

# E-Commerce



**Neue Märkte, neue Kunden, neue Potenziale für alle Branchen –  
Partizipieren Sie am Boommarkt von 17,2 Milliarden Euro!**

## **Kunden, Hersteller, Dienstleister**

Im Internet wird jeder zum Händler

## **Gesucht, gefunden, gekauft**

Wie Sie aus Internetnutzern Käufer machen

## **Online-Business im B2B-Bereich**

Neue Erfolgskonzepte für innovative Geschäftsmodelle

## **Interaktive Foren und Social Commerce**

Wie Sie Kunden für den Verkauf Ihrer Produkte nutzen

## **Schneller, einfacher, sicherer**

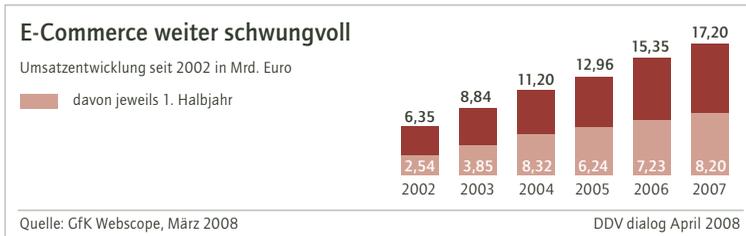
Mit den besten Prozessen Kundenwünsche optimal erfüllen

**Was macht die Gewinner im E-Commerce so erfolgreich?  
Erleben Sie 15 Praxisberichte der Top-Seller!**

- BASF • baumarkt direkt • Delticom • EasyApotheke • eBay • Expedia Corporate Travel
- FinanzNet • Globetrotter Ausrüstung • mymuesli • smatch.com • Pfalzwerke • Rock ‚N‘ Shop
- Swarovski Crystal Online • T-Mobile Deutschland • Verlagsgruppe Weltbild

# Jeder zweite Internetnutzer kauft bereits online!

Der Einkauf per Mausclick ist so beliebt wie nie: 2007 haben die Deutschen im Internet rund 17,2 Milliarden Euro für Waren und Dienstleistungen ausgegeben – dies entspricht einem Plus von zwölf Prozent.



Immer mehr Unternehmen möchten jetzt auch ein Stück vom Kuchen. Um erfolgreich im Online-Geschäft zu agieren, sind viele Faktoren entscheidend. Von der zielgerichteten Ansprache, interaktiven Applikationen über eine nutzerfreundliche Website bis hin zur sicheren Zahlungsabwicklung – Usability und Customization sind die Zauberworte für einen umsatzstarken Verkauf. Nutzen auch Sie das Internet als Plattform, um neue Kundengruppen und Märkte erfolgreich zu erschließen. Experten aus namhaften Unternehmen vermitteln Ihnen konkrete Handlungsempfehlungen für Ihren Erfolg im E-Commerce.

## Erfahren Sie unter anderem:

- mit welchen Sortimenten **Weltbild** Cross-Selling-Potenziale optimal nutzt
- wie die **Pfalzwerke** mit 123energie.de erfolgreich neue Kunden gewinnen
- auf welche Weise **T-Mobile** durch integriertes Multi-Channel-Management Käufer ins Netz lockt
- wie **Rock ,N' Shop** zuverlässige Payment-Lösungen im internationalen Geschäft integriert
- wie die **easyApotheke** durch optimale Logistik kurze Lieferzeiten garantiert
- mit welchen Strategien die Otto Gruppe mit **smatch.com** Kunden in den Verkaufsprozess einbezieht

## Mit dieser branchenübergreifenden Konferenz richten wir uns an:

Vorstände, Geschäftsführer und Führungskräfte aus den Bereichen

- E-Commerce und E-Business
- Online-Marketing, Internet und Neue Medien
- Direktmarketing
- Marketing und Kommunikation
- Verkauf, Vertrieb und CRM
- Business Development und Unternehmensentwicklung
- Logistik, Fulfillment und IT

sowie Berater, Agenturen und Dienstleister aus dem Bereich E-Commerce.

## Erleben Sie hochkarätige Referenten, unter anderem:



Oliver Blume, easyApotheke



Dr. Klaus Driever, Verlagsgruppe Weltbild



Arno Ebner, Swarovski Crystal Online



Dr. Herbert Fisch, BASF



Gunter Fritsche, T-Mobile



Florian Storp, Expedia Corporate Travel



Ralf Poll, Pfalzwerke



Dr. Stephan Zoll, eBay

## INFOLINE

Haben Sie Fragen zu dieser Veranstaltung?

