OMCap
Online Marketing Capital

ONLINE MARKETING KONFERENZ BERLIN / 9. UND 10. OKTOBER 2013

OMCAP PRÄSENTIERT
IN ZUSAMMENARBEIT MIT UNSEREN SPONSOREN DIE ONLINE MARKETING KONFERENZ
MIT TOP REFERENTEN WIE DUANE FORRESTER MARTIN OTT ADE OSHINEYE FLORIAN HEINEMANN MAIK METZEN UVM.
WEITERE SPECIALS: MEET THE SPEAKERS PODIUMSDISKUSSIONEN AUSSTELLER SAFTBAR FOTOBOX OMCAP@NIGHT PARTY UVM.

OMCap Online Marketing Capital · SOQUERO Online Marketing · Marin SOFTWARE

AM 10.10.2013 IN IHREM KOSMOS KINO
www.OMCap.de

belboon® · Webtrekk Drive Your Profit. · OMReport

GOODGAME STUDIOS

OVER 200 MILLION
AD IMPRESSIONS A DAY.

Ana
Online Marketing Manager

How many can YOU manage?

APPLY NOW!

www.goodgamestudios.com/jobs

INHALT

Info zur APP	04
Lageplan	07
Konferenzprogramm	08
Programmbeschreibung	10
Englisch	16
Seminare	18
Make the most of...	20
Meet the Speakers	22
What's new	24
Referenten	26
OMCap Newcomer	40
Partysponsor	42
Aussteller Lageplan	43
Welcher OMCaper bist du?	44
Sponsoren	46
Medienpartner	56
Kontaktanzeige	58
Rückblick 2012	60
Impressum	62

Herzlich Willkommen zur OMCap 4.0!

Liebe OMCaperInnen,

der Vorhang öffnet sich für die OMCap 2013 und ich freue mich, dass Sie mit dabei sind!

Mittlerweile ist es die vierte OMCap Konferenz. Es kann also zu Recht behauptet werden, dass wir uns einen festen Platz unter den Fachkonferenzen der Branche erworben haben, was mich mit großem Stolz erfüllt.

Jedes Jahr bringt große, aufregende Veränderungen mit sich, sowohl privat wie auch fachlich. Erneutes persönliches Familienglück ist mir durch die Geburt meines wundervollen Sohnes und zweiten Kindes zu Teil geworden. Dafür bin ich sehr dankbar!

Die fachlichen Veränderungen und Fortschritte des Online Marketings bringen uns heute hier zusammen – und auch die OMCap hat Ihr Entwicklungspotential in den letzten Monaten weiter ausgefahren. Vielleicht ist es sogar erlaubt zu behaupten, dass die OMCap nicht nur wieder ein großes Stück gewachsen ist, sondern auch erwachsen geworden ist. 2013 freut sich die OMCap über Rekordbesucherzahlen und vor allem auch darüber, Ihnen eine exklusive Konferenz-App anzubieten.

Während an dem Grundkonzept von Konferenz, Intensivseminaren am Vortag und Online Marketing Stammtisch nicht gerührt wurde, blieb doch Raum für die Einführung neuer Formate und Ideen. Waren es im vergangenen Jahr noch 5 internationale Referenten, sind es in diesem Jahr bereits 16 von über 60 Referenten aus 11 verschiedenen Nationen. Einige von Ihnen sprechen zum ersten Mal auf einer OM-Konferenz in Europa! Unsere Referenten sind das Herzstück der OMCap - sie präsentieren spannenden Content und aktuelles Online Marketing Know-How in anschaulichen Best Practices und liefern Ihnen damit neue Erkenntnisse für die unternehmerische Praxis. Mit so vielen spannenden Experten an Bord lag es nahe, ein Meet the Speakers anzubieten, um Ihnen damit Raum für Fachfragen und -diskussionen zu geben! Ein herzliches Dankeschön an alle Referenten für die großartige Unterstützung!

Mit über 50 Vorträgen in 4 Tracks haben wir unser Programm sogar verlängert, um Ihnen noch mehr OM-Input zu bieten. Ein ganz besonderer Dank geht an dieser Stelle an die Sponsoren der Vortragstracks: Marin Software, belboon, Webtrekk und SoQuero. Den Konferenztag lassen wir wie gewohnt mit Abendbuffet, Party und Networking für einen offenen Ideenaustausch über den fachlichen Tellerrand hinaus ausklingen. Ein ganz besonders großer Dank geht an unseren Party-Sponsor Goodgames Studios!

Nach Wochen und Monaten intensiver Planung und Vorbereitung freuen wir uns nun auf einen aufregenden Tag mit Ihnen und wünschen viel Spaß bei den Sessions, dem Meet the Speakers und der OMCap@night Party. Lassen Sie sich auch im Rahmenprogramm von unseren Ausstellern, der Massage und vielen weiteren Aktionen verwöhnen! Mein herzlichster Dank gilt dem Organisationsteam, allen Sponsoren und Ausstellern, den Medienpartnern und auch Ihnen, den Besuchern der OMCap 4.0!

Ich wünsche uns allen eine inspirierende Konferenz.

Ihr

Andre Alpar

P.S. Kleine Sneak Preview - am 8. und 9. Oktober 2014 geht es schon wieder weiter mit der OMCap 5.0!

APPsolutly OMCaptimal!

Marketer ohne Smartphone sind heutzutage nur noch selten in der freien Wildbahn anzutreffen. Egal, ob es um die aktuellsten News aus der Online Marketing Branche geht oder Sie einfach nur eine Wegbeschreibung zur OMCap benötigen, das Smartphone ist immer zur Hand.

Auf einer Konferenz, deren Herz für Online Marketing schlägt, darf die passende App natürlich nicht fehlen. Wie gewohnt können Sie sich auch bei uns auf Ihr Smartphone verlassen, es wird Sie mit allen Informationen rund um das OMCap Programm detailliert informieren.

Sie finden alles über:

- Programm
- Sessions
- Meet the Speakers
- Referenten
- Sponsoren und Aussteller
- Lagepläne
- Anfahrt
- OMCap Extras

Stellen Sie sich ganz bequem Ihren individuellen Konferenztag auf Ihrem Smartphone zusammen und verpassen Sie keines Ihrer persönlichen Must Sees!

Die OMCap App gibt es sowohl als Version für iOS als auch für Android.

www.omcap.de

seo|maxx®
rank better

Restart your
SEO Engine

seomaxx.com

GUT ZUHÖREN!

Spannende Interviews mit den führenden Köpfen.

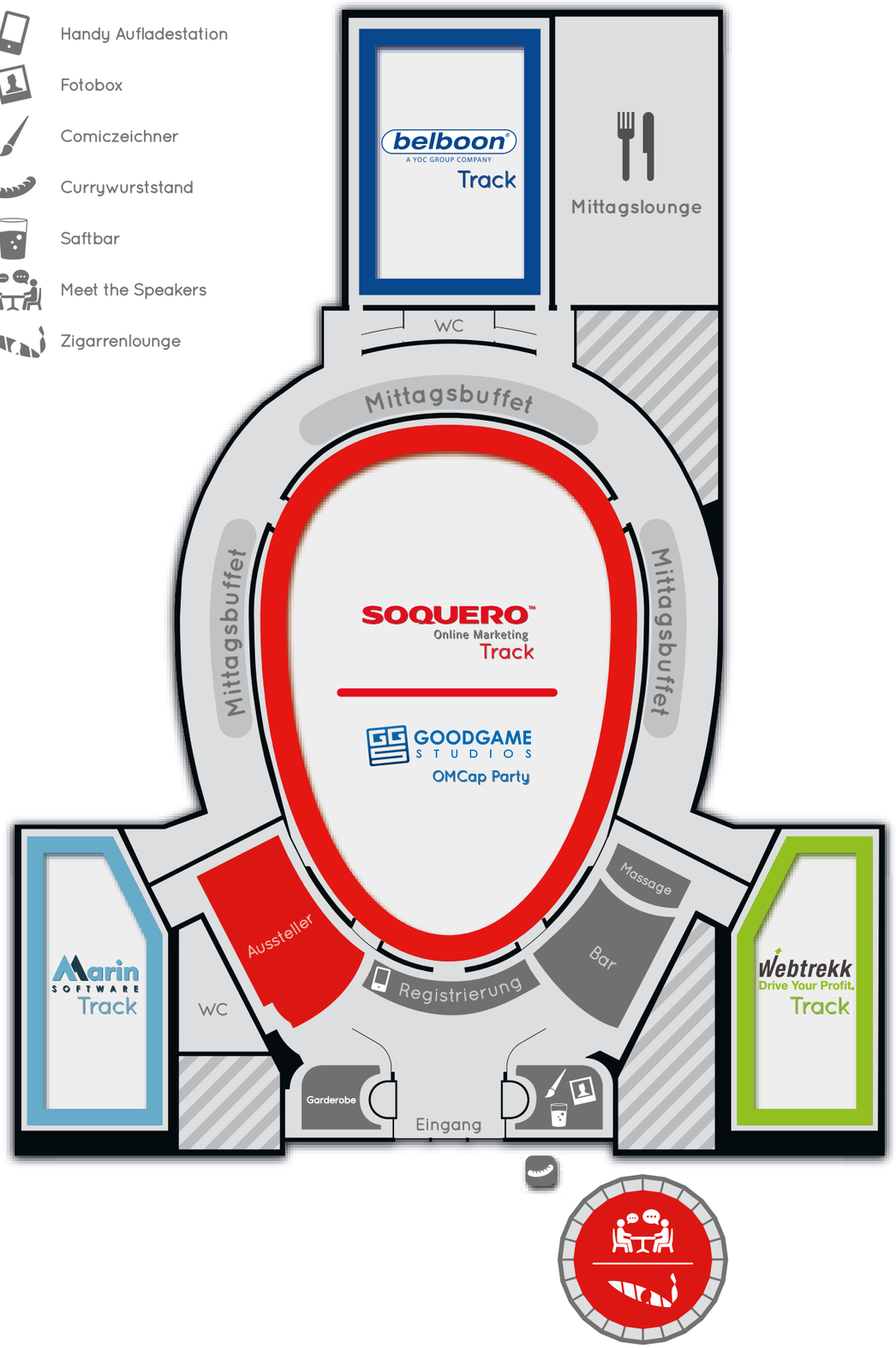
omreport.de & omreport.com

ONLINE MARKETING PODCAST

OMReport

OMCap Online Marketing Capital

- Handy Aufladestation
- Fotobox
- Comiczeichner
- Currywurststand
- Saftbar
- Meet the Speakers
- Zigarrenlounge



