

# Kongress „Chance Web 2.0“

Neue Wege im Internet beschreiten.

Datum: 25. September 2006

Ort: Köln NH – Hotel City

Zeit: 09.00 – 18.00 Uhr

## Die Referenten

---



**Wolfgang Zehrt**  
directnews AG



**Prof. Dr. Ansgar Zerfuß**  
Universität Leipzig



**Sarik Weber**  
Open Business Club GmbH



**Christian Clawien**  
konstruktiv GmbH



**Sten Franke**  
Gridpatrol GmbH & Co. KG



**Martin Oetting**  
Europäische Wirtschaftshochschule Berlin



**Klaus Eck**  
PR-Blogger



**Marco Ripanti**  
iKarma



**Alexander Hopstein**  
Adobe Systems GmbH



**Jörg Rensmann**  
infoMantis GmbH



**Frank Fischer**  
Microsoft Deutschland GmbH



**Melanie Ruprecht**  
Meru consult



**Assia Tschernookoff**  
Beate Uhse AG



**Arnd Benninghoff**  
Holtzbrinck eLab



**Prof. Dr. Wolfgang Stock**  
RCC Public Affairs GmbH



**Andrea Schulz**  
artundweise GmbH



**Wolfgang Huber**  
E-Bay



## Das Kongressprogramm

<b>08.30</b>	<b>Ausgabe Konferenzunterlagen / Begrüßungskaffee und -kuchen</b>		
<b>09.00</b>	<b>Begrüßung durch Wolfgang Zehrt (Vorstand directnews AG)</b>		
<b>09.10</b>	<b>Ansgar Zerfaß:</b> "Web 2.0: Chancen für Marketing und PR" (einleitender Vortrag)		
<b>09.50</b>	<b>Kaffeepause</b>		
<b>10.00</b>	<b>Sarik Weber:</b> Die Social Business Community OpenBC und die Bedeutung von Web 2.0-Anwendungen im Kontext des Networkings.		
	<b>Christian Clawien:</b> Das Prinzip des Social Bookmarkings. Warum fördern mehr nutzergenerierte Inhalte den Trend zum Social Bookmarking?		
	<b>Alexander Hopstein:</b> Reine Technik ist nicht sozial. Warum die Gleichsetzung von Web 2.0 mit social networking zu kurz greift.		
	<b>Podiumsdiskussion</b>		
<b>12:00</b>	<b>Mittagspause</b>		
<b>13.00</b>	<b>Martin Oetting:</b> Mundpropaganda im Web 2.0. Warum sind Marken heute auf den Umgang mit viraler Kommunikation angewiesen?		
	<b>Klaus Eck</b> als Weblog-Experte und Blog-Coach: Veranschaulichung der Bedeutung von Weblogs für PR und Kommunikation.		
	<b>Marco Ripanti:</b> Das Geschäft mit dem Vertrauen. Bisher kennt die Geschäftswelt nur das Ranking von Agenturen. Die Idee, Personen zu bewerten ist neu.		
	<b>Podiumsdiskussion</b>		
<b>15.00</b>	<b>Kaffeepause</b>		
<b>15.15</b>	<b>Sten Franke:</b> Monitoring von Foren und Blogs (inkl. Handlungsempfehlungen für die Bereiche Marktforschung im Web2.0 etc.)	<b>Melanie Ruprecht/ Assia Tschernookoff:</b> Workshop am Beispiel der Beate Uhse AG (Dabei wird ein konkretes Projekt näher beleuchtet und besprochen, wie ein begleitendes Weblog konzipiert sein könnte.)	<b>Wolfgang Stock</b> Video-Podcasts als Möglichkeit der Kommunikation mit Kunden.
	<b>Jörg Rensmann:</b> Die Handhabung und Einsatzmöglichkeiten von RSS – im Bereich der internen und externen Kommunikation.		
	<b>Frank Fischer:</b> Grundlagen der Technologie (AJAX, Web Services, Architektur von SaaS) und weiter führend.	<b>Arnd Benninghoff:</b> Ziele und Strategien aus Verlagssicht. Web 2.0 als Zukunftspotenzial für Medienhäuser?	
<b>17.30</b>	<b>Melanie Ruprecht: Abschluss + Zusammenfassung</b>		
<b>18.00</b>	<b>Ende</b>		

