

# WEB 2.0

## K o n g r e s s

RIA    RSS    Wikis    Podcast  
AJAX    Mashups    Blogs    Tags

13.-14. Oktober 2008 · InterContinental Hotel · Hamburg

### Geld verdienen im Social Web

Neu im Programm

#### Neue International Keynotes



Ross Mayfield  
**Socialtext**  
USA



Antonio Vince Staybl  
**itsmy.com**  
(a Gofresh company)  
UK

#### Pharma 2.0



Bernhard Falch  
**Sulake Deutschland GmbH (Habbo)**



Alexander Derno  
**Deutsche Telekom AG**

#### Mobile 2.0



Dr. Axel Jockwer  
**HolidayCheck AG**



Dr. Willms Buhse  
**CoreMedia AG**



Andreas Frenkler  
**Otto GmbH & Co KG**

#### Finance 2.0



Prof. Dr. Marc Drüner  
**trommsdorff + drüner, innovation + marketing consultants GmbH**



Dimitrios Haratsis  
**ZANOX.de AG**

#### Marketing 2.0



Ralf Ahamer  
**XING AG**



Michel Lindenberg  
**StayFriends GmbH**

### INTERNATIONAL-KEYNOTES

John Eckman  
**Optaros Labs, Optaros Inc.**  
USA

Yoav Lorch  
**Zlango Ltd.**  
Israel

Euan Semple  
**Euan Semple Ltd.**  
UK (BBC)

Dwayne Spradlin  
**InnoCentive USA**  
(Eli Lilly)

#### Social Commerce



Martin Hubert  
**Interone Worldwide GmbH (BBDO)**



Rainer Wolf  
**Virtual Arts & Magic GmbH**

#### Monetization 2.0



Markus M. Franz  
**Sugoma KG**



Jörg Bienert  
**empulse GmbH**

#### WEB 3.0



Uwe Frers  
**TripsByTips GmbH**



Ibrahim Evsan  
**sevenload GmbH**

#### Enterprise 2.0



Thorsten Firzlaff  
**Bayer Business Services GmbH**



Heiko Eckert  
**bigmouthmedia GmbH**



Dr. Henrike Fröchling  
**15Talents GmbH, ZEIT Online GmbH**

#### Semantic Web

#### Second Life



Heike Schock  
**Deutsche Post AG**



Georg Broxtermann  
**Orbster GmbH**



Thilo Veil  
**xx-well.com AG**



Klaus Ulonska  
**S.C. Fortuna Köln**

#### Media 2.0



Georg Konjovic  
**hamburg.de GmbH & Co. KG**

#### Community 2.0

#### Collaboration



Dr. Thomas Stögmüller  
**teclegal Habel Rechtsanwälte Partnerschaft**



Dirk Poppen  
**E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG**



Prof. Dr. Andreas Dengel  
**DFKI GmbH**



Dirk Daniel Stoeveken  
**deinfussballclub.de DFC GmbH**



Claus-Peter Schrack  
**Loyalty Partner GmbH**

### COMMUNITY-PODIUM

Ralf Ahamer  
**XING AG**

Michel Lindenberg  
**StayFriends GmbH**

Michael Brehm  
**studiVZ Ltd.**

Axel Zawierucha  
**internetwarriors GmbH (moli)**

Stefan Zilch  
**MySpace (Fox Interactive Media GmbH)**

IIR Technology®  
Kongresse & Seminare  
Ein Geschäftsbereich der IIR Deutschland GmbH

www.web2.0-kongress.de



Abb. ähnlich

Bei einer Anmeldung bis zum **31.08.2008** inklusive Apple ipod nano 4 GB

## Fachbeirat



**Prof. Dr. Marc Drüner,**  
Steinbeis-Hochschule, Geschäftsführender Gesellschafter,  
trommsdorff + drüner, innovation + marketing consultants  
GmbH, Berlin



**Jörg Bienert,**  
Geschäftsführer, empulse GmbH, Köln

## Mit Top Speakern von:

Bayer Business Services GmbH  
bigmouthmedia GmbH  
CoreMedia AG  
deinfussballclub.de DFC GmbH  
Deutsche Post AG  
Deutsche Telekom AG  
DFKI GmbH  
Dresdner Bank AG  
E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG  
Euan Semple Ltd.  
hamburg.de GmbH & Co. KG  
HolidayCheck AG  
InnoCentive

