

Online Marketing 2012

Social, Local, Mobile – Was ist der nächste Hype?

+ Kongressmesse Online Business Forum 2012

12. und 13. März 2012 – Hotel Kameha Grand, Bonn

Finales Programm

Web Intelligence
Trends
Social Media
Rich Media
E-Mail
Social Gaming
Social Media
Video
SEA
SEM
Performance Marketing
Innovationen
SoLoMo
Analytics
Cross-Media
Real Time
Monitoring
Display
Facebook
Marketing
Instant Search
SEO
Search
Digital
Universal Search
Targeting
Augmented Reality
Bewegtbild
Mobile
Location Based Services
Retargeting
International
Trends
Usability
Google+

Die Themen der Veranstaltung

- ▶ **Die Zukunft des Online Marketing** – Ein Blick auf digitale Trends
- ▶ **Crossmediale Markenführung** – Von der Produktpräsentation zu transmedialem Storytelling
- ▶ **Social Media Marketing** – Wie Unternehmen wirklich (re)agieren sollten
- ▶ **Mobile Marketing** – Apps go everywhere
- ▶ **Location Based Advertising** – Die Zukunft des mobilen Marketing
- ▶ **Bewegtbild** – Das Geheimnis erfolgreicher Videos
- ▶ **WOM** – Kunden werden zu Botschaftern

+ 4 parallele Sessions

- ▶ Display Advertising und Search
- ▶ Usability
- ▶ Web Analytics und Targeting
- ▶ Online Marketing im B2B

+ 2 interaktive Foren

- ▶ Facebook und Google+
- ▶ Datenschutz und Social Media

Die Referenten (u.a.)



Shiv Singh,
Global Head
of Digital,
PepsiCo
Beverages



Will Sansom,
Consultant,
Contagious
Insider



Yousef
Hammoudah,
Director Interactive
North,
MTV Networks
Germany



Sebastian
Grebasch,
Head of SEA
und SEM,
Zalando



Daniel Backhaus,
Social Media
Berater für die
Deutsche Bahn



Russel Buckley,
CMO,
Eagle Eye
Solutions



Luisa Vollmar,
Corporate
Communications,
Deutsche
Telekom



Jens Monsees,
Industry Leader
Automotive,
Google



Nick Bailey,
Executive Creative
Director,
AKQA
Amsterdam



Maik Königs,
Gründer und
Geschäftsführer,
elbkind



Ewald Pusch,
Gründer und
Geschäftsführer,
Neverest präsentiert
die Kampagne von
swoodo.com



Christoph
Bornschein,
Geschäftsführer,
TLGG



Benjamin Rund,
Chief Marketing
Officer,
Heiler
Software AG



Molly Flatt,
WOM Evangelist,
1000heads



Thomas Engel,
Sales,
Marketing & PR,
COUPIES

Eine Veranstaltung von
management forum
Verlagsgruppe Handelsblatt

Sponsoren
ECC
E-Commerce Center Handel
Social Network Akademie

Sommer & Co GmbH
VIDEOKREATION

Medienpartner
absatzwirtschaft
Zeitschrift für Marketing

FISCHER'S ARCHIV
KAMPAGNEN PUR
www.fischers-archiv.de

E-Mail Marketing Forum

futurebiz

e-commerce
MAGAZIN

HighText Verlag
Business 3.0
Wissensportal und Trendreporting für Interaktive

@STRATEGY
Das ultimative Web-Magazin

ONE2ONE
DIALOG ÜBER ALLE MEDIEN
www.one2one.de


09.15 Eröffnung durch Management Forum und den Moderator

 **Marc Schwieger,**
Geschäftsführer,
undSchwieger GmbH

Die Zukunft des Online Marketings – Ein Blick auf digitale Trends


09.30 Konsument 360°: Wo und wie werden Zielgruppen Online erreicht

- › Crossmediale Entwicklungen von Werbeausgaben in Deutschland
- › Customer Journey: Online Touchpoint Mix


