

3. IIR Kongress jetzt mit neuem Programm in BERLIN

WEB 2.0

K o n g r e s s

RIA RSS Wikis Podcast
AJAX Mashups Blogs Tags

09.-10.10.2007, Hollywood Media Hotel, Berlin

Web 2.0 goes corporate!

Social Commerce & Collaboration für das Enterprise 2.0

RIA
Automobil 2.0
Collaboration
Finance 2.0 **AJAX**
Community 2.0
Marketing 2.0
Social Commerce
Second Life
Media 2.0 **3D Internet**
Pharma 2.0 **Recht 2.0**
Enterprise 2.0
Semantic Web
Metaversum
WEB 3.0



Alexander Artopé
smava GmbH



Ulrich Bien
BMW AG



Martin Buchmann
Adobe Systems GmbH



Peter Warne
Nestlé SA



Andreas R. Günther
Henkel KGaA



Gerrit Peter Wahle
Force Sunrise GmbH



Maurizio Barucca
Bild.T-Online



Dr. med. Jochen Drechsel
GlaxoSmithKline GmbH & Co. KG



Dr. Thomas Stögmüller
teclegal Habel Rechtsanwält Partnerschaft



Dr. Stefan Glänzer
Last.fm Ltd.



Jörg Bienert
empulse



Dirk Schallhorn
Hamburg-Mannheimer Versicherungs-AG



Dr. Randolph Nikutta
Detecon International GmbH



Prof. Dr. Marc Drüner
Steinbeis-Hochschule



Andreas Neus
IBM Institute for Business Value



Emanuel Bolter
Helvetia Consulting AG



Ronny Porsch
Deutsche Bank AG



Florian M. Steger
Kupferwerk GmbH



Frank Engel
Supreme NewMedia GmbH



Dr. Willms Buhse
CoreMedia AG



Nicholas Thiede
MY-HAMMER Aktiengesellschaft



Jochen Krisch
Exciting Commerce



Sven Schmidt
Dealjaeger GmbH



Martin Oettinger
trnd - the real network dialogue GmbH



Thomas Fischermann
Die ZEIT



Christopher Bouveret
Vogel Digital Media GmbH



Peter Neumann
Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH



Oliver Ueberholz
Mixxt GmbH i.G.



Ron Hillmann
Iven & Hillmann GmbH & Co. KG



Stefan Mintert
Linkwerk GmbH



Abb. ähmlich

Ihr Vorteil als Frühbucher

Bei einer Anmeldung bis zum **31.08.2007** inklusive Sony Playstation portable

Präsentiert von:



Kongresse & Seminare

Ein Geschäftsbereich der IIR Deutschland GmbH

www.web2.0-kongress.de

Pre-Workshop Montag, 08. Oktober 2007

- 09:00 – 17:00
- Viral Marketing und Mundpropaganda im Web 2.0 – Was ist Mythos, was funktioniert?**
- Grundsätzliche Abgrenzung verschiedener Ansätze
 - Einblicke in praxisrelevante wissenschaftliche Forschungsarbeiten zum Thema Mundpropaganda und Marketing
 - Fallstudien zur Orientierung: Was funktioniert wie?
 - Weblogs: Welche Rolle spielen sie im viralen Marketing?
 - Das „Word of Mouth Marketing System“: ein Überblick zur Orientierung



Martin Dettinger, Partner und Leiter Beratung & Kommunikation, **trnd – the real network dialogue GmbH**, München und Doktorand an der **ESCP-EAP Europäische Wirtschaftshochschule Berlin**

1. Kongresstag Dienstag, 09. Oktober 2007

08:30 **Ausgabe der Tagungsunterlagen**

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

09:10 **Rückblick Web 2.0, Status Enterprise 2.0 und Ausblick WEB X.0**

- Keynote**
- Hilfe, meine Kunden vernetzen sich! Umgang mit User Generated Content und Brand Communities
 - Corporate Intelligence: Wie aus Blogs und Communities Kundenmeinungen in Echtzeit analysiert werden können.
 - Beta im eigenen Unternehmen? Arbeiten im und mit dem Web2.0. Best-2.0-Practices in der Old Economy.
 - Web 2.0 in 2008
 - Regionalisierung und Personalisierung als Innovationstreiber
 - Micro-Content verhilft User Generated Content in den Massenmarkt
 - Fragmentierung des Webs macht Aggregatoren zum Mittelpunkt des Webs



