

# Digitale Communities



## Die Erfolgsstrategien für das „Mitmach-Internet“

Fachkonferenz am  
18. und 19. Juni 2007 in Düsseldorf

### Praxisbeispiele aus erster Hand von

Allianz  
BASF  
BILD  
BMW  
Holtzbrinck eLabs  
SUN Microsystems  
T-Online

### Erfolgreiche Communities

Markt.de  
Turtle Entertainment  
Zweitgeist / Weblin

### Experten & Visionäre von

Aquarius Consulting  
Arthur D. Little  
Das Goldene Vlies  
Forward2Business  
Text100

### Konferenzleitung:

Prof. Dr. Marc Drüner  
Steinbeis University

### Web 2.0 treibt Marketing & Innovationen – Wie Unternehmen „Consumer Involvement“ nutzen

- ✓ **Communities verstehen**  
Neue Kundenbedürfnisse frühzeitig erkennen
  - ✓ **Marketing & Branding**  
Die Bedeutung von Communities für neue Marketingansätze
  - ✓ **Neue Märkte und Geschäftsmodelle:**  
Die Business-Ideen der Vordenker
  - ✓ **Second Life & Co**  
Virtuelle Welten als neue Märkte
  - ✓ **Intensive Kundenbindung**  
User zu Botschaftern verwandeln
  - ✓ **Innovationsmarktforschung & Issues Management:**  
Von den richtigen Quellen im Web 2.0 profitieren
  - ✓ **Visionen für die Zukunft**  
Vom dreidimensionalen Internet bis zu Mobile Communities
- 
- ✓ **Best Practices**
  - ✓ **Fachvorträge und Expertengespräche**
  - ✓ **Kontroverse Diskussionen**

## Montag, 18. Juni 2007

### Ihr Konferenzleiter:

**Prof. Dr. Marc Drüner,**

Professor für Marketing und Innovationsmanagement,  
Steinbeis University, Berlin  
Geschäftsführender Gesellschafter,  
trommsdorff + drüner innovation + marketing consultants  
GmbH, Berlin

### 09.00 Herzlich willkommen

- Begrüßung der Teilnehmer durch Management Forum Starnberg und den Konferenzleiter
- Agenda

### 9.15 Communities verstehen



#### **Web 2.0 goes Corporate – Die Hausaufgaben**

- Die Bedeutung von Communities für Marketing & Innovation
- Web 2.0-Technologien im Marketing- und Innovationsmanagement
  - „Peers“ und „Buddies“ – vom Massen- zum Communitymarketing
  - Informationen bekommen, Wissen speichern und Ideen austauschen mit Web 2.0 Applikationen
- Aktueller Überblick & Studienergebnisse

**Prof. Dr. Marc Drüner,**

Steinbeis University, Berlin

### 10.30 Kaffee- und Kommunikationspause

### 11.00 2 Impulsvorträge – 1 Expertengespräch



#### **Communities dreidimensional und grenzenlos**

- Die Zukunft des dreidimensionalen Internets am Beispiel Weblin
- Das Alter Ego als virtuelle Figur im Internet
- Co-Browsing als die Zukunft des Internets?!

**Jan Andresen,**

Seed Investor & CEO,  
Zweitgeist GmbH, Karlsruhe



#### **Was Unternehmen aus Communities & der Blogosphäre lernen können**

**Susanne Sperber-Pflaumer,**  
Managing Consultant EMEA,  
Text100 GmbH, München

### Podiumsgespräch: Der Nutzen von Digitalen Communities für Corporates

- Das 3C-Modell: Creator-Critics-Crowd
- Wie lassen sich User zu Botschaftern konvertieren?
- Welche Risiken drohen von Communities?

**Jan Andresen & Susanne Sperber-Pflaumer**

### 12.30 Mittagessen

### 13.45 Web 2.0 im Massenmarkt – Fluch oder Segen?



#### **Web 2.0, Communities & Social Media im Spannungsfeld zwischen Geeks und „Otto Normalverbraucher“**

- Reality check I: Nutzung und Nutzerzahlen
- Reality check II: Kann man Communities bauen?
- Value propositions, Kundenperspektive und Lösungsansätze zur Diskussion

**Ralf Baumann,**

Geschäftsführer der T-Com Innovations GmbH, Berlin,  
Leiter des Bereichs Portal bei T-Online, Darmstadt

### 14.45 Kundenbindung B2B:



#### **Virales B-to-B Marketing als fester Bestandteil des internationalen Online-Marketings bei Sun Microsystems**

- Online Marketing 2.0
- Authentische Zielgruppenansprache am Beispiel der Plattform Systemhelden.com
- Erfolge
- Risiken & Nebenwirkungen



