



# ONLINE MARKETING KONFERENZ & NETWORKING PARTY

BERLIN / 13. OKTOBER 2011

DAS OMCap MAGAZIN

ALLE SESSIONS, REFERENTEN &  
HIGHLIGHTS DER OMCap 2011

DISPLAY ADVERTISING + SEO + AFFILIATE + SEM + SOCIAL MEDIA +

**zanox.**

**bing™**

  
searchmetrics  
Your Web Intelligence

IN KOOPERATION MIT

**SES** BERLIN

# LINKSPOWER

## SEO MIT DURCHSCHLAGSKRAFT



Webkataloge und Social Bookmarks sind von vorgestern. Barketing beschafft Ihnen Backlinks von starken Webseiten für dauerhafte Sichtbarkeitssteigerung und unterstützt Sie auch bei Ihren internationalen Linkaufbau-Kampagnen.

**BARKETING** – Ihre Agentur für natürlichen Linkaufbau.



## OMCap 2011 Herzlich Willkommen



### Herzlich Willkommen zur ersten OMCap Konferenz und Party 2011 in Berlin

Die OMCap öffnet jetzt zum zweiten Mal ihre Türen, jedoch hat sich in einem Jahr vieles verändert. Aus einem erfolgreichen Networking Abend im letzten Dezember entstand die Idee, etwas Größeres und noch Informativeres auf die Beine zu stellen. Nach Monaten der Planung und harten Arbeit ist es nun soweit: Das Organisationsteam, unser Kooperationspartner die SES Berlin und ich begrüßen Sie nun zur ersten OMCap Konferenz im Kosmos Berlin.

Wissen im Online Marketing ist vergänglich und die OMCap soll dabei helfen, den kontinuierlichen Austausch in der Branche weiter zu fördern. Ermöglicht wird das Event durch die Unterstützung der über 40 SprecherInnen, bei denen ich mich herzlich bedanke. In drei parallel laufenden Tracks – BING, zanox und Searchmetrics – vermitteln sie das aktuelle Best Practice und geben eine Ausschau, worauf man sich im Online Marketing vorbereiten sollte.

Premieren sind immer ein Wagnis. Funktioniert es? Glauben auch andere an die Idee? Unsere Sponsoren und Partner glauben daran und helfen somit maßgeblich, die OMCap zu einem besonderen Event zu machen – ein großes Dankeschön dafür.

Last but not Least ein Dank an Sie, an alle Teilnehmer. Sie entscheiden letztendlich, ob eine Veranstaltung zum Erfolg wird oder nicht. Die Kommunikation über Social Media im Vorfeld der OMCap hat uns überwältigt und verdeutlicht, wie aktiv die Branche ist und wie wichtig es ist, sich gegenseitig zu unterstützen und auf dem Laufenden zu halten.

Und jetzt heißt es, viel Spaß bei den Vorträgen, beim Speed Networking, beim Analysieren mit BING oder zum Abschluss auf der Party.

Ich wünsche uns allen eine spannende Zeit.

Ihr

Andre Alpar

#### INHALT

LOCATION 4

PROGRAMM 5

SPECIALS 10

REFERENTEN 12

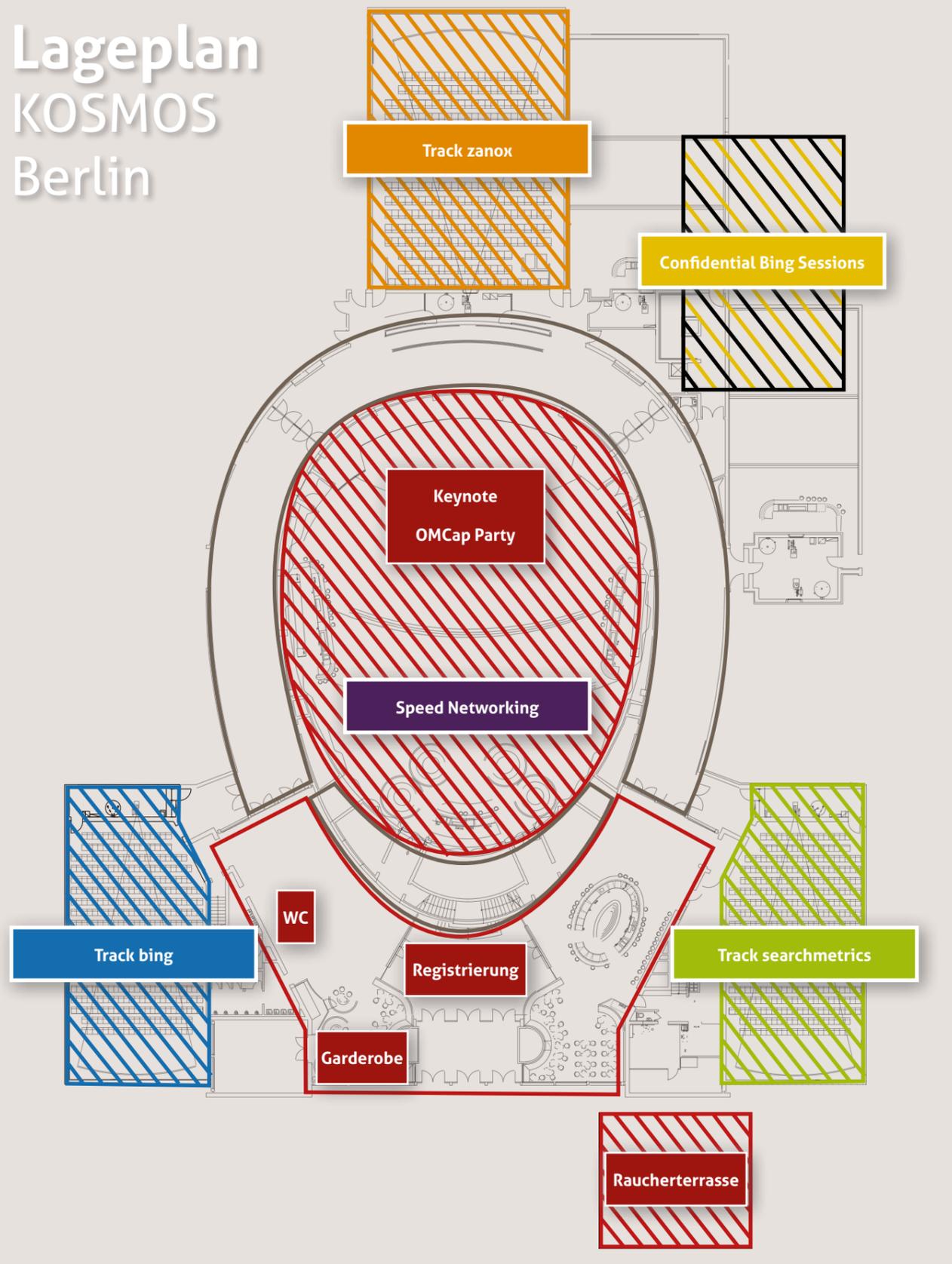
SPONSOREN 28

MEDIENPARTNER 32

PARTY 34

IMPRESSUM 35

# Lageplan KOSMOS Berlin



09.00 – 9.30 Uhr

Begrüßung: Andre Alpar & Mike Grehan  
Keynote: Mike Grehan – Search And The Connected Consumer

09.45 – 10.30 Uhr

10.45 – 11.30 Uhr

11.45 – 12.30 Uhr

12.30 – 13.30 Uhr

13.30 – 14.15 Uhr

14.30 – 15.15 Uhr

15.15 – 16.00 Uhr

16.00 – 16.45 Uhr

17.00 – 17.45 Uhr

Ab 18.00 Uhr

Ab 19.00 Uhr

Track searchmetrics	Track zanox	Track Bing
<b>SEO: Was ist zu beachten bei internationalem Linkbuilding?</b> Bastian Grimm Sepita Ansari	<b>SEA: Was machen Top Performer im SEA anders?</b> Evert Veldhuijzen Thorsten Piening Ron Hillmann	<b>Black Hat: Marketing &amp; Traffic jenseits von Gut &amp; Artig</b> Fabian Rossbacher Fabian Brüssel
<b>KMUs: Chancen und Risiken bei SEO und SEM für KMUs</b> Daniel Wette Marco Janck	<b>Conversion Optimierung: Mehr rausholen aus dem kostbaren Traffic</b> Lennart Paulsen Karl Kratz	<b>Domains: Domainakquise &amp; -vermarktung: Was lohnt sich und wie macht man es?</b> Christoph Grüneberg Daniel Harouni Nico Zeifang
<b>Universal Search: Was kommt noch alles in die SERPs und wie kann man partizipieren?</b> Niels Dörje Martin Mißfeldt	<b>Affiliate Marketing: Wie unterscheiden sich europäische Länder für Affiliates, Merchants und Agenturen?</b> Markus Kellermann Miro Morczinek	<b>Search 2012: Was kommt als nächstes?</b> Christoph Burseg Marcus Tandler

Mittagspause

<b>SEO: Planung, Umsetzung und Steuerung interner Linkstrukturen</b> Jens Fauldrath Jonas Weber Astrid Staats	<b>Customer Journey: Wie kann und sollte man Leads, Sales und andere Werbeleistungen attribuieren?</b> Jens Maurer Thomas Bindl	<b>Preissuchmaschinen Marketing: Welche Daten, welche Preise für welchen Partner?</b> Jens Tonnier Björn Emeritzky
<b>Controlling: Online Marketing KPIs für SEO und andere Kanäle</b> Jens Fauldrath Stefan Fischerländer Marcus Tober	<b>eMail-Marketing: Dem Kunden Mehrwert liefern statt zu stören</b> Nico Zorn Matthias Lütgens	<b>Social Media Marketing: Wie kann man Social Media als Werbemittel nutzen?</b> Christian Pansch Tim Sebastian

Speed Networking mit affilinet

Kaffeepause

<b>eCommerce: Wie ist der Wertbeitrag unterschiedlicher Onlinemarketingkanäle?</b> Alexander Holl Oskar Stenzel	<b>Retargeting auf CPC Basis vs. Retargeting auf CPO postview Basis</b> Robert Lang Michael Pietsch Philipp Westermeyer	<b>Kostenlose vs. kostenpflichtige Tools: Was leisten Tools und wo sind die Grenzen?</b> Christian Sauer Sören Bendig
<b>Analytics: Sinnvolle Verknüpfung von Analytics mit SEO</b> Frank Hohenleitner Amin Ghosh	<b>Displaymarketing: Mit Blick auf CPL und CPS Display Kampagnen buchen</b> Karsten Giernalczyk Dominik Matyka	<b>Linkaufbau: Blackhat vs. Whi-tehat</b> Dominik Wojcik Maik Metzen

Drinks and Networking

Dinner and Party

## 09.00 – 09.30 Uhr

**Keynote:**  
**Mike Grehan – Search And The Connected Consumer**

The world wide web brought a plethora of information to the finger tips of a new generation of “surfers.” And Google placed itself front and centre as the guardian (perhaps even gateway) to the exponential growth of web content. But the balance between mediated content created by professional web developers and copywriters has been thrown off by the sheer volume of “user generated content” with video and social networking sites at the forefront of this new torrent of information.

It's simply not possible for the existing web protocols to allow search engines to crawl and scoop up content in real time with due accuracy and relevancy. And the end user has changed so much since the dawning of the web. They are no longer chained to desks and modems. They're on the move and their devices are myriad. Feature phones, smart phones and tablets dominate. They are not just consuming data, they're generating it and sharing it.

In this keynote session, veteran search marketer Mike Grehan will chart the beginning of information retrieval on the web through to the information needs of the new, transient media consumer and the information providers of the future.



Track searchmetrics

## 09.45 – 10.30 Uhr

**SEO: Was ist zu beachten bei internationalem Linkbuilding?**

Sepita Ansari, Bastian Grimm

Linkbuilding entscheidet maßgeblich über Erfolg oder Misserfolg einer Seite. Doch was im eigenen Land funktioniert, muss sich noch lange nicht im Ausland auszahlen. Welche Faktoren sind wirklich entscheidend für den Erfolg und wie behält man die Kontrolle über Aufbau, Erfolg und Kosten? In dieser Session erfahren Sie, wie man effektives Linkbuilding auf internationaler Ebene betreiben kann.

## 10.45 – 11.30 Uhr

**KMUs: Chancen und Risiken bei SEO und SEM für KMUs**

Daniel Wette, Marco Janck

Auch kleine und mittelständische Unternehmen (KMUs) müssen sich immer intensiver mit Online Marketing Maßnahmen auseinandersetzen, um Kunden im regionalen Bereich zu erreichen, Aufträge zu generieren und so Erfolge zu sichern. Online Marketing für KMUs - welche Chancen bieten sich, mit welchen Risiken muss man sich auseinandersetzen? Diese Session gibt Ihnen einen Überblick und zeigt Möglichkeiten auf.

zanox.