Wir helfen Ihnen gerne weiter.

Konzeption und Inhalt

**Alexandra Grohmann**, Konferenz-Managerin  
Organisation

**René Schwabe**, Konferenz-Koordinator

E-Mail: rene.schwabe@euroforum.com

**Telefon: 02 11/96 86–36 16**

## ERSTER KONFERENZTAG

8.30 – 9.00

Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Tagungsunterlagen

9.00 – 9.15

Begrüßung durch den Vorsitzenden und thematische Einführung

**Prof. Dr. Bernd Skiera**, Lehrstuhl für Electronic Commerce,  
Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main

### Umsatzmotor E-Commerce – Wie das Internet Geschäftsmodelle revolutioniert

9.15 – 9.45

**E-Commerce zwischen Depression und Euphorie – Was war, was ist, was wird?**

- E-Commerce made in Germany – Hoffnungen, Realitäten, Perspektiven!
  - Ausgangspunkt Kunde – Wie tickt der Onliner?
  - Handel im Wandel – Wie das Internet Märkte verändert
- Dr. Kai Hudetz**, Stellvertretender Geschäftsführer,  
Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln

9.45 – 10.15

**Innovationen, Zukunftsstrategien und Trends im Online-Handel**

- Welche Megatrends haben langfristig Einfluss?
  - Mit neuen Sortimenten Cross-Selling-Potenziale optimal nutzen
  - Individuelle Kundenansprache statt Informationsflut!
  - Was können deutsche Unternehmen von Online-Buchhändlern lernen?
- Dr. Klaus Driever**, Geschäftsführer, Verlagsgruppe Weltbild GmbH

10.15 – 10.45 Pause mit Kaffee und Tee

### Erfolgsgeschichten aus dem Netz

10.45 – 11.15

**Hagebau auf allen Kanälen – Multi-Channel im E-Commerce**

- Schnell, schön, funktional – So wollen Kunden einkaufen
  - Die Mischung macht's – Verkauf über stationären Handel, Katalog und Internet
- Joachim van Wahlen**, Bereichsleiter E-Commerce, baumarkt direkt GmbH  
**Dr. Ludger Vogt**, Vice President, Intershop Communications AG

11.15 – 11.45

**Power aus dem Netz: Das Erfolgsbeispiel 123energie.de**

- Potenziale im Online-Vertrieb – Wie lassen sie sich in der Energieversorgung nutzen?
  - Online-Vertriebsportale – Anforderungen an interne Strukturen, sowie Einsparpotenziale bei Prozess- und Abrechnungskosten
  - Neue Abrechnungsmodelle und zuverlässige Tarifstruktur als Kundenvorteile
- Ralf Poll**, Prokurist und Leiter Vertrieb/Handel, Pfalzerwerke AG

11.45 – 12.15

**Logistik und Fulfillment im Internet – Über Erfolgskriterien, Risiken und Nebenwirkungen**

- Welche Faktoren machen Versandapotheken so beliebt und erfolgreich?
- Welche Herausforderungen gibt es beim Versand von Medikamenten über Ländergrenzen hinweg?
- Zukünftiger Einfluss von E-Commerce auf die Apotheken- und Pharmabranche

**Oliver Blume**, Geschäftsführer, easyApotheke  
Kooperationsgesellschaft mbH

12.15 – 13.15 Gemeinsames Mittagessen

### Liebe auf den ersten Klick – Mit den richtigen Strategien Käufer finden und binden

13.15 – 13.45

**Grenzenloses World Wide Web – Aber wie finde ich die richtigen Kunden?**

- Gute Kunden, schlechte Kunden – Wege wertorientierter Kundensegmentierung im Internet
  - Suchmaschinenmarketing: Ein mittlerweile hart umkämpfter Markt mit Tücken
  - Affiliate Marketing: So setzen Sie die Provisionen optimal fest
  - Social Networks: Chancen zum Vertrieb im Mitmach-Web
- Prof. Dr. Bernd Skiera**

13.45 – 14.15

**Kanalanteilssteigerung Online durch erfolgreiches Multi-Channel-Management – Kunden binden und gewinnen im Kontext Offline UND Online**

- Von der realen Welt ins Internet und zurück – Auf allen Kanälen präsent sein
  - Teure BTL Maßnahmen und preiswerter Onlinekanal – Wie passt das zusammen?
  - Über die klassische Werbung zum „One Klick to Order“
  - Mögliche Gestaltungsformen und Erfolgsfaktoren
- Gunter Fritsche**, Leiter E-Business Telekom Vertrieb,  
T-Mobile Deutschland GmbH

