

Online Handel 2012

Finales Programm

+ Kongressmesse
Online World 2012

18./19. Januar 2012 · Hotel Kameha Grand, Bonn

Online wird zu No-Line Handel

Die wichtigsten Themenfelder

- ▶ Aktuelle Trends und Entwicklungen im Online Handel
- ▶ Der E-Commerce Markt 2012/2013 – Wer sind die Gewinner, wer tut sich schwer?
- ▶ Neue E-Geschäftsfelder – Wo liegen neue Märkte und wo gibt es Nischen?
- ▶ Internationale Benchmarks – Weltweite Erfolgskonzepte und warum sie funktionieren
- ▶ M-Commerce und Social Commerce – Vom Hype zur Realität
- ▶ Data Driven Commerce – Nachfragetrends erkennen und integrieren
- ▶ Marken-Online-Shops – Welche Erwartungen hat der Kunde?
- ▶ Cross-Channel-Handel – Mobile, Online, Stationär intelligent verzahnen
- ▶ Digital Trends – Welchen Herausforderungen müssen sich Online Händler zukünftig stellen?
- ▶ Online Handel im B2B – Was sind die Anforderungen an einen erfolgreichen Shop?

+ Fachforen für mehr Erfolg im Netz

- ▶ Preis & Content, Usability, Produktpräsentation
- ▶ eSecurity, Payment, Logistik und Fulfillment
- ▶ Marketing und Online Reputationsmanagement

Highlight

Internationales Trendforum –
What's next in Online Retail?

+ Social Commerce Workshop am Vortag

Mit Vorträgen von:



Prof. Dr. Gunter Dueck,
Ex-CTO,
IBM



Ramon De Leon,
Marketing Mind of a
six store Domino's Pizza
Franchise in Chicago



Thorsten Wilhelm,
E-Commerce Director
Central Europe,
TOYS"R"US



Rune Sølvsteen,
Co-founder,
Defacto Partners



Jonathan MacDonald,
CoFounder,
this fluid world



James Damian, Principal at
James Damian Brand Integra-
tion Services, LLC (former
Senior Vice President bestbuy)



Michael Klar, Teamleiter
Geschäftsentwicklung
Neue Medien, bon prix



Ben Condit,
Head of Digital,
Exicon



Roman Weishäupl,
Global Innovation
Advisor, TrendONE



Bodo Kipper,
Head of Merchant Services,
Amazon Deutschland



Tanja Zelko,
Manager Online Marketing
und CRM, roots.com



Stephan Meixner,
Chefredakteur,
Der Versandhausberater



Laurence Parkes,
Planning Director,
AKQA Amsterdam



Heiko Eckert,
Head of
Online Marketing,
mytheresa.com



Dr. Klaus Driever,
Geschäftsführer,
Verlagsgruppe Weltbild



Katja Reuthal,
Social Commerce
Manager,
Nestlé Deutschland



Marc Appelhoff,
Gründer und
Geschäftsführer,
fashion4home



Tim von Törne,
Geschäftsführer,
quelle.de



Andy Thäger,
E-Commerce Leiter,
Conley's Modekontor



Markus Diekman,
Online-Filialführung,
Engbers & Daniel Hechter



Philipp Winklhofer,
Abteilungsleiter Shop-
management & Produktion,
Baur Versand

Highlight des Abends – Die Verleihung des Deutschen Online-Handels-Award

Eine Veranstaltung von

managementforum
Verlagsgruppe Handelsblatt



Sponsor der Studie



Sponsoren



Medienpartner



Premium-Partner



Das Kongress Hotel

Der Jahreskongress Online Handel findet im Hotel Kameha Grand in Bonn statt. Dieses Hotel bietet mit seiner raffinierten Architektur und seinem trendsetzenden Design die perfekte Kulisse für kreative Gedanken und eindrucksvolle Präsentationen.



Sehr geehrte Damen und Herren,

Online Handel boomt – und ein Ende ist nicht in Sicht. Der Handelsverband Deutschland (HDE) erwartet für dieses Jahr eine Umsatzsteigerung um 10 Prozent. Die aktuelle Welle trifft nicht nur Unternehmen, die auf den Endverbraucher zielen, auch der Online Handel im B2B boomt wie nie zuvor.

Wer nicht zu den Verlierern gehören will, muss den Trend kreativ aufgreifen. Denn die Kunden differenzieren heute nicht mehr nach Kanälen, sondern nutzen verschiedene Zugangswege zu ihrem Händler – je nach Stimmung und Rahmenbedingungen. Da der Trend von der kanaltreuen zur multioptionalen Nutzung geht, müssen Unternehmen die reale und die digitale Welt miteinander verbinden.

Online Handel wird zu No-Line Handel

Auf dem achten Jahreskongress Online Handel 2012, den der HDE und Management Forum gemeinsam veranstalten, diskutieren zahlreiche nationale wie auch internationale Experten aus der Praxis, wo die aktuellen Trends und Entwicklungen im Online Handel liegen, wie Sie die verschiedenen Kanäle intelligent miteinander verzahnen, wie Sie neue Märkte und Nischen entdecken und dadurch kontinuierlich Wachstum für Ihr Geschäft generieren.

Die zunehmende Digitalisierung liefert für den Handel und das stationäre Geschäft immer mehr wichtige Impulse für die Zukunft. Wir würden uns sehr freuen, Sie auf dem achten Jahreskongress Online Handel in Bonn zu begrüßen und mit Ihnen spannende Ideen und Denkanstöße darüber zu teilen!

Mit besten Grüßen

Stefanie Pracht, Geschäftsführerin

Barbara Wiestler, Projektleiterin

Interaktiver Workshop, 17. Januar 2012

Social Commerce – Abverkauf steigern mittels Social Media?!