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

Web 2.0

09:40 **Web 2.0 im Dienste des CRM**

- Anwender Keynote**
- Die neue Aktivierung des Verbraucherdialoges
 - Vision contra Wirklichkeit
 - Was geht, was soll, was darf?
 - Der Reiz der Communitybildung
 - Wo kann der aktive Verbraucher nutzbringend eingebunden werden?
 - Erfahrungen und Beispiele eines Markenartiklers



Andreas R. Günther, Director International E-Business & Internet, **Henkel KGaA**, Düsseldorf

Marketing und Community 2.0

10:20 **Networking Break und Besuch der Fachausstellung**



10:50 **Web 2.0: Bubble oder Realität? Die Bedeutung des Prosumenten für etablierte Medienunternehmen**

- Keynote**
- Veränderung des Mediennutzungsverhalten TV/Internet/Games
 - Zukunft der Werbung: Wie ändern sich die Machtverhältnisse in der Wertschöpfungskette?
 - Web 2.0 und Social Networks: Ergebnisse der IBM Primärstudie 2007 - Virtuelle Welten als Spielwiese für Unternehmen: Where's the Money?
 - Innovation und Veränderung als unternehmerische Herausforderung: Wie führt man Innovationen erfolgreich in Unternehmen ein? Erfahrungen aus der Einführung von Web 2.0 Kommunikationstools bei der IBM und bei Kunden.



Andreas Neus, Media & Entertainment EMEA Lead, **IBM Institute for Business Value (IBV)**, Amsterdam

Media und Werbung 2.0

11:30 **Kredite von Mensch zu Mensch – Ein weltweiter Trend**

- Anwender Keynote**
- Wie funktioniert ein Kreditmarktplatz wie smava?
 - Kreditmarktplätze als weltweiter Trend
 - Entwicklung seit dem Start im ersten Quartal 2007
 - Die Community als zentraler Teil des Marktplatzes



Alexander Artopé, Geschäftsführer, Mitbegründer, **smava GmbH**, Berlin

Finance 2.0

12:10 **Business Lunch und Besuch der Fachausstellung**



Wählen Sie zwischen 2 parallelen Vortragsreihen

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

Vorsitz: **Jörg Bienert** (s.u.)

13:30 **WEB-JOURNALISMUS contra USER GENERATED CONTENT?**

- Trends im Netz: News + Social Networking
- Gibt es eine Verbindung?
- Die Zukunft der Web-Nachrichten
- Neue Möglichkeiten



Peter Neumann, Leiter New Media Content, **Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH**, Stuttgart

Media 2.0

Enterprise 2.0

- Enterprise 2.0 Building Blocks
- Social Software and Tools
- "Culture of Collaboration"
- Unified Communications
- Beispiele und Erfolgsfaktoren



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

Enterprise 2.0

14:10 **Fachverlage erfolgreich im Internet**

- Finden statt suchen. Wissen statt ahnen.
- Die Business Effizienz Portale
- Jeder User hinterlässt eine Spur
- Lead Generation mit Whitepaper und Webcasts



Christopher Bouveret, Marketing Manager Online, **Vogel Digital Media GmbH**, Würzburg

Media 2.0

Enterprise 2.0



Ulrich Bien, Produktstrategie/Marketing, **BMW AG**, München

Enterprise 2.0

14:50 **Next Generation TV: Technologie-Innovation, Integration von Web Content und Ablösung des linearen TV Broadcasting Models**

- Technologie-Innovations-Push durch IPTV, TV over the Web und P2P TV
- Entwicklung und Integration von Web-basierten TV Content Formaten
- Paradigmenwechsel bei der TV Konsumtion: vom Lean-back Modus zum Lean-forward und Jump-in Modus
- Die sozialen enabling-Funktionen der neuen TV-Technologien
- Wege der Orientierung in einer stärker fragmentierten nicht-linearen TV Welt
- Markt- und Business-Perspektiven des NextGen TV