twitter.com/omcapital

	Track Marin Software	Track belboon
09.00 – 9.30	Begrüßung / Adress of welcome : Andre Alpar Keynote: Carsten Maschmeyer	
09.45 – 10.30	**SEA & PPC:** Googles visuelle Trigger für sich nutzen Matthias Weth Martin Röttgerding	**Display:** Data Driven Perfomance Advertising Manuel Kester Sven Möller
10.45 – 11.30	**eCommerce:** International online expandieren Nicolo Viegener	**Content and Link Marketing:** Link Marketing as an integrale part of the seeding process in Content Marketing Maik Metzen Rebecca Churt
11.45 – 12.30	**CRM:** Vom Newsletter-Monolog zum Multi-Channel-Dialog Sebastian Kluth Andreas Altenburg	**Customer Journey:** Chancen für Online Shops und Affiliates Sascha Schafbuch Erik Siekmann
12.30 – 13.30	Mittagsbuffet / Lunch	
13.30 – 14.15	**Big Data:** The Death of Trial and Error Sean Malseed Etai Rosen	**OM Management:** Webanalyse für bessere Conversion Timo Aden Karl Kratz
14.30 – 15.15	**Produktdatenmarketing:** Portale am Abgrund, Händler verarmt und Google grinst...? Niels Jensen Arne Jacobsen	**Content meets Social:** Big Bang Theorien für's Social Web Daniel Repp Robert Seeger
15.15 – 15.45	Kaffeepause / Coffee Break	
15.45 – 16.30	**Panel: Domain Marketing –** Entwicklungen und Hypes auf dem Prüfstand Moderator: Christoph Grüneberg Markus Galler, Frederick Schiweck	**App Marketing:** Wie man im App Dschungel noch gefunden wird Ravi Kamran Mariano Glas
16.45 – 17.30	**Mobile:** Reach and Scale on Mobile Martin Ott Oliver Roskopf	**RTB:** User-Targeting and its future Philipp Westermeyer Jay Stevens
17.45 – 18.30	**Search & Social:** Die richtige Kampagne für die richtige Zielgruppe Pepe Mickler Katja von der Burg	**Black Hat:** Crossing boundaries Anonymous Black Hat
Ab 18.30	Drinks & Networking	
Ab 19.00	Dinner, Showacts & Goodgame Studios Party	

	Track Webtrekk	Track SoQuero
09.00 – 9.30	Begrüßung / Adress of welcome : Andre Alpar Keynote: Carsten Maschmeyer	
09.45 – 10.30	**OMR:** Nach der Krise ist vor der Krise - wie funktioniert sinnreiche Prävention richtig? Monika Gehner Magdalena Mues Tobias Looschelders	**Social Media:** Social Marketing as an investment in the future Ade Oshineye Michael Kamleitner
10.45 – 11.30	**Big Data:** wachsende Datenmengen für wachsende Sales Andreas Schwarzkopf	**Paid Search:** How to become a PPC Hero Jeff Allen
11.45 – 12.30	**Mobile:** App Marketing & SEO in the Age of Apps Rachel Pasqua Christian Henschel	**SEO:** Ask the Xooglers like never before Moderator: Kai Rieke Fili Wiese, Kaspar Szymanski
12.30 – 13.30	Mittagsbuffet / Lunch	
13.30 – 14.15	**Cross Channel:** Die richtigen Kanäle für erfolgreiches Performance Marketing Tom Rother Ron Warncke	**Panel:** Online Marketing für non-profit Organisationen Moderator: Kai Rieke Monika Gehner, Raúl Krauthausen, Sascha Schubert, Christian Busch
14.30 – 15.15	**SEO:** International SEO strategies post penguin Aleyda Solis Kristján Hauksson	**OM Strategie:** Geschäftsmodelle – Lebensphasen – Online Marketing Kanäle Florian Heinemann
15.15 – 15.45	Kaffeepause / Coffee Break	
15.45 – 16.30	**SEA:** Kampagnen-Tuning und was SEAs von SEOs lernen können Thomas Grübel Daniel Schimmer	**Social Search:** Activating the Social-Search Dynamic Duane Forrester
16.45 – 17.30	**Social CRM:** Audience Targeting – Kunden bei der Stange halten Frank Strzyzewski Markus von der Lühe	**Umbau / Set-up**
17.45 – 18.30	**Content Marketing:** Buzz-Word oder effektive Marketing-Strategie? Stefan Haupthoff Mirko Lange	
Ab 18.30	Drinks & Networking	
Ab 19.00	Dinner, Showacts & Goodgame Studios Party	

Track Marin Software

9:45 – 10:30

SEA & PPC:
Googles visuelle Trigger für sich nutzen

Matthias Weth & Martin Röttgerding

Wenn Anzeigen um die Aufmerksamkeit von Nutzern buhlen, geben visuelle Trigger oft den Ausschlag. Für Werbetreibende bedeutet das nicht nur mehr Klicks und damit mehr Kunden, sondern gleichzeitig auch enorme Kosten- und Wettbewerbsvorteile. Warum das so ist und wie Sie davon profitieren können, erfahren Sie in dieser Session. Martin Röttgerding geht zunächst auf den Qualitätsfaktor ein. Anhand einer Langzeitstudie wird aufgezeigt, was sich dahinter verbirgt – und was nicht. Anschließend werden die wichtigsten visuellen Trigger zur Steigerung des Qualitätsfaktors vorgestellt. Martin Weth präsentiert Best Practice Beispiele und Anwendungsbeispiele zur Steigerung der Aufmerksamkeit Ihrer Anzeigen.

10:45 – 11:30

eCommerce:
International online expandieren

Nicolo Viegener

Multichannel, Omnichannel, multi-regional, multi-alles: Die E-Commerce-Landschaft wird für Einzelhändler immer unübersichtlicher. Da kann es schwierig werden, auf zahlreichen Kanälen erfolgreich zu verkaufen. Bei ChannelAdvisor laufen alle Fäden zusammen. Wir helfen, die Komplexität im Online-Handel zu vereinfachen. Wie das geht, zeigt Ihnen Nicolo Viegener in einer spannenden Session. Erfahren Sie in dieser Sitzung, wie Sie eine erfolgreiche Multichannel-Strategie für Ihr Unternehmen entwickeln können.

11:45 – 12:30

CRM:
Vom Newsletter-Monolog zum Multi-Channel-Dialog

Andreas Altenburg & Sebastian Kluth

Das klassische Newsletter-Marketing scheint langsam auszusterben. Bis dato mutmaßten die Marketingverantwortlichen, was die Zielgruppe möchte und verpackten Ihre vertriebsgetriebene Marketingkommunikation in ein „One fits all"-Newsletter Marketing. Sinkende Performance-Zahlen zeigen die zunehmende Ablehnung der Kunden gegen das Marketing mit der Gießkanne. Anhand von Best Practices wird gezeigt, wie mit gezielten CRM Konzepten der klassische Newsletter von einem personalisierten, relevanten und zielgerichteten E-Mail Dialog abgelöst wird und dadurch Conversion, Umsätze und Kundenbindung steigen. Dabei gilt es zum einen, den Lebenszyklus eines Kunden mit all seinen Facetten und Rahmenbedingungen zu verstehen und in Kommunikationsstrategien umzusetzen. Auf der anderen Seite versprechen gezielte E-Mails, die auf dem Online-Verhalten der Website-Besucher basieren (Behavioral Marketing), maximale Relevanz und Conversion-Rates von nicht selten bis zu 20%.

Track belboon

9:45 – 10:30

Display:
Data Driven Performance Advertising

Manuel Kester & Sven Möller

Divergenz zwischen Wunsch und Wirklichkeit! im Gegensatz zu Brandkampagnen und dem Display-Advertising mit üblichen CPM-Abrechnungsmodellen ist das Performance Advertising ohne Auswertung von Userdaten und weiteren Informationen für die Publisher nicht erfolgsversprechend. Wie können RTB, Customer-Journey-Tracking und andere Technologien zur Analyse und Anwendung von „BIG DATA" beitragen. Der Vortrag setzt sich kritisch mit den Schwierigkeiten - rechtliche Hindernisse und technische Herausforderungen - in der täglichen Praxis auseinander.

10:45 – 11:30

Content- und Linkmarketing:
Link Marketing as an integrale part of the seeding process in Content Marketing

Maik Metzen & Rebecca Churt

Der Erfolg von qualitativ hochwertigen Inhalten lässt sich insbesondere anhand von Social Engagement (Shares, Likes usw.) sowie Backlinks und dem dadurch entstandenen Traffic messen. Daher gehört der Seeding-Prozess zu den elementarsten und intensivsten Bestandteilen des Content Marketings. Lernen Sie in diesem Vortrag, wie Sie mit Ihrer Kampagne erfolgreiches Linkmarketing betreiben und wie Sie gezielt passende Seiten und Portale akquirieren können.

11:45 – 12:30

Customer Journey:
Chancen für Online Shops und Affiliates

Sascha Schafbuch & Erik Siekmann

„Display Ads steigern Umsatz im Online-Handel" oder „Umsatzsteigerung in Online-Shops durch zusätzliche Sichtbarkeit" lauten Studienüberschriften. Multichannel-Tracking-Tools weisen über die Last-Cookie-Attribution hinaus den Erfolg von Display Ads im Kaufentscheidungsprozess nach. So stellte z.B. Yahoo! Advertising in einem Case mit der Marke „Zott Monte" fest, dass Bannerwerbung eine Conversionsteigerung von 52% bei Neukunden bewirkt. Bannerwerbung? Ganz klassisch eine Stärke im Affiliate Marketing! Bei SportScheck laufen monatlich AdImpressions im zweistelligen Millionenbereich über die Affiliatenetzwerke auf. Zwei Kernfragen werden Sascha Schafbuch und Erik Siekmann betrachten: 1. Inwiefern lässt sich ein Einfluss auf die Shopconversion nachweisen, wenn im Affiliate Marketing stärker auf Bannerwerbung gesetzt wird? Und die zweite Frage, die sich daraus ergibt: Wie bewerten wir diesen Einfluss und spiegeln ihn entsprechend in der Vergütung wieder?

Track Webtrekk

9:45 – 10:30

ORM:
Nach der Krise ist vor der Krise –
wie funktioniert sinnreiche Prävention richtig?