Track zanox

**SEA: Was machen TOP Performer im SEA anders?**

Evert Veldhuijzen, Thorsten Piening, Ron Hillmann

Als komplementärer Bestandteil zur SEO gewinnen SEA-Kampagnen immer mehr an Bedeutung. Der richtige Einsatz der Search Engine Advertising Maßnahmen ist entscheidend für den Erfolg im Rahmen der Online Vermarktung und erfordert ein hohes Maß an Know How. In dieser Session können Sie von Erfahrungswerten der Top Performer im SEA profitieren, ihnen in die Karten schauen und sich wertvolle Tipps für die eigene Umsetzung holen.

**Conversion Optimierung: Mehr raus- holen aus dem kostbaren Traffic**

Lennart Paulsen, Karl Kratz

Der Traffic ist da – und nun? Ob sich die Investitionen wirklich gelohnt haben, hängt davon ab, wie Sie Ihre Conversion Rates weiter optimieren. Effizientes Messen, Managen und Optimieren sind Herausforderungen, denen man sich stellen muss, sobald die Nutzer da sind. In dieser Session beantworten Ihnen Top Experten die wichtigsten Fragen zum Thema und zeigen auf, wie Sie mit einfachen Mitteln maximale Erfolge erzielen können.

bing

Track bing

**Black Hat: Marketing & Traffic jenseits von Gut & Artig**

Fabian Rossbacher, Fabian Brüssel

Black Hat Maßnahmen zielen auf schnelle „Erfolge“ ab. Doch wie effizient sind sie am Ende wirklich? Besonders in Sachen Nachhaltigkeit werden die Schwachstellen mehr als deutlich. Mit welchen aktuellen Methoden Black Hats arbeiten und wie nutzbar die Ergebnisse letztendlich sind, soll diese Session vermitteln. Sie bekommen einen Einblick in die Sichtweisen der Experten, um so auch eigene Ideen effektiv weiterzuentwickeln.

**Domains: Domainakquise & -vermarktung – Was lohnt sich und wie macht man es?**

Christoph Grüneberg, Daniel Harouni, Nico Zeifang

Domains gehören zu den wichtigsten immateriellen Gütern unserer heutigen Zeit und können – mit etwas Geschick – Gold wert sein. Der Erfolg hängt dabei nicht nur vom Erwerb der richtigen Domains, sondern vor allem auch von deren effektiver Vermarktung ab. Domains können der Grundstein eines erfolgreichen Webventures sowie ein wertvoller Trafficdriver sein. Über den erfolgreichen An- und Verkauf sowie die optimale Monetarisierung von Domains klärt diese Session auf.



Track searchmetrics

## 11.45 – 12.30 Uhr

**Universal Search: Was kommt noch alles in die SERPs und wie kann man partizipieren?**

Niels Dörje, Martin Mißfeldt

Die Ergebnisse in den SERPs werden immer vielfältiger – Universal Search nimmt einen dominanten Platz in den Suchergebnissen ein und Unternehmen entdecken es als wichtige Maßnahme im Online Marketing Portfolio. Vom System Google zu profitieren heißt, seine Möglichkeiten optimal zu nutzen. Welche Möglichkeiten es gibt und wie man am effektivsten partizipiert, wird Ihnen in dieser Session erläutert.

## 13.30 – 14.15 Uhr

**SEO: Planung, Umsetzung und Steuerung interner Linkstrukturen**

Jens Fauldrath, Jonas Weber, Astrid Staats

Die Qualität der eigenen Linkstruktur ist entscheidend an Erfolg oder Misserfolg der eigenen Seite beteiligt. Wie wird der User und auch Google sinnvoll geleitet, wie führt man diesen Prozess oder wie kann man diesen Prozess beeinflussen sowie welchen Einfluss haben Änderungen und was ist zu tun, wenn die Umgestaltung nicht das erzielte Ergebnis erreicht? Diese Fragen werden Ihnen umfangreich in dieser Session beantwortet.

## 14.30 – 15.15 Uhr

**Controlling: Online Marketing KPIs für SEO und andere Kanäle**

Stefan Fischerländer, Marcus Tober, Jens Fauldrath

Der gefühlte Erfolg ist da, aber wie ihn nun messbar machen? Die Menge an Datenreferenzen ist groß, das Chaos zum Teil aber auch. Den tatsächlichen wirtschaftlichen Erfolg von SEO Maßnahmen messen und somit Ansatzpunkte für Optimierung schaffen – das ist das Entscheidende. Welche KPIs in diesem Zusammenhang sinnvoll für jeden SEO sind und mit welchen Tools man am effektivsten arbeitet, diese Session klärt auf.

zanox.

Track zanox

**Affiliate Marketing: Wie unterscheiden sich europäische Länder für Affiliates, Merchants und Agenturen?**

Markus Kellermann, Miro Morczinek

Die Ausweitung der eigenen Affiliate Maßnahmen auf andere Teile Europas erfordert gänzlich andere Strategien, als eine Kampagne im eigenen Land. Welche Unterschiede gibt es in den verschiedenen Ländern und mit welchen Maßnahmen kann ich auch dort mein eigenes Projekt zum Erfolg führen? Diese Session beantwortet Ihnen die wichtigsten Fragen, um im Affiliate Marketing auch auf europäischem Boden Erfolg zu haben.

**Customer Journey: Wie kann und sollte man Leads, Sales und andere Werbeleistungen attribuieren?**

Jens Maurer, Thomas Bindl

Das Customer Journey beschreibt die genauen Berührungspunkte, die ein Kunde mit einer Website hat: Über welchen Kanal kam er auf die Seite und welche waren für eine Conversion verantwortlich; und in welcher Reihenfolge? Dieser Prozess unterliegt einer ständigen Optimierung. Was zu beachten ist, wie Informationen zu bewerten sind, um im Anschluss das Werbebudget sinnvoll einzusetzen, verrät unsere Customer Journey Session.

**eMail-Marketing: Dem Kunden Mehrwert liefern statt zu stören**

Nico Zorn, Matthias Lütgens

Die richtige Mischung macht's. Mit Werbung im eMail-Marketing wollen Sie Ihre Kunden gezielt ansprechen und nicht störend auf Sie einwirken. Denn warum sollte ein User Werbung nutzen oder sich dafür interessieren, wenn sie nicht direkt auf seinen Geschmack zugeschnitten ist. Feingefühl ist also gefragt. Mit welchen Maßnahmen Sie Kunden auch als solche gewinnen und Response Raten steigern, erfahren Sie in dieser Session.

bing

Track bing

**Search 2012: Was kommt als nächstes?**

Christoph Burseg, Marcus Tandler

Google bietet seinen Usern ständig neue Möglichkeiten an und für SEO-Verantwortliche gilt es, neue Trends zu erkennen und aufzunehmen. Wie bleibt das eigene Online Marketing auch im Jahr 2012 erfolgreich und effektiv? Welchen Veränderungen sollte man in Zukunft besondere Beachtung schenken? Diese Session wagt einen Ausblick ins nächste Jahr und zeigt auf, was in Zukunft auf die Online Marketer zukommt.

**Preissuchmaschinen Marketing: Welche Daten, welche Preise für welchen Partner?**

Jens Tonnier, Björn Emeritzky

Preissuchmaschinen gewinnen immer mehr an Bedeutung und stellen in erster Linie für Online Shops ideale Onlinemarketinginstrumente dar. Sie generieren nicht nur Traffic, sie machen ihn auch um einiges wertvoller. Nutzer, die über eine Preissuchmaschine auf eine Shop-Seite gelangen, zeichnet in der Regel bereits eine hohe Kaufbereitschaft aus. Doch von welchen Partnern profitiert man am meisten? Welche Daten sind entscheidend und bei welchem Dienstleister lohnt es sich mehr zu investieren?

**Social Media Marketing: Wie kann man Social Media als Werbemittel nutzen?**

Tim Sebastian, Christian Pansch

Die eigene Facebook-Präsenz ist nur der erste Schritt, die Vorzüge des Social Media erfolgreich für das eigene Unternehmen zu nutzen. Auch bei den Social Networks besteht die Herausforderung darin, Marketing Strategien sinnvoll einzusetzen, um so Conversion Rates zu optimieren und einen maximalen Erfolg durch Werbeschaltung zu erzielen. Wie stelle ich das an? Das erfahren Sie in dieser Session.



## Track searchmetrics

16.00 – 16.45 Uhr

**eCommerce:** Wie ist der Wertbeitrag unterschiedlicher Onlinemarketingkanäle?

Alexander Holl, Oskar Stenzel

SEO, SEA, Display, Facebook, CRM, Affiliate – die Möglichkeiten, über die der Kunde Ihre Website betreten kann, sind vielfältig und erst nach mehreren Besuchen, über unterschiedliche Kanäle, erfolgt die erwünschte Conversion. Wie Sie den Anteil der genutzten Online Marketing Aktivitäten am Erfolg bemessen und kanalgemessene KPIs berechnen – auch hier sind die Optionen reichhaltig. Diese Session gibt Ihnen den Durchblick für Ihr eCommerce Geschäft oder Ihre Website.

17.00 – 17.45 Uhr

**Analytics:** Sinnvolle Verknüpfung von Analytics mit SEO

Frank Hohenleitner, Amit Ghosh

Die Effektivität der eigenen Online Marketing Maßnahmen sinnvoll nachvollziehen und auswerten zu können ist einer der wichtigsten Bestandteile der SEO-Arbeit. Eine breite Datenbasis bietet Google Analytics. Die Frage jedoch ist, welche Informationen erhält man durch Google Analytics, wie kann man sie interpretieren, mit Daten verknüpfen und welche sinnvollen Aussagen/Handlungsempfehlungen lassen sich hieraus ableiten. An konkreten Praxisbeispielen erfahren Sie, was es neues gibt und was es zu beachten gilt.

zanox.

## Track zanox

**Retargeting** auf CPC Basis vs. Retargeting auf CPO postview Basis

Robert Lang, Michael Pietsch, Philipp Westermeyer

Retargeting ist heute eine zentrale Werbemaßnahme, um unter anderem die Conversion Rate der eigenen Seite zu verbessern. Anders verhält es sich bei Maßnahmen auf Provisionsbasis, die Klickhandlung des Users ist nicht mehr ausschlaggebend. Doch welches Verfahren eignet sich besser und ist effektiver für das eigene Projekt? Unsere Referenten werden Ihnen in dieser Session Rede und Antwort stehen.

**Displaymarketing:** Mit Blick auf CPL und CPS Display Kampagnen buchen

Karsten Giernalczyk, Dominik Matyka

Display Marketing nimmt einen immer größeren Anteil im Marketing Mix ein. Cost per Lead oder Cost per Sale? Je nach Kampagne sind unterschiedliche Abrechnungsvarianten sinnvoll. Vor- und Nachteile, Argumente für die erfolgreiche Verhandlung mit dem Werbepartner, wie Deutsche Media- & Performance-Agenturen ticken sowie viele aufschlussreiche Fallbeispiele werden Themeninhalte der Vorträge in der Displaymarketing Session sein.

bing

## Track bing

**Kostenlose vs. kostenpflichtige Tools:** Was leisten Tools und wo sind die Grenzen?

Christian Sauer, Sören Bendig

Webanalyse- & SEO-Tools zählen zu den wichtigsten Datenlieferanten für Onlineprojekte. Um zu bestehen, sollte einem im Vorfeld klar sein: Was brauche ich wirklich? Was sind die Vor- und Nachteile kostenloser und kostenpflichtiger Webanalyse- & SEO-Tools? Wann lohnt sich ein kostenpflichtiges Tool, wo liegt der Mehrwert für Unternehmen? Dieser Vortrag wird Ihnen zeigen, was mit professionellen Tools im Webanalyse- und SEO-Bereich alles möglich ist.

**Linkaufbau:** Blackhat vs. Whitehat

Dominik Wojcik, Maik Metzgen

Sie bringen schnellen und gewinnbringenden Erfolg – Blackhat Verlinkungen. Doch wie effizient sind diese, nicht gern gesehenen Maßnahmen wirklich? Besonders in Sachen Nachhaltigkeit werden die Unterschiede mehr als deutlich. Mit welchen Methoden Blackhats beim Linkaufbau arbeiten und wie nutzbar die Ergebnisse letztendlich sind, soll diese Session vermitteln. Ist es also richtig, dass Whitehats längerfristig mehr Erfolg haben als Blackhats?



Sie möchten...

- echte Erfolgsprodukte durch Online Marketing nach vorn bringen
- bei den Top-Teams in der Online Marketing Szene mitarbeiten
- in spannenden Projekten eigene Impulse geben und so ganz persönlich zu deren Erfolg beitragen



Dann kommen Sie zu Rocket und verwirklichen Sie sich in erfolgreichen, internationalen Projekten im dynamischen und kreativen Umfeld der Berliner Startup Szene. Als Inkubator hat die Rocket Internet GmbH bereits Unternehmen wie Zalando, eDarling oder Groupon zum Erfolg geführt.