Erfahren Sie alles über neue Ideen und Konzepte zu erfolgreichen Online-Strategien in Handel und Vertrieb!

Zielsetzung des Workshops:

Lernen Sie die konkreten Möglichkeiten den eigenen Abverkauf zu steigern kennen und hinterfragen Sie diese kritisch.

Hierzu werden in einem Tages-Workshop die einzelnen Facetten von Social Media übergreifend erläutert und Tools (Facebook, Twitter und YouTube) detailliert im Kontext der Abverkauf Möglichkeiten erklärt und diskutiert.

Sie als Teilnehmer lernen durch den Workshop Social Media als Instrument zum Abverkauf besser einzuordnen und fundierte Entscheidungen über eigene Aktivitäten zu treffen.

In einer kompakten Tagesveranstaltung werden insbesondere die strategischen Handlungsmöglichkeiten in den Vordergrund gestellt und Best-Practice Beispiele diskutiert.

Agenda: Social Commerce – Abverkauf steigern mittels Social Media?!

- „Liken“ und Verkaufen – Welche Möglichkeiten bietet Social Media als Vertriebsinstrument?
- Verkaufen in Google+ oder Facebook?! – Möglichkeiten und Grenzen von Social Commerce
- Wie und mit welchen Instrumenten lässt sich der Abverkauf über Social Media steigern?
- Best Practice und Detailanalyse: Was ist zu beachten und wer macht was richtig?
- Strategieentwicklung – Welche Schritte Sie unbedingt beachten sollten

Moderatoren:



Dipl.-Kffr. Aline Eckstein ist seit 2008 Projektmanagerin an der Institut für Handelsforschung GmbH und dem dort angesiedelten E-Commerce-Center Handel. Schon während ihres Studiums der Betriebswirtschaftslehre an der J.W. Goethe Universität in Frankfurt am Main beschäftigte sie sich intensiv mit E-Commerce. Als Produktmanagerin eines pharmazeutischen Unternehmens sammelte sie praktische Erfahrungen in den Bereichen Shop-Gestaltung, Seitenoptimierung und Suchmaschinenmarketing. Frau Eckstein ist beim ECC Handel unter anderem für die Bereiche Mobile Business, Social-Commerce sowie Zielgruppen- und Konsumentenverhalten und Social Media Monitoring verantwortlich.



Dipl.-Kfm. Adrian Hotz ist seit 2010 Projektmanager beim E-Commerce-Center Handel (ECC Handel) an der Institut für Handelsforschung GmbH in Köln. Er beschäftigt sich seit mehreren Jahren intensiv mit den Themengebieten Social Media und Multi-Channel-Management für das ECC Handel. Als Projektmanager ist er verantwortlich für unternehmensspezifische Social-Media-Monitoring-Lösungen, welche das IFH Köln gemeinsam mit IBM Deutschland realisiert und unternehmensspezifische Multi-Channel-Analysen. Darüber hinaus gibt er Workshops und Vorträge und unterstützt als Autor den Blog der ecommerce-lounge.de.

Zeitraumen:

Der Workshop findet von 10.00 – 18.00 Uhr statt.

Es sind eine Mittagspause, sowie am Vor- und Nachmittag jeweils eine Kaffeepause eingeplant.

Raum Kameha Universal

Online Handel 2012 – Erste Prognosen und Trends für das neue Jahr!

09.00 Begrüßung durch Management Forum und den Vorsitzenden Prof. Dr. Gerrit Heinemann, Professor für Management und Handel, Hochschule Niederrhein
Key-Trends im Online-Handel

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

09.15 **Online-Handel 2012 – Was ist, was kommt, was bleibt?**

 **Dr. Kai Hudetz**,
Geschäftsführer E-Commerce-Center Handel,
Institut für Handelsforschung


Internationale Benchmarks – Weltweite Erfolgskonzepte und warum Sie funktionieren!

09.45 **International Keynote: Connected retail**

- ▶ Trends for successful cross-channel retail
- ▶ Social media and retailers
- ▶ Observations on trends & lessons learned

 **Rune Solvsteen**, Co-founder, Defacto Partners

10.15 **ROI on Social Media – Wie sich Umsätze Marketing-Kampagnen zuweisen lassen**

 **Andreas Helios**,
Sr. Group Manager CE, Digital Marketing Business Unit,
Adobe Systems GmbH


10.45 **Kommunikations- und Kaffeepause; Besuch der Kongressmesse Online World 2012**

Web-Exzellenz – Die Top-Player der Branche zeigen ihre Erfolgsstrategie


11.15 **Keynote: Umsatzpotenziale im Onlinehandel international nutzen**

 **Bodo Kipper**,
Head of Merchant Services,
Amazon Deutschland

11.45 **Cross-Channel: Ein einheitliches Kundenerlebnis über alle Vertriebskanäle**

 **Ulrich Koch**,
Manager Software Sales, Commerce Solutions,
IBM Deutschland GmbH

12.15 **International Keynote: Future Markets in the E-Commerce sector and how to find them**


 **Jonathan MacDonald**,
Co Founder,
this fluid World

13.00 **Kommunikations- und Mittagspause; Besuch der Kongressmesse Online World 2012**

14.00 - 15.00

Wählen Sie zwischen 3 parallelen Sessions


Session 1: Data Driven Commerce – **Raum Green Spirit**
Nachfrage-trends erkennen und integrieren

 **Moderator:**
Frank Puscher,
Verlag Spielfigur


14.00 **Love the Data!**

 **Stefan Lein**,
Industry Leader Retail,
Google


14.30 **Ihr Weg zur Data Driven Company**

- ▶ Wie Sie Ihre Daten als Wettbewerbsvorteil nutzen können
 - ▶ Praktische Einsatzbeispiele und ROI-Betrachtungen
-  **Uwe Weiss**, CEO, Blue Yonder GmbH & Co. KG


Session 2: Social Commerce – **Raum Kameha Universal**
Soziale Netzwerke auf der Überholspur

 **Moderator:**
Marc Schwieger,
Geschäftsführer, undSchwieger GmbH


14.00 **Social Commerce – Wachstumsperspektiven für den Handel**

 **Peter Ambrozy**,
Geschäftsführer und Gründer,
Edelight


14.30 **Facebook Commerce: Soziale Shoppererlebnisse auf Facebook und im open graph**

 **Dr. Andreas Bersch**,
Geschäftsführer,
Berliner Brandung


Session 3: eCommerce im B2B – **Raum Grand Event**
Was sind die Anforderungen an einen erfolgreichen Shop?