Monika Gehner, Magdalena Mues & Tobias Looschelders

Immer mehr Entscheider erkennen die Notwendigkeit, den digitalen Ruf von Unternehmen, Organisationen und Marken zu sichern und gezielt zu entwickeln. Dabei ist Online Reputation Management mehr als bloße Ergebniskorrektur oder Schönfärberei; es bedeutet auch immer eine Positionierung mitbedenken zu müssen. Denn: das Internet vergisst nichts. Tobias Looschelders stellt an einem Wikipedia-Case ORM Maßnahmen, Best Practices sowie Do's and Dont's vor, die funktionieren und den technischen als auch den kommunikationsstrategischen Ansprüchen gerecht werden. Magdalena Mues spricht über das Monitoring von ORM und geht dabei sowohl auf die einzelnen Gruppen, für die Reputation Management wichtig ist, ein als auch auf die Kanäle und Tools, die im Zuge des Monitorings überwacht werden sollten. Monika Gehner stellt vor, wie die WHO verschiedene Strategien zur Risikokommunikation einsetzt, um sowohl öffentliche Gesundheit zu fördern als auch die Reputation der Organisation zu wahren.

10:45 – 11:30

Big Data:
wachsende Datenmenge für wachsende Sales

Andreas Schwarzkopf

Die Datenmenge im Internet wächst exponentiell. Für die effiziente Nutzung dieser Online-Information im Businessbereich bietet die Lot Internet Lösungen zur Wettbewerbsanalyse, Leadgenerierung, Datenanreicherung, Produkt- und Preismonitoring in Echtzeit. Auf Basis wirksamer Big Data Technologien können beliebige Datenquellen im Internet ausgelesen, aufbereitet und analysiert werden. Am Beispiel wird der Ablauf eines Big Data Projekts dargestellt und dabei aufgezeigt, wie die automatische Bereitstellung von Onlinedaten zur gezielten Kundenansprache bzw. zur Neukundengewinnung genutzt wird. Ferner wird gezeigt, wie dieses Kundenwissen Impulse zur Produktentwicklung liefert. Diese Maßnahmen bilden somit einen wichtigen Baustein zur Umsatzsteigerung und bieten einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil im Kampf um Marktanteile.

11:45 – 12:30

Mobile:
App Marketing & SEO in the Age of Apps

Rachel Pasqua & Christian Henschel

Wie wird das wachsende Vertrauen auf mobile Apps die fachliche Praxis des organischen Suchmarketings verändern? Mobile Such-Apps ermöglichen es Nutzern noch schneller und effizienter zu finden, was sie suchen, als je zuvor. Um das Beste aus den Möglichkeiten zu realisieren, sollten Marketer ihren Ansätze überdenken und ihre Bestreben über den mobile Browser ausdehnen. In ihrem Vortrag wird Rachel Pasqua eine Untersuchung leiten, die die wichtigsten ursprünglichen Suchapplikationen auf dem Markt vorstellt und Strategien diskutiert, wie die optimale Sichtbarkeit mit jeder einzelnen erreicht wird. Christian Henschel präsentiert verschiedene Methoden für ein erfolgreiches und effizientes App Download Tracking und zeigt zudem auch gute kostenlose Tools und Options dafür auf.

Track SoQuero

9:45 – 10:30

Social Media:
Social Marketing as an investment in the future

Ade Oshineye & Michael Kamleitner

Wie sich Google+ für Customer Relationship Management nutzen lässt und welche Chance es für Unternehmen im Bereich der Customer Acquisition bietet, zeigt Ade Oshineye an ausgewählten Beispielen auf. Dabei wird auch der Frage nachgegangen, wie Google+ die Schnittstelle zum Suchmaschinenmarketing gestaltet. Michael Kamleitner zeigt auf, wie das bei Facebook funktioniert: Um Apps oder Content-lastige Websites zu bewerben, kommen aktuell meist (Mobile) App Install Ads und Sponsored Stories für Domains zum Einsatz. Mit diesen Werbeformen können Likes, Shares und App Installationsvorgänge effizient beworben werden, aber ist das wirklich alles? Mit Open Graph können Benutzer-Interaktionen auf der eigenen App oder Website wesentlich vielfältiger auf Facebook abgebildet werden – und mit Sponsored Stories auch zielgenau beworben werden!

10:45 – 11:30

Paid Search:
How to become a PPC Hero

Jeff Allen

Der Vortrag beginnt mit drei absoluten No-Gos, die ein angehender PPC Hero niemals tun sollte, wie z.B. den Quality Score in Google Adwords Kampagnen zu optimieren. Jeff Allen diskutiert gemeinsam mit Ihnen und wird Ihnen am Ende der Session Strategien und Best Practices aufzeigen, wie aus PPC eine maximal profitable Strategie für Ihr Business oder Ihre Kunden wird.

11:45 – 12:30

SEO:
Ask the Xooglers like never before

Moderator: Kai Rieke
Fili Wiese & Kaspar Szymanski

Besorgt über den Algorithmus-Zoo von Google? Panda und Pinguin sorgen bei Ihnen für schlaflose Nächte? Oder sind es die manuellen Abstrafungen durch Google? Dann lassen Sie uns darüber sprechen! Nehmen Sie an unserer Session teil und bringen Sie alle Fragen mit, die Sie schon immer über Googles Algorithmus, Abstrafungen, Strategien, Neubewertungen, Zurückeroberung von Rankings und auch Tischkicker wissen wollten! Wir bieten in einer spannenden Paneldiskussion Antworten auf Ihre Fragen.

Track Marin Software

13:30 – 14:15

Big Data:
The Death of Trial and Error

Sean Malseed & Etai Rosen

Konzipieren, Testen und Optimieren – ein dreistufiger Prozess. Nur erfährt man für gewöhnlich immer nur etwas zu Schritt zwei und drei. Aber wie gelangt man dorthin? Diese Session zeigt wie Sie den Prozess am effizientesten und effektivsten auf den Weg bringen. Anhand von Beipsielen zeigen wir Ihnen schnelle, einfache Dinge, die jeder vor dem Start einer Kampagne berücksichtigen sollte. Tools, Methoden und Einstellung übernimmt Sean Malseed in seinem Vortragspart. Anschließend geht Etai Rosen auf die Internetsurfing Gewohnheiten in Deutschland ein. Eine witzige Reise, die Einsichten vermittelt zu den beliebtesten Webseiten, über die Nutzung sozialer Netzwerke, Suchgewohnheiten, Anstieg der Online Werbung und anderer Web Fakten, die Marketeer mit einem besseren Verständnis für die aktuellen deutschen Trends im Online Marketing versorgt. Entdecken Sie die Wahrheit über Web Traffic in Deutschland aus einer neuen, bahnbrechenden Perspektive.

14:30 – 15:15

Produktdatenmarketing:
Portale am Abgrund, Händler verarmt und Google grinst...?

Niels Jensen & Arne Jacobsen

Groß war die Aufregung, als im letzten Jahr die Ankündigung Googles erfolgte, das bis dahin kostenlose Modell der Google Produktsuche sukzessive in ein kommerzielles Modell zu überführen. Produkt Listing Ads, Enhanced Campaigns, Mobile Kampagnen - Seit Jahresanfang 2013 hat Google das AdWords-Konto ordentlich umstrukturiert, Product Listing Ad's lanciert und neue Optionen für AdWords Kampagnen realisiert und Bidding umgebaut. Wie haben sich diese Änderungen auf den Markt ausgewirkt, welche Vor- und Nachteile sind dabei zu beobachten und worauf sollten Werbetreibende ihr Augenmerk legen? Mit Analysen und Best Practice zeigt Niels Jensen Möglichkeiten optimaler Nutzung auf und nimmt eine Bewertung der Neustrukturierung vor. Arne Jacobsen gibt einen Einblick über die bisherigen Erfahrungen umsatzstarker Online-Händler und relevanter Portale seit der Umstellung von Google Shopping und geht in seinem Vortrag der Frage nach, ob sich die Befürchtungen der Händler bewahrheitet haben oder das neue Modell auch entsprechende Potenziale und Chancen bereithält.

15:45 – 16:30

Panel:
Domain Marketing –
Entwicklungen und Hypes auf dem Prüfstand

Moderator: Christoph Grüneberg
Markus Galler & Frederick Schiweck

Ab 2014 werden rund 700 neue Domain-Endungen (new gTLDs) eingeführt. Aber wird sich das Internet dadurch grundlegend verändern? Das Panel „Domain-Marketing" geht dieser Frage nach und erläutert, wie sich die neuen TLDs auf die etablierten Endungen auswirken und sich das volle Potenzial der neuen Adressen nutzen lässt. Durch die new gTLDs werden wieder einprägsame Adressen im Netz frei, die vor allem unter den etablierten Endungen wie .DE, .COM, oder .NET schon vergeben sind. Gleichzeitig eignen sich die neuen Endungen aber auch für gezielte Vermarktungsstrategien: Dank der new gTLDs ist es zum Beispiel künftig möglich, eine Domain einer Branche (.HOTEL) oder einer Stadt (.BERLIN) zuzuordnen. Wichtig wird auch der Einfluss der Endungen auf das Suchmaschinen-Ranking werden: Schließlich ist Google mit rund 100 Adressen einer der größten new gTLD-Bewerber.

Track belboon

13:30 – 14:15

OM Management:
Webanalyse für bessere Conversion

Timo Aden & Karl Kratz

Nicht konvertiert wird dauernd! Wir schauen gemeinsam auf reale Systeme und setzen ganz gezielt die Erfassung von Nicht-Konversionen ein. Wir nutzen Resonanzgitter, um schnellere und bessere Resultate in der Konversions-Optimierung zu erzielen. Und das alles bitte mit einem frechen Schmunzeln auf den Lippen. Timo Aden und Karl Kratz stellen wie gewohnt unkonventionell und inspirierend verschiedene technische Lösungen praxisnah vor und zeigen diese im praktischen Einsatz. Aber mehr dazu dann in einer spannenden Live-Session!

Content meets Social:
Big Bang Theorien für's Social Web

Daniel Repp & Robert Seeger

Dass geschicktes Content Marketing sich auszahlt, beweist die Schwenninger Krankenkasse mit ihrer Plattform babyharmonie.de, die Daniel Repp im Vortrag präsentiert. Das Erfolgskonzept liegt im Content und nicht in den Produkten. Für das Portal wurde nicht nur empathisch nach den Bedürfnissen der Kunden gefahndet, sondern auch ein Angebot geschaffen, das gute Dienste in der SEO-Arbeit leistet. Robert Seeger geht einen Schritt weiter und vermittelt, wie aus Kunden Fans - und damit meint er wahre Fans und nicht Facebook-Likes - werden. In dieser Session erhalten Sie drei mal drei Social Media Inputs für Marketing von morgen. Robert Seeger zeigt Ihnen die Dreifaltigkeit von Social Conversions (now, open & multi). Diese Session wird anregen zum Nachdenken, Umdenken und Mitmachen!