14.15 – 14.45

**Kundenzugang ohne Grenzen – Multiplikatorenvertrieb über das Internet**

- Vom zufriedenen Kunden zum aktiven Multiplikator
  - Erfolgsfaktoren des onlinebasierten Empfehlermarketings
  - Wie lassen sich Affiliate-Programme effizient nutzen?
  - Praxisbeispiele aus den Branchen Telekommunikation, Handel und Versicherungen
- Holger Neinhaus**, Partner, SMP AG

14.45 – 15.15 Pause mit Kaffee und Tee

## Kunden aktiv in Kaufprozesse einbeziehen

15.15 – 15.45

### AUSGEZEICHNET ALS „START-UP DES JAHRES 2007“ Vom Konsument zum Prosument – Erfolgreiche Verkaufsstrategien auch mit kleinem Budget

- Nischenmärkte innovativ erobern – Die Entstehungsgeschichte von www.mymuesli.de
- Herausforderung Social Commerce: Emotionale Kundenbeziehungen

Max Wittrock, Geschäftsführer, mymuesli GmbH

15.45 – 16.15

### Keine Angst vor dem vernetzten Kunden – Wie Sie die neue Macht des Konsumenten für Ihren Abverkauf nutzen

- Der vernetzte Kunde – und welche Rolle das Internet bei der Kaufentscheidung spielt
- Authentizität zählt – User Generated Content als Spiegel von Konsumentenmeinungen
- Erfolgsfaktor Tempo und Relevanz – Schaffen Sie reaktionsfähige Kampagnen!

Martin Hubert, CEO, Interone Worldwide GmbH

## Social Shopping & Social Commerce – Wie man mit Web 2.0 Geld verdient

16.15 – 16.45

### E-Commerce im Zeitalter von Social Shopping und Communities – Das junge Erfolgsbeispiel smatch.com

- Übergreifende Produktsuche spezialisiert auf Mode-, Wohnen- und Lifestyle-Produkte
- Optimale Produktempfehlung durch Personalisierung und Vernetzung der User
- User generierte Style-Trends aus der Community

Dr. Björn Schäfers, Geschäftsführer, smatch.com,  
ein Unternehmen der Otto Gruppe

16.45 – 17.15

### Der Preis ist heiß – Portale und Preisvergleichsmaschinen

- Wie preisgetrieben ist das Internet tatsächlich?
- Welche Faktoren spielen bei der Anbieterauswahl eine Rolle?
- Produktberatung: Crowdsourcing oder Kernkompetenz?
- Aktivieren Sie Ihre Kunden mit Social Web und Widgets

Dr. Torsten Schwarz, Geschäftsführer, Marketing-Börse GmbH

17.15 – 17.30

### Diskussion und Zusammenfassung der Ergebnisse, Ende des ersten Konferenztages

Im Anschluss an den ersten Konferenztage sind Sie herzlich zu einem Umtrunk eingeladen. Nutzen Sie die Gelegenheit, sich mit Referenten und Teilnehmern auszutauschen und knüpfen Sie neue Kontakte.

## ZWEITER KONFERENZTAG

8.30 – 9.00

Empfang mit Kaffee und Tee

### Erfolgsstrategien im B2B-Markt – Verkanntes Potenzial?

9.00 – 9.30

#### „Help our Customers to be more successful“ – The BASF E-Commerce tools

- Elektronische Plattformen und Märkte im B2B – Was leisten sie wirklich? Wie kann man sie gewinnbringend nutzen?
- Schritte der Planung und technischen Umsetzung
- Think global, act local – Change Management erfolgreich begleiten

Dr. Herbert Fisch, Leiter E-Commerce Global, BASF SE

9.30 – 10.00

#### Effizienter B2B-Vertrieb im Internet – Erfolgsrezepte aus zehn Jahren Erfahrung eines Finanzdienstleisters

- Irrwege, technische Umsetzung und wie es funktioniert(e)
- Chance in der Nische – Welche Möglichkeiten der Marktentwicklung gibt es?
- Was kommt nach dem „E-Commerce-Hype“?

