

# WEBMONITORING 2009 ANWENDERKONFERENZ

**USER GENERATED CONTENT**  
 FINDEN • ANALYSIEREN • AKTIVIEREN

Anmelden unter:  
[www.webknowledge.de](http://www.webknowledge.de)

## Tchibo



**Kristina Hecker**  
 über Crowdsourcing  
 am Beispiel von  
 »Tchibo Ideas«.

## BMW



**Björn Ollhäuser**  
 über das Webmonito-  
 ring-Projekt bei BMW.

## DuMont BuchVerlag



**Jan Hölz**  
 über Wege zur  
 Monetarisierung  
 von Communités



## Werner & Mertz



**Birgitta Schenz**  
 über die Erfahrungen  
 eines Corporate-Blog-  
 Betreibers am Beispiel  
 Froschblog.

## Electronic Arts



**Tim Voelkel**  
 Kundenbindungsmaß-  
 nahmen durch User  
 Generated Content  
 am Beispiel von  
 EA SPORTS Football  
 World

## Jägermeister



**Sven Markschläger**  
 über Digitale Mar-  
 kenführung bei der  
 Jägermeister AG.

# KONFERENZ

17. September 2009, 9 - 16 Uhr

- 09:00 **Registrierung**
- 09:30 **Fachhochschule Köln: Prof. Dr. Matthias Fank**  
Vorstellung des Themas
- 09:40 **Electronic Arts GmbH: Tim Voelkel**  
Kundenbindungsmaßnahmen durch User Generated Content  
EA SPORTS Football World
- 10:10 **Werner & Mertz GmbH: Birgitta Schenz**  
Erfahrungen eines Corporate-Blog-Betreibers am Beispiel Froschblog
- 10:40 **Fragen und Antworten**
- 10:45 **Kaffeepause**
- 11:15 **DuMont Buchverlag: Jan Hölz**  
Monetarisierung von Communities
- 11:45 **Tchibo GmbH: Kristina Hecker**  
Crowdsourcing am Beispiel von Tchibo Ideas
- 12:15 **Unternehmen: N.N.**  
Projektierung und Realisierung eines Corporate Weblogs
- 12:45 **Fragen und Antworten**
- 13:00 **Mittagspause**
- 14:00 **Mast Jägermeister AG: Sven Markschläger**  
Digitale Markenführung
- 14:30 **BMW AG: Björn Ollhäuser**  
Webmonitoring
- 15:00 **Sun Microsystems GmbH: Donatus Schmid**  
Handlungsoptionen in Verbindung von Marktforschung  
und User Generated Content am Beispiel von Sun
- 15:30 **Fragen und Antworten**
- 15:45 **Offene Diskussion mit allen Teilnehmern**  
Podiumsdiskussion und anschließendes Get Together

PROGRAMM

Partner:

**INTERGARE**  
ONLINE RESEARCH SOFTWARE

  
**infospeed**

# WORKSHOP

18. September 2009, 9 - 16 Uhr

Ihr Leitfaden für die Einführung eines Webmonitorings

## Aus dem Inhalt:

Einfluss des Web 2.0 auf Unternehmen

Ziele eines Webmonitorings

Identifikation und Bewertung von Foren, Blogs etc.

Umgang mit negativen Kundenbeiträgen

Aufbau eines Berichtswesens

Organisatorische Verankerung von Webmonitoring

## Konzeption & Durchführung:



Evrim Sen ist Geschäftsführer der infospeed GmbH. Dort realisiert er Unternehmenslösungen im Bereich Web 2.0 und Community Marketing. Sein Spezialgebiet liegt dabei im Webknowledge: Beobachtung, Analyse und Frühwarnsystem-Entwicklung für Foren, Blogs, Bewertungsportale, UGC-Sites und Podcasts.