 **Moderatorin:**
Prof. Dr. Silvia Zaharia, Geschäftsführerin
eWeb-Research-Center, Hochschule Niederrhein

14.00 **Onlinehandel im B2B
Erfahrungsbericht von soldan.de –
Der Kanzleispezialist**

- ▶ Kundenwartungen
 - ▶ Erfolgsfaktoren und Learnings
 - ▶ Künftige Herausforderungen
-  **René Dreske**, Geschäftsführer, Hans Soldan GmbH


14.30 **Secondary Goods Market – Der heimliche Milliardenmarkt**

- ▶ Warenbeschaffung im B2B
 - ▶ Liquidation im B2B
 - ▶ Mehr Umsatz durch B2B als zusätzlichen Vertriebskanal
-  **Frank Engel**, Geschäftsführer, Zitra

15.00 - 16.30

Wählen Sie zwischen 3 parallelen Sessions

Session 4: Marken-Online-Shops – **Raum Green Spirit**
Wie Brands vom Online Handel profitieren


 **Moderator:**
Frank Puscher,
Verlag Spielfigur

15.00 **Online Marken Shops: Mehr als nur Verkaufen!**

- ▶ Shop-Funktionalität vs. Markenbezug: Markenwerte schaffen Marktwert
- ▶ Transaktion vs. Beziehungsaufbau: Kunden als Testimonials nutzen
- ▶ Eingeschränkte Multisensualität: Mit Resonanzfeldern arbeiten


 **Dr. Karsten Kilian**, Markenstrategie und Initiator von
Markenlexikon.com


15.30 **Modernes Multi-Channeling im Fashion Handel**

 **Marcus Diekmann**,
Online-Filialführung,
Engbers & Daniel Hechter


16.00 **Entdecken – shoppen – mitmachen:
Social Commerce bei Nestlé**

- ▶ Hintergründe zur Entwicklung des Nestlé Marktplatzes
- ▶ Die drei Säulen des Nestlé Marktplatzes
- ▶ Erste Erfahrungen


 **Katja Reuthal**, Social Commerce Manager,
Nestlé Deutschland AG

 **Dr. Alexander Decker**, Head of Consumer Relations,
Nestlé Deutschland AG


Session 5: Mobile Commerce – **Raum Kameha Universal**
Neueste Potentiale und Wachstumsaussichten für Handel und Versandhandel

 **Moderator:**
Marc Schwieger,
Geschäftsführer, undSchwieger GmbH

15.00 **M-Commerce ist nicht einfach E-Commerce auf dem Handy**


 **Stephan Haux**,
Director Product Management,
Netbiscuits GmbH

15.30 **Hagebau goes mobile**

 **Jörn Hartig**, Leiter E-Commerce,
baumarkt direkt GmbH & Co KG

 **Karoline Gierke**, Project Manager,
Intershop Communications AG


16.00 **Neue Endgeräte bei bonprix**

 **Michael Klar**,
Teamleiter Geschäftsentwicklung Neue Medien,
bon prix Handelsgesellschaft mbH


Session 6: B2C – Innovative und erfolgreiche Vertriebswege **Raum Grand Event**

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

15.00 **Innovative Vertriebswege im Möbelhandel –
Erfolgspotentiale durch „Social Design“, „On-Demand“ Fertigung und „Mass-Customisation“**

- ▶ On-Demand Fertigung in Kombination mit Online Vertrieb
 - ▶ Vertikale Integration als Enabler schneller Design-Zyklen
 - ▶ Mass-Customisation in Kombination mit Online Vertrieb
-  **Marc Appelhoff**, Gründer und Geschäftsführer,
fashion4home GmbH

15.30 **Comeback als Marktplatz – Das Handelskonzept von quelle.de**


- ▶ Markenmodell: Revitalisierung von quelle.de
 - ▶ Sortimentsgestaltung & Händlerpartnerschaft
 - ▶ Kundensprache: Kanäle & Methoden
-  **Tim von Törne**, Geschäftsführer, quelle.de

16.00 **E-Commerce Evolution – or Survival of the Fittest!**

 **Andras Limperger**,
Business Development,
Intershop Communications AG


16.30 **Kommunikations- und Kaffeepause
Besuch der Kongressmesse Online World 2012**

Digital Trends – Welchen Herausforderungen müssen sich Online Händler zukünftig stellen?


 **Moderator:**
Marc Schwieger,
Geschäftsführer, undSchwieger GmbH

17.00 **Special Live Hacking: Smartphones, Laptops, USB-Sticks – Angriff auf mobile Geräte**

Während dieser Live-Demo wird eine Vielzahl echter Hackertechniken demonstriert, erläutert und diskutiert. Insbesondere finden auch Angriffe auf Shop-Systeme im Internet statt. Schauen Sie einem Profi über die Schulter und erleben Sie, wie Sicherheitsbarrieren umgangen werden können

 **Sebastian Schreiber**, Geschäftsführer, SySS GmbH

17.45 **Abschluss Keynote: Das Internet als Gesellschaftsbetriebssystem**

 **Prof. Dr. Gunter Dueck**,
Ex-CTO,
IBM

18.30 **Ende des 1. Kongresstages und Sektempfang auf der Online World 2012**

19.30 **Verleihung des Deutschen Online-Handels-Award**

Präsentiert werden die Ergebnisse einer aktuellen Befragung des ECC Handel, in der 10.000 Konsumenten zu ihrem Online-Shopping-Verhalten befragt wurden. Seien Sie dabei, wenn die am besten bewerteten Online-Shops im feierlichen Rahmen ausgezeichnet werden.