Udo W. Masrouki, Vorstand, FinanzNet Holding AG

10.00 – 10.30

#### Wie Multi-Channel und One Stop Shopping zusammen- arbeiten: Erfolgreiche Strategien für die internationale Expansion eines Geschäftsreiseanbieters

- Multi-Channel-Kommunikation und weltweit einheitliche Technologie erleichtern das Geschäftsreisemanagement
- Mit Multi-Channel-Strategie erfolgreich auf Expansionskurs

Florian Storp, Geschäftsführer, Expedia Corporate Travel GmbH

10.30 – 11.00 Pause mit Kaffee und Tee

### Die ganze Welt auf einem Klick – Chancen und Herausforderungen im internationalen E-Commerce

11.00 – 11.30

#### Der globale Marktplatz eBay: Online-Handel ohne Grenzen

- Was sind Erfolgsfaktoren des weltweiten Online-Marktplatzes?
- Weltweit handeln – Chancen und Herausforderungen für den internationalen Handel

Dr. Stephan Zoll, Director Merchant Business, eBay GmbH

11.30 – 12.00

#### Internationalisierung von Online Shops – Europas größter Online-Reifenhändler Delticom AG/ReifenDirekt.de berichtet

- Ausrichtung des Geschäftsmodells – Global denken
- Systemseitige und organisatorische Herausforderungen
- Chancen und Perspektiven

Swantje Klipp, Marketing Director, Delticom AG

Fortsetzung des Programms von Seite 4

12.00 – 12.30

### E-Commerce goes global – Internationale Verkaufsstrategien und Integration von E-Payment-Prozessen

- Weltweit verkaufen – Herausforderung, Umsetzung und Zukunftsperspektiven
- Stellenwert von Payment-Services im internationalen Umfeld – Wie lassen sich bestehende Systeme integrieren und ausbauen?
- Erfahrungsbericht zur Sicherheit von weltweiten Zahlungen und Sendungen

**Rene Otto**, Geschäftsführer, Rock ,N' Shop

12.30 – 13.30 Gemeinsames Mittagessen

### Das Internet als Shoppingcenter – Mit Erlebniswelten Kaufprozesse optimal unterstützen

13.30 – 14.00

### Faszination World Wide Web – Einkaufs-Erlebniswelt im Internet am Beispiel Swarovski

- E-Commerce – Integrierter Bestandteil einer umfassenden „Multiple Consumer Experience“
- Digital Branding – Authentische Repräsentation der Markenstrategie
- Schnelle und verlässliche Logistik und Distribution erhöht die Kundenzufriedenheit

**Arno Ebner**, Vice President Operations eCommerce/Geschäftsführer der Swarovski Crystal Online AG

14.00 – 14.30

### Neue Kanäle, neue Strategien – Multi-Channel-Management bei Globetrotter

- Emotionales Verkaufen – Das Shopping der Zukunft?!
- Vergleich Sortimentssteuerung im stationären Category Management und im (Online-)Versandhandelsgeschäft
- Integrierte Marketingmaßnahmen, kanalübergreifende Nutzung von Daten, geplante Innovationen

**Jens Kreklau**, Leiter Online-Marketing, Globetrotter Ausrüstung Denart & Lechhart GmbH

14.30 – 15.00

### Digital Branding, Webdesign und Usability – Wie man mit Kreativität, Nutzerfreundlichkeit und Markenführung seine Online-Kassen zum Klingeln bringt

- Digital Branding schafft Aufmerksamkeit und Markenaffinität
- Webdesign sorgt für Lust am Onlinekauf
- Usability garantiert bessere Abverkaufsquoten und weniger Abbruchraten bei Onlinebestellungen

**Hansjörg Zimmermann**, Geschäftsführer, Das Goldene Vlies

15.00 – 15.30

### Diskussion und Zusammenfassung der Ergebnisse, Ende der Konferenz

### Als Aussteller hat bereits zugesagt

## INTERSHOP™

**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. 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 Communications AG

Flachsland 10, 22083 Hamburg  
www.intershop.de

#### Ansprechpartner: Ivonne Sokoll

Team Manager Event Marketing

Telefon: 040/2 37 09-1 36

Mobil: 01 72/7 98 63 23

Telefax: 040/2 37 09-4 36

E-Mail: i.sokoll@intershop.de

### SPONSORING UND AUSSTELLUNGEN

Im Rahmen der Veranstaltung besteht die Möglichkeit, dem exklusiven Teilnehmerkreis Ihr Unternehmen und Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu präsentieren. Ihre Fragen zu Sponsoring- und Ausstellungsmöglichkeiten sowie zur Zielgruppe beantwortet Ihnen gerne:

**Sametha-Viola Malbert**, Sales-Managerin

Telefon: 02 11/96 86-37 25

Fax: 02 11/96 86-47 25

E-Mail: sametha-viola.malbert@euroforum.com

### Medienpartner





# E-Commerce

Steigern Sie Ihren Umsatz mit erfolgreichen Verkaufsstrategien im Internet

27. und 28. August 2008, Holiday Inn Munich City Centre  
Hochstraße 3, 81669 München, Telefon: 0 89/48 03-0