Wir freuen uns auf Ihre Unterstützung in den Bereichen:

## Online Marketing

- Leiter Online Marketing
- Senior Manager SEM und SEO
- Display und Bannerwerbung

## Customer Relationship Management

- Data Warehouse / Business Intelligence Developer
- Business Intelligence Systemadministrator
- Web Analytiker

Wir freuen uns von Ihnen zu hören!

Ihr Kontakt:

Mail: [jobs@rocket-internet.de](mailto:jobs@rocket-internet.de) - Tel.: +49 (0)30 - 55 95 54 61  
Weitere Jobs finden Sie unter [www.rocket-internet.de/jobs](http://www.rocket-internet.de/jobs)

Rocket Internet GmbH - Saarbrücker Straße 20/21 - 10405 Berlin / Germany  
[www.rocket-internet.de](http://www.rocket-internet.de)





## BING Session – alles ohne Publikum!

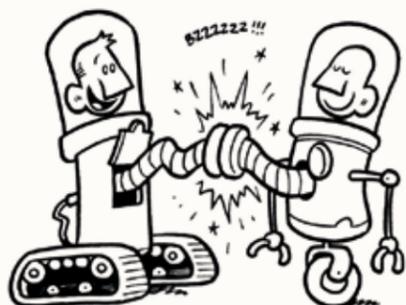
Sieben teilnehmende Firmen der OMCap, ausgelöst in der Vorbereitung der Konferenz, werden heute erstmalig die Gelegenheit bekommen an einer exklusiven Einzelsitzung mit BING teilzunehmen.

Backstage, hinter verschlossenen Türen, wird BING in Einheiten von 30 Minuten mit jeweils einer der sieben Firmen die eigene Website durchleuchten und analysieren. Ziel dieser Session sind unbezahlbare Verbesserungstipps durch beispielsweise Vergleiche mit konkur-

rierenden Websites, aber auch durch Analysen, wie man das Potenzial der eigenen Seite richtig nutzen kann. Da Sie BING One on One gegenüber sitzen, können Sie alle Ihre relevanten Fragen direkt an einen Experten richten. Ohne, dass die Konkurrenz mithört.

## Speed Networking mit affilinet

### Kontakte knüpfen leicht gemacht



Die drei wichtigsten K's des Online Marketing? Kontakte – Kontakte – Kontakte. Die OMCap 2011 in Berlin soll ein Event der Begegnungen werden. Nicht nur auf Vorträge mit fachlichem Input wird Wert gelegt – nein, auch das Thema Networking wird bei der OMCap großgeschrieben.

Beim offiziellen OMCap Speed Networking mit der affilinet GmbH gibt es deshalb Kontakte im Minutentakt. Schnell und zielgerichtet das eigene Netzwerk vergrößern und dabei vor allem Spaß haben – das ist unser Ziel.

In zwei 45-minütigen Sessions finden sich alle willigen Kontaktknüpfer ohne Voranmeldung im großen Hauptsaal des KOSMOS zusammen

und netzwerken unter Anleitung unseres Moderators.

Drei Minuten verschaffen Ihnen die Möglichkeit sich mit Ihrem Gesprächspartner über Ihre Ideen, Kooperationsansätze und natürlich auch „Gott und die Welt“ zu unterhalten, bis der große Gong ertönt und Sie weiterziehen müssen. Visitenkarten austauschen, für später verabreden oder auch höflich lächelnd verabschieden.

Gewonnene Kontakte und Sympathien lohnt es sich später auf der OMCap Networking Party weiter zu vertiefen.

Wir wünschen allen viel Spaß beim OMCap Speed Networking mit der affilinet GmbH.

## Die besten Kontakte? Gibt's mit affilinet.



### Kontakte im Minutentakt gibt es beim affilinet Speed Networking.

- Vergrößern Sie auf der OMCap 2011 gemeinsam mit uns Ihr Netzwerk in zwei 45-minütigen Sessions – Spaß und Kontakte garantiert!

### Kontakte für eine Top-Performance gibt es auf dem affilinet Marktplatz.

- Treffen Sie auf unserer Plattform über 500.000 Publisher, 2.500 Advertiser und die Top-Agenturen – Sales und Leads garantiert!

### affilinet – Die Nr. 1 für Performance Marketing.

- Größtes Netzwerk
- Top Service
- Innovative Plattform
- Vertrauensvolle Partnerschaft
- Leidenschaft für Ihre Branche





**Sepita Ansari**  
Geschäftsführer,  
Catbird Seat GmbH  
www.catbirdseat.de

Sepita Ansari, Geschäftsführer der Catbird Seat GmbH, ist einer der anerkanntesten Linkbuilding-Experten in Deutschland. Seit 2005 beschäftigt sich Sepita Ansari mit Online Marketing & SEO. Der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler war über drei Jahre bei der Scout24-Gruppe tätig und hat dort am Ende das JobScout24-Online Team geleitet. 2009 hat er mit drei weiteren Ex-Scout24 Online Marketern die Catbird Seat GmbH gegründet, eine Agentur für Online Marketing mit Fokus auf Search & Social und ist unter anderem Referent bei 121 WATT mit dem Thema Linkbuilding.

9:45 – 10:30 Uhr / Track searchmetrics:  
SEO: Was ist zu beachten bei internationalem Linkbuilding?



**Sören Bendig**  
Geschäftsführer,  
SEOLytics GmbH  
www.seolytics.de

Sören Bendig ist Geschäftsführer der SEOLytics GmbH, welche seit 2009 die SEO Controlling Software SEOLytics als skalierbare SaaS-Lösung entwickelt und vertreibt. Der Diplom-Ökonom vereint jahrelange Erfahrung im kaufmännischen Bereich und war als Vertriebsleiter in verschiedenen innovativen Branchen aktiv. Mit Online Marketing bzw. SEO kam Bendig vor Jahren über eigene Blogs in Kontakt, als gerade in Nischenmärkten mit SEO schnell Erfolge zu erzielen waren. Auf Konferenzen und SEO-Events spricht er regelmäßig über aktuelle Strategien zur Suchmaschinenoptimierung.

16:00 – 16:45 Uhr / Track bing:  
Kostenlose vs. kostenpflichtige Tools: Was leisten Tools und wo sind die Grenzen?



**Thomas Bindl**  
Gründer,  
Refined Labs GmbH  
www.refinedlabs.com

Thomas Bindl ist der Gründer von Refined Labs, dem Hersteller von Refined Ads, einer führenden Performance-Marketing-Software, die ein kanal-übergreifendes Tracking von Online-Marketing-Kampagnen ermöglicht. Zum Kundenportfolio von Refined Labs zählen zahlreiche Direktkunden wie Sixt, Affilinet oder Immowelt sowie Agenturen wie meta-people, Interactive Media und blueSummit. Seit 2000 berät Thomas Bindl rund um den Globus Firmen zum Search Marketing und ist weltweit als Industry Leader durch Publikationen und Präsentationen auf den führenden Konferenzen bekannt.

13:30 – 14:15 Uhr / Track zanox:  
Customer Journey: Wie kann und sollte man Leads, Sales und andere Werbeleistungen attribuieren?



**Fabian Brüssel**  
Geschäftsführer,  
Alpha9 Marketing KG  
www.alpha9marketing.com

Fabian Brüssel beschäftigt sich seit mehr als 10 Jahren mit Suchmaschinenoptimierung. Seit 2006 ist Brüssel als Geschäftsführer für die Alpha9 Marketing KG tätig. Als Full-Service Online Marketing Agentur entwickelt diese maßgeschneiderte Lösungen für kleine und mittelständische Unternehmen sowie für börsennotierte Großkonzerne. Ein weiterer Schwerpunkt des Unternehmens ist die Entwicklung und Bereitstellung technischer Lösungen für SEO / SEA Analyse / Optimierungstools für Partneragenturen aus ganz Deutschland.

9:45 – 10:30 Uhr / Track bing:  
Black Hat: Marketing & Traffic jenseits von Gut & Artig



**Christoph Burseg**  
Geschäftsführender Gesellschafter,  
TRG - The Reach Group  
www.trg.de

Als geschäftsführender Gesellschafter von TRG – The Reach Group leitet Christoph Burseg das Beraterteam und kümmert sich persönlich um die Strategieentwicklung der Klienten. Mit seinem Team arbeitet er an innovativen Online Marketing Konzepten für namhafte Verlage, TV-Sender, Shopping-Portale und Social Communities. Stationen vor der Gründung von TRG waren RTL Newmedia, AOL Deutschland und die Axel Springer AG. Er bringt daher viel Erfahrung in Produktmanagement, Online Marketing und der Beratung mit und kennt sich mit unterschiedlichen Strukturen bestens aus.

11:45 – 12:30 Uhr / Track bing:  
Search 2012: Was kommt als nächstes?



**Niels Dörje**  
Partner,  
Tandler.Doerje.Partner  
www.tandlerdoerjepartner.com

Niels Dörje ist derzeit Partner bei der Online Marketing Firma Tandler.Doerje.Partner. Zusammen mit Marcus Tandler berät er Unternehmen in ganz Europa in allen Aspekten des Online Marketings. Seine Schwerpunkte sind u.a. SEO für Universal Search, Content Licensing, Affiliate Marketing und gesamtheitliche Online Strategie Konzepte. Bereits seit 1994 ist Dörje in Top Positionen der europäischen Kommunikations- und Internetbranche tätig und spricht als international renommierter SEO weltweit auf Konferenzen, an Hochschulen sowie vor dem Management großer Unternehmen.

11:45 – 12:30 Uhr / Track searchmetrics:  
Universal Search: Was kommt noch alles in die SERPs und wie kann man partizipieren?

## DER NEUE ZANOX MARKETPLACE

# PERFORMANCE ADVERTISING WIE SIE ES NOCH NIE GESEHEN HABEN



**VORTEILE FÜR  
PUBLISHER**



**VORTEILE FÜR  
ADVERTISER**



**VORTEILE FÜR  
AGENTUREN**

## STRAIGHT TO PERFORMANCE

**STRAIGHT TO MORE INFORMATION!**



[www.zanox.de/marketplace](http://www.zanox.de/marketplace)

**zanox.**



**Björn Emeritzky**  
Leiter Produktdatenmarketing,  
SoQuero GmbH  
www.soquero.de

Björn Emeritzky leitet den Bereich Produktdatenmarketing bei der Frankfurter Agentur SoQuero und verantwortet in dieser Funktion die Weiterentwicklung der SoQuero Feed Engine sowie die Leitung des Account Managements und die Betreuung des Kooperationsgeschäfts. Nach seinem Start 2007 bei SoQuero betreute der diplomierte Betriebswirt zunächst diverse Accounts und Projekte im Affiliate Marketing und begann dann 2009 das Produktdatenmarketing als neuen Bereich der Agentur aufzubauen und als eigenständige Disziplin zu etablieren. Die SoQuero Feed Engine gilt heute als führende Lösung für die Generierung und Optimierung von Produktdatenfeeds.

13:30 – 14:15 Uhr / Track [bing](#):  
Preissuchmaschinen Marketing: Welche Daten, welche Preise für welchen Partner?



**Jens Fauldrath**  
Fach-Senior-Manager SEO,  
Deutsche Telekom AG, P&I  
www.telekom.com

Jens Fauldrath leitet das Inhouse-SEO Team der Deutschen Telekom AG, P&I. Somit ist er verantwortlich für die Suchmaschinenoptimierung von Websites wie t-online.de, wetter.info oder gamesload.de. Als Diplom Informationswirt (FH) liegen seine Schwerpunkte im Bereich Informationsarchitektur, Information Retrieval sowie der strategischen und prozessualen Verankerung von SEO im Unternehmen. Als Lehrbeauftragter an der Hochschule Darmstadt, Fachbereich Media, unterrichtet Fauldrath bereits seit mehreren Jahren Suchmaschinenoptimierung.

13:30 – 14:15 Uhr / Track [searchmetrics](#):  
SEO: Planung, Umsetzung und Steuerung interner Linkstrukturen  
14:30 – 15:15 Uhr / Track [searchmetrics](#):  
Controlling: Online Marketing KPIs für SEO und andere Kanäle



**Stefan Fischerländer**  
Teilhaber & Mitbegründer,  
Gipfelstolz UG  
gipfelstolz.de

Stefan Fischerländer gehört zu den renommierten Suchmaschinenexperten in Deutschland. Schon seit dem Jahr 2000 begleitet er die Suchmaschinenbranche mit seinem Branchenblog SuchmaschinenTricks.de und ist auf vielen Konferenzen als Referent vertreten. 2004 startete er die Websuchmaschine Neomo und verkaufte das Projekt einige Jahre später erfolgreich. Als Mitgründer und Teilhaber der SEO-Agentur Gipfelstolz, die ihren Schwerpunkt auf SEO-Consulting, Linkaufbau und die Verbindung von technischen und Marketing-spezifischen/bezogenen Aspekten legt, berät er namhafte deutsche Unternehmen.