App Marketing:
Wie man im App Dschungel noch gefunden wird?

Mariano Glas & Ravi Kamran

Apps gibt es mittlerweile wie Sand am Meer. Die App Store Optimierung ist aber noch ein relativ neues Feld im Bereich SEO. Wie man trotz des steigenden Wettbewerbs in den App Stores mit der richtigen Strategie und ausgefeilter Technologie Nutzer auf seine App aufmerksam machen kann, zeigen Ravi Kamran und Mariano Glas. Ravi Kamran wird anhand aktueller App Marketing-Marktzahlen und Erfahrungsberichte erläutern, wie letztendlich ein guter strategischer Mix aus verschiedenen Mobile Performance Kampagnen wie Boost- und Display-Kampagnen sowie der Einsatz von Optimierungstechnologien Apps zu neuen Nutzern und dauerhaftem Erfolg verhelfen können. Wie die ASO in die unternehmensweite SEO-Strategie eingebunden werden kann, präsentiert Mariano Glas. Er zeigt, warum es sich kein News/Content-Publisher, Betreiber eines Online-Shops oder Hersteller von Videospielen mehr leisten kann, ohne eine App am Markt zu agieren.

Track Webtrekk

13:30 – 14:15

Cross Channel:
Die richtigen Kanäle für
erfolgreiches Performance Marketing

Tom Rother & Ron Warncke

Multichannel-Tracking ist eine der jüngsten Disziplinen des Online Marketings. Lange hat sich der aus dem Performance Marketing entwickelte Ansatz auf die Verteilung der Sales auf die konsumierten Touchpoints fokussiert. Um sich zu einem echten Controlling-Tool zu entwickeln und in der Marketingpraxis anzukommen, müssen diese Attributionsmodelle jedoch zukünftig mit Leben gefüllt werden. Wie dies in der Praxis umgesetzt werden kann und was Digital Analytics von anderen Disziplinen lernen kann, wird von Ron Warncke thematisiert. Tom Rother ergänzt diese Betrachtung mit einem Best Practice und zeigt innovative Analysen zur Wechselwirkung von mehreren Retargeting-Anbietern und die Verknüpfung von CRM-Systemen mit Multichannel-Tracking auf.

14:30 – 15:15

SEO:
International SEO strategies post penguin

Aleyda Solis & Kristján Hauksson

Obwohl das Internet die Welt vernetzt, gestaltet sich das Internationale Marketing angesichts vieler kultureller, technologischer und sprachlicher Barrieren immer noch schwierig, mehr noch nach den Penguin Updates von Google. In dieser Session untersucht Kristján Hauksson diese großen Schwierigkeiten und bietet Tipps an, um innerhalb und außerhalb der eigenen Landesgrenze in neue Märkte vorzustoßen. Ergänzt werden diese Erkenntnisse von Aleyda Solis. Sie vermittelt, wie Sie Ihr internationales organisches Suchergebnis verbessern, um effektiver zu targeten und um sich bei einem multi-lingualen und internationalem Publikum noch erfolgreicher als Autorität zu etablieren. Aleyda Solis präsentiert Ihnen skalierbare SEO-Strategien für einen langfristigen internationalen Erfolg.

15:45 – 16:30

SEA:
Kampagnenoptimierung –
Was SEAs von SEOs lernen können

Thomas Grübel & Daniel Schimmer

Was ist der nächste Schritt? Wie können über Jahre optimierte SEA-Kampagnen noch weiter verbessert werden? In einer Marktphase, in der zweistellige Wachstumsraten nicht mehr „von alleine" kommen, stellen sich diese Frage immer mehr Unternehmen. Daniel Schimmer kennt Antworten aus seiner alltäglichen Beratungstätigkeit und den Testergebnissen seiner Software AdRunner. Lernen Sie Ansätze kennen, mit denen Sie Ihren SEA-Kampagnen noch mehr Speed verschaffen können. Websites mit SEO-Tools strukturell und inhaltlich erfassen – Thomas Grübel von InBiz zeigt in diesen Vortrag wie Crawler und Scraping Tools den Alltag eines SEA Kampagnenmanagers vereinfachen können. „Zum Anfassen" gibt es viele praktische Beispiele bzgl. Setups, Monitoring und Optimierung von SEA Kampagnen.

Track SoQuero

Panel:
Online Marketing für non-profit Organisationen

Moderator: Kai Rieke
Monika Gehner, Rául Krauthausen,
Sascha Schubert & Christian Busch

Mit Online Marketing Gutes tun! In diesem Experten-Panel diskutieren vier Altruisten, die nicht nur für eine Herzensangelegenheit kämpfen, sondern auch die Gesellschaft bewusst auf die Arbeit Ihrer non-profit Organisationen aufmerksam machen. Wie das durch Online Marketing gelingt und wie Strategien u.a. von Wirtschaftsunternehmen abweichen, zeigen sie am Beispiel der Weltgesundheitsorganisation, wheelmap.org, Spendino und Indiegogo. Vier sehr unterschiedliche Projekte mit unterschiedlichen Zielen - aber unterscheiden sich auch Kommunikationsstrategie, Reputation Management, Social Media Management und Crowdfunding? Welche Online Marketing Strategien verfolgen sie noch? Erfahren Sie mehr von unseren Experten, die in diesem Panel von ihrer täglichen Arbeit berichten.

OM Strategie:
Geschäftsmodelle –
Lebensphasen – Online Marketing Kanäle

Florian Heinemann

Florian Heinemann hat bei verschiedenen Ventures in den vergangenen Jahren die unterschiedlichsten Online-Unternehmen bei der Gründung und Entstehung begleitet. Er weiß, in welcher Phase welche Maßnahmen und Prozesse nötig sind, um ein optimales Wachstum voranzutreiben. In jeder Entwicklungsphase eines Unternehmens stehen andere Kennzahlen im Mittelpunkt des Interesses und damit treten auch andere Kanäle in den Vordergrund. Der Vortrag beantwortet die Frage, zu welchem Zeitpunkt eines Unternehmens welche Kanäle zum Einsatz kommen sollten und welche jeweiligen KPIs eine Rolle spielen - immer mit dem Ziel, fundierte Entscheidungen für den maximalen Erfolg treffen zu können.

Social Search:
Activating the Social Search Dynamic

Duane Forrester

Seien Sie dabei, wenn Duane Forrester in seiner spannenden Hands-on Session die Interaktion von Search und Social am Beispiel von Bing aufzeigt. Er präsentiert Ihnen eindrücklich, wie Search & Social zu mehr Unternehmenswachstum führen. Dafür ist es wichtig zu verstehen, welche Rolle der sozialen Dynamik bei der Suche zukommt. Eine Betrachtung Bings, der am häufigsten sozial integrierten Suchmaschine der Welt, bietet aufregende Antworten und Einsichten, warum genau das passiert und wie genau sich das ausgestaltet.

Track Marin Software

16:45 – 17:30

Mobile:
Reach and Scale

Martin Ott & Oliver Roskopf

Besonders in den letzten zwei Jahren ist die Nutzung von sozialen Medien via Smartphone, Tablet und Co. rapide angestiegen. Facebook verwenden monatlich rund 18 der aktuell über 25 Millionen deutschen Nutzer mobil. Das sind 65 Prozent der deutschen Smartphonenutzer. Die logische Konsequenz: „Mobile-First" – dies gilt nicht nur für uns bei Facebook, sondern für alle Marketer. Auf Facebook haben Unternehmen die Chance, Markenaufbau, Branding sowie konkrete Performance-Ziele zu erreichen. Denn mit Facebook können Botschaften genau die Menschen erreichen, die für die jeweilige Marke von Bedeutung sind und die sich dafür interessieren – zu jeder Stunde, an jedem Tag. Wie das funktioniert und welche Erfahrungen es auf Seiten des Handels gibt, beantworten Ihnen Martin Ott und Oliver Roskopf.

17:45 – 18:30

Search & Social:
Die richtige Kampagne für die richtige Zielgruppe

Pepe Mickler & Katja von der Burg

Online Marketing kann nur dauerhaft erfolgreich sein, wenn die richtigen Zielgruppen zur richtigen Zeit erreicht werden: Sei es im Moment der Suche, der Kaufentscheidung oder des Konsums. Social Media und Second Screen Nutzung (Smartphones & Tablets) haben die Komplexität erhöht, schaffen aber auch völlig neue Möglichkeiten der Zielgruppenansprache. Wir gehen in der Session folgenden Fragen nach: Wie kann ich diese Möglichkeiten besser nutzen, um meine potentiellen Kunden zu erreichen und zu konvertieren? Wie kann Social Media im Online Marketing Mix effizient eingesetzt werden und welche Zielgruppen sind darüber überhaupt erreichbar? Wie kann ich im Vorfeld einer Kampagne herausfinden, ob ich eher auf Google und Search Advertising oder Social Media setzen sollte? Und warum könnten BingAds doch relevant sein?

Track belboon

RTB:
User-Targeting and its future

Philipp Westermeyer & Jay Stevens

Unser Ziel ist es, die nützlichsten und praktischsten Information zu Real Time Bidding, privaten Marktplätzen und Handel als Ganzes zu vermitteln. Es erwarten Sie in dieser Session wertvolle Fallbeispiele von Publishern aus GB und der ganzen Welt wie auch einige konkrete Beispiele für neue, innovative Nutzungen von RTB. Zum Beispiel: Verwendung von Bidding Patterns zur Lead Generierung für neue Advertiser und neue Märkte, Nutzung von first party data und Audience Extension. Jay Stevens und Philipp Westermeyer bringen auch die Probleme zur Ansprache, die erfahrungsgemäß Publisher durchlaufen, die erst mal ihre eigenen programmatischen Versuche starten. Hier zeigen Sie hilfreiche Daten und Strategien auf und präsentieren Ihnen ihre nützlichsten und stärksten RTB Weisheiten.

Black Hat:
Crossing boundaries

Anonymous Black Hat

Vorhang auf für eine Welt voller Lug und Trug. Anonymous Black Hat nimmt Sie mit auf einen exklusiven Exkurs in die Methoden und Techniken, die man eigentlich in der Branche keinesfalls nutzen sollte, die aber trotzdem sehr gut funktionieren. Es erwartet Sie eine extrem spannende Session mit tiefen Einblicken in die Manipulation des Internets und die schwarze Seele des SEOs.

