



- Dr. Marcus Englert, Geschäftsführer, SevenOne Intermedia GmbH
- Matthias Greve, Vorstandsvorsitzender, WEB.DE AG
- Franz Dillitzer, Geschäftsführer, Yahoo! Deutschland GmbH
- Dr. Constantin Lange, Geschäftsführer, RTL Newmedia

Moderation: Dr. Bernhard Jünnemann, stv. Chefredakteur, „Börse online“

Tagungsprogramm

Kongress der online-marketing-duesseldorf

1. Tag: Mittwoch, 1. Oktober 2003

Hauptthemen des Vormittags

Online ist wirkungsvoll, Online im Marketing-Mix

9.30 Uhr: **Opening Messe**

10.00 Uhr: **Eröffnungsrunde**

online-marketing-summit: Medienhäuser der Zukunft

- Burkhard Graßmann, Vorstand Medien, T-Online International AG
- Fried von Bismarck, Vorstand, SPIEGELnet AG

Schneewittchen und die 6 Zwerge.

11.00 Uhr: Einführungsvortrag

Stand der Werbewirkungsforschung online
*Martin Hubert, Managing Partner/CEO,
 BBDO InterOne*

11.45 Uhr: Roundtable

Werbewirkung von Online-Medien

Moderation: *Dr. Adrian Weser, Research & Media
 Marketing, BAUER MEDIA KG*

Teilnehmer u. a.: • *Martin Hubert, CEO, BBDO InterOne*
 • *Martina Marzahn, Group Manager
 E-Communication, Coca-Cola*
 • *Oliver Gertz, Geschäftsführung, Plan.net*
 • *Ralf Maltzen, Marketing E-Commerce-Leitung,
 Volkswagen AG*

12.30 Uhr: Keynote

Status und Entwicklungen im amerikanischen
 Markt für Online-Marketing
Richard Hopple, CEO, Unicast, New York

Hauptthemen des Nachmittags

Online ist dabei, Marken sind online

13.30 Uhr: Keynote

Angeschlossen oder ausgeschlossen – die
 Netzwerkkinder definieren Kommunikation neu
*Andreas Steinle, geschäftsführender Gesell-
 schafter, Trendbüro Hamburg*

14.15 Uhr: Best Practice

Best Practices Werbung treibender Unterneh-
 men mit anschließender Diskussion

Moderation: *Rainer Wiedmann, Geschäftsführer,
 Argonauten 360°*

Teilnehmer: • *Christian Roos, Leiter Markenkommunikation,
 Debitel*
 • *Marc Werner, Head of Marketing Services &
 Sales, Blue Win AG*
 • *Hans-Jürgen Grabias, Geschäftsführer
 Marketing, Krombacher*

08/14.

- *Michael Freund, Leiter nationale Werbung und Media, Nissan*
- *Åsa Skogström, Head of Marketing, Sony Ericsson*

16.15 Uhr: **Keynote**
Entwicklungen in der Marketing- und Medienlandschaft, Parallelen zur Entwicklung im TV-Markt
Prof. Helmut Thoma

17.00 Uhr: **Abschluss**
Zusammenfassung des Programms

17.15 Uhr: **Ende**

2. Tag: Donnerstag, 2. Oktober 2003

Hauptthemen des Vormittags Online ist kreativ, Kampagnen brauchen online

10.00 Uhr: **Keynote**

10.45 Uhr: **Best Practice Diskussion mit Vertretern führender Agenturen**

Moderation: *Raoul Fischer, Cvd Online, Media & Marketing*

Teilnehmer: • *Oliver Voss, Geschäftsführer, Jung von Matt*
• *Jochen Karrer, CEO, BMZ*

- *Hans-Werner Klein, Managing Director, Zentropy Partners*
- *Matthias Kurwig, Geschäftsführer, Planetactive GmbH*

11.30 Uhr: **Konvergenz Award**
„Winners' Hour“ – die Sieger des Konvergenz Awards und ihre Konzepte werden vorgestellt und erläutert.
Jens-Uwe Steffens, Pilot-Group

Halbkornmüsli.

12.30 Uhr: **Keynote**

Maximizing Brand Effectiveness through
Cross Media Optimization
Greg Stuart, CEO/President, Interactive Advertising Bureau, New York

Hauptthemen des Nachmittags

Online ist messbar, Status und Ausblick der einheitlichen „Online-Währung“

13.45 Uhr: **Einführungsvortrag**

*Harald Kratel/Jürgen Sandhöfer,
Vorstand AGOF (Arbeitsgemeinschaft
Online-Forschung e.V.)*

14.10 Uhr: **Roundtable**

Moderation: *Klaus Janke, Ressortleiter Net Economy,
HORIZONT*

Teilnehmer:

- *Michael Walter, Vorstand AGMA
(Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.)*
- *Sascha Jansen, Executive Managing Director,
Zenith Moreinteractive*
- *Hans Georg Stolz, geschäftsführender
Gesellschafter CBC GmbH*
- *Uli Kramer, geschäftsführender Gesellschafter
pilot 1/0 communication GmbH*
- *Jürgen Sandhöfer, Vorstand AGOF (Arbeits-
gemeinschaft Online-Forschung e.V.)*

15.00 Uhr: **Keynote**

Online-Werbung im Rahmen orchestrierter
Kommunikation
Prof. Knut Föckler, Creativepackages

15.45 Uhr: **Abschluss**

Zusammenfassung des Programms

16.00 Uhr: **Ende**

Halluja.

Workshopprogramm

Workshops der online-marketing-duesseldorf

1. Tag: Mittwoch, 1. Oktober 2003

- 11.00–12.00 Uhr: Case Studies aus der Online-Vermarktung
- 12.00–13.00 Uhr: Streaming
- 13.00–14.00 Uhr: Case Studies aus der Online-Vermarktung
Procter & Gamble + MasterCard
- 14.00–16.00 Uhr: Suchmaschinenmarketing
- 17.00–18.00 Uhr: Multichannel-Marketing

2. Tag: Donnerstag, 2. Oktober 2003

- 11.00–12.00 Uhr: Mobile-Marketing
- 12.00–13.00 Uhr: Case Studies aus der Online-Vermarktung
Yellomiles + Alfa Romeo
- 13.00–15.10 Uhr: Ad-Technology-Standards

**Jeder merkt, wenn
was Wichtiges fehlt.
Online-Werbung.
Muss dabei sein.**

Als perfekte Ergänzung zu herkömmlichen Medien steigert Online die Wirkung Ihres Mediamix erheblich. Denn Online ermöglicht echte Cross-Media-Kampagnen. Die intelligente Verknüpfung von TV und Funk über Print bis Online bringt eine weit höhere Werbewirkung – bei gleichem Gesamtbudget. Mehr dazu und zu Stichworten wie Multiplying, Response oder Targeting erfahren Sie unter www.die-onlinevermarkter.de und hier auf der omd 2003.

Eine Initiative des Online-Vermarkterkreises:
ADLINK INTERNET MEDIA, AOL DEUTSCHLAND, ALTA VISTA,
BAUER MEDIA, ESPOTTING, GMX, GOOGLE, GRÜNER + JAHR EMS,
GWP ONLINE MARKETING, INTERACTIVE MEDIA, IP NEWMEDIA,
LYCOS EUROPE, MOBILE.DE, ORANGEMEDIA.DE, OVERTURE,
QUALITY CHANNEL, SEVENONE INTERACTIVE, SCOUT24 MEDIA,
TISCALI, TOMORROW FOCUS, WEB.DE, YAHOO! DEUTSCHLAND

Online
marketing
duesseldorf