14:30 – 15:15 Uhr / Track [searchmetrics](#):  
Controlling: Online Marketing KPIs für SEO und andere Kanäle



**Frank Fuchs**  
Search Product Manager,  
Microsoft Deutschland  
www.microsoft.de

Frank Fuchs ist Produktverantwortlicher für Bing sowie die Bing Maps in Deutschland. Zudem kümmert er sich um die Optimierung des X-Networks und den Ausbau der Partneraktivitäten. Einen Schwerpunkt seiner Arbeit bildet die Kooperation mit den Search Technology Zentren in Europa. Zudem kümmert er sich um den Community Outreach bei Bing. Seine Erfahrungen sammelte Fuchs u.a. im Suchumfeld bei Yahoo! in München und London sowie bei Lycos Europe, wo er im E-Commerce Umfeld arbeitete. Eine weitere berufliche Station war das Produkt-Marketing bei Bosch in Mailand.

Session:  
BING-Sessions



**Amit Ghosh**  
Geschäftsführer,  
INWT Statistics GmbH

Amit Ghosh schloss 2002 sein Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Freien Universität Berlin ab. Als Freiberufler und im Auftrag der Pace GmbH (Statistische Beratung) arbeitete er für mittelständische Unternehmen und einen großen deutschen Pharmakonzern. 2008 folgte die Promotion zum Thema „Robuste Statistik“. Im selben Jahr übernahm Ghosh den Aufbau und die Leitung der Statistischen Beratungseinheit / fu:stat an der Freien Universität Berlin. Seit März 2011 leitet Amit Ghosh zusätzlich als Geschäftsführer die INWT Statistics GmbH.

17:00 – 17:45 Uhr / Track [searchmetrics](#):  
Analytics: Sinnvolle Verknüpfung von Analytics mit SEO



**Karsten Giernalczyk**  
Geschäftsführer

Karsten Giernalczyk hat 2003 bei der StayFriends GmbH die Bereiche Business Development und Online Marketing aufgebaut. In den letzten acht Jahren konnte er mit seinem Team das Nutzerwachstum von damals wenigen Tausend auf heute über 12 Mio. in Deutschland und über 25 Mio. in Europa bewegen. Zusammen mit drei Ex-StayFriends Online Marketing Managern hat er im September eine eigene Firma gegründet, die ihre Kunden bei der Optimierung von Performance Kampagnen - von der Lead-Gewinnung über Conversion-Optimierung bis hin zur Analyse der Lifetime-Values - berät und unterstützt.

17:00 – 17:45 Uhr / Track [zanox](#):  
Displaymarketing: Mit Blick auf CPL und CPS Display Kampagnen buchen



**Mike Grehan**  
Global Content Director,  
Incisive Media  
www.incisivemedia.com

Mike Grehan, Global Content Director von Incisive Media, ist Herausgeber von „Search Engine Watch“, „Clickz“ sowie Veranstalter der internationalen Konferenzreihe SES. Bereits 1995 machte Grehan als einer der führenden Search Marketing Experten auf sich aufmerksam und arbeitete anschließend als Search Marketing Consultant bei einer Vielzahl internationaler Agenturen. Er ist Autor zahlreicher Bücher und Artikel zum Thema Suchmaschinenoptimierung sowie Vorsitzender des SES Beirates. Im März 2010 wurde Grehan in den Verwaltungsrat der Search Engine Marketing Professionals berufen.

9:00 – 9:30 Uhr / Session:  
Keynote



**Bastian Grimm**  
Geschäftsführer,  
Grimm Digital GmbH & Co. KG  
www.grimm-digital.com

Bastian Grimm ist Gründer und geschäftsführender Gesellschafter von Grimm Digital. Er betreut als Berater für Online-Marketing – Schwerpunkt Suchmaschinenoptimierung – mit seiner Firma nationale und internationale Kunden aus den verschiedensten Branchen. Bevor Grimm sich seiner eigenen Firma widmete, war er für den Auf- und Ausbau sowie das Training verschiedener In-House SEO-Teams verantwortlich. Außerdem schreibt Bastian Grimm regelmäßig für StateOfSearch.com, eines der erfolgreichsten, englischsprachigen Magazine rund um das Thema „Suche“.

9:45 – 10:30 Uhr / Track [searchmetrics](#):  
SEO: Was ist zu beachten bei internationalem Linkbuilding?



**Christoph Grüneberg**  
Geschäftsführer, Domainvermarkter Ltd. & Co. KG  
und SALE Onlinemarketing GmbH  
www.domainvermarkter.de

Christoph Grüneberg ist Mitgründer des Domainvermarkter-Forums, Deutschlands größter Konferenz für Domainprofis, Herausgeber und Chefredakteur des Domainvermarkter-Magazins sowie des Domain-News-Blog DVmag.de. Nach seinem Studium der Wirtschaftswissenschaft mit Abschluss Diplom-Ökonom startete Grüneberg 1997 seine erste Internet-Firma. Seit 2003 spezialisiert auf Domaininvestment werden nun über 30.000 Domainnamen aus Eigenbestand vermarktet. Grüneberg ist außerdem Mitgründer der Firma Sale Onlinemarketing GmbH, die Betreiber des Shopaggregators Sale.de ist.

10:45 – 11:30 Uhr / Session:  
Domains: Domainakquise & -vermarktung – Was lohnt sich und wie macht man es?



**Daniel Harouni**  
Geschäftsführer,  
DeTep GmbH  
dh.de

Daniel Harouni begann seine Domainer-Laufbahn eher zufällig, indem er eine Online-Handelsplattform für Orient-Teppiche einzurichten versuchte. Dabei machte er die Erfahrung, dass generische Domains weit wirksamer sind, als der eigene Familienname. Nachdem er sich einige Jahre der reinen Domainvermarktung gewidmet hat, begann er 2008 mit der gezielten Projektierung ausgewählter Domains, was ihn auch zu den Themen SEO und SMO brachte. Daniel Harouni ist einer der Mitbegründer des deutschlandweit größten Domainer-Stammtisches und auf allen Domainer-Fachkonferenzen vertreten.

10:45 – 11:30 Uhr / Session:  
Domains: Domainakquise & -vermarktung – Was lohnt sich und wie macht man es?



**Ron Hillmann**  
Geschäftsführer,  
LBI Deutschland  
www.lbi.de

Ron A. Hillmann ist aktiv als Strategieberater für Großkunden bei LBi und Geschäftsführer der globalen Bootesuche Yachtico.com. Bereits im Jahr 2000 begann er als Online Marketing Manager bei ImmobilienScout24 und spezialisierte bei der Scout24-Tochter das Internet Marketing. 2004 gründete er die Online Marketing Agentur Iven & Hillmann, die 2007 in das internationale Agenturnetzwerk LBi.com integriert wurde. Als Business Angel und Teilhaber von BVP Berlin Venture Partners hält er Beteiligungen an jungen Internetfirmen und gibt Erfahrungen im Online Marketing weiter.

9:45 – 10:30 Uhr / Track [zanox](#):  
SEA: Was machen Top Performer im SEA anders?



**Frank Hohenleitner**  
Director Consulting,  
Searchmetrics GmbH  
www.searchmetrics.de

Frank Hohenleitner, geboren im schönen Stuttgart, ist Director Consulting bei Searchmetrics – dem international führenden Hersteller von integrierter Search Analytics Software. Mit seinem Team betreut er internationale Projekte aus unterschiedlichen Branchen und Märkten und hat sich auf die Optimierung großer Seiten und Portale spezialisiert.

17:00 – 17:45 Uhr / Track [searchmetrics](#):  
Analytics: Sinnvolle Verknüpfung von Analytics mit SEO



**Alexander Holl**  
Gründer & CEO,  
121WATT  
www.121watt.de

Alexander Holl ist Gründer und CEO der 121WATT in München, die sich auf fortgeschrittene Seminare im Bereich Online Marketing, Suchmaschinenoptimierung und Social Media spezialisiert haben. 17 Jahre Internet- und 11 Jahre Suchmaschinenmarketing-Erfahrung prägen den Lebenslauf des gelernten Betriebswirtes. In dieser Zeit war Holl in verschiedenen Management Positionen und leitet weiterhin den deutschen Fachbeirat der weltweiten Suchmaschinenmarketing-Veranstaltung „Search Marketing Expo“, ist Mitglied im SEO Expertenrat des BVDW und unterrichtet an der Steinbeis Hochschule.

16:00 – 16:45 Uhr / Track searchmetrics:  
eCommerce: Wie ist der Wertbeitrag unterschiedlicher Online-  
marketingkanäle?



**Marco Janck**  
Inhaber,  
SUMAGO  
www.sumago.de

Marco Janck beschäftigt sich seit 1998 mit dem Thema SEO. Er ist Inhaber der SEO Agentur SUMAGO, die insbesondere KMU Kunden betreut und mit Projekten wie der Unkonferenz SEO CAMPIXX, dem Marketing Podcast Radio4SEO und dem SEO Blog SEOnauten, aktives Mitglied der deutschen SEO Szene.

10:45 – 11:30 Uhr / Track searchmetrics:  
KMU: Chancen und Risiken bei SEO und SEM für KMUs



**Markus Kellermann**  
Leiter Affiliate-Marketing,  
explido WebMarketing  
www.explido.de

Markus Kellermann ist bereits seit 1999 im Online-Marketing tätig. Seit 2005 leitet er das Affiliate-Marketing bei explido WebMarketing. Zuvor war er von 2000 – 2005 Head of SEO bei der Erwin Müller Versandhaus GmbH. Als Autor hat Markus Kellermann bereits eine Vielzahl von Artikeln in Fachmagazinen publiziert. Zudem organisiert er mit der Affiliate NetworkX und der Affiliate TactixX zwei der bedeutendsten Affiliate-Veranstaltungen und betreibt neben dem Affiliate-Portal affiliateboy.de auch den Podcast Affiliate MusixX.

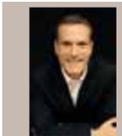
11:45 – 12:30 Uhr / Track zanox:  
Affiliate Marketing: Wie unterscheiden sich europäische Länder für Affiliates, Merchants und Agenturen?



**Karl Kratz**  
Inhaber,  
Karl Kratz Onlinemarketing  
www.karltratz.de

Für seine Leser und Kunden ist Karl Kratz seit 1996 im Online Marketing aktiv. Der Autor bekannter Online Marketing Publikationen ist unter anderem Initiator und Moderator der XING E-Marketing Gruppe mit über 10.000 Mitgliedern und spezialisierte sich früh auf die Entwicklung wirksamer Online Marketing Taktiken. Kratz entwickelt für seine Leser und Kunden fortlaufend neue Strategien, um Produkte und Dienstleistungen noch erfolgreicher online zu vermarkten, sodass in den letzten Jahren über 30 sympathische Marken das Licht der Welt erblickten.

10:45 – 11:30 Uhr / Track zanox:  
Conversion Optimierung: Mehr rausholen aus dem kostbaren Traffic



**Robert Lang**  
Geschäftsführer,  
Criteo Deutschland  
www.criteo.com

Robert Lang ist Geschäftsführer von Criteo in Deutschland. Er verantwortet zum deutschsprachigen Raum auch die Geschäfte in den Niederlanden und Osteuropa. Vor Criteo war er CEO von Result – einer internationalen Partnergruppe, die weltweit erfolgreiche Geschäftsmodelle auswählt und beim Wachstum unterstützt. Im Laufe seiner Karriere hat Lang mehrere erfolgreiche Firmen aus dem Bereich Internet und Telekommunikation in Deutschland und Europa aufgebaut. Dabei agierte er sowohl als Gründer und CEO als auch im Rahmen einer Internationalisierung von bereits bestehenden Geschäftsideen.

16:00 – 16:45 Uhr / Track zanox:  
Retargeting auf CPC Basis vs. Retargeting auf CPO postview Basis



**Matthias Lütgens**  
Senior Business Development Manager,  
Experian Marketing Services  
www.experian.de

Matthias Lütgens ist Senior Business Development Manager bei Experian Marketing Services. Spezialisiert auf die Vermarktung von E-Mail Software, war er bereits bei verschiedenen Anbietern tätig und kennt die Erfolgsfaktoren für nachhaltige E-Mail Marketing Strategien. Als Experte mit Hintergrundwissen aus den Bereichen der klassischen Medien und Online Vermarktung versteht er es, Kunden wie Hugo Boss und Be2 ganzheitlich zu beraten und Lösungsansätze für optimale E-Mail Marketing Kampagnen zu entwickeln.

14:30 – 15:15 Uhr / Track zanox:  
eMail-Marketing: Dem Kunden Mehrwert liefern statt zu stören

# SEOLytics

the heartbeat of SEO



## SEO-Controlling Software for Professionals

**Detaillierte Eingabemöglichkeiten**

**Umfangreiche Filtermöglichkeiten**

**Keyword Analyse**  
Möglichkeit Keywords und deren historische Entwicklung zu analysieren - auch auf Basis von Unterverzeichnissen und kompletter URLs.