21.00 **Online Handelparty**

Preisverleihung und Party erfolgen mit freundlicher Unterstützung des Handelsblatt und des ECC Handel in Zusammenarbeit mit Hermes

Handelsblatt

ECC

Hermes

Fachforum 1: Marketing und Online Reputationsmanagement Raum Green Spirit

- Moderator:**
Roland Schäfer, Geschäftsführer,
saphiron management & technology consultants
- 09.00 Das Magazin – Zusammenspiel von On- & Offline**
 ▶ Conley's Blog-Ursprung
 ▶ Der Wandel zum Magazin
 ▶ Symbiose zwischen Print & Web (Contentproduktion & Kundenbindung)
Andy Thäger, E-Commerce Leiter, Conley's Modekontor
- 09.30 5+ Ideas to Deploy a Successful Retargeting Program**
Tanja Zelko,
Manager Online Marketing und CRM,
roots.com
- 10.00 What's up in SEO and SEA**
Heiko Eckert,
Head of Online Marketing,
mytheresa.com
- 10.30 Fragen und Diskussionen**

10.45 Kommunikations- und Kaffeepause – Besuch der Kongressmesse Online World 2012

Fachforum 2: Erfolgsfaktoren für den Online Handel von morgen – Preis und Content, Usability, Produktpräsentation Raum Green Spirit

- Moderator:**
Nico Zorn, Partner,
saphiron management & technology consultants
- 11.15 Content ist König**
 ▶ Über die Ware allein kann man sich heute kaum mehr differenzieren. Umso wichtiger ist die Präsentation und Information über die Ware geworden.
 ▶ Baur beschäftigt sich seit Jahren intensiv mit den damit verbundenen Fragestellungen. Im Sinne von Best-Practice wird erläutert, welche Erkenntnisse, Inhalte und Prozesse für die verschiedenen Teilsortimente auf baur.de gewonnen, beschafft und implementiert wurden
Philipp Winkhofer, Abteilungsleiter Shopmanagement & Produktion, Baur Versand (GmbH & Co KG)
- 11.45 Top 10 der Praxistipps zur nachhaltigen Steigerung des E-Mail-Marketing ROI**
 ▶ Mit welchen Maßnahmen können Sie den ROI Ihrer E-Mail Aktivitäten steigern?
 ▶ Wie optimieren Sie Ihre Anmeldeverfahren, um eine Steigerung der Abonnentenzahl zu erzielen?
 ▶ Erhöhen Sie die Reichweite Ihrer E-Mail Kampagnen mit Social Media Aktivitäten
Daniel Harari, VP Marketing & Client Services, emarsys eMarketing Systems AG
- 12.15 Emotional Usability**
 ▶ Warum A/B-Tests zu falschen Ergebnissen führen
 ▶ Warum Kunden trotz besseren Wissens doch nicht kaufen
 ▶ Warum bessere Produkttexte schlechter konvertieren
 ▶ ... und wie Social Media und User Testing helfen können, diese Probleme zu lösen
Frank Puscher, Verlag Spielfigur
- 12.45 Besuchen Sie den Vortrag „Multi-Channel, Mobile und der Handel – Was Kunden wollen und was heute schon möglich ist“ im Raum Kameha Universal oder die begleitende Kongressmesse Online World 2012**

13.15 Kommunikations- und Mittagspause – Besuch der Kongressmesse Online World 2012

Fachforum 3: Erfolgsfaktoren für den Online Handel von morgen – eSecurity, Payment, Logistik und Fulfillment Raum Green Spirit

- Moderator:**
Andreas Kreickmann,
Bereichsleiter Vertrieb / Marketing, PVS Gruppe
- 14.30 eSecurity- & Cybersecurity-Trends und die Herausforderungen für Online-Händler 2012**
Dr. Peter Schill,
Leiter FB Datenschutz & Datensicherheit,
Bundesverband der Dienstleister für Online Anbieter BDOA e.V.
- 15.00 Mobile, Social Payment – Die aktuellen Trends**
 ▶ QR-Code Payment, gesicherter Rechnungsbau, In-App Payment, virtuelle Währungen und NFC
 ▶ Die Verknüpfung klassischer Vertriebswege zum Everywhere Commerce
Achim Himmelreich, Partner, Mücke, Sturm & Company und Vorsitzender der Fachgruppe e-Commerce im BVDW
- 15.30 Logistik und Fulfillment als zentraler Erfolgsfaktor im internationalen Umfeld**
Andreas Kreickmann,
Bereichsleiter Vertrieb / Marketing,
PVS Gruppe
- 16.00 Fragen und Diskussionen**

16.15 Kommunikations- und Kaffeepause Besuch der Kongressmesse Online World 2012

Raum Kameha Universal

- 16.45 Multi-Channel-Keynote: Handel im digitalen Zeitalter: Was man heute tun muss, um morgen Erfolg zu haben**
Dr. Klaus Driever,
Geschäftsführer,
Verlagsgruppe Weltbild