**Christian Müller,**

eMarketing Manager Deutschland,  
Sun Microsystems GmbH, Kirchheim-Heimstetten

**Andreas Schneble,**

Senior Online Marketing Manager EMEA,  
Sun Microsystems GmbH, Kirchheim-Heimstetten

### 15.45 Kaffee- und Kommunikationspause

### 16.15 Strategien der Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck



#### **Web 2.0-Geschäftsmodelle und Community-Strategien der eLabs**

- Der Fokus aus Usersicht: Mehrwert für den Digital Lifestyle
- Lösungen: Neue Medienangebote mit strategischem Nutzen

**Michael Munz,**

Director, Holtzbrinck eLab GmbH, München



## Fallbeispiel markt.de – die Überführung klassischer Offline-Geschäftsmodelle in die Online-Welt

**Sang-Woo Pai,**

Geschäftsführer markt.de, München

## 17.30 Forward2Business: Der Blick in die Zukunft



### Communities 2017 – Die Geschäftsmodelle und Marketingtrends für die Zukunft

- Die wichtigsten Zukunftstrends aus dem forward2business-ThinkTank
- Visionen für das Marketing & die Geschäftsmodelle von morgen
- Welche Szenarien werden real erfolgreich sein? Frühindikatoren definieren & erkennen

**Sven Gábor Jánosky,**

Leiter des forward2business-ThinkTank, Leipzig

**18.15** Diskussion & Ende des ersten Konferenztages  
Im Anschluß Exklusives Networking Dinner

## Dienstag, 19. Juni 2007

### 8.30 Wrap Up:

#### Web 2.0 goes Corporate - Die Kür

- Summary und weiterführende Gedanken

**Prof. Dr. Marc Drüner,** Steinbeis University, Berlin

### 9.00 Auswirkungen des Web 2.0 auf traditionelle Unternehmen



#### Web reloaded? Driving convergence in the real world

- Web 2.0: Disruptive Technologie oder sozialer Trend?
- Web 2.0: Chancen und Risiken für traditionelle TIME Unternehmen
- Fallbeispiele

**Dr. Tim E. Fischer,**

Projektleiter,  
Arthur D Little, München

### 10.00 Die Rolle von Communities im Kommunikationsmix von BMW



#### Die Bedeutung von Communities für neue Marketingansätze

- Fallbeispiele

**Dr. Marc Jokisch,**

Marketing Innovations,  
BMW Group, München

**11.00** Kaffee- und Kommunikationspause

### 11.30 Die BILD-Zeitung in Second Life: Potentiale für ein Medienunternehmen



#### Second Life – Neue Virtuelle Märkte nutzen

- Medienmarke 2.0
- The Avastar: eine professionelle Zeitung für eine virtuelle Welt
- Zwischenbilanz: PR-Gag oder Business Modell?
- What's next?

**Maurizio Barucca,**

Business Manager,

Bild.T-Online.de & Projektleiter „The Avastar“, Berlin

**12.30** Mittagessen

### 13.45 Web 2.0 Kontrovers: Erfolgsfaktoren für Communities



#### Pro: Wie man sich als Institution in der Spielerszene weltweit etabliert

- Das Phänomen „E-Sport“ & Multiplayer-Gaming
- Online- und Offline-Welten verbinden sich
- Kooperationsmöglichkeiten am Beispiel INTEL

**Jens Hilgers,**

CEO, Turtle Entertainment GmbH, Köln



#### Contra: Die Partizipation ist dem Web 2.0 sein Tod

- Das Try-and-Error ist dem guten Konzept sein Verhängnis
- Die Macht der User ist auch der Marke ihr Risiko
- Der neue Schlauch ist dem alten Wein sein Make-Up 2.0
- 7 Thesen wider den Web 2.0-Geisterfahrer

**Hansjörg Zimmermann,**

CEO, Das Goldene Vlies GmbH, München

### Offene Diskussionsrunde

**15.15** Kaffee- und Kommunikationspause

### 15.45 Innovationsmarktforschung & Issues Management mit Communities:



#### Neue Chancen für BASF – Opportunity Search mit Issues Networking

- Quellenprofile und Quellenerschließung
- Business-Potentiale außer- und vormedialer Informationen

- Fundstücke aus Blogs, Mailinglists und NGO-Newspushs

**Michael Scheuermann,**

Leitung News- and Issues Management,  
BASF Group, Ludwigshafen

## 16.45 Einsatz einer internationalen digitalen Community-Plattform für Mitarbeiter



**„United Moments of Allianz“ – Corporate Web 2.0 Ansätze zur internen Markenbildung und Unterstützung von Change Management Prozessen**



- Wie eine Community Strategien unternehmensweit erlebbar macht
- Wie eine Community die Corporate Identity stärkt
- Wie eine Community Mitarbeiter zu Mitstreitern macht

**Ursula Schürmann,**

Marketing Communication Manager,  
Group Marketing, Allianz SE, München

**Rainer Wiedmann,**

CEO aquarius consulting – Gesellschaft für Medien- und Marketing-Beratung mbH, München

## 17.45 Abschließende Diskussion & Ende

*Sie haben Fragen zu dieser Konferenz?  
Gerne! Rufen Sie einfach an oder schreiben Sie eine E-Mail.*



Ihr Ansprechpartner:  
Till Grusche, Konferenzmanager  
Telefon: 08151-2719-37  
till.grusche@management-forum.de

## Inhouse-Schulungen

Im Bereich Marketing & Neue Medien bieten wir Ihnen auch individuell auf Ihr Unternehmen zugeschnittene Inhouse-Schulungen an, wie z.B.