Interone Worldwide GmbH  
internetwarriors GmbH „Strategien für  
Online Marketing“  
itsmy.com  
Loyalty Partner GmbH  
MySpace (Fox Interactive Media GmbH)  
Optaros Labs, Optaros, Inc.  
Orbster GmbH  
Otto GmbH & Co KG  
S.C. Fortuna Köln  
sevenload GmbH  
Sugoma KG  
Sulake Deutschland GmbH

StayFriends GmbH  
studivZ Ltd.  
Socialtext  
teclegal Habel Rechtsanwälte  
Partnerschaft  
TripsByTips GmbH  
Virtual Arts & Magic GmbH  
XING AG  
xx-well.com AG  
ZANOX.de AG  
Zlango Ltd.  
ZEIT Online GmbH  
15Talents GmbH

## Sponsoren



CoreMedia ist internationaler Anbieter für people-centric™ Content Management Software. In dem hochdynamischen Markt für Internet-Technologie hat sich das Hamburger Unternehmen als Enterprise 2.0 erfolgreich auf 5 Kontinenten positioniert. Gegründet 1996 am Stammsitz Hamburg, beschäftigt CoreMedia über 150 Mitarbeiter und verfügt über ein globales Netzwerk von Implementierungs-Partnern.  
<http://blog.coremedia.com> und [www.coremedia.com](http://www.coremedia.com)

CoreMedia AG  
Ludwig-Erhard-Str. 18  
20459 Hamburg

Ansprechpartner:  
Sheila Moghaddam-Ghazvini, Marketing Manager  
E-Mail: [sheila.moghaddam@coremedia.com](mailto:sheila.moghaddam@coremedia.com)  
Telefon: +49(0)40 325587-350  
Fax: +49(0)40 325587-999  
Internet: [www.coremedia.com](http://www.coremedia.com)



bigmouthmedia hat über 10 Jahre Erfahrung im Online-Marketing und bietet als internationaler One-Stop-Shop ein breites Produktportfolio aus einer Hand: SEO, SEM, Affiliate Marketing, Online Media Planning, Consulting, Mobile Marketing, Social Media Marketing, Copywriting, Design Efficiency, Training und Online PR.

bigmouthmedia GmbH  
Schäfflerstraße 3  
80333 München

Ansprechpartner:  
Tobias Hagen, Head of Business Development  
E-Mail: [germany@bigmouthmedia.com](mailto:germany@bigmouthmedia.com)  
Telefon: +49(0)89 242167-77  
Fax: +49(0)89 242167-66  
Internet: [www.bigmouthmedia.de](http://www.bigmouthmedia.de)

## Medienpartner



## Inhalt & Konzeption

Sie möchten gerne referieren oder haben Fragen zu Inhalt und Konzeption, dann können Sie mich gerne kontaktieren.

## Organisatorische Fragen

Für Fragen zur Organisation rund um den Kongress wenden Sie sich gerne an mich.

## Marketing & Medienkooperation

Für Informationen zu Medienkooperationen im Rahmen der Veranstaltung stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

## Sponsoring & Ausstellung

Ihre Produkte und Kompetenzen unterstützen Unternehmen bei einer erfolgreichen Web-Präsenz? Dann nutzen Sie diese Plattform, um als Aussteller oder Sponsor aufzutreten! Gern unterbreite ich Ihnen ein Angebot.



**Barbara Wiestler,**  
Konferenz Managerin,  
berät Sie gerne:

Telefon:  
+49 (0) 69/244 327-3926  
Telefax:  
+49 (0) 69/244 327-4926  
E-Mail:  
[barbara.wiestler@iir.de](mailto:barbara.wiestler@iir.de)



**Stefanie Dräs,**  
Konferenz Koordinatorin,  
berät Sie gerne:

Telefon:  
+49 (0) 69/244 327-3949  
Telefax:  
+49 (0) 69/244 327-4949  
E-Mail:  
[stefanie.draes@iir.de](mailto:stefanie.draes@iir.de)