Internationales Trendforum: What's next in Online Retail Raum Grand Event

- Moderator:**
Stefan Mues,
Geschäftsführer, ELaboratum
- 09.00 Cross-Channel Commerce 2015**
 ▶ Ist der Onlineshop ein Auslaufmodell?
 ▶ Welche Chancen eröffnen sich durch Location Based Services, Pop-up-Payments und Dynamic-Couponing für den Einzelhandel?
 ▶ Wie können Multi-Channel-Händler profitieren?
Stefan Mues, Geschäftsführer, ELaboratum
- 09.30 How the tablet is transforming retail**
Laurence Parkes,
Planning Director
AKQA Amsterdam
- 10.00 Upcoming Trends in Social Media**
Bastian Scherbeck,
Managing Director,
we are social
- 10.30 Fragen und Diskussionen**

Internationales Trendforum: What's next in Online Retail Raum Grand Event

- Moderator:**
Stefan Mues,
Geschäftsführer, ELaboratum
- 11.15 Business strategies for Social Media Success!**
Ramon de Leon,
Marketing Mind of a six store
Domino's Pizza Franchise in Chicago
- 11.45 The Future of Mobile: Content over Technology**
Ben Condit,
Head of Digital,
Exicon Hong Kong
- 12.15 Vom Kunden lernen: Dynamische Produkt-Empfehlung als Conversion-Treiber**
 ▶ Intelligentes Matching: Kundeneigenschaften als Maßstab für Produkt-Empfehlungen
 ▶ Neue Upsell und Cross Sell Potentiale durch maßgeschneiderte Produkt-Präsentation
Michael Härle, Leiter eCommerce, EUROINICS Deutschland eG
- 12.45 Besuchen Sie den Vortrag „Multi-Channel, Mobile und der Handel – Was Kunden wollen und was heute schon möglich ist“ im Raum Kameha Universal oder die begleitende Kongressmesse Online World 2012**

Von Multi-Channel zu Cross-Channel Raum Kameha Universal

- Moderator:**
Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer E-Commerce-Center
Handel, Institut für Handelsforschung
- 09.00 Begrüßung durch Management Forum und den Moderator**
- 09.05 Von Multi-Channel zu Cross-Channel – Integrierte Konzepte als Erfolgsfaktor**
Dr. Kai Hudetz,
Geschäftsführer E-Commerce-Center
Handel, Institut für Handelsforschung
- 09.30 Evolution of the Customer Experience – Across Channels**
 ▶ American retail success stories in integrating the online and instore customer experience
James Damian, Principal at James Damian Brand Integration Services, LLC (former Senior Vice President bestbuy)
- 10.00 Mittendrin statt nur dabei – Warum der Handel auf mobile und soziale Medien reagieren muss**
 ▶ Wie sich das Käuferverhalten ändert
 ▶ Wie Händler auf immer besser informierte Kunden reagieren können
 ▶ Warum das Internet mehr Inspiration bieten kann als der Stationärhandel
Dr. Björn Schäfers, Geschäftsführer, smatch.com
- 10.30 Fragen und Diskussionen**

Chancen, Herausforderungen und Hürden für Cross-Channel-Anbieter Raum Kameha Universal

- Moderator:**
Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer E-Commerce-Center
Handel, Institut für Handelsforschung
- 11.15 Multi-Channel-Trends aus anderen Ländern**
 ▶ Für Multi-Channel-Händler gibt es gegenüber den reinen Online Händlern viele Herausforderungen, wie im Bereich Preis und Sortiment, aber auch Chancen! „Order from anywhere – Ship to anywhere“. Diesem Leitsatz folgen Händler in den USA oder U.K. schon deutlich intensiver als in Deutschland.
Thorsten Wilhelm, E-Commerce Director Central Europe, TOYS"R"US
- 11.45 The No-Line-Effekt – Wie Mobile die Online- und Offline-Welt verbindet**
 ▶ Status Quo Mobile in Deutschland und international
 ▶ Wie nutzen Konsumenten schon heute und in Zukunft das mobile Web?
 ▶ Wie Mobile Wertschöpfung verändert?
Stefan Hentschel, Head of Mobile Advertising DACH, Google Germany GmbH
- 12.15 Diskussionsrunde: Chancen, Herausforderungen und Hürden für Cross-Channel-Anbieter**
 ▶ Wie erreicht man den Zielkunden der Zukunft?
 ▶ Wie führt man den Kunde optimal durch die verschiedenen Vertriebskanäle
 ▶ Was wird den Cross-Channel-Handel von morgen prägen?
 Es diskutieren die Referenten des Kongress +
Ulrich Kaleta, Leiter Marketing, Notebooksbilliger.de
- 12.45 Multi-Channel, Mobile und der Handel – Was Kunden wollen und was heute schon möglich ist**
 ▶ Mobile Zahlungen treiben die Konvergenz on- und offline
 ▶ Was bringt Multi-Channel für Handel und Kunden?
 ▶ Ansätze und Lösungen heute
Matthias Setzer, Leiter Geschäftskunden & Innovation, Director Merchant Services & Innovation, PayPal Deutschland GmbH

Mobile und neue digitale Medien für Vertrieb und Kundenbindung Raum Kameha Universal

- Moderator:**
Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer E-Commerce-Center
Handel, Institut für Handelsforschung
- 14.30 Marken durch soziale Netzwerke erlebbar machen**
 ▶ Ist es möglich, durch soziale Netzwerke einen Mehrwert für Kunden zu schaffen?
 ▶ Warum betreibt ein Local-Hero Fcommerce?
 ▶ Wie kann man Social-Shopping zum Erlebnis machen?
Ralf Mager, Leiter Online Marketing, Lodenfrey
- 15.00 Cross-Channel-Management – von der Vision zur Realität**
Christian Behr,
Regional Sales Manager, Central Europe, KONY
- 15.30 Preisstrategie im Multi-Channel-Handel**
 ▶ Preisdifferenzierung vs. Preisparität: Wie groß dürfen die Unterschiede sein?
 ▶ Preistreiber im Multi-Channel-Handel: Was bestimmt den Preis pro Kanal?
 ▶ Preismanagement im Onlinehandel: Wie manage ich Preise für 100.000 Produkte?
Dr. Gunnar Clausen, Partner, Simon-Kucher & Partners
- 16.00 Fragen und Diskussionen**

The Future Commerce – Visionen für das Shopping der Zukunft!