- Web 2.0 in der Umsetzung mit **Tom Groth**
- Digitale Markenführung und virales Marketing
- Neue Geschäftsmodelle durch Konvergenz
- Thinking out of the Box mit **Jens Uwe Meyer**

Ihr Ansprechpartner:  
Peter Bartl  
Telefon: 08151/2719-0  
peter.bartl@management-forum.de

Der Trend ist klar: Konsumenten und User füllen das „Mitmach-Internet“ mit immer mehr Leben. **Digitale Communities prägen die Märkte und das Marketing.** Für Unternehmen ist dies eine **Umbruchszeit mit gewaltigen Chancen** – wenn Sie die entscheidenden Fragen richtig beantworten: Welche **neuen Wege** führen zum Kunden? Welche **innovativen Marketing-Ansätze** sind auch effektiv? Und welche **neuen Geschäftsmodelle** sind nötig und erfolgversprechend?

Diese Konferenz stellt Ihnen die **Erfolgsstrategien für das „Mitmach-Internet“** vor. Diskutieren Sie mit uns über **innovative Praxisbeispiele**, die Ideen **visionärer Vordenker** und profitieren Sie vom Know-How ausgewiesener **Fachexperten**.

Es erwarten Sie zwei spannende produktive Tage, die Ihnen **Antworten auf die entscheidenden Fragestellungen**, die das Web 2.0 Unternehmen heute und morgen auf gibt, liefern werden.

### Ihr Konferenzleiter:

**Prof. Dr. Marc Drüner**, Professor für Marketing und Innovationsmanagement, Steinbeis University, und Geschäftsführender Gesellschafter trommsdorff + drüner innovation + marketing consultants GmbH, Berlin

### Berichte aus der Praxis:

**Jan Andresen**, Seed Investor & CEO, Zweitgeist GmbH, Karlsruhe

**Ralf Baumann**, Geschäftsführer der T-Com Innovations GmbH, Berlin, Leiter des Bereichs Portal bei T-Online, Darmstadt

**Maurizio Barucca**, Business Manager, Bild.T-Online.de & Projektleiter „The Avastar“, Berlin

**Jens Hilgers**, CEO, Turtle Entertainment GmbH, Köln

**Dr. Marc Jokisch**, Marketing Innovations BMW Group, München

**Christian Müller**, eMarketing Manager Deutschland, Sun Microsystems GmbH, Kirchheim-Heimstetten

**Michael Munz**, Director, Holtzbrinck eLab GmbH, München

**Sang-Woo Pai**, Geschäftsführer markt.de, München

**Michael Scheuermann**, Leitung News- and Issues Management, BASF Group, Ludwigshafen

**Andreas Schneble**, Senior Online Marketing Manager EMEA, Sun Microsystems GmbH, Kirchheim-Heimstetten

**Ursula Schürmann**, Marketing Communication Manager, Group Marketing, Allianz SE, München

### Experten & Visionäre:

**Dr. Tim E. Fischer**, Projektleiter, Arthur D. Little, München

**Sven Gábor Jánosky**, Leiter des forward2business-ThinkTank, Leipzig

**Susanne Sperber-Pflaumer**, Managing Consultant EMEA, Text 100 GmbH, München

**Rainer Wiedmann**, CEO, aquarius consulting – Gesellschaft für Medien- und Marketing-Beratung mbH, München

**Hansjörg Zimmermann**, CEO, Das Goldene Vlies GmbH, München

# Informationen

## Zielgruppe

Diese Konferenz richtet sich an Geschäftsführer und Vorstände sowie Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen

- Marketing und Kommunikation
- Marktforschung
- Produkt- und Innovationsmanagement
- Neue Medien und Medienmanagement
- Business Development und Kooperationen
- Vertrieb & Verkauf

von B2C- und B2B-Unternehmen, Medienhäusern sowie Marketing-, Beratungs- und PR-Agenturen einschließlich Dienstleistungsunternehmen, die sich mit dieser Thematik befassen.