**Yvonne Spiegelhalter,**  
Marketing Managerin,  
berät Sie gerne:

Telefon:  
+49 (0) 69/244 327-3952  
Telefax:  
+49 (0) 69/244 327-4952  
E-Mail:  
[yvonne.spiegelhalter@iir.de](mailto:yvonne.spiegelhalter@iir.de)



**Steffi Anding,**  
Sales Managerin,  
berät Sie gerne:

Telefon:  
+49 (0) 69/244 327-3742  
Telefax:  
+49 (0) 69/244 327-4742  
E-Mail:  
[steffi.anding@iir.de](mailto:steffi.anding@iir.de)

## 1. Kongresstag Montag 13.10.2008

08:30 **Ausgabe der Tagungsunterlagen**

09:00 **Begrüßung durch den Vorsitzenden Prof. Dr. Marc Drüner**

09:05 **Web2.0 – immer mobiler, immer offener, immer persönlicher**

- Learning from...: die wichtigsten Startups in den USA und was wir lernen!
- Opening up...: Alles vernetzt sich. Wie werde ich Teil dieser Vernetzung?
- Getting mobile...: Wie das iPhone und Google Android die (mobile) Welt revolutionieren



**Prof. Dr. Marc Drüner, Steinbeis-Hochschule, Geschäftsführender Gesellschafter, trommsdorff + drüner, innovation + marketing consultants GmbH, Berlin**

**Marketing 2.0**

09:30 **Geldverdienen „trotz oder wegen“ Web 2.0?**

- Veränderung des Konsumentenbewusstseins
- Wertschöpfungsrelevante Ansätze in den Social Communities
- Blacklist und Whitelist
- Erreichbarkeit spezieller Zielgruppen
- Die Rolle von elektronischen Devices im Web 2.0 Zeitalter

**Keynote**



**Martin Hubert, Geschäftsführer, Interone Worldwide GmbH, München, (BBDO)**

**Monetization 2.0**

10:15 **Networking Break**

10:45 **Why 'Open Innovation' companies will prosper in the 21st Century?**

- The pace of change in industries, technology and markets and the risk of falling behind in businesses.
- How to manage INNOVATION as a CORE PROCESS
- CLOSED INNOVATION: Examples: Most Businesses, Government Research
- OPEN INNOVATION: Examples: Procter & Gamble's Connect + Develop, IBM Venture Partnering Businesses that will DOMINATE in the 21st Century.

**International Keynote**



**Dwayne Spradlin, President & CEO, InnoCentive, Waltham, USA**  
Über InnoCentive, gegründet von e.Lilly, Tochterfirma des führenden Pharmaunternehmens Eli Lilly and Company, lösen Firmen wie BASF, Henkel und Procter & Gamble ihre Probleme durch crowdsourcing.

**Crowdsourcing 2.0**

11:30 **Das Web 3.0 als Konvergenz von Web 2.0 und Semantic Web**

- Eine allgemeine Bestandsaufnahme
- Prinzipien des „Web of Meaning“
- Ontologien und Shared Information Spaces
- Der Semantische Desktop
- Context-Aware Information Services
- Ein Ausblick in die nahe Zukunft

**Keynote**



**Prof. Dr. Andreas Dengel, Wissenschaftlicher Direktor, Mitglied der Unternehmensleitung, DFKI GmbH, Kaiserslautern**

**Web 3.0**

12:15 **Business Lunch**

**Wählen Sie zwischen 2 parallelen Vortragsreihen**

Vorsitz: **Prof. Dr. Marc Drüner** (s.o.)

**A**

13:15 **„Mag ich ist die beste Empfehlung“**

- Die Entwicklung von TripsByTips und was das Portal in seiner neuen Form auszeichnet
- Warum wir uns auf Empfehlungen konzentrieren
- Warum die Kategorisierung nach Leidenschaften für die Reiseplanung eine große Rolle spielt
- die Bedeutung von Freunden und Netzwerken für die Qualität von Tipps aus dem Netz