**Tracking aller Universal Search Einblendungen**

**Suchen und Filter speicherbar**  
Passen Sie die Software Ihrem Workflow an!

**Internationale Datenbasis**  
SEOLytics Visibility Rank für Deutschland, Schweden und USA  
Tägliches Positionsmonitoring von Keywords in 19 verschiedenen Ländern

**Unlimitierter Export von Grafiken und Datentabellen**  
kein Creditsystem!

**Kategorisierung der Keywords nach Suchvolumen und CPC**

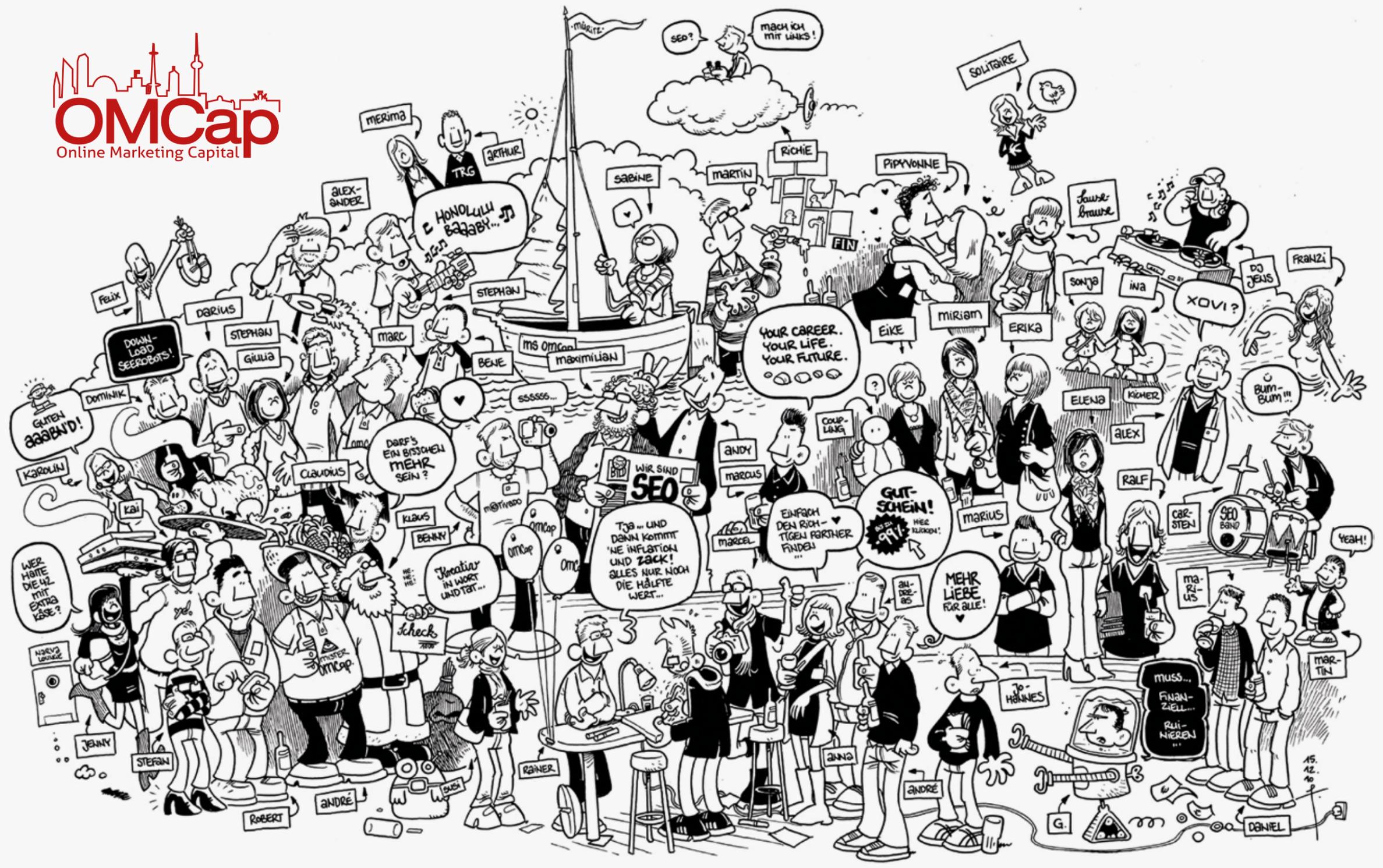
**Volle Transparenz bei der Datenaktualität**

## SEOLytics kostenlos für OMCap Teilnehmer

- Alle Besucher der Online Marketing Konferenz können kostenlos & unverbindlich (keine Verpflichtungen) die SEOLytics Starter Version für 12 Monate testen!
- Einfach anmelden unter [www.seolytics.de/omcap](http://www.seolytics.de/omcap) und folgenden Code eingeben: **omcap2011**

Aktionszeitraum: Code gültig vom 12. Bis 26. Oktober







**Dominik Matyka**  
 Gründer,  
 plista GmbH  
 www.plista.com

Dominik P. Matyka studierte Internationale BWL an den Universitäten Wien, Cass Business School London, Universität St. Gallen und TU Berlin. 2008 gründete er die plista GmbH, ein Online & Mobile Werbenetzwerk für Text-, Bild- und Video-Formate, der er als Geschäftsführer vorsteht und die Bereiche Marketing, Sales und Investors- und Partner Relations verantwortet. Zuvor war er Mitbegründer verschiedener Start-ups. Ferner engagiert sich Dominik Matyka als CEO der u25 Ventures GmbH auf Business Angel Investments und ist Gründungs-Partner des Inkubators und Frühphasen-Investors Linden Ventures.

17:00 – 17:45 Uhr / Track zanox:  
 Displaymarketing: Mit Blick auf CPL und CPS Display Kampagnen buchen



**Jens Maurer**  
 Geschäftsführer,  
 DC Storm Deutschland GmbH  
 www.dc-storm.de

Jens Maurer arbeitet bereits seit vielen Jahren in der Web Analytics Branche, derzeit als Geschäftsführer bei der DC Storm Deutschland GmbH. Zuvor war er für Nedstat und als Managing Director für Indextools in Deutschland (heute Yahoo Web Analytics) tätig. In enger Zusammenarbeit mit Seth Richardson, CEO und Mitbegründer von DC Storm stellt Jens Maurer sicher, dass Advertiser, Agenturen und Publisher die Möglichkeiten der richtungweisenden Marketing Technologie-Plattform des Unternehmens voll ausschöpfen und so bessere ROI's und effizientere Marketingbudget-Allokationen erzielen.

13:30 – 14:15 Uhr / Track zanox:  
 Customer Journey: Wie kann und sollte man Leads, Sales und andere Werbeleistungen attribuieren?



**Maik Metzen**  
 Geschäftsführer,  
 AKM3 GmbH  
 www.akm3.de

Maik Metzen ist Geschäftsführer der Berliner SEO-Agentur AKM3 GmbH. Die AKM3 GmbH berät Unternehmen in den Bereichen SEO, SEM, SMM und Reputation Management und ist auf internationales Linkmarketing spezialisiert. Vor der Gründung der AKM3 GmbH leitete Maik Metzen über zwei Jahre lang den SEM-, SEO- und Controlling-Bereich von Hitmeister und sammelte während seines BWL-Studiums in Köln praktische Erfahrungen bei Spreadshirt in Boston.

17:00 – 17:45 Uhr / Track bing:  
 Linkaufbau: Blackhat vs. Whitehat



**Martin Mißfeldt**  
 Inhaber,  
 DUPLICON, tagSeoBlog  
 www.duplicon.de

Martin Mißfeldt ist Inhaber von DUPLICON und spezialisiert auf die zielgruppengerechte Vermittlung von kulturellen Inhalten. Der Berliner Künstler hat von 1988 - 1995 freie Kunst an der Universität der Künste Berlin studiert. 1996 gründete er mit vier Künstler-Kollegen die miß GmbH, bevor er 2002 mit seiner Firma DUPLICON eigene Wege geht. Als einer der führenden deutschen Experten im Bereich Bilder-SEO betreibt er den tagSeoBlog, hält auf ausgewählten Konferenzen Vorträge und bietet mittlerweile auch Bilder-SEO-Consulting an.

11:45 – 12:30 Uhr / Track searchmetrics:  
 Universal Search: Was kommt noch alles in die SERPs und wie kann man partizipieren?



**Miro Morczinek**  
 Regional Managing Director,  
 zanox.de AG  
 www.zanox.de

Miro Morczinek ist seit April 2011 als Regional Managing Director DACH bei zanox an Bord. In seiner Position leitet er die Geschäfte in Deutschland, Österreich und der Schweiz und verantwortet insbesondere den strategischen und operativen Ausbau der marktführenden Position im Performance Advertising. Der Harvard-Business-School-Absolvent war zuvor bei der Ferienhausportal-Gruppe HomeAway.com als Regional Director Central Europe sowie bei NVidia Technologies im Silicon Valley tätig.

11:45 – 12:30 Uhr / Track zanox:  
 Affiliate Marketing: Wie unterscheiden sich europäische Länder für Affiliates, Merchants und Agenturen?



**Christian Pansch**  
 Teamleiter Social Media,  
 konstruktiv GmbH  
 www.konstruktiv.de

Christian Pansch ist seit 2005 bei der konstruktiv GmbH und leitet den Mitte 2009 gegründeten Social Media Bereich der Full-Service-Agentur mit Sitz in Berlin und Bremen. Mit seinem Team verantwortet der Diplom-Informatiker Kampagnen, Aktionen und Projekte für Kunden wie Volvic, Pizza Hut, TUI Leisure Travel, Katjes, evian und Greenpeace.

14:30 – 15:15 Uhr / Track bing:  
 Social Media Marketing: Wie kann man Social Media als Werbemittel nutzen?

# Ziel vorgeben und zurücklehnen



## adspert

Der Autopilot für Ihr Online-Marketing

## Mit Künstlicher Intelligenz zum Erfolg - so geht Bid Management heute

- 
**Ständige Gebotsoptimierung mittels Saisonalitäten**  
 Adspert arbeitet auf Realtime-Basis und passt die Gebote mindestens 5 mal pro Tag für Sie an - 24/7.
- 
**Aufnahme neuer Keywords u. Placements**  
 Adspert identifiziert profitable Elemente und nimmt diese auf, Ausgaben für unrentable Elemente werden gekürzt.
- 
**Automatische Longtail-Aussteuerung**  
 Adspert bestimmt mittels spezieller Verfahren der Informationsverarbeitung die optimalen Gebote schon bei wenigen Klicks.
- 
**Ziele & Szenarien-Manager**  
 Echte Was-wäre-wenn-Analyse zur Planung und Steuerung der Kampagnen - Ziele werden automatisch eingehalten.

## Jetzt testen: [www.adspert.de](http://www.adspert.de)

Probieren Sie es aus: 30 Tage, kostenlos und unverbindlich



**Lennart Paulsen**  
Geschäftsführer,  
Trakken Web Services GmbH  
www.trakken.de

Lennart Paulsen ist Geschäftsführer der Trakken Web Services GmbH und fokussiert sich auf Conversion Optimierung und Web Analyse. Seit 2006 ist er im Online Marketing aktiv und hat zunächst bei Google Deutschland im AdWords-Team gearbeitet, bevor er 2008 zusammen mit Timo Aden Trakken gründete. Als bekannter Berater für Conversion Optimierung hat er in den letzten Jahren viele kleine und große Unternehmen bei der Optimierung von Kaufprozessen und Landing Pages unterstützt.

10:45 – 11:30 Uhr / Track zanox:  
Conversion Optimierung: Mehr rausholen aus dem kostbaren Traffic



**Thorsten Piening**  
Gründer,  
qualitytraffic GmbH  
www.qualitytraffic.de

Thorsten Piening verfügt über mehr als 10 Jahre Erfahrung im Online Marketing und als Entrepreneur. 2002 stieg er als Gesellschafter und Geschäftsführer in die absofort Erfolg im Internet GmbH & Co. KG ein und baute das Unternehmen maßgeblich auf. Parallel dazu war er Geschäftsführer und Gesellschafter der klickfreundlich GmbH. 2011 gründete Piening die qualitytraffic GmbH, die sich auf Suchmaschinenmarketing, Web Controlling und Conversion Optimierung spezialisiert hat. Zudem beteiligt er sich an spannenden Start-Ups und E-Commerce-Unternehmen.

9:45 – 10:30 Uhr / Track zanox:  
SEA: Was machen Top Performer im SEA anders?



**Michael Pietsch**  
Head of Publisher Sales DACH,  
zanox.de AG  
www.zanox.com

Michael Pietsch ist Head of Publisher Sales DACH bei zanox, Europas führendem Performance Advertising Netzwerk. Dort verantwortet er die Steuerung und den Ausbau des Publisher-Managements im deutschsprachigen Raum, und entwickelt Strategien, die auf die Erhöhung der Publisher-Reichweite und die Optimierung der Conversion-Qualität abzielen. Vor zanox war Michael Pietsch Online-Vertriebsleiter bei der DebitelGroup und bei E-Plus sowie Spezialist für E-Commerce bei Kabel New Media.