Prof. Dr. Matthias Fank ist Dozent für Informationswirtschaft an der Fachhochschule Köln. Der Schwerpunkt seiner Forschung liegt in den letzten fünf Jahren auf dem Gebiet des Managements externer Informationen. Die Quelle an externen Informationen bildet das Internet. Sein Forschungsgebiet bezeichnet er »Webknowledge«.

Immer mehr Konsumenten berichten in Foren, Blogs und Bewertungsportalen über ihre Erfahrungen mit Unternehmen und Produkten. Unternehmen reagieren darauf zunehmend mit dem Aufbau eines Webmonitorings. Doch wie können Inhalte systematisch erfasst, ausgewertet und verdichtet werden? Und welche Maßnahmen sind im Web 2.0 überhaupt sinnvoll?

## Fragestellungen:

- Welche Möglichkeiten bietet ein Webmonitoring?
- Wie geht man bei der Einführung eines Webmonitorings vor?
- Wie findet man die für ein Unternehmen relevanten Themen und Quellen?
- Welche Art der Technologie kann ein Webmonitoring unterstützen?
- Wie setzt man ein Reporting auf?
- In welche Zuständigkeitsbereiche fällt Webmonitoring?

Der Workshop vermittelt erste grundlegende Schritte, die bei der Einführung eines Webmonitorings zu beachten sind. Sie erhalten Tipps & Tricks zur Identifikation und Bewertung von Web 2.0-Quellen. Alle Workshop-Teilnehmer arbeiten an einem Rechner und erarbeiten vor ihrem persönlichen Arbeitshintergrund ein Webmonitoring.

## Lerninhalte:

- Die Möglichkeiten und wichtigsten Einsatzgebiete von Webmonitoring
- Chancen und Gefahren des Web 2.0
- Kompakter Überblick über Webmonitoring-Technologien
- Bedeutung des Webmonitorings für Ihr Unternehmen

PROGRAMM

# FAX-ANMELDUNG

Fax: 0221 / 99 84 10 11

Ich/Wir nehme(n) an der Veranstaltung teil:

- an der Konferenz  
 an der Konferenz und am Workshop

①	②
Nachname	Nachname
Vorname	Vorname
Position	Position
Firma	
Straße	③ Nachname
PLZ/Ort	Vorname
Telefon	Position
Fax	
E-Mail	

Datum, Unterschrift (gültig für alle Teilnehmer)

Die Teilnahmegebühr für die Konferenz beträgt inklusive Mittagessen und Erfrischungen €79 p. P. Für Workshop und Konferenz wird eine Gebühr von €239 p. P. erhoben.

Bei Anmeldungen bis zum 15.06.09 gewähren wir einen Frühbucherpreis von €69 bzw. 219€ p. P. Sie erhalten nach Eingang Ihrer Anmeldung eine Bestätigung und eine Rechnung mit ausgewiesener MwSt. Konferenzeinlass kann nur gewährt werden, wenn genügend Plätze frei sind und die Rechnung rechtzeitig vor Beginn beglichen wird. Bis zu 21 Tage vor Veranstaltungsbeginn können Sie kostenlos schriftlich stornieren. Danach wird die gesamte Tagungsgebühr berechnet. Eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers ist möglich. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

**Ort:**

Fachhochschule Köln  
Rotunde, Claudiusstr. 1,  
50678 Köln

**Anwenderkonferenz:**

Donnerstag, 17.09.2009  
Beginn: 9:00 Uhr  
Ende: ca. 16:30 Uhr

**Workshop:**

Freitag, 18.09.2009  
Beginn: 9:00 Uhr  
Ende: 17:00 Uhr

**Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln:**

Linie 6, 15 oder 16 bis  
Haltestelle Ubierring.

**Anreise mit PKW:**

Sie haben die Möglichkeit, direkt vor der FH Köln zu parken. Wir empfehlen Ihnen die Tiefgarage "Rheinauhafen" gegenüber der FH. Dort sind ausreichend Stellplätze vorhanden.

Einfahrt:

Agrippinawerft 30  
Bereich 8 oder 9

ANMELDUNG