**Uwe Frers, Gründer und Geschäftsführer, TripsByTips GmbH, Berlin**



**Dr. Axel Jockwer, Marketingleiter, HolidayCheck AG, Bottighofen**

**HolidayCheck**

- Keine Reise ohne Online-Recherche – der Verbraucher bereitet sich im Internet vor
- Echter Nutzwert für den Urlauber: Die Produkte von HolidayCheck
- Wertschöpfungskette von HolidayCheck
- Aus UGC wird Premium Content: Qualitätssicherung
- Subjektive Meinungen statt objektiver Wahrheit
- Der aktive Konsument – Chance und Herausforderung

**Case Study**

**Travel 2.0**

14:00 **Der Fixierungs-Code**

- Suchtgefühl nach Information und Kommunikation
- Zusammenspiel von medialen Austausch zwischen Mensch und Maschine
- Nutzer im medialen und technologischen Teufelskreis
- Suchtgefahr durch mangelnde Aufklärung und Informationsdefizite



**Ibrahim Evsan, Gründer und Geschäftsführer (CTO), sevenload GmbH, Köln**

**Video 2.0**

14:30 **Fragen und Diskussion**

14:45 **Networking Break**

15:15 **Recruiting 2.0 – die Revolution der Talent-Netzwerke**

- War for Talents
- Trends im Recruiting von High Potentials
- Beispiele für Recruiting 1.0: monster.de, academics.de, praktika.de,
- Recruiting 2.0: e-fellows.net, 15Talents.com, BusinessLive.de, Xing, experteer.de



**Dr. Henrike Fröchling, Geschäftsführerin, 15Talents GmbH, ZEIT Online GmbH, Hamburg**

**Case Study**

**Recruiting 2.0**

Vorsitz: **Jörg Bienert** (s.u.)

**B**

13:15 **„Social Software bei hamburg.de – Eine Case Study“**

- Warum entscheidet sich ein Stadtportal für den Einsatz von Web 2.0 Technologien?
- Der Relaunch von hamburg.de: Ein Erfahrungsbericht
- Was waren – bisher – die größten Erfolge und Herausforderungen?
- Tipps & Tricks für potenzielle Adaptoren



**Dr. Willms Buhse, CoreMedia AG, Hamburg**



**Georg Konjovic, Geschäftsführer, hamburg.de GmbH & Co. KG, Hamburg**

**Case Study**

**Enterprise 2.0**

14:00 **Enterprise 2.0 Einsatz im Unternehmen – Status**

- Corporate Blogging
- Wikis
- Social Networks
- Änderungen in der Unternehmenskultur



**Jörg Bienert, Geschäftsführer, empulse GmbH, Köln**

**Enterprise 2.0**

14:30 **Fragen und Diskussion**

15:15 **Effizientere Zusammenarbeit durch Web 2.0**

- Wikis im Unternehmen. Was müssen wir beachten?
- Wikis für Spezifikation
- Wikis für Eventplanung und Protokolle
- Blogs im Unternehmen
- Einsatzszenarien für Blogs



**Thorsten Firzlaß, Innovation Manager, Bayer Business Services GmbH, Leverkusen**


**Case Study**


**Enterprise 2.0**



15:45 **Recruiting 2.0 bei DHL**

- World of War for Talents: Recruiting heute
- Employer Branding – Wie fällt die Arbeitgebermarke ins Auge?
- Discover Logistics – Glamour statt Blue Color
- DHL Fast Forward – Drei Schritte vom Studenten zum CEO
- DHL Logbook – Das weltweit erste interaktive Logistik-Kompodium
- Discovered Logistics? Erste Erfolge und Ausblick

 **Case Study**

 **Heike Schack**, Senior Vice President  
First Choice and Change Communications, Deutsche Post AG, Bonn

**Recruiting 2.0**

**PAYBACK Blog – Ein Praxisbericht**

- Entstehung des PAYBACK Blog
- Erfahrungen in der Blogosphäre
- Spannungsfeld Corporate Blog
- Umgang mit Kritik


 **Case Study**

 **Claus-Peter Schrack**, Leiter Unternehmenskommunikation, Loyalty Partner GmbH, München

**Enterprise 2.0**


16:15 **Fragen und Diskussion**


**Fragen und Diskussion**

16:30 **Networking Break** 

17:00 **Web2.0 – Quadratur eines Schlagworts am Beispiel von Online Coaching**

- These: Mit Web 2.0 kann man Geld verdienen
- Beispiel „Online Diät Coaching“
- Zielgerichtete, problemorientierte Vernetzung von Individuen als Voraussetzung für wirtschaftliche Urbarmachung
- User-Generated Content neu kombinieren und Mehrwert entstehen lassen
- Mass Customization von Informationen