- 17.15 Outernet – Das Internet explodiert in die reale Welt**
 ▶ Die ganze Welt wird zum Hyperlink. Computer werden unsichtbar. Informationen und Netzwerke sind allgegenwärtig. Die reale Welt verschmilzt mit der digitalen.
Roman Weishäupl, Global Innovation Advisor, TrendONE
- 18.15 Ende des Kongresses**

Die Premium-Partner



Unter dem Motto „Make-Management-Monetize“ unterstützt **Adobe** einen ganzheitlichen Ansatz für ein überzeugendes Online-Kundenerlebnis. Dieser bietet Lösungen für die Erstellung digitaler Inhalte („Make“) mit der Adobe Creative Suite, das digitale Marketing mit Hilfe von Web Experience Management („Manage“) sowie die Web-Optimierung & Analyse („Monetize“) mit der Adobe Digital Marketing Suite. Mit diesem integrierten Gesamtpaket können Unternehmen digitale Erlebniswelten über sämtliche Endgeräte und Medientypen hinweg schaffen und ihren Kunden über alle Kanäle personalisierte und der jeweiligen Situation angepasste Inhalte zur Verfügung stellen. Gleichzeitig lässt sich der Return of Invest ermitteln und analysieren, wie sich die Online-Aktivitäten auf Umsatz und Markenwahrnehmung auswirken.



Das Electronic-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 Ziel ist es, insbesondere Handelsunternehmen zum Thema E-Commerce fundiert und neutral zu informieren. Zahlreiche Aspekte des E-Commerce im Handel hat das ECC Handel in eigenen Studien untersucht. Es wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) für konkrete Projekte finanziell gefördert und ist in das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG) als Branchenkompetenzzentrum für den Handel eingebunden.



IBM gehört mit einem Umsatz von 99,9 Milliarden US-Dollar im Jahr 2010 zu den weltweit größten Anbietern im Bereich Informationstechnologie (Hardware, Software und Services) und B2B-Lösungen. Im Bereich B2B&Commerce liegt der Fokus auf dynamischen Geschäftsnetzwerken, die eine verbesserte Integration, Interaktion und Ausführung sowohl innerhalb des Unternehmens als auch über Unternehmensgrenzen hinaus mit der erweiterten Lieferkette ermöglichen und ein einheitliches Marketing, Selling und Fulfillment über alle Vertriebskanäle bieten



Maxymiser® ist der weltweit tätige Innovations- und Kompetenzführer für die Optimierung von Online Angeboten durch Multivariates Testing und Targeting / Personalisierung. Bekannte Marken wie Sony, E-Plus, Hertz, Lufthansa, Immowelt und die Direct Line Versicherung AG vertrauen auf Maxymiser®, um Conversions-Raten und Umsätze effizient zu steigern sowie die Kundenbindung online nachhaltig zu verbessern. Die Lösungen für das Conversion-Management und die Reporting-Infrastruktur des Unternehmens werden von führenden Branchenanalysten als überragend anerkannt. Das 2006 gegründete Unternehmen mit Headquarters in Edinburgh ist in privater Hand und unterhält Offices in London, Düsseldorf, München, New York und San Francisco. Umfassende Informationen sind unter www.maxymiser.de zu finden



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, TVSpots und Video-Werbebanner im eigenen TV-Studio (Produktvideos, Imagefilme, Werbefilme etc.) sowie Video-Streaming auf unseren leistungsfähigen Streamingservern. Bereits seit über 7 Jahren erfolgreich im Markt tätig, sind wir im Bereich Online-Videos / Web-TV das Unternehmen der ersten Stunde. www.sommer-co.com

Sponsoren



emarsys ist ein weltweit führender Anbieter von E-Mail-Marketing-Lösungen und -Services. Mehr als 800 Unternehmen und Agenturdienstleister weltweit, u.a. eBay, Canon, Vodafone, Honda, Lufthansa Worldshop, Zürich Insurance und Siemens, senden jährlich mehr als 30 Milliarden E-Mails mit der emarsys-Technologie. www.emarsys.com • www.facebook.com/emarsys • www.twitter.com/emarsys



Intershop Communications AG ist 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 sowie alle zugehörigen Dienstleistungen an. Umfassende Online-Marketing-Services liefert die Intershop-Tochter SoQuero. Darüber hinaus übernimmt Intershop im Auftrag seiner Kunden die gesamte Prozesskette des Online-Handels einschließlich Fulfillment. Mit der Transaktionsplattform der 100-prozentigen Tochter TheBakery profitieren Geschäftspartner darüber hinaus von einem übergreifenden Bestell-, Lieferanten-, Produkt- und Vertriebskanal-Management. Weltweit setzen über 500 große und mittelständische Unternehmen und Organisationen auf Intershop. Zu ihnen zählen u. a. HP, BMW, Bosch, Otto, Deutsche Telekom und Mexx. Wir unterstützen Sie als Shop-Manager bei der Optimierung Ihrer Prozesse - online und offline, zu jeder Zeit und an jedem Ort der Welt.



