



Marketing Forum, 4. Mai 2010 in Bonn

# „The Future of Targeting“

Sie erwarten hochkarätige Vorträge aus der Praxis für die Praxis. Lösungen und Best Cases namhafter Unternehmen zu aktuellen Themen aus dem dialogorientierten Multi-Channel-Marketing.

- ➔ Innovatives Bestandskunden-Marketing für mehr Wertschöpfung
- ➔ Neue Online- und Mobile-Technologien für mehr Wachstum mit neuen Kunden
- ➔ Datenschutz: Möglichkeiten und Grenzen im Rahmen des neuen BDSG

Das Programm:

# „The Future of

- Am 4. Mai 2010 präsentiert Ihnen das Marketing-Forum der Schober Group auf dem 6. Kompetenzforum Geomarketing der infas GEOdaten (4. bis 5. Mai 2010 in Bonn) viele Antworten auf Fragestellungen rund um das Trendthema Targeting.
- Hochkarätige Referenten aus der Praxis berichten über aktuelle Themen aus dem dialogorientierten Multi-Channel-Marketing.

08:30 Empfang

09:00 – 09:15 Begrüßung

09:30 – 10:00 **Keynote Prof. Dr. Dr. h.c. Hermann Simon (Vorsitzender der Geschäftsführung Simon Kucher & Partners): „Hidden Champions des 21. Jahrhunderts – Erfolgsstrategien unbekannter Weltmarktführer“**

- Die Hidden Champions des 21. Jahrhunderts zielen auf Wachstum und Marktführerschaft
- Weltklasse durch Fokus und Tiefe – Konzentration auf die Kernkompetenzen
- Kundennähe ist die größte Stärke – noch vor der Technologie

**SIMON • KUCHER & PARTNERS**  
Strategy & Marketing Consultants



**Prof. Dr. Dr. h.c.  
Hermann Simon  
Simon Kucher & Partners**

„Die größte Stärke  
der Hidden Champions –  
Kundennähe“

10:00 – 10:30 **„Research Based Targeting“ bei Tchibo Direct (Best Case)**

Ertragssteigerung durch die Verbindung von klassischer Marktforschung und Database Marketing.

- Neue Ansätze bei der Entwicklung von Kundentypologien
- Gezielte Nutzung von Erkenntnissen aus der Marktforschung im direkten Kundendialog

Amit Sinha, Leiter Marketing Tchibo Direct

**Tchibo direct**

10:30 – 11:00 **„Die Bedeutung der Mikrogeographie für erfolgreiches Targeting“ (Best Case)**

Nutzung von Geo-Informationen für das Targeting.

- Integrierter Ansatz von Geo- und Direktmarketing
- Flächendeckende Optimierung von Vertriebs- und Marketingressourcen

Dominique Bornhöft, Leiter Geomarketing,  
Telekom Shop Vertriebsgesellschaft mbH

Deutsche  
Telekom **T** . . .

11:00 – 11:30 **„eCommerce 2010 – Fokus Kundenorientierung“ (Best Case)**

Das passende Angebot in Echtzeit:

- Die neuen, „erfolgreichen Verkäufer“ im virtuellen Verkaufsraum – selbstlernende eServices
- Systematisch aus jedem einzelnen Kontakt mit Interessenten und Kunden lernen
- Auf dem Weg zur Individualisierung im Webshop

Thorsten Mühling, Geschäftsführer, epoq GmbH

**epoq**  
The Conversion Company

11:30 – 12:30 **„Targeting und Datenschutz: 200 Tage neues BDSG – eine Bilanz“**

- Klassisches Targeting durch Database Marketing – Grenzfälle der Analyse nach neuem BDSG
- Online-Daten-Auswertung: Bewertung der neuen Analyse-Möglichkeiten aus der Perspektive des Gesetzgebers und der Aufsichtsbehörden

RA Dr. Philipp Kramer, Gliss & Kramer KG

**Gliss & Kramer**

12:30 – 13:30 Mittagsbuffet + Ausstellung

# Targeting“

- Parallel findet eine Ausstellung im Kameha Dome statt, in der sich die Top-Marketing-Dienstleister vorstellen.
- Abgerundet wird der Forum durch beeindruckende Keynotes und eine stimmungsvolle Abendveranstaltung im neu eröffneten Kameha Grand Bonn.

**13:30 – 14:00 Keynote Carsten K. Rath (CEO, Lifestyle Hospitality & Entertainment Group)  
„Die Entstehung der Kameha-Idee“**

Von der Idee zur Realisierung eines der innovativsten Hotel-Konzepte in Deutschland.