 **Case Study**

 **Thilo Veil**, Vorstand, xx-well.com AG, Berlin

**Marketing 2.0**

**Mobilfunk 2.0 – Geschäftsmodelle für ein neues Kommunikationszeitalter**

- Internet auf dem Handy: auf dem Weg zum Massenmarkt
- Erfolgsaussichten von Handy-TV
- Mobile Marketing: personalisiertes Marketing in der Hosentasche
- Konkurrenten oder Partner: Google & Co. drängen auf den Mobilfunkmarkt
- Transformationsprozess: Vom Telekommunikationsbetreiber zum vollwertigen Kommunikationsanbieter

 **Case Study**

 **Dirk Poppen**, Leiter Stabstelle Innovation & Venture E-Plus Gruppe, E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG, Düsseldorf

**Mobile 2.0**

17:30 **Die Evolution des Affiliate Marketings**

- Entwicklung des Affiliate Marketing
- Business Cases
- Affiliate Marketing aus Sicht der Advertiser
- Affiliate Marketing aus Sicht der Publisher
- Ausblick auf die zukünftige Entwicklung des Affiliate Marketing


 **Case Study**


 **Dimitrios Haratsis**, Regional Director DACH, ZANOX.de AG, Berlin

**Marketing 2.0**

**Orbster – Location-based Games als neue Ausdrucksform des Web 2.0**

- Location als USP für Mobile Games
- User generierte Location-based Games
- Der Markt für Location-based Games
- Geschäftsmodelle
- Ausblick: Location-based Games in der Zukunft

 **Case Study**

 **Georg Broxtermann**, Geschäftsführer, Orbster GmbH, Karlsruhe


**Mobile 2.0**

18:00 **Networking Break** 

**International Keynote**

18:15 **Exploring the benefits of UGC Video within mobile communities**

- Examining the role of rich media in the future of mobile social networking
- Determining what type of video content is most popular and how this differs for mobile users
- Outlining the key differences between video and still image UGC
- Delivering high resolution UGC video and UGC TV over mobile
- Overcoming device and network capability limitations
- Generating revenue within mobile communities through video sharing offerings

 **Antonio Vince Staybl**, CEO and Co-Founder, itsmy.com (a Gofresh company), London, UK

**Mobile 2.0**

19:00 **Startup - Präsentationen**  
Bewerben Sie sich jetzt für den Web 2.0 Startup-Award [www.web2.0-kongress.de](http://www.web2.0-kongress.de)

20:00 **Wahl des „Best Startup Web 2.0“**





ab 20:15  **Get Together – Socializing, Networking and more**

## 2. Kongresstag Dienstag, 14. Oktober 2008


Wählen Sie zwischen 2 parallelen Vortragsreihen


Vorsitz: **Prof. Dr. Marc Drüner** (s.o.)

**A**

08:45 **„E-Shopping 2.0 - Quo Vadis E-Commerce“**

- Emotionalisierung
- Konvergenz
- Partizipation
- Auswahl

 **Case Study**

 **Andreas Frenkler**, Bereichsleiter E-Commerce, Otto GmbH & Co KG, Hamburg


**Shopping 2.0**

Vorsitz: **Jörg Bienert** (s.o.)

**B**

„Rechts-Update: Haftung im Web 2.0“


- Darstellung der neuesten Rechtsprechung zur Haftung im Web 2.0
- Haftung und Überwachungspflichten von Forenbetreibern
- Urheber- und Markenverletzungen im Internet
- Notice and Take-down-Verfahren
- Gesetzliche Änderungen durch den 2. Korb der Urheberrechtsnovelle und das neue Gesetz zum Schutz geistigen Eigentum


 **Dr. Thomas Stögmüller**, Rechtsanwalt, Partner und Fachanwalt für Informationstechnologierecht, teclegal Habel Rechtsanwälte Partnerschaft, München