Was macht eine Präsentation *omcaptastic*:

- Best Practices
- Fallbeispiele aus der Praxis
- Konkrete Tipps und Tricks
- Frische, einzigartige Inhalte
- Echter informativer Mehrwert
- Verzicht auf Werbe- und Verkaufsinhalte
- Roter Faden

Unseren Referenten ist Ihre Bewertung wichtig! Bitte bewerten Sie daher ihre Vorträge und Präsentationen! Weitere Details zur Umfrage erhalten Sie über unsere Twitterwall!

Track Webtrekk

16:45 – 17:30

eCRM vs. Social CRM:
Audience Targeting – Kunden bei der Stange halten

Frank Strzyzewski & Markus von der Lühe

Kundenkommunikation über E-Mail und Soziale Medien löst zunehmend und unumkehrbar die klassischen Kommunikationskanäle ab. Obwohl E-Mail und Soziale Medien im Marketing Mix der meisten (B2C) Unternehmen bereits fest etabliert sind, werden beide Marketingkanäle noch zu oft als separate Silos geführt, budgetiert und weiterentwickelt. Der Vortrag von Frank Strzyzewski zeigt anhand zahlreicher Praxisbeispiele Wege auf, beide Kanäle intelligent zu verknüpfen, um den Nutzen für Endkunden wie Unternehmen zu maximieren. Markus von der Lühe verdeutlicht in seinem Vortrag, wie Unternehmen Facebook gezielt zur Lead-Generierung und Kundenaquise nutzen können. Er wird demonstrieren, welche Werkzeuge Unternehmen einsetzen können, um die Kosten pro Lead zu senken sowie qualitativ hochwertige Kunden zu gewinnen. Er wird auf Technologien wie Custom Audience Targeting und Facebook Exchange genauso eingehen wie auf Anzeigenformate in Facebook, um social CRM professionell zu betreiben.

17:45 – 18:30

Content Marketing:
Buzz-Word oder effektive Marketing-Strategie?

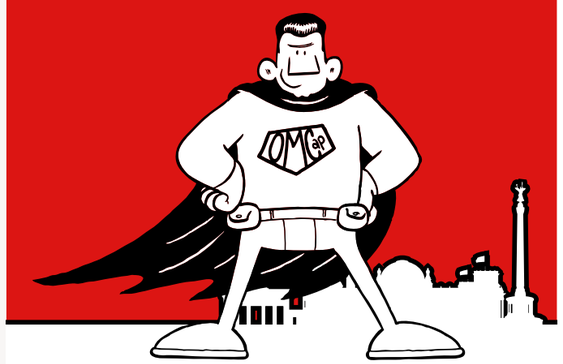
Stefan Haupthoff & Mirko Lange

„Content Marketing" und „Content Strategie" gehören zu den aktuellen Buzz-Words im Online Marketing. Doch die Spannbreite ist groß: Stefan Haupthoff wird Sinn und Nutzen von Content-Marketing thematisieren und aktuelle Tendenzen in der Praxis vorstellen und analysieren. Welche Schlüsse lassen sich aus der bisherigen praktischen Umsetzung ziehen und was sollten Suchmaschinenoptimierer daraus lernen? Mirko Lange dagegen betrachtet mehr die kommunikativen und redaktionellen Aspekte von „Content Marketing", vor allem auch mit einem starken Fokus auf Content Strategie. Wie kann ein Unternehmen stimmige Inhaltskonzepte erarbeiten und umsetzen? Welche Rolle spielt dabei Storytelling und wie können Formate richtig eingesetzt werden? Mirko Lange geht dabei auch darauf ein, welche Gesamtarchitektur man braucht, bis zu der Frage, wie man den auf den Content folgenden Dialog managt.

ONLINE MARKETING
KONFERENZ

COMICS

mit FLIX & OMCAPTAIN ANDRE



OMCap
Online Marketing Capital

WWW.OMCAP.DE

Welcome to OMCap 4.0!

Dear OMCap visitors,

The curtain rises for OMCap 2013 and I am happy that you are with us!
It is already our 4th OMCap conference and therefore, it can be said with good reason, that we have established a secure place among conferences within the professional field of online marketing – which makes me very proud.

Last year we had 5 international speakers but for 2013 we have already grown significantly to 16 speakers across 11 nations contributing to a total of 60 speakers, some of whom will be speaking at a European OM conference for the first time! Our speakers are the beating heart of OMCap. They present interesting subject matters and up-to-date online marketing know-how in illustrative Best Practices, and also offer new insights useful for business practice. With so many experts on board, we have created a Meet the Speakers session in order to provide room for questions and discussions on a professional level! Thank-you very much to all speakers for your great support!

With more than 50 presentations in 4 tracks, we have even managed to extend the program to allow you more OM participation.

After weeks and months of intensive planning and preparation we are happy to spend an exciting day with you and hope that you enjoy all our sessions as well as Meet the Speakers and the OMCap@night Party. Feel free to spoil yourselves with our supporting program, featuring our exhibitors, massages, and other activities! A sincere thank-you goes out to the organizational team, all of the sponsors and exhibitors, our media partners and also to you, the visitors at OMCap 4.0!
I wish all of us an inspiring conference.

Yours,
Andre Alpar

9:45 am – 10:30 am

Social Media:
Social Marketing as an investment in the future

Ade Oshineye & Michael Kamleitner

How to use Google+ to connect your business to Google and your customers will be presented by Ade Oshineye in an exciting session. The presentation includes examples of how companies now use or may be able to use G+ for customer relationship management and new customer acquisition. How G+ works together with search and search marketing will be covered too. Mobile App Install Ads and Sponsored Stories for Domains are currently the most widespread ways of advertising apps or content-heavy web sites on Facebook. Michael Kamleitner provides insights on how to make efficient us of Open Graph. With Open Graph user interactions on your own app or web site can be displayed on Facebook with much more variety than ever before – and Sponsored Stories are a valuable tool for boosting these interactions and improve your apps reach in Newsfeed.

10:45 am – 11:30 am

Content and Link Marketing: Link Marketing as an integrale part of the seeding process in Content Marketing

Maik Metzen & Rebecca Churt

The success of high quality content is particularly measurable by social engagement (Shares, Likes etc.) as well as by backlinks and the traffic they generated. Therefore the seeding process is one of the primary and most intense parts of Content Marketing. In this presentation you will learn how successful Link Marketing works and how you can acquire the most convenient websites and web portals.

10:45 am – 11:30 am

Paid Search:
How to become a PPC Hero

Jeff Allen

This session will start with the three things an aspiring PPC Hero should never do, which includes optimizing for Quality Score, and then ends with a discussion on strategies and best practices that are sure to make PPC a profitable strategy for your business and/or your clients.

11:45 am – 12:30 pm

Mobile:
App Marketing & SEO in the Age of Apps

Rachel Pasqua & Christian Henschel

How will our increasing reliance on the mobile apps change best practices for organic search marketing? Niche mobile search apps are supplying consumers with options to find what they're looking for faster and more efficiently than ever before. In order to make the most of this opportunity, marketers need to rethink their approach and expand their efforts beyond the mobile browser. In this session, Rachel Pasqua leads an exploration of the most important native search applications on the market and discusses strategies for optimal visibility within each. Christian Henschel will provide insights in different methods for efficient app download tracking and will present some great tools that are free of charge.

11:45 am – 12:30 pm

SEO:
Ask the Xooglers like never before

Moderator: Kai Rieke
Fili Wiese & Kaspar Szymanski

Concerned about the Google algorithm zoo? Panda and Penguin giving you sleepless nights? Or is it Google's manual actions? Let's talk about it! Come to our session and bring all the questions you always wanted to ask about Google's algorithms, penalties, policies, reconsiderations, ranking recovery and foosball!

1:30 pm – 2:15 pm

Big Data:
The Death of Trial and Error

Sean Malseed & Etai Rosen

Creating, testing and optimizing. It's a three step process. However, we only hear about the second and third steps. But how do we get to these steps? In this session, we will cover how to get off the ground in the most efficient effective manner possible. We'll use examples to show quick, simple things that everyone should do before creating a campaign. Tools, methods and mindset will be covered by Sean Malseed. Etai Rosen on the other hand will get under the skin of internet browsing habits in Germany. A fun journey that will unveil insights about the nation's favorite websites, social networking usage, search habits, online advertising growth and other web knowledge aimed to marketers for a better understanding of the key internet trends shaping the German online market today. Discover the truth about web traffic in Germany from a new and groundbreaking perspective.

2:30 pm – 3:15 pm

SEO:
International SEO strategies post penguin

Aleyda Solis & Kristján Hauksson

Although the Internet connects the world, many cultural, technological, and linguistic barriers continue to complicate multi-country marketing, even more so after Google's Penguin update. In this session Kristján Hauksson will examine some of the big issues and provide tips to help you enter new markets beyond your own borders. Learn with Aleyda Solis how to grow your International organic search presence, effectively targeting, connecting and establishing as an authority to a multi-lingual and multi-country audience with scalable SEO strategies for long-term success.

3:45 pm – 4:30 pm

Social Search:
Activating the Social Search Dynamic

Duane Forrester

This session focuses on Social & Search and how they work together. Join us for this session where Duane Forrester, from Bing's Webmaster Program, walks you through how Social & Search interact, and how to take advantage of both to grow your business. It's important to understand the role Social plays in influencing search, and the world's most socially integrated search engine will show you why that happens.

4:45 pm – 5:30 pm

RTB:
User-Targeting and its future

Philipp Westermeyer & Jay Stevens

Our aim is always to provide the most useful, practical information we can on RTB, private marketplaces and programmatic trading as a whole, so expect some publisher case studies from the UK and across the world, as well as some concrete examples of the innovative uses for RTB we have seen recently – for instance, using bidding patterns as 'lead generation' for new advertisers and new markets, use of first party data and audience extension. But not forgetting that some publishers are still starting out on their own programmatic journeys, we will be sure to reiterate the problem with the data to back it up, and some of the most useful nuggets of wisdom we have gathered so far from working closely with publishers.

5:45 pm – 6:30 pm

Black Hat:
Crossing boundaries

Anonymous Black Hat

Take a walk through the world of lies and deception. Our Anonymous Black Hat is taking you on a journey into methods and technics that are strictly forbidden in the field of search marketing, but that still work very efficiently. Do not miss that thrilling session and take a deep dive in the manipulations of the web and the black soul of SEO.

