD SPONSOREN



Die **Heiler Software AG** ist ein führender Anbieter von Enterprise Product Information Management Software für alle Vertriebskanäle. Händlern und Herstellern technischer Handelswaren ermöglicht Heiler Software das Master Data Management (MDM) aller Produktdaten aus einer zentralen Datenquelle für alle Kommunikationskanäle und Sprachen. Jeder Zeit, an jedem Ort.



Sommer & Co. ist die führende Full-Service-Agentur für Web-TV, Werbefilme, DRTV und Streaming. Unsere Leistungen: Konzeption und Produktion von Videos für Ihre Internetseite, Werbefilme und TV-Spots im eigenen TV-Studio (Produktvideos, Imagefilme, Werbefilme etc.) sowie Video-Streaming Ihrer Videoinhalte auf unseren leistungsfähigen Streamingservern.



WebArts – Online Profit Maximized. Warum stoppen Ihre Kunden im Sales-Funnel? Warum sinkt Ihr Customer Lifecycle Value? In allen E-Commerce-Portalen stecken noch enorme Leistungspotenziale. Die Steigerung der Ertrags- und Konversionsleistung ist das Spezialgebiet der Web Arts AG. Kernkompetenz ist die Erhöhung der Kaufmotivation auf Basis qualitativer Analysen (Motivation Labs). Über 30 Mitarbeiter arbeiten in den Bereichen Analyse, Beratung und Konzeption für namhafte Kunden.

SPONSOR



arvato online services ist Ihr Partner für nachhaltigen Erfolg im E-Business. Wir bieten Ihnen professionelle Services aus den Bereichen E-Commerce, Online-Marketing, eCRM und Kundenbindungsprogramme.

EVENT SPONSOREN



Akamai® bietet marktführende Managed Service-Lösungen zur Beschleunigung von Videoinhalten, dynamischen Transaktionen und Unternehmensanwendungen über das Internet an. Das globale Netzwerk aus über 50.000 Servern garantiert höchste Skalierbarkeit, Zuverlässigkeit, Transparenz und Performance für erfolgreiches Online-Business. <http://www.akamai.com>



Coremetrics bietet digitale Lösungen zur Marketingoptimierung und hilft Unternehmen weltweit, ihr Online-Marketing kontinuierlich zu verbessern, um Kunden automatisch zum richtigen Zeitpunkt das richtige Angebot zu unterbreiten. Über 1.900 Online-Marken arbeiten mit der Software als a Service (SaaS)-Lösung von Coremetrics. <http://www.coremetrics.de>



Xsite bietet E-Commerce Erfolg als Managed Service. Von der über 12jährigen E-Commerce Erfahrung im B2B und B2C profitieren namhafte Kunden mit mehreren tausend Bestellungen täglich in über 80 Ländern. Die Plattform enthält Tools zur Produktdarstellung (Zoom), zur Absatzförderung (Promotions, Recommendations), Online-Marketing (Newsletter, AdServer) sowie Guided Shopping. Die On-Demand Plattform ist flexibel anpassbar und optimal auf die Verwaltung mehrerer Sites, Shops, Marken, Sprachen und Währungen vorbereitet.



Marketing Börse – Das Dienstleisterverzeichnis marketing-BÖRSE ist eines der größten deutschsprachigen Spezialverzeichnis für Marketing. Über 8500 Anbieter von Außenwerbung über Suchmaschinen-Optimierung bis Zielgruppenanalyse sind bequem zu finden. Das Prinzip ist einfach: Unternehmen tragen Informationen wie Leistungsschwerpunkte, Produktinformationen, Fotos und Logos selbst ein. Ebenso können auch aktuelle Termine, Pressemitteilungen und Fachartikel eingestellt werden. www.marketing-boerse.de



Online-Marketing-Experts – Ihr Richtungsweiser für erfolgreiches Online-Marketing – Online-Marketing-Experts ist ein innovativer Fachinformationsdienst mit aktuellen Tipps und Ratschlägen, wie man das Internet als effizientes Marketinginstrument nutzen kann. Das Angebot besteht aus einem monatlich erscheinenden Beratungsbrief mit konkreten Hinweisen, Entscheidungshilfen und Ratschlägen sowie der Internetplattform www.Online-Marketing-Experts.de mit ergänzendem Hintergrund- und Download-Material. Herausgeber ist E-Mail-Experte Dr. Torsten Schwarz. www.Online-Marketing-Experts.de



United Internet Media – steht für die konsequente Verknüpfung von Klassik mit digitaler Technologie. Expertise und Knowhow von über 200 Spezialisten, führende Technologien wie Target Group Planning (TGP), innovative Produkte, kreative Konzepte und die gebündelten Reichweiten von Top-Portalen fließen in ein innovatives Instrumentarium ein, aus dem kundenspezifisch individuell Lösungen für die klassischen Ziele der Werbung in digitalen Mediawelten entwickelt werden. United Internet Media ist Partner deutscher und internationaler Werbekunden in den Segmenten Media- und Kreativagenturen sowie aus der werbetreibenden Industrie.