**Recht 2.0**

09:15 **Herausforderung Web 2.0 - Was erwartet die Generation Internet von Unternehmen?**

- Ansprüche der Generation Internet an die Web-2.0-Infrastruktur
- Kommunikation und Marketing: Web 2.0 bringt Chancen und Risiken
- Anpassung an Trends im Web 2.0 als strategischer Vorteil

 **Case Study**

 **Markus M. Franz**, Geschäftsführer, Sugoma KG, Jena

**Zielgruppen 2.0**

**Life Unternehmen in virtuellen Welten – Fallbeispiel Dresdner Bank in Second Life**

- Virtuelle Welten als eine Ausprägung von Web 2.0 – das Beispiel Second Life
- Was will ein Real Life Unternehmen in einer virtuellen Welt – Chancen und Grenzen eines Engagements?
- Umsetzungsbeispiel Dresdner Bank in Second Life – der Apfelland Airport
- Second Life aus Sicht des Community-Betreibers Apfelland/Virtual Arts & Magic

 **Ulrich Mauser**, Leiter Zielgruppenmanagement Internetkunden, Dresdner Bank AG, Frankfurt

 **Rainer Wolf**, Geschäftsführender Gesellschafter der Apfelland Betreiberfirma, Virtual Arts & Magic GmbH, Rosendahl

 **Case Study**

**Second Life**

09:45 **Networking Break** 

10:15 **Das hybride Geschäftsmodell am Beispiel Habbo**

- Was ist Habbo?
- Was ist das Besondere an Habbo?
- Welches Geschäftsmodell steckt dahinter?

  
**Berhard Falch,**  
*Managing Director,*  
**Sulake Deutschland GmbH, Frankfurt a. M.**



Jugendmarketing 2.0

**Social Media in der Deutschen Telekom AG**

- Herausforderungen im internationalen Konzern
- Der Anfang für Enterprise 2.0
- Vorstellungen von Social Media Elementen (Blog-Gemeinschaft, Wikis, interne Videoplattform, etc.)
- Ausblick auf Social Media Intranet in der Deutschen Telekom
- Social Media Intranet als Basis für Enterprise 2.0?
- Begleitende Kommunikation, Social Media Strategy



  
**Alexander Derno,**  
*Kommunikationsberater mit der Spezialisierung Social Media in der Unternehmenskommunikation,*  
**Deutsche Telekom AG, Bonn**

Enterprise 2.0

10:45 **www.deinfussballclub.de - wie Web 2.0 sich auf die Realwirtschaft auswirkt**

- Vorstellung von Sönke Wortmanns Projekt www.deinfussballclub.de
- Bisheriger Projektverlauf
- Ausblick
- Wie beeinflussen Web 2.0 - Projekte die Realwirtschaft
- Podiumsdiskussion mit dem Präsidenten des S.C. Fortuna Köln Klaus Ulonska




  
**Dirk Daniel Stoeveken,**  
*Geschäftsführender Gesellschafter,*  
**deinfussballclub.de DFC GmbH, Köln**

  
**Klaus Ulonska,**  
*Präsident,*  
**S.C. Fortuna Köln, Köln**

Community 2.0

**Sie ranken Platz #1! ...und jetzt?**

- Top-Platzierung bei Google, MSN und Yahoo! – erledigt. Und was mache ich jetzt?
- Wie überzeuge ich den gewonnenen Traffic zu konvertieren?
- Welche SEO-Trends kommen auf mich zu und wie reagiere ich darauf?
- Und welche Hausaufgaben muss ich immer wieder machen?

  
**Heiko Eckert,**  
*Strategic Consultant/ Online Marketing Evangelist,*  
**bigmouthmedia GmbH, München**

Suchmaschinen-optimierung

11:30 **Fragen und Diskussion**

**Fragen und Diskussion**

11:45 **"We've Only Just Begun: The Impact of Web 2.0 on the Modern Enterprise"**

International Keynote

- Web 2.0 is profoundly real, and is having significant impact on business
- Users increasingly expect to be able to actively participate: commenting, filtering, tagging, and uploading content of their own
- Ecommerce is becoming more social, drawing on user relationships, user recommendations, and user driven syndication
- Consumer goods companies are connecting customers directly to product development teams and enabling customer communities.
- Enterprise collaboration is being reinvigorated and re-imagined