**14:00 – 14:30 „Live- und Eventshopping“ (Best Case)**

Live- und Eventshopping am Beispiel deutschlandklickt.de

- Die Grundidee eines virtuellen Überraschungspaketes
- Neue, interaktive Vertriebs- und Marketing-Formen im eCommerce
- Neue Online-Eventplattformen, die Spiel, Shopping und Entertainment vereinen

Murat Icer, Tayfun Aksun Geschäftsführung Egenium GmbH



**14:30 – 15:00 „Verkauft Mobile Marketing?“ (Best Case)**

Den richtigen Inhalt an die richtige Adresse zur richtigen Zeit.

- Attraktive Banner, mobiles Internet, Leads, atemberaubende Features und Applications – Mobile Advertising hat sich im Marketing-Mix etabliert!
- Von „Snickers“, „Teilzeitindianern“ und anderen mobilen Kampagnen – Status quo und Zukunft von Mobile Marketing und Mobile Advertising

Ralph Suda, Vorstand CONTNET AG



15:00 – 15:30 Kaffee- und Teepause

**15:30 – 16:00 „Targeting in Sozialen Netzwerken“ (Best Case)**

- Zielgruppen im Social Web erfolgreich mit 140 Zeichen finden und binden
- Best Case Twitter-Marketing der nubizz GmbH

Jessica Plutta, Marketingleiterin nubizz GmbH, Dortmund



**16:00 – 16:30 „Marken-Communities. Der Dialog mit dem Dialog“**

Grundlegendes über die Erfolgsmechanik in sozialen Netzen.

- Die Verbindung aller Kanäle, die für die digitale Kommunikationsidee relevant sind
- Die 360°-Kommunikation durch neue digitale Kommunikationslösungen

Thomas Strerath, CEO, Ogilvy Group Germany



**Thomas Strerath**  
**Ogilvy Group Germany**

„Marken-Communities.  
Der Dialog mit dem Dialog“

**16:30 – 17:00 Podiumsdiskussion**

Was ist machbar in der neuen Online-Dialog-Kommunikation und was ist erlaubt?

Dr. Philipp Kramer, Ralph Suda, Murat Icer, Thomas Strerath

**ab 18:30 Zentrales Abendevent**

Dinnerbuffet, Live-Performance, Kontakte knüpfen und verbessern.

**→ Anmeldung**

Melden Sie sich gleich online unter  
[www.schober.de/marketingforum](http://www.schober.de/marketingforum)  
an. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.

## Referenten und Themen des Marketing Forums am 4. Mai 2010:

- **Prof. Dr. Dr. h.c. Hermann Simon (Simon Kucher & Partners)**  
„Kundennähe – das Erfolgsrezept der Hidden Champions“
- **Thomas Strerath (CEO, Ogilvy Group Germany)**  
„Grundlegendes über die Erfolgsmechanik in sozialen Netzen“
- **Ralph Suda (Vorstand CONTNET AG)**  
„Verkauft Mobile Marketing?“
- **Dr. Philipp Kramer (Gliss & Kramer KG)**  
„200 Tage neues BDSG – eine Bilanz“
- **Carsten K. Rath  
(CEO, Lifestyle Hospitality & Entertainment Group)**  
„Die Entstehung der Kameha-Idee“

### ➔ Abendveranstaltung mit Live-Performance

Die Abendveranstaltung in der einmaligen Atmosphäre des Kameha Grand Bonn bietet den exklusiven Rahmen für den Austausch mit über 300 Top-Marketing-Entscheidern.

### ➔ Anmeldung

Unter [www.schober.de/marketingforum](http://www.schober.de/marketingforum) können Sie sich ganz einfach online anmelden. Die Veranstaltungsgebühr für das Forum, Verpflegung und das Abendevent beträgt EUR 395,-. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.

## Die Kompetenz der Schober Group

### Über 60 Jahre Kompetenz im Adress- und Datenmanagement

Die individuelle, crossmediale Dialogkommunikation mit jedem einzelnen Kunden wird immer mehr zum entscheidenden Erfolgsfaktor. Basis ist ein systematisches Informations-Management im dialogorientierten Multi-Channel-Marketing. Dafür steht die neu formierte Schober Group.

 The Future of Targeting	
	
	
	

### Schober International:

Amsterdam • Barcelona • Berlin • Bonn  
Bratislava • Brüssel • Budapest • Köln  
Lissabon • London • Madrid • Mailand  
München • Paris • Prag • Stuttgart  
Warschau • Wien • Zürich

### Schober Information Group Deutschland GmbH

Max-Eyth-Straße 6–10  
71254 Ditzingen/Stuttgart

Telefon 07156 304-0  
Telefax 07156 304-483  
E-Mail [info@schober.de](mailto:info@schober.de)  
Internet [www.schober.de](http://www.schober.de)