16:00 – 16:45 Uhr / Track zanox:  
Retargeting auf CPC Basis vs. Retargeting auf CPO postview Basis

www.omcap.de



**Fabian Rossbacher**  
Geschäftsführer,  
Rossbacher Software GmbH  
www.rossbacher-f.de

Fabian Rossbacher ist Gründer und Geschäftsführer der Rossbacher Software GmbH. Sein Schwerpunkt liegt in der Entwicklung von Java Enterprise Anwendungen in Hinblick auf ein optimales SEO. Neben der technischen Expertise ist Fabian Rossbacher vor allem fachlich im Bereich der Suchmaschinenoptimierung unterwegs. Hier unterstützt er Kunden bei SEO-Prozessen und betreibt eigene Projekte wie zum Beispiel gutscheinfreund.de oder singleboerse.de.

9:45 – 10:30 Uhr / Track bing:  
Black Hat: Marketing & Traffic jenseits von Gut & Artig



**Christian Sauer**  
Geschäftsführer,  
Webtrekk GmbH  
www.webtrekk.de

Christian Sauer ist Geschäftsführer der Webtrekk GmbH. Sauer studierte Betriebswirtschaftslehre an der Universität St. Gallen und arbeitete dann in Mexiko, den USA und der Schweiz im Bereich Banking und Consulting. 2000 gründete er die KinderCampus AG und war dort bis 2002 im Vorstand tätig. Im darauffolgenden Jahr gründete Sauer die Webtrekk GmbH, welche aktuell ein führender Anbieter für Premium-Webanalyse ist. Als CEO der Webtrekk GmbH ist Christian Sauer für Marketing und Vertrieb zuständig.

16:00 – 16:45 Uhr / Track bing:  
Kostenlose vs. kostenpflichtige Tools: Was leisten Tools und wo sind die Grenzen?



**Tim Sebastian**  
Consultant Conversion Optimization,  
Trakken Web Services GmbH  
www.trakken.de

Tim Sebastian zog es vor kurzem nach Hamburg um seit September 2011 der Trakken Web Services GmbH als Consultant im Bereich Conversion Optimization und Web Analyse zur Verfügung zu stehen. In diesem Zusammenhang beschäftigt sich Sebastian intensiv mit der Analyse und Auswertung von Social Media Kampagnen und der Optimierung von Landing Pages, um optimale und langfristig erfolgreiche Ziele für seine Kunden zu realisieren.

14:30 – 15:15 Uhr / Track bing:  
Social Media Marketing: Wie kann man Social Media als Werbemittel nutzen?

# MUST-HAVE SEO FIREFOX ADD-ONS

# LINKPARSER

# SEEROBOTS

## FÜR EINEN SCHNELLEN ÜBERBLICK



LINKSTRUKTUREN ANALYSIEREN &  
LINKTYPEN SOFORT UNTERSCHIEDEN

X-ROBOTS & META ROBOTS TAGS  
AUF EINEN BLICK ERKENNEN



WWW.LINKPARSER.COM & WWW.SEEROBOTS.COM



# OMReport

ONLINE MARKETING & SEO PODCAST

FASZINIERENDE INTERVIEWS  
MIT FÜHRENDEN KÖPFEN IM ONLINE MARKETING

JOHANNES BEUS, AREND IVEN, DIXON JONES, CHRISTOPH BURSEG, LENNART PAULSEN

AUF DEUTSCH UND ENGLISCH VERFÜGBAR  
WWW.OMREPORT.DE & WWW.OMREPORT.COM



**Astrid Staats**  
Freiberufliche Beraterin,  
staats consult  
www.staats-consult.de

Astrid Staats arbeitet als freiberufliche Beraterin für strategische Suchmaschinenoptimierung und hat 2011 die Agentur staats consult gegründet. Weitreichende Erfahrung in der Beratung reichweitenstarker und marktführender Portale sammelte sie u.a. als Teamleader und SEO Consultant bei TRG – The Reach Group GmbH. Staats ist als Speaker auf Branchenveranstaltungen und als Trainer u.a. bei der Good School und der Hamburg Media School vertreten. Seit mehreren Jahren ist sie im Bereich Online Marketing insbesondere auf SEO spezialisiert und betreibt den Fachblog [nerd-in-skirt.de](http://nerd-in-skirt.de).

13:30 – 14:15 Uhr / Track searchmetrics:  
SEO: Planung, Umsetzung und Steuerung interner Linkstrukturen



**Oskar Stenzel**  
Sales Manager CE/EE,  
Efficient Frontier  
de.efrontier.com

Oskar Stenzel betreut bei Efficient Frontier seit Juli 2009 das Business Development sowie den Auf- und Ausbau neuer Geschäftsfelder für Zentral- und Ost Europa. Die Weiterentwicklung des Unternehmens und die Einführung neuer Produkte in Emerging Markets stehen im Mittelpunkt seines Aufgabenbereiches. Vor Efficient Frontier war Stenzel in verschiedenen Managementpositionen namhafter Unternehmen tätig. Oskar Stenzel absolvierte sein Studium der Betriebswissenschaften mit den Schwerpunkten Handel und eCommerce an der BA Heidenheim und der University of California, Santa Barbara.

16:00 – 16:45 Uhr / Track searchmetrics:  
eCommerce: Wie ist der Wertbeitrag unterschiedlicher Onlinemarketingkanäle?



**Markus Tandler**  
Geschäftsführer & Partner,  
Tandler.Doerje.Partner  
www.tandlerdoerjepartner.com

Marcus Tandler, auch bekannt als "Mediadonis", ist Geschäftsführer und Partner bei Tandler.Doerje.Partner. Sein Fokus liegt hauptsächlich auf Suchmaschinenoptimierung für die Suchmaschine Google. Er ist ebenfalls als Berater für verschiedene Firmen tätig und hilft diesen beim Aufbau von inHouse SEO-Kompetenz. Tandler ist seit über 10 Jahren in der Online-Marketing Branche aktiv und ein gern gesehener Sprecher bei Konferenzen auf der ganzen Welt. Er war außerdem vier Jahre lang Moderator der populären „Webmasters on the Roof“ Radio-Show auf WebmasterRadio.FM.

11:45 – 12:30 Uhr / Track bing:  
Search 2012: Was kommt als nächstes?



**Marcus Tober**  
Geschäftsführer,  
Searchmetrics GmbH  
www.searchmetrics.de

Marcus Tober ist Diplom Informatiker und Geschäftsführer der Searchmetrics GmbH. Er beschäftigt sich seit über 10 Jahren mit dem Thema Suchmaschinen und Webseitenvermarktung. Während des Studiums und der bekannten Diplomarbeit „Linkvendor.com“ wurde diese Arbeit stark intensiviert und mündete im Sommer 2005 in der Gründung der heutigen Searchmetrics GmbH. In der Searchmetrics beschäftigen sich mittlerweile mehr als 90 Personen mit dem Thema SEO Software und SEO Consulting in Büros in Berlin, New York, London und Paris.

14:30 – 15:15 Uhr / Track searchmetrics:  
Controlling: Online Marketing KPIs für SEO und andere Kanäle



**Jens Tonnier**  
Head of SEO,  
ad agents GmbH  
www.ad-agents.com

Jens Tonnier ist seit 2007 bei der ad agents GmbH als Head of SEO beschäftigt. Tonnier ist studierter Wirtschaftsingenieur und kommt ursprünglich aus dem Bereich der klassischen Werbung. Seit 2001 ist er in der Online-Branche tätig und verfügt heute über eine umfassende Erfahrung auf dem Gebiet der Suchmaschinenoptimierung (SEO). Neben klassischen SEO-Themen ist Tonnier ebenfalls ein Experte für die Optimierung der Google Product Search. Bei der ad agents GmbH leitet Tonnier den SEO-Bereich und berät namhafte Kunden wie neckermann.de, Condor oder Euronics.

13:30 – 14:15 Uhr / Track bing:  
Preissuchmaschinen Marketing: Welche Daten, welche Preise für welchen Partner?



**Evert Veldhuijzen**  
Geschäftsführer,  
Veroworx GmbH & Co. KG  
www.veroworx.com

1999 gründete Evert Veldhuijzen die italienische Firma Veroworx, spezialisiert auf die Erstellung von Internetauftritten für touristische Unternehmen. 2001 zog er samt Firma nach Berlin. In Berlin entdeckte Veldhuijzen seine Passion für Online Marketing und spezialisierte sich zunehmend auf diesen Bereich. Schon 2002 betreute er Suchmaschinenmarketing-Kampagnen für internationale Kunden, damals nicht nur bei Google, sondern auch noch bei Altavista. Heute berät er verschiedene internationale Marken in Suchmaschinen- und Affiliate Marketing.

9:45 – 10:30 Uhr / Track zanox:  
SEA: Was machen Top Performer im SEA anders?

Unsere Produkte sind online. Unsere Nutzer sind online. Unser Marketing ist es auch. Der Bereich Online Marketing zählt zu den wichtigsten Kernkompetenzen der Scout24-Gruppe. Tag für Tag sind unsere Online Marketing-Experten im Einsatz für die ersten Plätze im Suchmaschinenranking, den idealen Spots in den sozialen Netzwerken und besten Partnern für unsere Seiten.

Verstärkung ist in den Online-Marketing-Abteilungen unserer Marktplätze in Berlin und München immer willkommen!



**GESUCHT**

**Online Marketing Profis**  
und solche, die es werden wollen

### INFORMATIONEN

Gibt es unter [www.scout24.com/karriere](http://www.scout24.com/karriere) oder persönlich bei Manuel Dauma unter +49 89 444 56-3153



**Jonas Weber**  
 Geschäftsführer,  
 webhelps! SEO GmbH  
 www.webhelps.de

Jonas Weber ist Geschäftsführer der webhelps! SEO GmbH. Unter seiner Leitung bietet das Unternehmen „Internationales SEO Consulting & Auditing“ im High End Bereich an, sowohl strategisch als auch technisch. Das Consulting-Duo bilden die früheren Google Search Quality Mitarbeiter Jonas Weber und Ariel Lambrecht. Die Abteilung Search Quality kümmert sich bei Google um die nichtbezahlte Suche. Des Weiteren war Diplom-Kaufmann Jonas Weber im Online Marketing bei Großkonzernen wie Lufthansa und Bertelsmann tätig.

13:30 – 14:15 Uhr / Track searchmetrics:  
 SEO: Planung, Umsetzung und Steuerung interner Linkstrukturen



**Dominik Wojcik**  
 Senior Consultant,  
 Rocket Internet GmbH  
 www.rocket-internet.de

Dominik Wojcik, besser bekannt als boeserseo, beendete das Wirtschaftsgymnasium im Jahr 2000 und wurde daraufhin sofort von Energis Ision, einem der führenden Startups der Internet-Branche, als Systementwickler eingestellt. Weiterhin arbeitete er für Kühne & Nagel, Arcor, D+S Europe AG sowie guentiger.de & Preissuchmaschine.de, sodass er auf über 10 Jahre Systementwicklung- und SEO-Erfahrung zurückgreifen kann. Aktuell ist Wojcik Senior Consultant bei der Rocket Internet GmbH und kümmert sich um die verschiedensten Firmen und deren Umsetzung von SEO und Online Marketing.

17:00 – 17:45 Uhr / Track bing:  
 Linkaufbau: Blackhat vs. Whitehat



**Philipp Westermeyer**  
 Geschäftsführer,  
 adyard GmbH  
 adyard.de

Philipp Westermeyer ist Mitgründer und Geschäftsführer der adyard GmbH. adyard generiert über unterschiedliche Publisher-Modelle täglich mehrere tausend Sales und Leads für Merchants in Deutschland, Frankreich, Österreich und Italien. Neben adyard ist Westermeyer Mitveranstalter des Online Marketing Camp und der Online Marketing Rockstars-Konferenz. Er studierte BWL in Dortmund, Paris und Québec sowie Medienmanagement in Hamburg. Nach seinem Studium arbeitete er als Vorstandsassistent bei der Bertelsmann AG und als Investment Manager bei der G+J New Media Ventures GmbH.

16:00 – 16:45 Uhr / Track zanox:  
 Retargeting auf CPC Basis vs. Retargeting auf CPO postview Basis



**Nico Zeifang**  
 Geschäftsführer,  
 Team Internet GmbH  
 www.teaminternet.de

Nico Zeifang ist Geschäftsführer der Team Internet GmbH in München. Er ist seit 2002 in der Domainszene aktiv und nimmt regelmäßig an Industriepanels teil. Team Internet fokussiert sich auf den deutschen sowie andere europäische Märkte und betreibt u.a. das Newsportal Boxen.de. Desweiteren hat sich Team Internet auf die Monetarisierung von Domain-traffic spezialisiert und bietet diese Dienstleistung auch externen Kunden an. Zeifang besitzt einen Bachelor in Business Administration sowie einen Master in Accounting and Finance von der London School of Economics.

10:45 – 11:30 Uhr / Track bing:  
 Domains: Domainakquise & -vermarktung – Was lohnt sich und wie macht man es?