Kony Solutions bietet für Unternehmen in den Bereichen E-Commerce, Handel und Markenhersteller mobile Applikationen für M-Commerce oder Multi-Channel Management an. Die Lösung ist auf allen Smartphones und Tablet-Geräten lauffähig, kann mit allen Web-Shops integriert werden und wird auf die individuellen Anforderungen des Unternehmens angepasst. Darüber hinaus gibt es Branchenlösungen für Airlines und Hotels, Banken (Mobile Banking) und Versicherungen, Automobilhersteller und Pharma-Unternehmen.



Netbiscuits ermöglicht Entwicklung, Betrieb und Vermarktung Plattform-übergreifender, mobiler Websites und Apps. Unsere weltweit führende Cloud Software-Plattform stellt die mobilen Internet-Dienste für Online-, Medien- und Handelsunternehmen sowie internationale Agenturen bereit. www.netbiscuits.com



PayPal wurde 1998 gegründet und ist ein Tochterunternehmen von eBay, dem weltweiten Online-Marktplatz. PayPal ermöglicht es Privatpersonen und Unternehmen, Online-Zahlungen sicher, schnell und einfach auszuführen und zu empfangen. PayPal baut auf der existierenden Finanzinfrastruktur für Bankkonten und Kreditkarten auf und verwendet ein weltweit führendes, selbst entwickeltes System zur Missbrauchsbewertung. So entsteht eine sichere, globale Payment-Lösung, die Transaktionen in Echtzeit verarbeitet. PayPal zählt bereits nahezu 224 Millionen Kundenkonten und steht Nutzern in 190 Märkten weltweit zur Verfügung. PayPal (Europe) S.à r.l. et Cie S.à r.l. wird von der Commission de Surveillance du Secteur Financier (CSSF) in Luxemburg als Bank reguliert.



PVS ist der marktführende mittelständische Fulfillmentanbieter mit langjährigen Referenzen in den Bereichen e-Commerce, e-Fashion, Versandhandel, Merchandising und Kundenclubs - B-to-C und B-to-B. PVS bietet Komplettlösungen, bestehend aus e-Shop mit professionellem Online-Marketing, kaufmännischen Leistungen wie Debitoren-, Risiko- und Paymentmanagement, logistischen Leistungen wie Versand- und Retourenabwicklung sowie mehrsprachigem Kundenservice. Als Mitglied des Verbandes F4E™ - Fulfillment für Europe - sorgt PVS für einen reibungslosen und effizienten Ablauf des europaweiten Onlineversand- und Retourenprozesses. Durch das Joint Venture, Innotrax Europe, gemeinsam mit einem führenden amerikanischen Fulfillmentpartner verfügt PVS auch über Lösungen in Nordamerika. PVS bietet die Prozesssicherheit eines großen Unternehmens in Verbindung mit der Flexibilität des Mittelstandes. www.pvs-ff.com

Die Medienpartner



Die **absatzwirtschaft** - Zeitschrift für Marketing ist mit einer verkauften Auflage von rd. 24.000 Exemplaren Deutschlands führende Monatszeitschrift für Marketing. Recherchiert und geschrieben für Führungskräfte in den Unternehmen, deckt sie alle Praxisfragen des modernen Marketings und Vertriebs ab und informiert über Trends, Best Practices, neue Methoden sowie die Entwicklung aufseiten der Medien und Marketing-Dienstleister



BDOA e.V. (Bundesverband der Dienstleister für Online-Anbieter e.V.) Zweck des Vereins ist die Förderung der Berufsbildung im Bereich Online-Dienstleistungen, die wissenschaftliche Förderung von Standards bei der Integration verschiedener Leistungseinheiten von Online-Mehrwertdiensten zu Systemen sowie die Förderung aktueller diesbezüglicher wissenschaftlicher Fachkenntnisse durch Weiterbildungsmöglichkeiten und Publikationen auf universitärer und sonstiger wissenschaftlich anerkannter Ebene. Der Verein verfolgt ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Ziele i.S.d. §§ 51 ff. AO.



Die **eCommerce Lounge** berichtet als eCommerce Blog über News & Trends aus dem Online-Handel und bietet Fachartikel von erfahrenen eCommerce Professionals zu den Bereichen Marketing & SEO, Usability, Recht sowie Sicherheit und Software.



Das **e-commerce Magazin** ist die Pflichtlektüre aller derer, die im Internet werben, suchen, auswählen, kaufen und bezahlen möchten - kurz: einen Handel von Dienstleistungen und Produkten im Internet abwickeln wollen. Unser Blickwinkel ist dabei die Sales- und Marketingperspektive. Das e-commerce Magazin will ihnen mit Hintergrundberichten, Trendanalysen, Fallbeispielen, Interviews und Kurzmeldungen praxisnah und zielgerichtet das Wissen vermitteln, das ihnen hilft, denn unternehmerischen Alltag besser zu gestalten. Homepage: www.e-commerce-magazin.de



Das Dienstleisterverzeichnis **marketing-BÖRSE** ist das größte deutschsprachige Spezialverzeichnis für Marketing. Rund 10.000 Anbieter von Außenwerbung über Suchmaschinen-Optimierung bis Zielgruppenanalyse sind bequem zu finden. www.marketing-boerse.de



Seit 1998 berichtet **ONEtoONE** monatlich über den Dialog über alle Medien. Der Untertitel steht für den Fokus der Dialogorientierung und alle für ein erfolgreiches Marketing sinnvollen Kommunikationsformen. ONEtoONE berichtet über On- und Offline-Medien, da unterschiedliche Branchen, Ziele und Strategien abweichende Wege erfordern. Die Wertschöpfungskette im Markt dialogorientierter Kommunikation umfasst die Konzeption und Realisierung von Dialogkampagnen, die Auslieferung von Waren, die Zahlungsabwicklung und die Betreuung nach dem Kauf. Nutzer von ONEtoONE sind Anwender und Anbieter von One-to-one-Lösungen. www.oneoone.de



Ein Blog für **SEO-Einsteiger** und -Professionals! Hier teilen die Trainees der wirkungsvoll GmbH ihre Erfahrungen und Learnings mit der Online-Marketing-Welt. Jeden Mittwoch erscheint ein unterschiedlicher Fachartikel. Freitags werden die SEO-Ereignisse der vergangenen Woche im beliebten Wochenrückblick aufbereitet.