Zentrada Magazin – zentrada.network ist das führende Netzwerk von Marktplätzen und Communities für den Großhandel von Trendartikel, Sortiments- und Aktionswaren in Deutschland und Europa. Das Angebot wird ergänzt durch die 14-tägige Mitgliederzeitschrift zentrada.magazin und den webcast-Dienst zentrada.TV. www.zentrada.de



Jakob Augstein, Dr. Hagen J. Sexauer, Jens Mahlke, Markus Linder, Beatrice Gola, Kathrin Haug, Uly Wolters, Sven Ehrmann, Manfred K. Wolff, Andreas Polster, Achim Himmelreich, Dr. Oliver Bohl



Der Kick-Off Jahreskongress für die Internet & E-Commerce Branche in Deutschland!

OnLine Handel 2010

20./21. JANUAR 2010
MARITIM HOTEL BONN

+ Kongressmesse:
OnLine World 2010

Internet-PDF

Fax-Anmeldung: 069 / 24 24 - 4799

- Ja, hiermit melde ich mich/melden wir uns an zum Top-Jahreskongress „OnLine Handel 2010“ am 20. und 21. Januar 2010 € 1.290,- zzgl. MwSt. p. P.
- Wir interessieren uns für Ausstellungsmöglichkeiten auf der begleitenden Fachausstellung. Senden Sie uns bitte unverbindlich nähere Informationen zu.
- Wir interessieren uns für Sponsoringmöglichkeiten auf der „OnLine World 2010“. Senden Sie uns bitte unverbindlich nähere Informationen zu.

1. Name	Vorname
Position	Abteilung
Telefon*	Fax
E-Mail*	
* Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer erkläre ich mich einverstanden, dass mich Management Forum über diese und weitere Veranstaltungen per E-Mail/telefonisch informiert.	
Firma	
Straße	
PLZ	Ort

2. Name	Vorname
Position	Abteilung
Telefon*	Fax
E-Mail*	
* Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer erkläre ich mich einverstanden, dass mich Management Forum über diese und weitere Veranstaltungen per E-Mail/telefonisch informiert.	

3. Name	Vorname
Position	Abteilung
Telefon*	Fax
E-Mail*	
* Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer erkläre ich mich einverstanden, dass mich Management Forum über diese und weitere Veranstaltungen per E-Mail/telefonisch informiert.	
Datum	Unterschrift

Kontakt/Anmeldung:

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt
Eschersheimer Landstraße 50
60322 Frankfurt am Main
Tel.: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 70
Fax: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99
E-Mail: info@managementforum.com
Internet: www.managementforum.com

Veranstaltungsort:

Maritim Hotel Bonn
Godesberger Allee
53175 Bonn
Tel.: 0228 / 81 08-0
Fax: 0228 / 81 08-811

Zimmerreservierung:

Das Veranstaltungshotel hält ein Zimmerkontingent für Sie bereit. Bitte nehmen Sie die Reservierung direkt im Hotel unter Berufung auf den Kongress „OnLine Handel 2010“ vor.

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:

Bitte nehmen Sie die Anmeldung auf dem nebenstehenden Vordruck vor. Die Gebühr für diesen zweitägigen Kongress beträgt 1.290,- € zzgl. MwSt. p.P. Nehmen mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen am Kongress teil, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass. Die Kongressgebühr enthält die Tagungsgetränke und das Mittagessen.

Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und Rechnung. Kongresseinlass kann nur gewährt werden, wenn der Rechnungsbetrag rechtzeitig vor Kongressbeginn beglichen wird. Bei schriftlicher Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 50,- zzgl. MwSt p.P. erhoben, wenn die Absage spätestens bis 21. Dezember 2009 schriftlich bei Management Forum eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung nach dem 21. Dezember 2009 wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

Datenschutz:

Sie können der Verarbeitung oder Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung jederzeit bei der Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, Eschersheimer Landstraße 50, 60322 Frankfurt am Main, Telefon: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 70, Telefax: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99, E-Mail: info@managementforum.com (verantwortlich i.S.d. BDSG) widersprechen.

Registrierung:

Der Kongresscounter ist jeweils eine Stunde vor Kongressbeginn zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Kongressteilnahme gelten Namensschilder, die Ihnen am Veranstaltungstag gemeinsam mit den Tagungsunterlagen am Kongresscounter ausgehändigt werden.

Exklusiv für Kongressteilnehmer

Schon vor dem offiziell-erscheinungstermin erhalten die ersten 150 Teilnehmer, deren Kongressanmeldung bei uns eingeht, auf der Veranstaltung ein Exemplar der Neuerscheinung:



- 15%