**Daniel Wette**  
 Geschäftsführer,  
 FAIRRANK deutschland GmbH  
 www.fairrank.de

Daniel Wette ist seit 1999 im Online-Marketing tätig. Er ist Gründer und Geschäftsführer von FAIRRANK. Seine Schwerpunkte im Online-Marketing sind SEO und SEA für den KMU-Bereich. Fokussiert sind seine Interessen hier auf die Herausforderungen der KMUs im Bereich Online-Marketing. Daniel Wette stellt sich mit seinem Team immer wieder der Aufgabe, aktuelle, und möglichst skalierbare Produkte für diese Zielgruppe zu entwickeln. Er gilt als API-, Daten- und Automatisierungs-Junkie, der gern seine Sachkenntnis weitergibt.

10:45 – 11:30 Uhr / Track searchmetrics:  
 KMUs: Chancen und Risiken bei SEO und SEM für KMUs



**Nico Zorn**  
 Mitgründer,  
 saphiron management & technology consultants  
 www.saphiron.de

Nico Zorn ist Mitgründer und Partner bei saphiron management & technology consultants. Zuvor verantwortete er das Online-Marketing bei einem mittelständischen Softwarehersteller in Bonn. In dieser Funktion war er maßgeblich an dem Aufbau des Geschäftsbereichs E-Mail-Marketing und der Vermarktung einer E-Mail-Marketing-Software beteiligt. Zorn ist seit vielen Jahren als Referent, Dozent (DDA – Die Dialog Akademie) und Autor zu den Themen E-Mail-Marketing, Internet-Marketing Trends und Social Media Marketing aktiv.

14:30 – 15:15 Uhr / Track zanox:  
 eMail-Marketing: Dem Kunden Mehrwert liefern statt zu stören

# LUST AUF MEHR

## Traffic, Conversion, Top Platzierungen?

Wir beraten Sie in den Bereichen Suchmaschinenoptimierung, Suchmaschinenmarketing und Social Media Optimierung. Kontaktieren Sie uns unter [info@isa-media.de](mailto:info@isa-media.de)

## Wer mit uns mehr erreichen will,

bewirbt sich jetzt für Berlin oder Detmold: [hr@isa-media.de](mailto:hr@isa-media.de)  
 Online-Marketing Profis bieten wir neue Herausforderungen.

ISA Media GmbH  
 Sylbecke Straße 20  
 D-32756 Detmold  
 Fon +49 (0) 5231 94404-00  
 www.isa-media.de



## Trackspensoren



**Bing**  
[www.bing.com](http://www.bing.com)

Bing von Microsoft ist eine Entscheidungsmaschine, die Internetnutzern ihre Online-Suche vereinfacht und sie bei Entscheidungsfindungen unterstützt. Intelligente Suchmaschinentools helfen dabei, einfache Suchanfragen wie beispielsweise die kürzeste Route nach Hause oder komplexere Aufgaben wie umfangreiche Recherchen vor einer Kaufentscheidung oder zu Reiseplanungen zu liefern. Die Microsoft Deutschland GmbH ist die 1983 gegründete Tochtergesellschaft der Microsoft Corporation/Redmond, U.S.A., des weltweit führenden Herstellers von Standardsoftware, Services und Lösungen mit 60,42 Mrd. US-Dollar Umsatz (Geschäftsjahr 2008; 30. Juni). Neben der Firmenzentrale in Unterschleißheim bei München ist die Microsoft Deutschland GmbH bundesweit mit sechs Regionalbüros vertreten und beschäftigt mehr als 2.200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Verbund mit rund 33.000 Partnerunternehmen betreut sie Firmen aller Branchen und Größen.



**Searchmetrics GmbH**  
[www.searchmetrics.com](http://www.searchmetrics.com)

Die Searchmetrics GmbH ist der Pionier und international führender Anbieter von Search Analytics Software für Unternehmen und Online-Agenturen. Sie verfügt über eine einzigartige Server-Infrastruktur und Softwarelösung — die Searchmetrics Suite — mit der für Kunden und Partner ständig sehr große Datenmengen über das Ranking von Websites, Such-Stichworten und der jeweils relevanten Wettbewerbergruppen aggregiert und auswertbar gemacht werden. Daneben bietet Searchmetrics auch High-End SEO-Consulting Dienstleistungen, die Kunden gewährleisten, dass ihre Webinhalte auf den ersten Plätzen der führenden Suchmaschinen gefunden werden. Das schnell wachsende Berliner Unternehmen beschäftigt heute 75 Mitarbeiter und trägt mit seinen Software-Services bei Kunden wie bild.de, ProSiebenSat.1, ImmoWelt, Siemens, TUI und Hexal zu hervorragenden Suchmaschinenrankings bei. Searchmetrics hat Niederlassungen in London und New York und vertreibt seine SaaS Lösung über ein Netzwerk von über 70 Partnern.



**Zanox.de AG**  
[www.zanox.com](http://www.zanox.com)

zanox ist das führende Performance Advertising Netzwerk in Europa. Die zanox Gruppe, bestehend aus den Unternehmen zanox, Affiliate Window, buy.at, M4N und eprofessional, unterstützt mit mehr als 650 Mitarbeitern weltweit Unternehmen aller Branchen und Größen bei der effizienten Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen im Internet. Beim transaktionsgebundenen Geschäftsmodell von zanox zahlen Advertiser nur bei messbarem Erfolg ihrer Onlinewerbeaktivitäten. Über 3800 Advertiser setzen auf das globale Publisher-Netzwerk von zanox, darüber hinaus monetarisieren die ‚zanox Web Services‘ und der ‚zanox Application Store‘ Internet-Applikationen und mobile Anwendungen. zanox steht für Kundenservice mit Branchen-Expertise, höchste Technologie- und Sicherheitsstandards sowie eine schnelle und transparente Vergütung seiner Partner. Die zanox Gruppe mit Hauptstandort Berlin verfügt über Niederlassungen in Deutschland, England, Frankreich, Spanien, Italien, Schweden, Schweiz, den Niederlanden, Polen, Türkei, USA und China.

## Weitere Sponsoren



**affilinet GmbH**  
[www.affili.net](http://www.affili.net)

Seit über 14 Jahren steht affilinet für höchstes Niveau und Qualität im Performance Marketing. Als Nr.1 in Deutschland und eines der führenden Affiliate-Netzwerke in Europa bieten wir unseren Partnern (Advertisern, Publishern & Agenturen) einen performance-starken Marktplatz mit höchster Service-Qualität, Transparenz und Sicherheit sowie einer innovativen Plattform. Europaweit sind bei affilinet über 2.500 Affiliate-Programme und mehr als 500.000 Publisher registriert.



**Adspert**  
[www.adspert.de](http://www.adspert.de)

Adspert ist eine automatisierte Software der Bidmanagement GmbH zur Maximierung der Erträge Ihrer Online-Werbung. Auf Basis bewährter mathematischer Systeme erhöht die Software die Conversions-Zahlen und senkt die Ausgaben für Search und Display Advertising. Adspert trifft vollautomatisch die optimalen Entscheidungen für die Nutzung ihres Werbebudgets und hält dabei Ihre Vorgaben ein. Adspert erfordert keine Installation, Einarbeitung oder Veränderung Ihrer Abläufe - Sie können sofort starten.



**AKM 3 GmbH**  
[www.akm3.de](http://www.akm3.de)

Die AKM3 GmbH ist eine Online-Marketing Agentur mit Fokus Suchmaschinenoptimierung (SEO), welche im Jahre 2010 von Markus Koczy, Marc Aufzug und Maik Metzgen gegründet wurde. Besonderes Alleinstellungsmerkmal der AKM3 GmbH ist das internationale Linkmarketing. So kann die AKM3 GmbH für Ihre internationalen Kunden bereits heute skalierbares Linkmarketing für 13 Länder realisieren. Neben SEO deckt die AKM3 GmbH im Online Marketing angrenzende Themen wie SMM, Reputation Management, Local SEO, Google Base Optimierung und Link Audit ab.



**Barketing IMS GmbH**  
[www.barketing.de](http://www.barketing.de)

Die Berliner Online-Agentur Barketing verfügt als Experte im Bereich Suchmaschinenoptimierung über das notwendige Know-How, um Webseiten in den Ergebnisseiten der Suchmaschinen prominent zu platzieren. Im Vordergrund der Arbeit von Barketing steht dabei der Aufbau hochwertiger Backlinks in einem internationalen Umfeld. Die SEO-Profis der Barketing IMS GmbH ergreifen die Maßnahmen, die notwendig sind, um Kunden-Webseiten in den Suchmaschinen der wichtigsten europäischen Länder dauerhaft an der Spitze zu positionieren.



**Belboon-adbutler GmbH**  
[www.belboon.com](http://www.belboon.com)

belboon gehört zu den drei führenden Affiliate Netzwerken im D-A-CH-Markt mit Fokus auf den internationalen Ausbau. Etwa 1.300 Partnerprogramme und Publisher aus rund 30 Nationen sind in dem Netzwerk aktiv. Publisher wie Advertiser profitieren bei belboon online und mobile von der überragenden Performance, großen Reichweite, marktführenden Technologie und dem hohen netzwerkimmanenten Servicegrad. Mit belboon betreibt die belboon-adbutler GmbH das Affiliate Netzwerk der YOC-Gruppe, dem europäischen Marktführer für Mobile Technology und Media.



**Creditreform Berlin Wolfram KG**  
[www.creditreform-berlin.de](http://www.creditreform-berlin.de)

Creditreform Berlin ist ein innovativer Full-Service-Anbieter für alle Geschäftsprozesse im integrierten Kunden- und Risikomanagement. Wir bieten alle Bausteine, die für ein erfolgreiches Risiko- und Working-Capital-Management im E-Commerce benötigt werden – von elektronischen Wirtschaftsauskünften über bewährte Inkasso-Strategien bis hin zu Geschäftspartneranalysen. Mit unseren Adresslösungen für Ihr Marketing zeigen wir Potenziale für Ihr Business auf und bringen die Kunden für Ihren Online-Shop gleich mit. So sichern wir nachhaltiges Wachstum in einem dynamischen Markt.


**Criteo GmbH**  
[www.criteo.com](http://www.criteo.com)

Criteo ist der weltweit führende Lösungsanbieter für personalisiertes Retargeting mit Cost-Per-Click (CPC) System. Seit fünf Jahren entwickelt Criteo gemeinsam mit seinen Kunden dank einer eigenen, hochentwickelten Technologie effiziente und innovative Lösungen für Display Marketing und Retargeting-Kampagnen. Die neue Generation des Retargeting bringt durch personalisierte und in Echtzeit erstellte Produktempfehlungen Besucher Ihrer Website nach Verlassen der Seite als Kunden zurück. So steigert Criteo Ihre Klickrate um bis zu 600 Prozent.


**Efficient Frontier Deutschland**  
[de.efrontier.com](http://de.efrontier.com)

Efficient Frontier ist ein führender, weltweit tätiger Anbieter für Performance-Marketing-Technologien und Services für werbungtreibende Unternehmen und Agenturen. Zur Kernkompetenz gehört die technische und strategische Optimierung großvolumiger Kampagnen in den Marketing-Kanälen SEM, Display und Social Media. 2011 übernahm Efficient Frontier Context Optional - ein Anbieter für Kommunikationsmanagement-Lösungen für Social Media Kanäle. Im Verbund bieten beide Unternehmen einen ganzheitlichen Ansatz für Social Media Fan-Interaktion und Social Media Werbung.


**FAIRRANK deutschland GmbH**  
[www.fairrank.de](http://www.fairrank.de)

FAIRRANK ist spezialisiert auf kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) und bietet Online-Marketing-Lösungen zu bezahlbaren Preisen. Das Kölner Unternehmen legt dabei den Schwerpunkt auf die Bereiche Suchmaschinenoptimierung und -werbung. Mit den Online-Marketing-Konzepten von FAIRRANK können Sie mehr Neukunden-Kontakte und damit höhere Umsätze erreichen. Rund 3.000 Kunden und anerkannte Auszeichnungen, wie das SEA-Zertifikat des BVDW, bestätigen die Qualität von FAIRRANK.


**isa-media GmbH**  
[www.isa-media.de](http://www.isa-media.de)

isa-media ist eine Full-Service-Agentur für Suchmaschinenoptimierung, Suchmaschinen-Marketing und Social Media Optimierung. Seit über 11 Jahren betreut ein multilinguales Team sehr erfolgreich Unternehmen jeder Branche und Größe, die das Web in internationalen Märkten als Vertriebs- und Kommunikationskanal nutzen. Durch spezielles Know-How im Bereich der Universal Search generiert ein Team von Spezialisten mit der Google Produktsuche, News und anderen Services zusätzliche Traffic-Kanäle für Online-Shops und News-Medien.