 Social Media als zusätzlicher Marketing Touchpoint
› Status Quo im mobilen Universum und mobile Marketing Trends
Timo Thomsen, Client Business Partner Watch, Nielsen

10.00 Marketing for People, not Robots: A Contagious Trend Briefing

- › The refocusing of the brand's gaze, from needless technological innovation to human experience – based on the insight that it's not where a message lives that makes it effective, it's whether it connects with the people who receive it.
- › The blurring of the lines between consumers' real and virtual lives – facilitated by the explosion of real-time media, which the world's smartest brands are now using to affect their business models as well as their communications.
- › The shift from products to services and how the democratisation of technology and data is now enabling brands to spot and fill the gaps in peoples' lives – be it by augmenting traditional content, providing useful services or creating communities

 **Will Sansom,** Consultant, Contagious Insider


10.45 Real-Time Marketing and Transforming the Marketing Ecosystem

 **Shiv Singh,**
Global Head of Digital,
PepsiCo Beverages

11.30 Kaffee- und Kommunikationspause

Crossmediale Markenführung – Marken im digitalen Zeitalter

12.00 THE HUMAN PLATFORM – Creating connections between brands and people in a complex world

 **Nick Bailey,**
Executive Creative Director,
AKQA Amsterdam

12.30 Always On: Kommunikationsstrategien für Generation Y

- › Das Plattform-Inferno: Mediennutzung und Multitasking
- › Social TV: Audience Relationship Management
- › Neue Contentstrategien im Einsatz: Transmedia Storytelling

 **Yousef Hammoudah,** Director Interactive North, MTV Networks Germany GmbH

Social Media Marketing – Wie Unternehmen wirklich (re)agieren sollten


13.15 SoLoMo – Neue Touchpoints für den mobilisierten Kunden

- › Social, Local, Mobile – Die Basis für künftige Kommunikationsstrategien
- › Anywhere Retail – Online und offline klug vernetzen
- › Social CRM – Kundenbindungsmaßnahmen für den smarten Konsumenten

 **Christoph Borschein,** Geschäftsführer, Torben, Lucie und die Gelbe Gefahr GmbH

13.45 Lunch- und Kommunikationspause

14.45 Kundendialog 2.0: Im Spannungsfeld von individuellen Dialogen und Massenkommunikation


 Hype, Pflicht oder Chance?
› Ersetzt Social Media Telefon und E-Mail?
› Social Media Agent ein Beruf mit Zukunft?
Daniel Backhaus, Social Media Berater für die Deutsche Bahn

15.15 Social Media in der Unternehmenskommunikation Andere Themen kommunizieren, Themen anders kommunizieren

 **Luisa Vollmar,**
Corporate Communications,
Deutsche Telekom AG

Mobile Marketing – Apps go everywhere

15.45 Marketing in the Post-PC Era

 **Russel Buckley,**
CMO,
Eagle Eye Solutions


16.15 Word of mouth: 5 big ideas for harnessing peer-to-peer conversation

 **Molly Flatt,**
WOM Evangelist,
1000heads

16.45 Kaffee- und Kommunikationspause


Bewegtbild – Das Geheimnis erfolgreicher Videos

17.15 Wie Bewegtbilder eine Markenwelt schaffen und medienübergreifend funktionieren

- › Der klassische TV-Spot ist tot – er weiß es bloß noch nicht
 - › Welche komplexen Filmstrategien für verschiedene Medienkanäle wirklich nötig sind, um den heutigen Konsumenten zu erreichen
 - › So setzen Sie zielgruppenspezifische Inhalte schnell und kosteneffizient für das jeweilige Medienumfeld um, am Beispiel der swoodo.com Kampagne
-  **Ewald Pusch,** Gründer und Geschäftsführer, Neverest GmbH & Co KG


WOM – Kunden werden zu Botschaftern

17.45 „Kennst du schon...?“


- › Praxis-Einblicke ins stärkste Kommunikationsinstrument unserer Zeit
-  **Maik Königs,**
Gründer und Geschäftsführer,
elbkind GmbH