Sponsor der Studie Erfolgsfaktoren im E-Commerce



Unter der Marke **Hermes** operieren elf spezialisierte Gesellschaften, die entlang der Handels-Wertschöpfungskette alle als global nachgefragten Services erbringen. Von der Warenbeschaffung über die Transportlogistik und das Fulfillment bis hin zur Distribution an den Endkunden - Hermes ist weltweit der einzige Dienstleister, der handelsnah aufgestellt einen derartigen Full Service anbietet. Damit etabliert sich das Unternehmen für immer mehr international agierende Distanzhändler als logischer Partner. www.hermesworld.com

Kongressmesse Online World 2012

Auf der Kongressmesse, der Online World 2012, haben Sie auch in diesem Jahr die Möglichkeit, Ihre Ideen und Lösungsansätze dem hochkarätigen Fachpublikum des Jahreskongresses Online Handel sowie des 1. Deutschen Cross-Channel-Tages zu präsentieren. Hier treffen Sie Top-Kunden und -Entscheider aus Online Business, E-Commerce und Handel.

Sie sind Spezialist für Themen rund um Online Handel, Multi-Channel, E-Commerce, Mobile, Online Marketing oder Social Media? Dann dürfen Sie bei der Online World 2012 nicht fehlen!

Themenfelder und Ausstellungsgebiete der Messe:

- Online Marketing
- Online-Shopsysteme
- E-Mail-Marketing
- Mobile Marketing
- Mobile Commerce
- Social Commerce
- Local Commerce
- Cross Channel
- Help Desk/Support Center – Interactive Services/-Selling – E-Payment
- Usability
- Delivery Lösungen
- Affiliate Marketing
- Virales Marketing
- In-Video-Shopping
- Help Desk
- Augmented Reality
- Fulfillment und Logistik
- Zahlungssysteme und Payment
- Suchmaschinenmarketing
- Social Media Marketing
- Location Based Services
- Customer Care
- Webkataloge
- Behavioural Targeting
- Web Services und Service Provider
- Web Development und Design
- Content Management

Nutzen Sie die Möglichkeit in unmittelbarer Anbindung an die Kongresse Ihre Lösungsansätze und Dienstleistungen für mehr Erfolg im Netz vorzustellen.

Sie sind daran interessiert als Sponsor oder Aussteller dabei zu sein?

Dann fordern Sie unverbindlich die detaillierten Informationen an.

Christian Maybach, Sales Manager Sponsoring & Ausstellung
Telefon: +49 (0) 331 / 2006948, E-Mail: maybach@managementforum.com

Online Handel 2012

Finales Programm

18./19. Januar 2012 · Hotel Kameha Grand, Bonn

+ Kongressmesse
Online World 2012



INFOPOST
Ein Service der Deutschen Post
ALLEMAGNE Port payé

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH
Eschersheimer Landstraße 50, 60322 Frankfurt am Main

Online wird zu No-Line Handel

Fax-Anmeldung: 069 / 24 24 - 4799

- Ja, hiermit melde ich mich/melden wir uns an zum Top-Jahreskongress „Online Handel 2012“ am 18. und 19. Januar 2012 (€ 1.290,- zzgl. MwSt. p. P.)
- Ja, hiermit melde ich mich/melden wir uns an zum Top-Jahreskongress „Online Handel 2012“ am 18. und 19. Januar 2012 + Workshop „Social Commerce“ am 17. Januar 2012 (€ 1.690,- zzgl. MwSt. p. P.)
- Ja, hiermit melde ich mich/melden wir uns an zum Workshop „Social Commerce“ am 17. Januar 2012 (€ 690,- zzgl. MwSt. p. P.)
- Wir interessieren uns für Sponsoring-/Ausstellungsmöglichkeiten auf dem Top-Jahreskongress „Online Handel 2012“.
Senden Sie uns bitte unverbindlich nähere Informationen zu.
- Ja, als Dankeschön möchte ich kostenlos 3 Ausgaben der „absatzwirtschaft“ inkl. Online-Archiv erhalten. Mit der Übermittlung meiner Daten an den Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH zum Zwecke der Zustellung bin ich einverstanden. Das Abonnement endet automatisch.

Internet

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.	

- 15%

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

Management Forum der
Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH
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

Hotel Kameha Grand Bonn
Am Bonner Bogen 1, 53227 Bonn
Tel.: +49 (0) 228 / 4334 5000
Fax: +49 (0) 228 / 4334 5005
E-Mail info@kamehagrand.com
EZ: € 185,- inkl. Frühstück

Zimmerreservierung

Das Veranstaltungshotel hält ein Zimmerkontingent für Sie bereit. Bitte nehmen Sie die Reservierung direkt im Hotel unter Berufung auf den Kongress „Online Handel 2012“ 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. Der Rechnungsbetrag ist innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Rechnung fällig, spätestens jedoch vor Kongressbeginn. Bei schriftlicher Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 50,- erhoben, wenn die Absage spätestens bis 21. Dezember 2011 schriftlich bei Management Forum eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung nach dem 21. Dezember 2011 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

Unter allen Anmeldungen verlosen wir jeweils 6 Exemplare der soeben erschienen, vierten und überarbeiteten Auflage:

Der neue Online-Handel

Gerrit Heinemann
www.gabler.de

sowie der Neuerscheinung zum Kongress:

Der neue Mobile-Commerce

Gerrit Heinemann
www.gabler.de