Seminare am 9. Oktober im Quadriga Forum

09.00 – 13.00	**Seminar A**	**Seminar B**	**Seminar E**
	Natürliche und nachhaltige Content- und Linkmarketingstrategien mit **Maik Metzen & Stefan Haupthoff**	**Conversion Optimierung - operative Praxis im Unternehmen** mit **Timo Aden & Cornell Heise**	**Advanced SEA** mit **Matthias Weth**
13.00 – 14.00	**Networking-Lunch für alle SeminarteilnehmerInnen und Referenten**		
14.00 – 18.00	**Seminar C**	**Seminar D**	**Seminar F**
	Web Analytics und Customer Journey mit **Timo Aden & Fabian Schlupp**	**Advanced SEA** mit **Matthias Weth**	**Natürliche und nachhaltige Content- und Linkmarketingstrategien** mit **Maik Metzen & Stefan Haupthoff**
Ab 19.00	**Offener Berliner Stammtisch in der Bar „Kosmetiksalon Babette“: Das Get-Together für alle Online Marketing Interessierten**		

Seminar A im Raum Alte Münze
Seminar F im Raum Bastion

Maik Metzen & Stefan Haupthoff

Natürliche und nachhaltige Content- und Linkmarketingstrategien

Eine abteilungsübergreifende Zusammenarbeit ist angesichts der zunehmenden Verbindung von Marke, Content-Marketing und SEO notwendig. Guter Content schärft die Markenpositionierung und stellt einen Schlüsselfaktor für den SEO- und Social-Media-Erfolg dar. Der Erfolg von qualitativ hochwertigen Inhalten lässt sich anhand von Social-Engagement (Shares, Likes usw.) sowie Backlinks messen. So führt hochwertiger Content zu Traffic, und dieser Traffic kann zu besseren “long-term” Suchresultaten führen. Dieses Seminar gibt Einblicke auf die Veränderung des Linkmarketings und die zunehmende Integration von Content-Marketing in die Linkmarketingstrategie. Weiter werden Erfolgsfaktoren für ein nachhaltiges Content-Marketing vorgestellt.

Seminar B im Raum Schinkel

Timo Aden & Cornell Heise

Conversion Optimierung – operative Praxis im Unternehmen

Das Seminar umfasst die Umsetzung des Themas Conversion Optimierung im Unternehmen und hat den Schwerpunkt auf internen Prozessen, Technik, Fokussierung sowie Toolauswahl. Teilnehmer lernen, wie sie dynamische Prozesse im Marketing, dem Produktmanagement und der Technik etablieren, um durch fortlaufende Optimierung der Webseiten einen Wettbewerbsvorteil zu erzielen. Dazu werden verschiedene technische Lösungen vorgestellt und verglichen sowie im praktischen Einsatz gezeigt.

Seminar E im Raum Bastion
Seminar D im Raum Alte Münze

Matthias Weth

Advanced SEA

Dieses Seminar richtet sich an SEA Manager, die bereits mit den Basics von SEA vertraut sind. Zur erfolgreichen Steuerung von SEA Kampagnen gehört mehr als nur die Durchführung von Keyword-Recherche und das Erstellen von Textanzeigen. Advanced SEA beinhaltet Priorisierung von Aufgaben, effektive Datenanalyse und Kommunikation sowie kontinuierliche Innovation. Dieser Workshop zeigt Ihnen Ansätze für die Erstellung eines SEA Management Master Plans, Automatisierung von Aufgaben sowie effektive Monitoring Ansätze.

Seminar C im Raum Schinkel

Timo Aden & Fabian Schlupp

Web Analytics und Customer Journey

Auf dem Weg zur Conversion gelangen Besucher über unterschiedliche Kanäle auf die eigene Website. Überwog in der Vergangenheit die Last Cookie Wins Methode, setzt sich mittlerweile eine ganzheitlichere Betrachtung durch, die die verschiedenen Touchpoints auf dem Weg zur Conversion berücksichtigt. Wie sollten verschiedene Kanäle hinsichtlich der Conversions beurteilt werden? Wie können Marketing-Budgets entsprechend des jeweiligen Beitrags der verschiedenen Trafficquellen allokiert werden? In diesem Seminar erfahren Sie, wie die Customer Journey auf Basis von Kampagnen-Attribution funktioniert.

Offener Online Marketing Stammtisch am 9. Oktober 2013 in der Bar „Kosmetiksalon Babette“:

Unser Kick-Off Event und Networking Get-Together für alle Online Marketing Interessierten!

Make the most of your time @OMCap

 # Der frühe Vogel...

Bevor sich der Vorhang öffnet und die Referenten zu ihren Vorträgen einladen, haben Sie bereits im Foyer des Kosmos die Gelegenheit, auf unsere Aussteller zu treffen. Am besten ganz relaxt bei einer Tasse frischen Kaffees über die neusten OM Trends austauschen...

 # Ganz großes Kino

Nach der Begrüßung durch Veranstalter Andre Alpar fällt mit unserer Überraschungs-Keynote (Finanzmogul und Selfmade Unternehmer) Carsten Maschmeyer der finale Startschuss für das diesjährige Online Marketing Festival! Ab 9:45 Uhr können Sie in den bequemen Kinosesseln platznehmen und sich von unseren filmreifen Sessions begeistern lassen.

 # Don't worry, be omcAPPy!

Ihren individuellen Konferenztag stellen Sie sich ganz bequem mit unserer App zusammen. Die OMCap App gibt es sowohl als Version für iOS als auch für Android.

 # All you can Meet

Sie möchten gern im kleinen Kreis mit unseren Xooglers, Webinatoren, SEA Gurus , Internetkapitänen oder PPC Heros ins Gespräch kommen? Das Programm für „Meet the Speakers" läuft parallel zur Konferenz!

 # OM-Massage und OM-Juice

Nutzen Sie die Pausen, um Energie zu tanken und abzuschalten! Eine Vitaminbombe, die Sie mit der notwendigen Power für den Tag versorgt, finden Sie an unserer Saftbar. Für die optimale Auszeit entführt unser Massageteam Sie in eine Entspannungsoase.

 # J(azz-L)unch

Neben der nötigen Stärkung in der Mittagspause und der chilligen Jazz-Musik im Foyer, können Sie auch mit Ihren neugewonnenen oder altbekannten OMCap Freunden in unserer Fotobox ein Erinnerungsfoto schießen! Oder lassen Sie sich von unserem Comiczeichner auf der OMCap verewigen.

 # Schwarze SEO Magie

Zum Nachmittag können Sie dann wieder frisch gestärkt die internationalen OMCap Filmfestspiele genießen. Um 17:45 findet die Session statt, auf die schon viele OMCaper lange warten – unser anonymer Black Hat Speaker verzaubert Sie mit SEO Magie aus dem schwarzen Hut.

 # Tweet

Verfolgen Sie über @omcapital auf Twitter alle aktuellen Ankündigen! So bleiben Sie während der Konferenz über alle aktuellen Sessions und Networking-Möglichkeiten informiert! Oder twittern Sie mit dem Hashtag #omcap gleich mit und berichten Sie, welche Session Sie gerade besuchen, welcher Speaker Ihnen gefällt oder welchen netten, neuen Kontakt Sie gerade geknüpft haben.

 # Everything for the noble ego

Der perfekte Start in den Abend beginnt in der Zigarrenlounge powered by Noblego. Erfahren Sie nicht nur mehr über die Welt der Zigarren, sondern kommen Sie auch in den Genuss und probieren Sie die eine oder andere Zigarre. Hier kommen nicht nur wahre Aficionados auf ihre Kosten!

 # Showtime

Zum Abschluss des Abends werden alle OMCaper zum Dinner eingeladen und dürfen sich auf spannende und unterhaltsame Showacts freuen! Mit am Start ist der Berliner Poet Paul Weigl, der uns mit Performance Prosa und Poetry Slam seine ganz eigene SEO Expertise präsentiert.

Die OMCap@night Party, exklusiv gesponsored von den Hamburger Spieleentwicklern Goodgame Studios, bietet die ideale Gelegenheit, um in entspannter Atmosphäre neue OMCaper kennenzulernen. Vielleicht entdecken Sie auch unseren Black Hat Speaker und können unseren mysteriösen Referenten bei einem leckeren Drink an der Bar genauer unter die Lupe nehmen.

Erfolgreich Online-Umsätze Generieren

Marin Software transformiert Komplexität in Möglichkeiten

Ein großer Teil der Umsätze wird heute Online generiert. In 2015 werden Werbetreibende mehr als $120 Milliarden für den Bereich Online Marketing ausgeben. Dies dient dem Wiedererkennungswert der Marke, zur Gewinnung neuer Kunden und zur Steigerung des Umsatzes. Während der Wettbewerbsdruck im Online Marketing stetig zunimmt und dabei immer komplexer wird, müssen Werbetreibende neue Wege finden, effiziente Marketingmaßnahmen zu erkennen, in der Lage sein, schnell auf sich verändernde Marktbedingungen zu reagieren und die finanziellen Ergebnisse beständig zu verbessern. Marin Software bietet Ihnen dazu die perfekte Plattform. Mehr erfahren Sie unter marinsoftware.com.

Marin SOFTWARE

marinsoftware.de | @marinsoftware

Meet the Speakers

Das Format "Meet the Speakers" ist ein "open table" für unsere Konferenzteilnehmer, um sich mit ihren Fragen an unsere Referenten zu wenden. Erfahren Sie im exklusiven Kreis die Tipps und Tricks unserer Speakers. Das Programm zu Meet the Speakers läuft parallel zur Konferenzagenda und findet im gemütlichen Glas-Pavillon vor dem KOSMOS Berlin statt.