**John Eckman, Senior Director,**  
**Optaros Labs, Optaros, Inc., Boston MA, USA**

Enterprise 2.0

12:30 **Business Lunch** 

**Community Monetization Panel**

13:30 **Community Podium**

Community Podium



**Michael Brehm,**  
*Geschäftsführer und COO,*  
**studiVZ Ltd., Berlin**



**Stefan Zilch,**  
*Sales Manager,*  
**MySpace (Fox Interactive Media GmbH), Berlin**



**Michel Lindenberg,**  
*Geschäftsführer,*  
**StayFriends GmbH, Senior Vice President Europe,**  
**Classmates Online Inc., Erlangen**



**Axel Zawierucha,**  
*Geschäftsführer,*  
**internetwarriors GmbH, Berlin**  
*(Die internetwarriors betreuen den Online Etat von MOLI für D-A-CH und begleiten die Markteinführung und Launch der neuen Social Community)*



**Ralf Ahamer,**  
*Vice President Marketing,*  
**XING AG, Hamburg**

14:45 **Wiki for the Enterprise**

International Keynote

- Social software has demonstrated the ability to create sweeping change throughout the organizational culture
- Social enterprises working with business social software gain sustainable competitive advantages
- The current generation, the biggest demographic shift in history, will profoundly impact the enterprise
- Due to changes in tech, demographics and business, participation in new forms of mass collaboration is changing
- Proper involvement in social enterprise creates transparency, which in turn creates positive feedback loops
- Wikis are re-shaping how the enterprise does business, including how their employees communicate and collaborate and how these businesses interact with their partners, suppliers and customers



**Ross Mayfield, Chairman, President & Co-Founder,**  
**Socialtext, Palo Alto, USA**

Enterprise 2.0

15:30 **Networking Break** 

16:00 **Zlango – taking peer-to-peer messaging to the next level**

- The need and possibility for a universal iconic language
- Ways to upgrade the messaging experience
- Challenges in building a global mobile solution

International Keynote



**Yoav Lorch, Founder and CEO,**  
**Zlango Ltd., Tel Aviv, Israel**  
*Die Zukunft auf dem Handy gehört Zlango, die neue Art zu kommunizieren.*

Mobile 2.0

16:45 **Keynote: Bringing Social Life to BBC**

International Keynote

- Networks have existed since organisational life began but social tools for enterprises such as forums, social networking tools, weblogs and wikis look set to put them on steroids.
- The implementation of Social Computing tools at the BBC which grew to include 29,000 staff using online forums, 5,000 using wikis and hundreds of weblogs.
- The impact of these tools on the corporate culture, individual behaviours and how, ultimately, they transformed the ability to get things done.



**Euan Semple, Director, Euan Semple Ltd., Buckinghamshire, UK**

Media 2.0

17:30 **Zusammenfassung der Ergebnisse durch die Vorsitzenden**

17:45 **Ende des Web 2.0 Kongresses**

## Anmeldeformular



Bitte kopieren, ausfüllen und faxen!  
+49(0)69/244 327-4040

## Allgemeine Geschäftsbedingungen

**Die Teilnahmegebühr** entnehmen Sie bitte der untenstehenden Darstellung. Die Preise verstehen sich pro Person und beinhaltet Dokumentation, Mittagessen und Erfrischungen. Sie erhalten nach Eingang der Anmeldung die Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Der Rechnungsbetrag ist fällig – ohne Abzug rein netto – mit Erhalt der Rechnung, spätestens jedoch 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn.

**Stornierung/Umbuchung:** Bei Stornierung der Anmeldung bis 30 Tage vor Veranstaltungstermin erheben wir keine Stornierungsgebühr. Bei Stornierung im Zeitraum von 30 Tagen bis 14 Tage vor Veranstaltungstermin erheben wir eine Bearbeitungsgebühr von 50% der Teilnahmegebühr. Bei späteren Absagen wird die gesamte Teilnahmegebühr berechnet, sofern nicht von Ihnen im Einzelfall der Nachweis einer abweichenden Schadens- oder Aufwandshöhe erbracht wird. Die Stornoerklärung bedarf der Schriftform. Eine Umbuchung (Benennung Ersatzteilnehmer/andere IIR-Veranstaltung) ist zu jedem Zeitpunkt möglich. In diesem Fall wird eine Gebühr in Höhe von € 50,- (zzgl. gesetzl. MwSt.) fällig. Diese Gebühren entfallen, wenn die Umbuchung aus Gründen erfolgt, die die IIR Deutschland GmbH zu vertreten hat.