Bitte ausfüllen und faxen an: 02 11/96 86-40 40

- Ja, ich nehme am 27. und 28. August 2008 teil**  
zum Preis von € 1.849,- zzgl. MwSt. p.P.  
[Ich kann jederzeit ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer benennen.]  
[Im Preis sind ausführliche Tagungsunterlagen enthalten.]
- Ich kann nicht teilnehmen. Senden Sie mir bitte die **Tagungsunterlagen**  
zum Preis von € 299,- zzgl. MwSt.  
[Lieferbar ab ca. 2 Wochen nach der Veranstaltung.]
- Ich interessiere mich für **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten**.
- Ich möchte **meine Adresse wie angegeben korrigieren lassen**.  
[Wir nehmen Ihre Adressänderung auch gerne telefonisch auf: 02 11/96 86-33 33.]

[P1103156M012]

**TEILNAHMEBEDINGUNGEN.** Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken beträgt € 1.849,- zzgl. MwSt. pro Person und ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

[P1103156M700]

**IHRE DATEN.** Ihre Daten werden von der EUROFORUM Deutschland GmbH und Partnerunternehmen zur Organisation der Veranstaltung verwendet. Wir werden Sie gerne künftig über unsere Veranstaltungen informieren. Mit Ihrer Unterschrift geben Sie Ihre **Einwilligung**, dass wir Sie auch per Fax, E-Mail oder Telefon kontaktieren sowie Ihre Daten mit anderen Unternehmen (insb. der Informa plc) in Deutschland und international zu Zwecken der Werbung austauschen dürfen. Sollten Sie die Einwilligung nicht in dieser Form geben wollen, so streichen Sie bitte entsprechende Satzteile oder setzen sich mit uns in Verbindung [Tel.: 02 11/96 86-33 33]. Diese Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden. Sie können der Verwendung Ihrer Daten zu den genannten Zwecken jederzeit widersprechen.

**IHRE ZIMMERRESERVIERUNG.** Im Tagungshotel steht Ihnen ein begrenztes Zimmerkontingent zum ermäßigten Preis zur Verfügung. **Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung direkt im Hotel unter dem Stichwort „EUROFORUM-Veranstaltung“ vor.**

**IHR TAGUNGSHOTEL.** Das *Hotel Holiday Inn Munich City Centre* ist eines der größten Konferenz- und Tagungshotels in Süddeutschland. Das moderne Veranstaltungs- und Konferenzzentrum bietet mit seinen 2.000 qm eine Basis für Events jeglicher Art und ist mit seiner zentralen Stadtlage eine ideale Unterkunft. Besuchen Sie uns doch einfach im Internlhr Tagungshotel unter [www.munich-meeting-centre.com](http://www.munich-meeting-centre.com). Am Abend des ersten Veranstaltungstages lädt Sie das Holiday Inn Munich City Centre herzlich zu einem Umtrunk ein.

**WIR ÜBER UNS.** Der Name EUROFORUM steht in Europa für hochwertige Kongresse, Seminare und Workshops. Ausgewählte, praxiserfahrene Referenten berichten zu aktuellen Themen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung. Darüber hinaus bieten wir Führungskräften ein erstklassiges Forum für Informations- und Erfahrungsaustausch. Die EUROFORUM Deutschland GmbH ist ein Unternehmen der Informa plc, einem börsennotierten Medienunternehmen für Finanz- und Wirtschaftsinformationen mit Sitz in London.

Name
Position/Abteilung
E-Mail
Firma
Ansprechpartner im Sekretariat
Anschrift
Telefon
Fax

Datum, Unterschrift

Rechnung an (Name)
Abteilung
Anschrift

Wer entscheidet über Ihre Teilnahme?  Ich selbst oder  Name: \_\_\_\_\_ Position: \_\_\_\_\_

Beschäftigtenzahl an Ihrem Standort:  bis 20  21-50  51-100  101-250  251-500  501-1000  1001-5000  über 5000

## Anmeldung und Information

per Fax: +49 (0)2 11/96 86-40 40  
 telefonisch: +49 (0)2 11/96 86-36 16 [René Schwabe]  
 Zentrale: +49 (0)2 11/96 86-30 00  
 schriftlich: EUROFORUM Deutschland GmbH  
 Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf

per E-Mail: [anmeldung@euroforum.com](mailto:anmeldung@euroforum.com)  
[info@euroforum.com](mailto:info@euroforum.com)  
 im Internet: [www.euroforum.de/ecommerce](http://www.euroforum.de/ecommerce)