**redvertisement GmbH**  
[www.redvertisement.com](http://www.redvertisement.com)

Die Internetfabrik redvertisement ist Spezialist auf dem Gebiet des Online Marketing in all seinen Facetten. Vom Hauptsitz in Berlin werden mehrere tausend Geschäftskunden in 30 Ländern betreut. redvertisement bietet Ihnen als Werbetreibenden eine ideale Plattform um verschiedenste Kampagnenziele über ein einziges hochoptimiertes System zu erreichen. Zum Leistungsspektrum zählt neben Performance Marketing (Postview und Retargeting) und Display Marketings auch die Betreuung und Abwicklung von Partnerprogrammen, Erstellung von Werbemitteln, Adserving sowie Real-Time-Bidding.


**Rocket Internet GmbH**  
[www.rocket-internet.de](http://www.rocket-internet.de)

Die Beteiligungsgesellschaften der Rocket Internet GmbH profitieren von den hohen Erfahrungswerten und den ausgezeichneten Fachkenntnissen der Mitarbeiter. Zahlreiche Unternehmen - darunter so bekannte Namen wie Zalando, eDarling oder Enamora - wurden von der Rocket Internet GmbH in der Anfangsphase unterstützt und zählen heute zu den Marktführern im E-Commerce Bereich. Neben der Finanzierung und Weiterentwicklung von bestehenden Gründungs-Projekten ist die Rocket Internet GmbH immer wieder auf der Suche nach neuen, spannenden Ideen und Geschäftsmodellen für die Zukunft.


**SEOlytics GmbH**  
[www.seolytics.de](http://www.seolytics.de)

Die SEOlytics GmbH entwickelt und vertreibt seit 2009 die gleichnamige SEO-Controlling-Software. Innerhalb kürzester Zeit hat sich die SEO-Software am deutschen Markt etabliert und gehört heute zu den führenden SEO-Suiten am Markt. Mit SEOlytics können Geschäftsführer und Online-Marketer die Sichtbarkeit Ihrer Website bei Google & Co. tagesaktuell analysieren, Potenziale erkennen und das Ranking so nachhaltig verbessern. SEOlytics bietet eine Reihe von Funktionen, die das tägliche SEO- und SEM-Monitoring um ein Vielfaches erleichtern und so helfen, den Geschäftserfolg zu steigern.


**SISTRIX GmbH**  
[www.sistrix.de](http://www.sistrix.de)

Die SISTRIX Toolbox zeigt alle wichtigen SEO- und SEM-Kennzahlen auf einen Blick. Daher ist sie nicht ohne Grund das beliebteste Tool der SEO-Profis. Eine riesige Datenbasis dokumentiert die Entwicklung der wichtigsten SEO- und SEM-Kennzahlen zu praktisch jeder Domain seit dem Jahr 2008. Die Benutzung ist einfach, schnell und übersichtlich. Steuern Sie Ihre Website jetzt auch auf Erfolgskurs. Testen Sie die SISTRIX Toolbox vollkommen kostenlos und unverbindlich auf unserer Website. Die SISTRIX GmbH mit Sitz in Bonn freut sich auf Ihren Besuch.


**TRG - The Reach Group GmbH**  
[www.trg.de](http://www.trg.de)

TRG - The Reach Group ist eine der führenden Strategischen Online Marketing Beratungen in Deutschland. Wir unterstützen unsere Kunden dabei, ihre Marketingziele erfolgreich auf die Online Angebote zu übertragen und unterschiedliche Kanäle optimal miteinander zu vernetzen. Dabei verfügen wir über eine große Expertise im Bereich der Reichweitensteigerung bspw. mit Suchmaschinenoptimierungs- oder Social Media Maßnahmen und stellen die optimale Ausschöpfung durch Usability Maßnahmen, Conversion Optimierung und Business Intelligence im Rahmen einer ganzheitlichen Strategie sicher.


**wirkungsvoll GmbH**  
[www.wirkungsvoll.de](http://www.wirkungsvoll.de)

Die wirkungsvoll GmbH ist seit 2007 eine der führenden Agenturen im Bereich OffPage-SEO: Wir betreuen namhafte Agenturen und Unternehmen und sorgen für eine hohe Reichweite im organischen Index der gängigen Suchmaschinen. Als wesentlichen Grundstock für unseren Erfolg sehen wir die ständige Weitergabe unserer Expertise an Nachwuchskräfte. Bei Geschäftsführer Patrick Klingberg und dem Blog SEO-Trainee.de, lernen Absolventen innerhalb von 12 Monaten das nötige Handwerkszeug, um sich auf einem anspruchsvollen, sich ständig verändernden Markt zu bewähren.



#### www.ayom.com

Ayom ist eine führende Internet Marketing Community mit über 30.000 Mitgliedern. Seit 2004 tauschen sich dort Internet-Unternehmer und Webmaster über alle relevanten Online-Themen aus.



#### www.conversionboosting.com

Basierend auf dem Bestseller-Buch „Conversion Boosting mit Website-Testing“ zeigt Conversion-Boosting Wege und Konzepte zur Steigerung der Conversion-Rate von Landingpages, Onlineshops und allen anderen Websites.



#### www.deutsche-startups.de

Durch Berichterstattung bietet deutsche-startups.de einen Überblick der aktuellen deutschen Internetszene wie beispielsweise neue Start-ups.



#### www.ecommerce-lounge.de

Die eCommerce Lounge ist ein Online-Magazin für eCommerce-Professionals. Als tagesaktuelles Medium berichtet die eCommerce Lounge unter anderem über News & Trends aus dem Online-Handel.



#### www.e-commerce-magazin.de

Das e-commerce Magazin ist die Pflichtlektüre all derer, die im Internet werben, suchen, auswählen, kaufen und bezahlen möchten.



#### www.onetoone.de/fischersarchiv

FISCHER'S ARCHIV – Kampagnen Pur – dokumentiert herausragende branchenübergreifende Werbekampagnen.



#### www.foerderland.de

foerderland.de berichtet über die deutsche Gründerlandschaft und bietet Informationen über alle Facetten der Unternehmensgründung.



#### www.gruenderszene.de

Gründerszene ist das Magazin für Gründer und Gründungsinteressierte im Internetbereich. Erfahrungsberichte und Fachbeiträge aus erster Hand sollen Gründer inspirieren und bei der Umsetzung ihrer Vision helfen.



#### www.internetworld.de

Internet World Business ist die vierzehntägliche Wirtschaftszeitung fürs Internet. Sie berichtet topaktuell und kompetent unter anderem über die neueste Entwicklung und die jüngsten Trends im Online-Marketing.



#### www.marketing-boerse.de

Das Dienstleisterverzeichnis marketing-BÖRSE ist das größte deutschsprachige Spezialverzeichnis für Marketing. Über 10.000 Anbieter von Suchmaschinenoptimierung bis Zielgruppenanalyse sind bequem zu finden.



#### www.onlinehaendler-news.de

OnlinehändlerNews.de ist die Informationsplattform für Onlineshopbetreiber und eCommerce-Professionals im Internet.



#### www.onetoone.de

ONEtoONE – Dialog über alle Medien – berichtet über On- und Offline-Medien. Es steht für den Fokus der Dialogorientierung und alle für ein erfolgreiches Marketing sinnvollen Kommunikationsformen.



#### sedo.de

Sedo ist der weltweit größte Handelsplatz für Internetadressen und Ihre Plattform für den Kauf, Verkauf und die Monetarisierung von Domains.



#### www.seo-trainee.de

Hier schreiben Trainees der wirkungsvoll GmbH, die am Anfang ihrer SEO-Karriere stehen, über ihre persönlichen Erfahrungen. Ein Blog für SEO-Einsteiger und solche, die nie aufhören wollen zu lernen.



#### www.seo-united.de

SEO-united.de ist eine der führenden Webseiten zum Thema Suchmaschinenoptimierung und bietet nebenbei ihren Lesern ein SEO Tutorial, ein SEO Blog sowie aktuelle News zum Thema Suchmaschinen.



#### www.shopanbieter.de

Shopanbieter.de ist das Portal für den Onlinehandel mit der einzigartigen Kombination aus Online-Newsmagazin, umfangreichem Know-how-Bereich und E-Commerce-Anbieterverzeichnis.



#### www.shopbetreiber-blog.de

Das shopbetreiber-blog.de ist eine der führenden und reichweitenstärksten Informationsquellen für Online-Händler und ein Wegweiser durch das rechtliche Minenfeld des e-Commerce.



#### www.social-media-verlag.de

Das erste deutsche Social Media Magazin behandelt alle Themen rund um Web 2.0 und Social Media. Das Magazin informiert über Trends, Chancen und Gefahren im Umgang mit dem Social Web.



#### starting-up.de

StartingUp, das Magazin für Gründerkultur und unternehmerisches Denken, ist seit nunmehr sieben Jahren das führende Gründermagazin in Deutschland



#### Suchradar.de

Suchradar ist das SEO-/SEM-Magazin für alle Online-Marketer und Unternehmen, die bei Google & Co. immer auf dem Laufenden bleiben möchten.



#### www.websiteboosting.com

Das führende Magazin für alle, die erfolgreich eine Webpräsenz, einen Shop oder ein Portal planen oder betreiben wollen!

### Weitere Medienpartner



#### www.activetraffic.de



#### www.bdoa.de



#### www.dvmag.de



#### www.sea.de



#### www.t3n.de

## Networking Party 2011

Wir möchten gerne Traditionen aufkommen lassen. Im letzten Jahr wurde schon kräftig gefeiert und daran möchten wir auch im Jahr 2011 wieder anknüpfen. Legen Sie das Jackett ab, bestellen Sie sich einen Drink und genießen Sie mit uns im Kosmos Berlin ab 19 Uhr die zweite Networking Party der OMCap.



### 2. Networking Party der OMCap

im Kosmos Berlin  
ab 19:00 Uhr

## Impressum

### Herausgeber:

OMCap  
Karl-Liebknecht-Straße 29  
10178 Berlin  
www.omcap.de

### Veranstalter:

Andre Alpar

### Redaktion:

Andre Alpar  
Anja Oehme  
Stephan Reiß  
Alina Upmeier  
Dominik Wojcik

### Konzeption / Produktion:

Andreas Kowarschik  
PART  
www.part-im-internet.de

### Fotos und Logos:

active traffic, affilinet GmbH, AKM 3 GmbH, Ayom, Barketing IMS GmbH, Belboon-adbutler GmbH, Bing, Bundesverband der Dienstleister für Online-Anbieter, konstruktiv GmbH, Conversion Boosting, Creditreform Berlin Wolfram KG, Criteo GmbH, Deutsche-Startups.de, eCommerce Lounge, Domainvermarkter Magazin, Efficient Frontier Deutschland, FAIRRANK deutschland GmbH, FISCHER'S ARCHIV, Gründerszene, Internet World Business, InterNetX GmbH, isa-media GmbH, Kosmos KG, ONEtoONE, OnlinehändlerNews.de, redvertisement GmbH, SEA, Searchmetrics GmbH, sedo, SEM - SEO GmbH, SEOLytics GmbH, SEO-Trainee, SEO-united, Social Media Verlag, Shopanbieter.de, Shopbetreiber-blog.de, StartingUp, Suchradar, t3n Magazin, Textbroker, TRG - The Reach Group GmbH, Trakken Web Services GmbH, Websiteboosting, wirkungsvoll GmbH, Xovi GmbH, Zanox.de AG

Sepita Ansari, Sören Bendig, Thomas Bindl, Fabian Brüssel, Christoph Burseg, Niels Dörje, Björn Emeritz, Jens Fauldrath, Stefan Fischerländer, Frank Fuchs, Amit Ghosh, Karsten Giernalczyk, Mike Grehan, Bastian Grimm, Christoph Grüneberg, Daniel Harouni, Ron Hillmann, Frank Hohenleitner, Alexander Holl, Alexander Hüsing Marco Janck, Markus Kellermann, Karl Kratz, Robert Lang, Matthias Lütgens, Dominik Matyka, Jens Maurer, Maik Metzen, Martin Mißfeldt, Miro Morczinek, Christian Pansch, Lennart Paulsen, Thorsten Piening, Fabian Rossbacher, Christian Sauer, Robert Schneider, Tim Sebastian, Astrid Staats, Gerald Steffens, Oskar Stenzel, Markus Tandler, Marcus Tober, Jens Tonnier, Evert Veldhuijzen, Jonas Weber, Philipp Westermeyer, Daniel Wette, Dominik Wojcik, Nico Zeifang, Nico Zorn

Top Referenzen im  
internationalen Linkmarketing

# AKM3

- Spezialist für internationale Suchmaschinenoptimierung
- Umsetzung in 13 Ländern, aus Berlin mit Muttersprachlern
- Site-Analyse, Onpage-Beratung, Linkmarketing
- natürlicher Linkaufbau, planbare Kosten
- transparent, nachhaltig, professionell

AKM3 GmbH  
Ohlauer Straße 43  
10999 Berlin

Telefon: 030 / 30 36 43 61  
Fax: 030 / 69 08 81 74  
E-Mail: [omcap@akm3.de](mailto:omcap@akm3.de)