Dr. Randolph Nikutta, Senior Consultant, Deteccon International GmbH, Bonn

TV 2.0

Veni, vidi, Wiki – Der erfolgreiche Einsatz von Wikis als Wissensmanagementsysteme

- Vorstellung des db InfoCenters von Deutsche Bank Research
- Wissensmanagementstrategie: Management des Contents und Aufwertung des Wissens
- Wikis als geeignetes Medium zur Strukturierung und Aufbereitung von Wissen
- Auswahl der richtigen Werkzeuge – Stationen des Einrichtungsprozesses
- Roll out im Team – Marketing – Community Building
- Was man mit Wikis alles machen kann




Ronny Porsch, Informationsreferent, Deutsche Bank AG, Frankfurt a.M.

Enterprise 2.0

15:30 **Networking Break und Besuch der Fachausstellung**

16:00 **Media 2.0**

Referent in Absprache

Media 2.0

Enterprise 2.0 – Revolution in Unternehmen?

- Warum ist Enterprise 2.0 wichtig?
- Wie müssen sich Unternehmen ändern um wettbewerbsfähig zu bleiben?
- Was kann Technologie leisten, um den Wandel zu schaffen?
- Case-Studies und Anwendungsbeispiele



Dr. Willms Buhse, Executive Director, CoreMedia AG, Hamburg

Enterprise 2.0

16:40 **Marketing 2.0-Dienste – Innovative Ansätze im Versicherungsmarketing**

- Marketing 1.0 in der Versicherungswirtschaft – Was war das denn noch gleich?
- Standortbestimmung
- Anforderung an das Marketing 2.0 und umgekehrt
- Herausforderung Marketing 2.0
 - Meinungsbildung, Imagebildung, Marke, Verkauf
 - Der Kunde/Interessent im Mittelpunkt der Unternehmenskommunikation! Oder?
 - Blog, Wiki, Internet, Myxxx - aber wie, für wen, wann und vor allem warum?
- Let's MashUp - Versicherungsmarketing in der Zukunft oder "Herr Kaiser in 2015"




Dirk Schallhorn, Leiter Internet- und Regionalmarketing, Key Account Management, Hamburg-Mannheimer Versicherungs-AG, Hamburg

Versicherung 2.0

Web 2.0 als Technologie-Katalysator

- Treibende Technologien in der Web 2.0-Bewegung:
 - Microformats, Content-Syndication/-Aggregation mit RSS/Atom, Wikis, REST-Webservices und Ajax (XMLHttpRequest)
- Überblick über den aktuellen Stand der Technik
- Zukünftige Entwicklung: Konvergenz von Web 2.0 und Semantic Web



Stefan Mintert, Geschäftsführer, Linkwerk GmbH, Hamburg

Web 2.0 Technologien

17:20 **Networking Break und Besuch der Fachausstellung**

17:35 **Innovation aus Fernost: Web 2.0 in China**

- Chinesen kopieren nicht mehr, sie innovieren
- Internet-Wirtschaft und staatliche Zensur
- Chinesische Kultur beeinflusst die Funktionalität
- Ausländische Dienste scheitern oft in China
- Internationalisierung chinesischer Angebote



Oliver Ueberholz, Geschäftsführer, Mixxt GmbH i.G., Bonn

WEB 2.0 in Asia

Mehr Freiheit für Rich Internet Applications – Von Online zu Offline

- Anforderungen an Entwicklung von RIA's – Developer – Designer
- Mash Up's
- Einsatz von RIA's in Unternehmensanwendungen
- Adobe Technologie – Flex & AIR (Adobe Integrated Runtime)



Martin Buchmann, Business Development Manager Enterprise Solutions, Adobe Systems GmbH, München

Web 2.0 Technologien

18:15 **Case Study Last.fm**

- Was ist das Besondere an Last.fm
- Das magische Dreieck
- UGC vs. Expertengetriebene Ansätze