Facebook vs. Google+

18.15 Facebook Marketing 2012 – Was nun?

- › 2011 stand im Zeichen des Fanaufbaus, dabei wurden Fans als Bruttoreichweite aufgebaut
 - › Aber wie lassen sich diese Reichweiten nutzbar machen und wie steht es um den ROI?
 - › 2012 wird im Zeichen der qualitativen Konzepte und des open graph stehen
 - › Erfolgsfaktoren und Trends im Kontext von Marketing & eCommerce
-  **Dr. Andreas Bersch,** Geschäftsführer, Berliner Brandung

18.45 Digital Trends on Online Branding How Google+ integrates Video, Search, Mobile and Social in the Future

- › Latest Trends and Insights on Branding
 - › How to define an Integrated online and Communication Strategy
 - › Best Practice from Digital Branding – learn from leading Brands
-  **Jens Monsees,** Industry Leader Automotive, Google

19.15 Ende des ersten Veranstaltungstages

Anschließend: Online Marketing Party 2012

Nutzen Sie im Anschluss die Gelegenheit, auf der Online Marketing Party 2012 den ersten Kongresstag bei interessanten Gesprächen ausklingen zu lassen und Ihr Netzwerk zu erweitern. Freuen Sie sich auf einen entspannten Abend!

Sponsoren



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.



Wir sprechen Social Media
Die Social Network Akademie (SNA) ist der Spezialist für die sozialen Netzwerke. Wir spinnen den roten Faden für den virtuellen Auftritt von Unternehmen. Unsere Experten schöpfen dabei aus ihrer jahrelangen Erfahrung. In Zusammenarbeit mit unseren Kunden erstellen wir individuelle Konzepte für die Nutzung von XING, facebook, Twitter, Google+, LinkedIn und anderen Plattformen. Wir wählen die richtigen Kanäle aus, wir kümmern uns um die Unternehmens- und Mitarbeiterprofile, wir bauen Communities auf und betreuen sie redaktionell. In Seminaren verschaffen wir unseren Kunden einen Überblick über die bestehenden Sozialen Netzwerke und schulen sie im Umgang mit den für sie geeigneten Plattformen. Wir organisieren offizielle XING Events, wir betreiben XING Ambassador Lounges auf verschiedenen Messen. Außerdem sind wir Gründer der XING Community Berliner Koepfle und betreuen insgesamt knapp dreißig XING Gruppen. Unsere Muttersprache ist die des Web 2.0 – setzen Sie sich mit uns in Verbindung und profitieren Sie davon.



Sommer & Co. ist die führende Full-Service-Agentur für Web-TV, Werbefilm, DRTV und Streaming. Unsere Leistungen: Konzeption und Produktion von Videos für Ihre Internetseite, Werbefilme, TVSpots und Video-Werbebanner im eigenen TV-Studio (Produktvideos, Imagefilm, Werbefilm 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

Kongressmesse Online Business Forum 2012

Auf der begleitenden Kongressmesse, dem „Online Business Forum 2012“, haben Sie, wie in jedem Jahr, die Möglichkeit, Ihre Ideen und Lösungsansätze dem hochkarätigen Fachpublikum zu präsentieren. Hier treffen Sie Top-Kunden und Entscheider aus dem Online-Business und E-Commerce.

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



Moderation:
Frank Puscher,
Buchautor und Journalist

Location Based Advertising – Die Zukunft des mobilen Marketing

09.00 Mobile Couponing, LBS & Co.: Wie Apps auf Smartphones den stationären Einzelhandel verändern



► Neue Möglichkeiten für den stationären Handel durch das Smartphone
► Mobile Couponing am Beispiel COUPIES
► Drei Beispiele erfolgreicher Mobile Couponing-Kampagnen: Nivea, Foot Locker und CurryCologne
Thomas Engel, Sales, Marketing & PR, COUPIES GmbH