	Tisch 1	Tisch 2	Tisch 3	Tisch 4	Tisch 5		Tisch 6	Tisch 7	Tisch 8	Tisch 9	Tisch 10
10.45 – 11.30	**Matthias Weth** SEA & PPC	**Martin Röttgerding** SEA & PPC	**Manuel Kester** Performance Marketing	**Sven Möller** Performance Marketing	**Magdalena Mues** SEO & ORM	10.45 – 11.30	**Tobias Looschelders** SEO & ORM	**Ade Oshineye** Social Media	**Michael Kamleitner** Social Media	**Martin Ott** Mobile / App Marketing	**Oliver Roskopf** Mobile / App Marketing
11.45 – 12.30	**Jeff Allen** SEA & PPC	**Nicolo Viegener** Web Analytics	**Maik Metzen** Content- und Linkmarketing	**Rebecca Churt** Content- und Linkmarketing	**Stefan Haupthoff** Content- und Linkmarketing	11.45 – 12.30	**Mirko Lange** Content- und Linkmarketing	**Katja von der Burg** Search & Social	**Pepe Mickler** Search & Social	**Andreas Schwarzkopf** Big Data	
12.30 – 13.30			Mittagsbuffet			12.30 – 13.30			Mittagsbuffet		
13.30 – 14.15	**Sascha Schafbuch** Web Analytics	**Erik Siekmann** Web Analytics	**Rachel Pasqua** Mobile / App Marketing	**Christian Henschel** Mobile / App Marketing	**Fili Wiese** SEO	13.30 – 14.15	**Kaspar Szymanski** SEO	**Sebastian Kluth** CRM	**Andreas Altenburg** CRM	**Jay Stevens** Performance Marketing	**Philipp Westermeyer** Performance Marketing
14.30 – 15.15	**Sean Malseed** Big Data	**Etai Rosen** Big Data	**Timo Aden** Web Analytics	**Karl Kratz** Web Analytics	**Tom Rother** Performance Marketing	14.30 – 15.15	**Ron Warncke** Performance Marketing	**Sascha Schubert**	**Christian Busch**	**Monika Gehner**	**Raúl Krauthausen**
15.15 – 15.45			Kaffeepause			15.15 – 15.45			Kaffeepause		
15.45 – 16.30	**Arne Jacobsen** Big Data	**Niels Jensen** Big Data	**Daniel Repp** Content- und Linkmarketing	**Robert Seeger** Social Media	**Aleyda Solis** SEO	15.45 – 16.30	**Kristján Hauksson** SEO	**Frank Strzyzewski** CRM	**Markus von der Lühe** CRM	**Florian Heinemann** Web Analytics	
16.45 – 17.30	**Ravi Kamran** Mobile / App Marketing	**Mariano Glas** Mobile / App Marketing	**Duane Forrester** Search & Social		**Thomas Grübel** SEA & PPC	16.45 – 17.30	**Daniel Schimmer** SEA & PPC				
Ab 17.30			Drinks, Networking & Zigarrenlounge			Ab 17.30			Drinks, Networking & Zigarrenlounge		

OMCap 4.0 – noch aufregender!

Auch in diesem Jahr gibt es wieder eine Vielzahl an neuen Programmhighlights!

Wir stellen Ihnen die 6 neuen Specials der OMCap 4.0 vor!

#1 Meet the Speakers

Das Format Meet the Speakers ist ein "open table" für alle Konferenzteilnehmer, um sich mit gezielten Fragen an unsere Referenten zu wenden. Sie haben also nicht nur die Chance, die Ohren während der spannenden Sessions zu spitzen, sondern können einige unserer Speaker auch in einem exklusiven Kreis im Pavillon vor dem KOSMOS antreffen, um ihre Tipps und Tricks zu erfahren. Das Programm zu Meet the Speakers läuft parallel zur Konferenzagenda und ist selbstverständlich im Konferenzticket inkludiert.

#2 Internationalität

Bereits im letzten Jahr bot die OMCap die ersten englischen Vorträge an. Das kam so gut an, dass wir in diesem Jahr noch mehr internationale Experten ins Boot geholt haben. Mit 10 englischsprachigen Slots und 19 internationalen Referenten garantiert Ihnen die OMCap OM Expertise aus den unterschiedlichsten Ecken der Welt. Einige unserer Referenten nehmen sogar erstmalig den weiten Weg nach Deutschland auf sich, um exklusiv bei der OMCap 2013 dabei zu sein. Das Beste daran, sie haben noch nie auf anderen Online Marketing Konferenzen in Europa gesprochen. Sie sind die ersten, die von ihrer Expertise profitieren.

#3 Noch mehr Vortragsslots

Nachdem uns zahlreiche interessante und aktuelle Themenvorschläge auf unseren Call for Speakers erreichten, haben wir uns entschlossen, unsere Agenda zu verlängern und um 3 Slots zu ergänzen. Damit bieten wir Ihnen noch mal 3 x 45 Minuten mehr Online Marketing Input von noch mehr Experten!

#4 Aussteller-Forum

Dieses Jahr werden sich nicht nur mehr Referenten auf der OMCap tummeln, sondern auch noch viel mehr Aussteller als im Vorjahr. In diesem Jahr sind die Aussteller in das loungige Flair des KOSMOS Foyer integriert. Wo sonst ergeben sich bessere Gespräche und Kontakte als dort, wo sich bereits alle OMCaper zum Networking versammeln? Kommen Sie im Ausstellerbereich ungezwungen mit Tool Anbietern, Full Service Consultants und vielen weitere OM Experten ins Gespräch.

#5 Fotobox

Neben dem fachlichen Austausch kommt der Spaßfaktor auch keinesfalls zu kurz. Mit unserer Fotobox können Sie das ultimative Erinnerungsfoto schießen! Jeder OMCaper kann vor einer Fotowand über einen Buzzer ein Foto mit seinen Freunden, Kollegen oder neu gewonnenen Kontakten machen und dieses dann natürlich auch sofort über ein Terminal auf Facebook hochladen.

#6 Vitaminbombe und Berliner Spezialität

Auch an Ihr leibliches Wohl haben wir gedacht und versorgen Sie an unserer Saftbar nicht nur mit den nötigen Vitaminen für einen intensiven Konferenztag, sondern bieten Ihnen auch den originalen Berliner Geschmack mit leckerer Currywurst an. Eine erholsame Massage-Oase und unser Comic Zeichner ergänzen auch dieses Jahr das attraktive Rahmenprogramm.

www.omcap.de

wheelmap.org

Rollstuhlgerechte Orte finden.

Rollstuhlgerechte Orte finden.
Wheelmap.org ist eine Onlinekarte zum Suchen und Finden rollstuhlgerechter Orte. Wie bei Wikipedia kann jeder mitmachen und öffentliche Orte entsprechend ihrer Rollstuhlgerechtigkeit markieren. Egal ob zuhause am PC oder unterwegs mit dem Smartphone. Die auf OpenStreetMap basierende Karte hilft so Menschen mit Mobilitätseinschränkungen, ihren Tag planbarer zu gestalten.

Das Ziel ist auch, Cafébetreiber, Kinobesitzer, Behörden u.a. zum Umdenken zu bewegen und sie zu motivieren, ihre Räumlichkeiten leichter zugänglich zu machen. Davon profitieren nicht nur Menschen im Rollstuhl, sondern auch Menschen mit Rollatoren und Familien mit Kinderwagen.

Wheelmap.org trägt so zu einer inklusiveren Gesellschaft bei. **Jeder kann mitmachen!**

Besuch uns auf Facebook!
www.fb.com/wheelmap

Ein Projekt der SOZIALHELDEN

Timo Aden
Geschäftsführer
Trakken Web Services GmbH
www.trakken.de

Timo Aden ist Gründer und Geschäftsführer des auf Web Analyse und Conversion Optimierung spezialisierten und auf diesen Gebieten eines der führenden Unternehmen Trakken Web Services GmbH. Er ist anerkannter Web Analyse und Conversion Optimierungs Experte der auf sämtlichen relevanten Konferenzen und Veranstaltungen als Sprecher auftritt. Des Weiteren ist er Dozent an der FH Würzburg und betreibt unter www.timoaden.de den größten deutschsprachigen Blog zu Web Analytics. Timo Aden veröffentlichte das erste deutschsprachige Google Analytics Buch, welches mittlerweile in der zweiten Auflage erschienen ist und als Standardwerk in diesem Bereich zählt. Vor der Gründung von Trakken war Timo Aden bei Google verantwortlich für Google Analytics in Deutschland, Österreich, Schweiz und Skandinavien.

Session: 09.10.2013: Conversion Optimierung – operative Praxis im Unternehmen (09:00 – 13:00 Uhr), Web Analytics und Customer Journey (14:00-18:00); 10.10.2013: OM Management: Webanalyse für bessere Conversion (13:30 Uhr) & Meet the Speakers (14:30 Uhr)

Jeff Allen
Director of Paid Search
Hanapin Marketing
www.hanapinmarketing.com

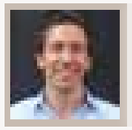
Jeff Allen ist seit über 13 Jahren im Online Marketing tätig, eine überraschend seltene Meisterleistung, wie er findet. Mit der Projektierung einer eigenentwickelten E-Mail Marketing Plattform und der Leitung von 12 Million Leads, führte Jeffs Arbeit zu einem Multi-Millionen Dollar Verkauf der Agentur. In seiner jetzigen Position als Director of Paid Search bei Hanapin Marketing ist der Amerikaner verantwortlich für dutzende Accounts, die von mittelständischen Unternehmen bis zu Milliarden Dollar Konzernen reichen. Zudem ist Jeff einer der führendsten und renommiertesten Autoren des Blogs PPCHero.com, einer der meistgelesenen Blogs in den USA zum Thema PPC.

Session: 10.10.2013: Paid Search: How to become a PPC Hero (10:45 Uhr) & Meet the Speakers (11:45 Uhr)

Andreas Altenburg
Gründer & Geschäftsführer
KRYD GmbH
www.kryd.com

Andreas Altenburg ist CEO & Gründer der KRYD GmbH aus München, einem Anbieter einer SaaS-Lösung für die Automatisierung von persönlichen und verhaltensbasierten E-Mails. Er hat BWL und Rechtswissenschaften in Essen und München studiert und war zunächst viele Jahre im klassischen Marketing bei verschiedenen Werbeagenturen tätig, bevor er 1998 in den Online-Bereich wechselte. Vor der Gründung von KRYD war er Geschäftsführer der Q.One GmbH, einer Software Firma aus Düsseldorf, die u.a. die Kunden Hubert Burda Media, Lufthansa, Miles & More, Neckermann und SIXT im Bereich eCommerce betreut.

Session: 10.10.2013: CRM: Vom Newsletter-Monolog zum Multi-Channel-Dialog (11:45 Uhr) & Meet the Speakers (13:30 Uhr)



Christian Busch
Selbständiger Unternehmensberater
& Marketing Advisor, Indiegogo
www.indiegogo.com

Christian Busch ist seit über 10 Jahren in der US Internet Branche tätig und arbeitet derzeit als selbstständiger Unternehmensberater. Seine Schwerpunkte liegen dabei auf Online Marketing, Kundenakquise, CRM wie auch Mergers und Acquisitions, insbesondere in den Bereichen Marktplätze, Crowdfunding und Online Video. Christian arbeitet für Indiegogo als Marketing Advisor im Bereich der Kundengewinnung und -bindung sowie im Social Media Marketing. Die internationale Crowdfunding-Plattform Indiegogo stellt einfache, aber leistungsstarke Tools zur Verfügung, um eine Projektkampagne zu erstellen und in sozialen Netzwerken zu vermarkten wie auch um Beiträge von Unterstützern zu verwalten. Christian ist auch als Angel Investor aktiv.