Anwender Keynote




Dr. Stefan Glänzer, Chief Last.fm, Last.fm Ltd., London

Music 2.0

ab 19:00  **Get Together – Socializing, Networking and more**

2. Kongresstag Mittwoch, 10. Oktober 2007

Wählen Sie zwischen 2 parallelen Vortragsreihen

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

A

09:00 **Businessmodels im Web 2.0 – Erfolgreich monetarisieren**

- Web 2.0 – Innovationen und Modelle
- APIs und Mashups – Chance für Drittanbieter
- Neue Businessmodelle
- Monetarisierungsmöglichkeiten
- Ausblick auf zukünftige Entwicklungen und neue Erlösmodelle



Frank Engel, COO, Supreme NewMedia GmbH, Köln

Commerce 2.0

Vorsitz: **Jörg Bienert (s.o.)**

B

The AvaStar – Die Wochenzeitung für Second Life

- Ansätze für eine Markenstrategie in einer voll-kommen nutzergenerierten Welt vorgestellt
- Erfolgsfaktoren aus der Perspektive des AvaStar
- Unterschiedliche Communities und Innovationen in Second Life




Maurizio Barucca, Business Manager, Bild.T-Online, Berlin und Projektleiter von "The AvaStar"

Second Life

09:40 **My-Hammer.de, Deutschlands größte Vergabepattform für Handwerks- und Dienstleistungsaufträge**

- Der Weg zur Marktführerschaft
- My Hammer und Web 2.0
- Revolution des Vergabemarktes - Nutzen und Herausforderungen der Auftragsvergabe per Internet
- Perspektiven und Ausblick




Nicholas Thiede, COO, MY-HAMMER Aktiengesellschaft, Neuss

Community 2.0 und Social Commerce

Die Entdeckung der Räumlichkeit – Chancen für Medienunternehmen und Werbungtreibende im Web 3D

- Aktuelle Entwicklungen im Web 3D/Ausblick
- Metaversum – Twinty vs. Second Life
- Etablierte Geschäftsmodelle
- Welche Optionen bieten sich Medien, Werbung-treibenden u.a.?
- Was ist für erfolgreiche Auftritte zu beachten?
- Vor- und Nachteile von eigenen „Walled Garden“



Gerrit Peter Wahle, Geschäftsführer, Force Sunrise GmbH, Berlin

3D Web – Virtuelle Welten

10:20 **Networking Break und Besuch der Fachausstellung** 

10:50 **Neue Märkte, neue Möglichkeiten: Ist Social Commerce die Zukunft des E-Commerce?**

- E-Commerce im Web 2.0
- Kundengetriebene vs. produktgetriebene Shoppingkonzepte
- Marktpotenziale und Strategien
- Erfolgreiche Social Shopping Modelle
- Ausblick auf zukünftige Entwicklungen



Jochen Krisch, Exciting Commerce, Unterföhring

Community 2.0 und Social Commerce

Web 2.0 meets Pharma

- Bedeutung des Internets in der Gesundheitskommunikation
- Wie eHealth Sites erfolgreich werden und bleiben
- Erfolgskriterien
- Tags: community building, mobile marketing, individual based services, edutainment, disease education, user generated content, health communities, stickiness, retaining, converting, relationship
- Anwendungsbeispiele
- Fallstudie luft-zum-leben.de



Dr. med. Jochen Drechsel, Senior Manager, GlaxoSmithKline GmbH & Co. KG, München

Pharma 2.0

11:30 **Veränderung des E-Commerce durch Social Shopping**

- Nutzer generierte Inhalte
- Nutzer getriebener Produktvertrieb anstatt durch Anbieter
- Nutzer Empfehlungen als relevanter Faktor bei der Kaufentscheidung
- Mehr Transparenz über Produkte, Preise & Shops
- „Mund Propaganda“ in verschiedenen Formen



Sven Schmidt, Geschäftsführer, Dealjaeger GmbH, Hamburg

Community 2.0 und Social Commerce

Web 2.0 – Recht 2.0? Rechtsprobleme im Web 2.0

- Welches Recht gilt im Web 2.0
- Urheber- und Markenrechtsverletzungen im Web 2.0
- Beeinträchtigungen des Persönlichkeitsrechts
- Einmal im Netz – immer im Netz! Was nützt ein Unterlassungsanspruch?
- Wer haftet für Rechtsverstöße?