09.30 Fragen und Diskussion, kurze Wechselfpause

6 parallele Sessions zu den Online Marketing Trends – Stellen Sie sich Ihr individuelles Programm zusammen

Session 1: Usability



Moderation:
Frank Puscher,
Buchautor und Journalist

09.40 Landingpages – die heimlichen Superstars im Online Marketing



Gabriel Beck,
Head of Conversion Optimization bei explido WebMarketing und Betreiber des Conversion-Blogs www.conversiondoktor.de

10.10 Conversion Rate Optimierung

Sie möchten Ihr Erfolgskonzept auf dem Kongress präsentieren?
Für eine inhaltliche Mitwirkung wenden Sie sich bitte an:
Barbara Wiestler, Projektleiterin, wiestler@managementforum.com

10.40 Fragen und Diskussion

10.50 Kaffee- und Kommunikationspause

Session 3: Targeting und Web Analytics



Moderation:
Frank Puscher,
Buchautor und Journalist

11.20 Retargeting und Dynamic Creative Optimization über RTB



Ronald Paul,
Geschäftsführer,
QUIJIMA
+ Referenzkunde

11.50 Die Zukunft von Social Media Monitoring – Strategien, Erfolgsfaktoren und Anwendungsbeispiele

► Welche Strategien sollten Unternehmen anwenden?
► Welche Bedeutung hat Social Media Monitoring für den Handel und für Hersteller?
► Für was eignet sich Social Media Monitoring tatsächlich?
Adrian Hotz, Projektmanager, ECC Handel,
c/o IfH Institut für Handelsforschung GmbH

12.20 Fragen und Diskussion

12.30 Lunch- und Kommunikationspause

Workshop 1: Facebook und Google+

14.00 Neuigkeiten von Facebook und Google +

► News und Erfolgskonzepte
► Wie Sie Zielgruppen erreichen und Fans aufbauen
► Social Commerce - Verkaufen in sozialen Netzen



Markus Hartlieb,
Geschäftsführer,
Social Network Academy

16.15 Ende des Kongress Online Marketing 2012

Session 2: Display Advertising und Search



Moderation:
Marc Schwieger,
Geschäftsführer, undSchwieger GmbH

09.40 Real Time Bidding im Bereich Display Marketing

Sie möchten Ihr Erfolgskonzept auf dem Kongress präsentieren?
Für eine inhaltliche Mitwirkung wenden Sie sich bitte an:
Barbara Wiestler, Projektleiterin, wiestler@managementforum.com

10.10 Mobile SEM – Potentiale und Eigenarten



Sebastian Grebasch,
Head of SEA und SEM,
Zalando

10.40 Fragen und Diskussion

Session 4: Online Marketing im B2B



Moderation:
Jens Stolze,
Inhaber/Geschäftsführer creative360®, Agentur für B2B Online-Marketing

11.20 Der neue Weg der B2B-Kommunikation im Internet

► Top Trends für 2012 im B2B Online-Marketing
► 5 Mega-Trends der B2B-Kommunikation
► Wandel und (Re-)Evolution der B2B-Unternehmen
Jens Stolze, Inhaber/Geschäftsführer creative360®, Agentur für B2B Online-Marketing

11.50 Social Media zur Lead-Generierung – Geht das?

► Eine Social Media Strategie entwickeln, umsetzen und leben
► „Im B2B ist alles anders“ – Der Umgang mit Kritik und Vorurteilen
► Erfolge, Misserfolge und die daraus gezogenen learning's
► Ziele, Zielgruppen und Kanäle richtig wählen
Benjamin Rund, Chief Marketing Officer, Heiler Software AG

12.20 Fragen und Diskussion

Workshop 2: Datenschutz und Social Media

14.00 Rechtliche Hürden im Online-Direktmarketing zwischen Wettbewerb und Datenschutz:

► Felder und Unterschiede zwischen UWG und BDSG bzw. TMG/TKG
► Opt-in-Arten mit Schwerpunkt Beweisbarkeit
► Auftragsdatenverarbeitung
► B2B vs B2C: Unterschiede im Direktmarketing
► AGB: Zweck und Grenzen
► Anforderungen an Preisangaben, Gewinnspiele u. Ä.