## Anmeldung

So melden Sie sich an:

 per Telefon:  
08151/27 19-0

 per Telefax:  
08151/27 19-19

 per E-Mail:  
info@management-  
forum.de

 per Internet:  
www.management-  
forum-starnberg.de

 Management Forum Starnberg GmbH  
Maximilianstraße 2b · D-82319 Starnberg

## Teilnahmegebühr

Jede Anmeldung wird von der Management Forum Starnberg GmbH schriftlich bestätigt. Die Gebühr für die zweitägige Konferenz beträgt € 1.695,- zzgl. 19% MwSt. In der Teilnahmegebühr sind enthalten: Mittagessen, Getränke und Arbeitsunterlagen. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen an der Konferenz teilnehmen, gewähren wir **ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass**. Sie erhalten nach Eingang der Anmeldung die Teilnahmebestätigung und eine Rechnung. Die Teilnahme an der Veranstaltung setzt Rechnungsausgleich voraus. Programmänderungen aus aktuellem Anlass behalten wir uns vor. Mit Ihrer Anmeldung erkennen Sie unsere Teilnahmebedingungen an.

## Termin und Ort

**18. & 19. Juni 2007 in Düsseldorf**

**Veranstaltungsort:** Intercontinental Düsseldorf  
Königsallee 59 · 40215 Düsseldorf  
Telefon: 0211/8285-0 · Telefax: 0211/8285-1111  
Zimmerpreis: € 189,- exkl. Frühstück

## Zusätzliches Zimmerkontingent

Four Points Hotel Central-Düsseldorf  
Luisenstraße 42 · 40215 Düsseldorf  
Telefon: 0211/38670-0 · Telefax: 0211/38670-333  
Zimmerpreis: € 99,- inkl. Frühstück

## Zimmerreservierung

Für diese Veranstaltung steht im jeweiligen Hotel ein begrenztes Zimmerkontingent zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel unter Berufung auf die Management Forum Starnberg GmbH vor.

## Registrierung

Der Seminarcounter ist ab 8.15 Uhr zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Teilnahme gelten Namensplaketten, die vor Veranstaltungsbeginn zusammen mit den Arbeitsunterlagen ausgehändigt werden.

## Rücktritt

Bei Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 55,- zzgl. 19% MwSt. pro Person erhoben, wenn die Absage bis spätestens 1. Juni 2007 schriftlich bei der Management Forum Starnberg GmbH eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer verspäteten Abmeldung wird die gesamte Seminargebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.

## Management Forum Starnberg

Als Veranstalter von Fachkonferenzen und -seminaren für Führungskräfte steht Management Forum Starnberg für

- professionelle Planung, Organisation und Durchführung
- aktuelle Themen und sorgfältig recherchierte Inhalte
- Zusammenarbeit mit namhaften Referenten
- viel Raum für informative Diskussionen und interessante Kontakte

## Anmeldung unter Fax 0 81 51/27 19-19 oder [www.management-forum.de/digitale\\_communities](http://www.management-forum.de/digitale_communities)

Bitte Coupon fotokopieren oder ausschneiden und im Briefumschlag oder per Fax an: Management Forum Starnberg GmbH, Maximilianstraße 2b, D-82319 Starnberg

**Ja**, hiermit melde ich mich für die Konferenz

### Digitale Communities

### Die Erfolgsstrategien für das „Mitmach-Internet“

am 18. und 19. Juni 2007 in Düsseldorf an.

**Management Forum  
Starnberg GmbH  
Frau Claudia Fink  
Maximilianstraße 2b**

**D-82319 Starnberg**

1. Name \_\_\_\_\_ 2. Name \_\_\_\_\_

Vorname \_\_\_\_\_ Vorname \_\_\_\_\_

Position \_\_\_\_\_ Position \_\_\_\_\_

Abteilung \_\_\_\_\_ Abteilung \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Straße/PF \_\_\_\_\_ PLZ / Ort \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_ \*Telefax \_\_\_\_\_

\*E-Mail \_\_\_\_\_

Branche \_\_\_\_\_ Beschäftigtenzahl: ca. \_\_\_\_\_

Datum \_\_\_\_\_ Unterschrift \_\_\_\_\_

IX 3602

## Unsere Prospekte einfach und direkt auf Ihr Fax!

Nutzen Sie die Möglichkeit, zukünftig auch per Fax über Veranstaltungen von Management Forum Starnberg informiert zu werden!

**Antworten Sie per Fax: 08151/2719-19**

**Ja, ich bin damit einverstanden, dass Sie mich zukünftig auch per Fax über Ihre Veranstaltungen informieren**

Name \_\_\_\_\_

Vorname \_\_\_\_\_

Position \_\_\_\_\_

Abteilung \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Straße/PF \_\_\_\_\_

PLZ/Ort \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_

Telefax \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

Branche \_\_\_\_\_

Beschäftigtenzahl: ca. \_\_\_\_\_

Datum \_\_\_\_\_

Verbindliche Unterschrift \_\_\_\_\_