Dr. Thomas Stögmüller, Rechtsanwalt und Partner, teclegal Habel Rechtsanwälte Partnerschaft, München

Recht 2.0

12:10 **Business Lunch und Besuch der Fachausstellung** 

13:10 **Einfluss Web2Null auf eCommerce-Unternehmen/Online Marketing Abteilungen**

- Werben und Verkaufen in Web2Null-Umfeldern
 - Affiliate Netzwerke
 - Datenbanken
 - Contextsensitive Netzwerke
- Veränderung der klassischen PR durch Online PR
 - Suchmaschinen Optimierung
 - WOM



Ron Hillmann, Geschäftsführender Gesellschafter, Iven & Hillmann GmbH & Co. KG, Berlin

Marketing und Unternehmenskommunikation 2.0

Semantische Netze in der Versicherung praktisch umgesetzt

- Ausgangslage Schadenbearbeitung
- Planung und Umsetzung
- Live Demo System
- Wartung und Betrieb in der Praxis
- Erfolgsfaktoren für Knowledge Management Projekte
- Ausblick: Einsatz semantische Netze



Emanuel Bolter, Knowledge Engineer, Helvetia Consulting AG, St. Gallen

Semantic Web und Web 3.0

13:50 **Three basic elements of web 2.0 and what makes them important**

- Distributed data
- Treat users with respect
- Rich media
- These three aspects of web 2.0 are characteristic of how the internet has become adult; in many ways the growth of broadband has made this possible. How should we act? What are the best practices? Where are the pitfalls?



Peter Warne, External Communications Manager, Nestlé SA, Vevey

Marketing und Unternehmenskommunikation 2.0

Where Robot meet Humans

- How to combine crowd intelligence and semantic web technologies to create next generation information portals
- How to automatically create content for your portal
- How to leverage users to enhance information quality
- How to create meta information and meaningful linkage



Florian M. Steger, Managing Director, Kupferwerk GmbH, München

Semantic Web und Web 3.0

14:30 **Networking Break und Besuch der Fachausstellung** 

15:00 **Referent in Absprache**

15:45 **„Email ist für Alte!“ - Warum technische Neuerer und skeptische Verbraucher so lange brauchen, bis sie sich verstehen**

- Wie groß ist der Markt für Web 2.0 wirklich? Oder: Warum ist das so schwer abzuschätzen?
- Historische Einordnung: Warum technische Neuerer das Marktpotential ihrer Erfindungen meistens überschätzen
- Aktuelle Anwendung: Journalistische Beobachtungen zu Web 2.0
- Die Generationenfrage
- Reprise: Wie groß ist der Markt für Web 2.0 wirklich?

Keynote



Thomas Fischermann, Redakteur und „Chefökonom“, Die ZEIT, Hamburg

16:30 **Abschlussdiskussion und Zusammenfassung durch den Vorsitzenden Prof. Dr. Marc Drüner**



Prof. Dr. Marc Drüner (s.o.)

17:00 **Ende des Web 2.0 Kongresses**

**Intensiv-Workshop
Donnerstag, 11. Oktober 2007**

09:00 – 17:00 **Marketing 2.0 im Unternehmen – Strategien für eine sozial vernetzte Welt**

- Wie profitiert mein Unternehmen vom kollektiven Wissen im Netz
- Anwendungen des Social Marketings im Unternehmen an ausgesuchten Praxisbeispielen
- Paradigmenwechsel im Markt – Der Konsument tritt in den Vordergrund
- Neue Einflussbereiche im Internet (Weblogs, Foren, Podcasts, Vodcasts und Social Bookmarking)
- Wichtigkeit des Aufbaus von Sozialen Netzwerken
- Diskussion und Übersetzung der Erfolgsfaktoren von Web2.0 Unternehmen auf Ihr Unternehmen



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



Ralf Rattay, Business Development und Produktmanagement Web2.0, trommsdorf + drüner, innovation + marketing consultants GmbH, Berlin

Kompetenzpartner



Adobe revolutioniert unseren Umgang mit Ideen und Informationen. Seit 25 Jahren sind die preisgekrönten Technologien und Lösungen von Adobe der Standard für die Kreation und Bereitstellung von Inhalten. Ein Portfolio mit bestangesehenen Anwendungen machen aus Adobe eines der weltweit größten und vielseitigsten Software-Unternehmen.