Frank Stiegler, Rechtsanwalt, Stiegler Legal

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.



Das **e-commerce Magazin** ist die Pflichtlektüre all 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. www.e-commerce-magazin.de



Email-Marketing-Forum.de ist das führende deutschsprachige Fachportal mit täglichen News rund um E-Mail-Marketing. Daneben gibt es Fachartikel, Downloads von Studien, Powerpoint-Folien und Whitepapers. Jobangebote, Buchtipps und eine Terminübersicht bündeln alle Informationen für E-Mail-Marketer auf einem Portal.



Fischer's Archiv dokumentiert seit 1996 herausragende Kampagnen. Agenturen und Werbungtreibende können ihre Arbeiten unter www.fischers-archiv.de hochladen und der Fachöffentlichkeit präsentieren. Die Redaktion wählt monatlich die interessantesten Kampagnen für die Veröffentlichung im hochwertigen Printmagazin aus. fischers-archiv.de



Seit 2009 begleiten wir intensiv die Themen Marketing und Social Commerce auf Facebook und bieten hierzu neben dem blog auch eigene Workshops an. Neben dem Thema Facebook betrachten wir auch andere Themen aus Social Media und Mobile. Betreiber des blog ist die Agentur Berliner Branding, die als Facebook Preferred Developer Consultant über profunde Kenntnisse im Facebook Marketing verfügt.

Der **HighText-Verlag** liefert professionellen Nutzern interaktiver Medien Nachrichten, Hintergrundanalysen, Rankings, Produkt- und Firmenverzeichnisse. Durch seine vernetzte Struktur aller Informationen und mit weit über 80.000 Beiträgen ist www.ibusiness.de Wissensportal und Data-Mining-Quelle für Entscheider im E-Commerce, E-Learning, Onlinemarketing-, Kiosk-, Mobil-, Intranet-, Publishing-, Entertainment- und Payment-Markt.



ONE@ONE erscheint monatlich als Zeitung und berichtet tagesaktuell unter ONE@ONE.de sowie zweimal wöchentlich per E-Newsletter über dialogorientierte Kommunikation. Das Themenspektrum reicht von der Planung bis zur Analyse von Kampagnen und berücksichtigt alle Off- und Online-Kanäle. ONE@ONE.de



Beim **eStrategy-Magazin** handelt es sich um ein quartalsweise erscheinendes, kostenloses Web-Magazin, das interessante Themen rund um eCommerce, Online-Marketing, Webentwicklung und Mobile beleuchtet. Die eStrategy gehört inzwischen zur Pflichtlektüre vieler Shop- und Website-Betreiber, Agenturen, Unternehmensberatungen, (Online-)Marketers und IT-Verantwortlicher. Das eStrategy-Magazin kann unter www.estrategy-magazin.de kostenlos heruntergeladen werden.

Online Marketing

Social, Local, Mobile – Was ist der nächste Hype?

2012

+ Kongressmesse Online Business Forum 2012

15. und 16. März 2011 – Hotel Kameha Grand, Bonn

Fax-Anmeldung: 069 / 24 24 - 4799

- Ja, hiermit melde ich mich/melden wir uns an zum „Kongress Online Marketing 2012“ am 12. und 13. März 2012 (€ 1.290,- zzgl. MwSt. p. P.)
- Wir interessieren uns für Sponsoring- und Ausstellungsmöglichkeiten auf dem „Kongress Online Marketing 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
-------	--------------



INFOPOST
Ein Service der Deutschen Post
ALLEMAGNE Port payé

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

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 bis maximal 10. Februar ein begrenztes Zimmerkontingent für Sie bereit. Bitte nehmen Sie die Reservierung direkt im Hotel unter Berufung auf den Kongress „Online Marketing 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 13. Februar 2012 schriftlich bei Management Forum eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung nach dem 13. Februar 2012 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.