**Datenschutz:** Ihre Daten werden für die interne Weiterverarbeitung und eigene Werbezwecke von uns unter strikter Einhaltung des BDSG gespeichert. Ggfs. geben wir Adressen an Unternehmen weiter, deren Angebot für Sie hinsichtlich Inhalt, Qualität und Service interessant sein könnte. Wenn Sie die Speicherung oder Weitergabe Ihrer Daten bzw. unsere Werbung an Ihre Adresse nicht wünschen, bitte Nachricht an IIR Deutschland GmbH, Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf, Tel. +49 (0)69/244 327-3333, E-Mail datenschutz@iir.de und Ihre Daten werden gesperrt (weitere Infos unter [www.iir.de/datenschutz.html](http://www.iir.de/datenschutz.html)).

**Zulässigkeit von Ton-, Bild- oder Filmaufnahmen:** Ton-, Bild- oder Filmaufnahmen auf dem Web 2.0 Kongress sind nur nach Einholung einer Zustimmung der IIR Deutschland GmbH zulässig.

Änderungen vorbehalten

- Dokumentation**  
Ich kann leider nicht am Web 2.0 Kongress 2008 teilnehmen, möchte aber die Dokumentationsunterlagen als CD zum Preis von € 495,- (zzgl. MwSt.) bestellen. (Lieferung ab Mitte November 2008) P2600019M720
- Bitte schicken Sie mir Informationen zu Sponsoring und Ausstellung.

37YS

# WEB 2.0 Kongress

RIA RSS Wikis Podcast  
AJAX Mashups Blogs Tags



13.-14. Oktober 2008 · InterContinental Hotel · Hamburg

## Geld verdienen im Social Web

### Ja, wir möchten teilnehmen:

	Bei Anmeldung bis 31.08.2008	Bei Anmeldung bis 30.09.2008	Bei Anmeldung ab 01.10.2008
<input type="checkbox"/> <b>Forum</b> 13.-14.10.2008 P2600019M012	€ 1.749,- Sie sparen € 200,- + Apple ipod nano 4 GB*	€ 1.849,- Sie sparen € 100,-	€ 1.949,-

(alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt.)

\*alternativ gewähren wir einen Preisnachlass in Höhe von € 100,-

### Anmeldung

IIR Technology, Postfach 11 12 34  
D-40512 Düsseldorf

Telefax: +49 (0)69/244 327-4040

E-Mail: [anmeldung@iir.de](mailto:anmeldung@iir.de)

Internet: [www.web2.0-kongress.de](http://www.web2.0-kongress.de)

Für weitere Fragen stehen wir Ihnen gerne unter +49 (0)69/244 327-3949 zur Verfügung

Haben wir Sie korrekt angeschrieben? Rufen Sie uns an unter Tel.: +49 (0)69/244 327-3333 oder faxen Sie uns unter Fax: +49 (0)69/244 327-4040

### Zimmerreservierung:

Bitte entnehmen Sie die Hotelhinweise unserer Homepage [www.web2.0-kongress.de](http://www.web2.0-kongress.de)

Setzen Sie sich bitte frühzeitig mit dem Hotel in Verbindung, da das Zimmerkontingent i.d.R. 4 - 6 Wochen vor Veranstaltungsbeginn wieder in den freien Verkauf zurückgeht.

<b>1. Name</b>	Vorname
Funktion	Abteilung/Hauspostcode
Telefon	Fax
E-Mail	
<b>2. Name</b>	Vorname
Funktion	Abteilung/Hauspostcode
Telefon	Fax
E-Mail	
Firma	
Postfach	
PLZ/Ort:	
<b>Datum</b>	<b>Unterschrift</b>



W2X208RM