Adobe Systems GmbH
Georg-Brauchle-Ring 58
80992 München

Ansprechpartner:
Gisela Brunner, Marketing Manager Web & Video
Telefon: +49 (0)89 / 31705-0
Telefax: +49 (0)89 / 31705-705
E-Mail: gisela.brunner@adobe.com
Internet: www.adobe.de

Aussteller



Die Vogel Medien Gruppe zählt zu den führenden international tätigen Medienunternehmen

im fachpublizistischen und Special Interest Bereich. Mit den neuen Business Effizienz Portalen wird dem veränderten Informations- und Werbeverhalten Rechnung getragen: Entscheider erhalten Inhalte mit hohem Nutzwert. Lead Generation macht den Marketing-Erfolg für Werbekunden messbar.

Vogel Business Medien GmbH & Co. KG
Max-Planck-Straße 7/9
97064 Würzburg

Ansprechpartner:
Jens Gerlach, Leiter Client Consulting
Telefon: +49 (0)931 / 418-2578
Telefax: +49 (0)931 / 418-2603
E-Mail: jens_gerlach@vogel-medien.de
Internet: www.lead-generation.de

Gold-Sponsor



Kupferwerk helps your company to launch, run and maintain its own online community platform. Our powerful product and service suite lets brand companies, media corporations, organizations and innovative start-ups benefit from the features of a vibrant, lively online community. Within our main development center in Regensburg and with local contacts close to our customers, our team of consulting, design and development experts (right now about 20 of them) can realize your online community idea quickly and professionally. Our special interest lies in so-called „micro communities“ – online communities tailored for specific target groups to serve their needs and abilities.

Kupferwerk GmbH | Office Regensburg
Liebhartstr. 36b
93053 Regensburg

Ansprechpartner:
Florian M. Steger, Managing Director
Telefon: +49 (0)89 / 55294-980
Telefax: +49 (0)89 / 55294-981
E-Mail: steger@kupferwerk.com
Internet: www.kupferwerk.com

Silber-Sponsor



CoreMedia ist ein globales Softwareunternehmen für das Geschäft mit digitalen Inhalten in den konvergierenden

Märkten der IT, Telekommunikation und Medien. Als Innovations- und Technologieführer arbeitet CoreMedia für Portal-Anbieter und Unternehmen in den Branchen Medien, Telekommunikation, Industrie, Banken und Versicherungen auf allen 5 Kontinenten. Gegründet 1996 am Stammsitz Hamburg, beschäftigt CoreMedia über 140 Mitarbeiter und verfügt über ein weltweites Netzwerk von Implementierungs-Partnern. www.coremedia.com

CoreMedia AG
Ludwig-Erhard-Str. 18
20459 Hamburg

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

Medienpartner



Inhalt & Konzeption

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

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.



Steffi Reinhold,
Product Managerin,
berät Sie gerne:
Telefon: +49 (0) 6196/585-1195
Telefax: +49 (0) 6196/585-390
E-Mail: steffi.reinhold@iir.de



Yvonne Koch,
Marketing Managerin,
berät Sie gerne:
Telefon: +49 (0) 6196/585-287
Telefax: +49 (0) 6196/585-390
E-Mail: yvonne.koch@iir.de



Steffi Anding,
Sales Managerin,
berät Sie gerne:
Telefon: +49 (0) 6196/585-1185
Telefax: +49 (0) 6196/585-390
E-Mail: steffi.anding@iir.de

Anmeldeformular



Bitte kopieren, ausfüllen und faxen!
+49(0)6196/585-485



WEB 2.0 K o n g r e s s

RIA RSS Wikis Podcast
AJAX Mashups Blogs Tags

09.-10.10.2007
Hollywood Media Hotel, Berlin

Bei Anmeldung über diese Broschüre erhalten Sie einen Rabatt in Höhe von € 200,- auf den Forumspreis.

-8888-

**3. IIR Kongress
jetzt mit neuem
Programm
in BERLIN**

Ihr Vorteil
als Frühbucher



Bei einer Anmeldung bis zum
31.08.2007
inklusive Sony Playstation portable

Web 2.0 goes corporate!

Social Commerce & Collaboration für das Enterprise 2.0

Ja, wir möchten teilnehmen:

T8074	Bei Anmeldung bis 31.08.2007	Bei Anmeldung bis 14.09.2007	Bei Anmeldung ab 15.09.2007
<input type="checkbox"/> Forum 09.-10.10.2007	€ 1.695,- Sie sparen € 200,- + Playstation Portable*	€ 1.795,- Sie sparen € 100,-	€ 1.895,-
<input type="checkbox"/> Pre-Workshop + Forum 08.-10.10.2007	€ 2.295,- Sie sparen € 200,- + Playstation Portable*	€ 2.395,- Sie sparen € 100,-	€ 2.495,-
<input type="checkbox"/> Forum + Intensiv Workshop 09.-11.10.2007	€ 2.295,- Sie sparen € 200,- + Playstation Portable*	€ 2.395,- Sie sparen € 100,-	€ 2.495,-
<input type="checkbox"/> Pre-Workshop + Forum + Intensiv Workshop 08.-11.10.2007	€ 2.695,- Sie sparen € 200,- + Playstation Portable*	€ 2.795,- Sie sparen € 100,-	€ 2.895,-
<input type="checkbox"/> Pre-Workshop 08.10.2007	€ 995,-	€ 995,-	€ 995,-
<input type="checkbox"/> Intensiv Workshop 11.10.2007	€ 995,-	€ 995,-	€ 995,-

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

*alternativ gewähren wir einen Preisnachlass in Höhe von € 150,-

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 1050, 65836 Sulzbach, Tel. 06196-585-0, E-Mail datenschutz@iir.de und Ihre Daten werden gesperrt (weitere Infos unter 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 2007 teilnehmen, möchte aber die Dokumentationsunterlagen als CD zum Preis von € 445,- (zzgl. MwSt.) bestellen. (Lieferung ab Mitte November 2007)
- Bitte schicken Sie mir Informationen zu Sponsoring und Ausstellung.

Zimmerreservierung:

Bitte entnehmen Sie die Hotelhinweise unserer Homepage
www.web2.0-kongress.de

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

Anmeldung

- IIR Technology, Postfach 1050
D-65836 Sulzbach/Ts.
- Telefax: +49 (0) 6196/585-485
- E-Mail: anmeldung@iir.de
- Internet: www.web2.0-kongress.de

- Für weitere Fragen stehen wir Ihnen gerne unter +49 (0) 6196/585-460 zur Verfügung
- Haben wir Sie korrekt angeschrieben? Rufen Sie uns an unter Tel. +49 (0) 6196/585-434 oder faxen Sie uns unter Fax: +49 (0) 6196/585-400

Name (1. Teilnehmer)	Vorname
Funktion	Abteilung/Hauspostcode
Telefon	Telefax
Name (2. Teilnehmer)	Vorname
Funktion	Abteilung/Hauspostcode
Telefon	Telefax
E-Mail	
genehmigender Vorgesetzter	
Funktion	Abteilung/Hauspostcode
Firma	Branche
Postfach	PLZ/Ort
Telefon	Telefax
<input checked="" type="checkbox"/> Verbindl. Unterschrift	Datum
<input type="checkbox"/> Ich bin an Informationen zu IIR-Veranstaltungen per E-Mail interessiert.	
E-Mail	
Unterschrift	Datum
Bitte ausfüllen, falls die Rechnungsanschrift von der Kundenanschrift abweicht:	
Rechnungsstelle/Abteilung	
Ansprechpartner/Telefon	
Postfach	PLZ/Ort
	W2X207HM