Session: 10.10.2013: Panel: Online Marketing für non-profit Organisationen (13:30 Uhr) & Meet the Speakers (14:30 Uhr)

Rebbecca Churt
Marketing Managerin
HubSpot Inc.
www.hubspot.com

Rebecca Churt ist bei hubspot.com als Marketing Managerin tätig. Zuvor arbeitete sie erfolgreich als SEO Managerin und Marketing Consultant. Sie verfügt über jahrelange Erfahrung bei der Entwicklung und Umsetzung neuer Marketingstrategien für die Bereiche B2B und B2C. Darüber hinaus ist sie eine Spezialistin auf den Gebieten SEO- und Conversion-Kampagnen. Mithilfe ihrer kreativen Online-Marketing-Kampagnen unterstützt Rebecca Churt ihre Kunden bei der Verbesserung ihrer Markenbekanntheit, der Kundenbindungsrate, Lead-Generierung sowie Erhöhung des allgemeinen ROIs. Rebecca Churt verfügt noch über viele weitere spannende Talente, so managt sie ihr eigenes Marketing Consulting Business, ist eine leidenschaftliche Gourmetköchin und auch als Ernährungsberaterin tätig.

Session: 10.10.2013: Content & Link Marketing: Link Marketing as an integral part of the Seeding process in Content Marketing (10:45 Uhr) & Meet the Speakers (11:45 Uhr)

Duane Forrester
Senior Product Manager
Webmaster Outreach, Bing
www.bing.com

Duane Forrester ist Senior Produktmanager für Webmaster Outreach bei Bing. Davor war er als Inhouse SEM verantwortlich für die SEO Kampagnen von MSN in den USA und Lateinamerika, zudem war er Mitglied im Vorstand von SEMPO. Manchmal ist er auf seinem Blog zu finden (www.theonlinemarketingguy.com), wo er über Online Marketing und die Monetarisierung von Webseiten durch SEO unter Benutzung der Bing Tools und Apps schreibt. Duane begann seine Marketing Karriere 1995 bei Caesar's Palace Casinos. Seine Erfahrungen umfassen PR, TV Werbung, Promotion Management, E-Mail Marketing und alle gängigen offline Marketingstrategien. Erste Schritte im Online Marketing unternahm er mit einem kleinen Content Publisher, das auf 200 Mitarbeiter in drei verschiedenen Ländern anwuchs. Ansonsten hat Duane drei Hunde und liebt es mit seinem Motorrad die Nordwestküste des Pazifiks entlangzufahren.

Session: 10.10.2013: Social Search: Activating the Social-Search Dynamic (15:45 Uhr) & Meet the Speakers (16:45 Uhr)

Markus Galler
Director of Sales
InterNetX GmbH
www.internetx.com

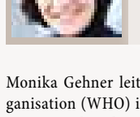
Markus Galler ist seit Anfang 2013 als Director of Sales bei InterNetX tätig und für die Produktbereiche Domains, Server und SSL verantwortlich. Seit 2004 ist er in der IT-Branche aktiv und hat seitdem die Unternehmen Corel, Netviewer und Parallels durchlaufen. Markus Galler ist Spezialist für den Ausbau bestehender und die Erschließung neuer Märkte im IT-Bereich. Er ist ein gefragter Redner bei zahlreichen nationalen und internationalen Messen, Konferenzen und Branchenevents. Allein im Jahr 2013 war er bei den „WHD.global", dem „HOSTING & SERVICE PROVIDER SUMMIT 2013" und der eco-Workshop-Reihe „Neue Top-Level-Domains" als Speaker geladen.

Session: 10.10.2013: Panel: Domain Marketing - Entwicklungen und Hypes auf dem Prüfstand (15:45 Uhr)

Monika Gehner
Teamleiterin Social Media
World Health Organization (WHO)
www.who.int

Monika Gehner leitet den Bereich Social Media bei der Weltgesundheitsorganisation (WHO) in Genf, der Gesundheitsbehörde der Vereinten Nationen. Die WHO hat diesen Bereich im Januar 2012 eingerichtet. Monika Gehner verantwortet in dieser Funktion u.a. die strategische Zielsetzung (Risikokommunikation und Online Reputation Management), die Einführung von Social Media Policies, Media Monitoring sowie Training und Coaching von WHO-Regionalbüros. Im Privatsektor war Monika Gehner für Marketing, Verkauf und Kommunikation zuständig, u.a. als COO in einem Start-up für Web-Applikationen. Sie hat einen Bachelor in Europäischer Betriebswirtschaft und einen Master in Kommunikation. Als Referentin ist sie auch auf Fachveranstaltungen unterwegs, wie z.B. zuletzt auf der Marketing 2.0 Conference in Hamburg.

Session: 10.10.2013: ORM: Nach der Krise ist vor der Krise - wie funktioniert sinnreiche Prävention richtig? (9:45 Uhr) Panel: Online Marketing für non-profit Organisationen (13:30 Uhr) & Meet the Speakers (14:30 Uhr)



Mariano Glas
Gründer und CEO
Serienjunkies.de KG
www.serienjunkies.de

Mariano Glas ist Inhaber und Chefredakteur beim Onlineportal Serienjunkies.de, dem großen deutschen Fachportal für TV-Serien und Fernsehwirtschaft im Allgemeinen. Beruflich beschäftigt er sich außerdem mit dem Thema Datenanalyse. Hierzu wurde mit der Firma Twimpact und der TU Berlin das Projekt SerienRadar aus der Taufe gehoben. Dabei werden große Datenmengen aus sozialen Netzwerken im Zusammenhang mit TV-Serien analysiert. App Marketing ist eine weitere seiner Expertisen, darüber spricht er auch als Speaker auf großen Branchenevents. Natürlich entwickelt Mariano auch selber Apps für iOS und Android.

Session: 10.10.2013: App Marketing: Wie man im App Dschungel noch gefunden wird (15:45 Uhr) & Meet the Speakers (16:45 Uhr)

Thomas Grübel
Geschäftsführer
InBiz Online Marketing GmbH & Co. KG
www.inbiz.de

Thomas Grübel ist Geschäftsführer und Inhaber von InBiz Online Marketing und berät Unternehmen und Agenturen hinsichtlich SEA und Webanalyse. Thomas ist diplomierter Wirtschaftsinformatiker, seit 2003 im Suchmaschinenmarketing tätig, DAA zertifizierter Webanalyst und Top Beitragender in der AdWords Community. Bis zur Gründung von InBiz war Thomas als Mitgründer und Teamleiter SEA bei SoQuero in Frankfurt tätig. Thomas ist zudem Mitveranstalter der SEAcamps in Jena und ist beispielsweise dort als auch auf der SMX als Referent vertreten gewesen. Wenn Thomas nicht arbeitet, ist er als Familienvater, Motorradfahrer, Hobbybrauer oder auf Festivals aktiv.

Session: 10.10.2013: SEA: Kampagnen-Tuning und was SEAs von SEOs lernen können (15:45 Uhr) & Meet the Speakers (16:45 Uhr)

Christoph Grüneberg
Geschäftsführer
Domainvermarkter Ltd. & Co. KG
www.domainvermarkterforum.de

Christoph Grüneberg ist Mitgründer des Domainvermarkter-Forums, Deutschlands größter Konferenz für Domainprofis. Herausgeber und Chefredakteur des (Print-) 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 Mitgründer der Firma Sale Onlinemarketing GmbH, die Betreiber des Shopaggregators Sale.de.

Session: 10.10.2013: Panel: Domain Marketing - Entwicklungen und Hypes auf dem Prüfstand (15:45 Uhr)

Kristján Hauksson
Director of Search & Online
Communications, Nordic eMarketing
www.nordicemarketing.com

Kristján Mar Hauksson ist Director of Search & Online Communications in der von ihm gegründeten Nordic eMarketing, einem in der isländischen Hauptstadt Reykjavik ansässigen Unternehmen, welches sich auf mehrsprachige Online-Kommunikation und organische Suchmaschinenoptimierung spezialisiert hat. Kristján ist SEMPO Mitglied, Teil des Bing Advertising Boards, Gründer des Iceland SEO/SEM Forums und des viel beachteten Buches „Global Search Engine Marketing". An dem Reykjavik Technical College studierte Kristján Elektrotechnik, machte seinen Abschluss in System Analysis (Computer and Engineering Schools of Iceland) und einen Internet Marketing Abschluss an der University of British Comlombia. Hauksson besitzt umfangreiche Erfahrung im Bereich des Online-Krisenmanagements für Regierungsbehörden und arbeitete im Lauf seiner Karriere mit Regierungen und/oder deren Agenturen in Europa, Amerika, Afrika und Asien zusammen.

Session: 10.10.2013: SEO: International SEO strategies post penguin (14:30 Uhr) & Meet the Speakers (15:45 Uhr)

Stefan Haupthoff
SEO Consultant
AKM3 GmbH
www.akm3.de

Stefan Haupthoff ist SEO-Consultant bei der AKM3 GmbH, einer Berliner Agentur, die Unternehmen in den Bereichen SEO, SEM, SMM und Reputation Management berät und auf internationales Linkmarketing spezialisiert ist. Neben der Teamleitung des Linkmarketing-Teams des DACH-Marktes verantwortet Stefan den Bereich des Content-Marketings und berät hier namenhafte Kunden. Neben der Beratung von Unternehmen in der Onpage-Optimierung tritt Stefan als Referent auf Branchenevents (u. a. SEOcruise, Ergodirekt Sterne des Online Marketing 2013) auf. Aus dem klassischen Marketing stammend, sammelte er vor der AKM3 Marketing-Erfahrungen u. a. bei Dr. Oetker und der Messe Frankfurt.

Session: 09.10.2013: Natürliche und nachhaltige Content- und Linkmarketingstrategien (09:00 – 13.00 Uhr, 14:00 – 18:00 Uhr); 10.10.2013: Content Marketing: Buzz-Word oder effektive Marketing-Strategie? (17:45 Uhr) & Meet the Speakers (11:45 Uhr)

Florian Heinemann
Marketing, CRM & Business Intelligence
Project A Ventures GmbH & CO. KG
www.project-a.com

Florian Heinemann ist bei Project A Ventures insbesondere für die Bereiche Marketing, CRM und Business Intelligence verantwortlich. Zuvor hat er zwischen 2007 und 2012 als Geschäftsführer der Rocket Internet GmbH die gleichen Verantwortungsbereiche aufgebaut, geleitet und Projekte wie TopTarif, eDarling und Zalando begleitet. Vor Rocket war er Mitgründer und Geschäftsführer Marketing von JustBooks/AbeBooks (1999-2002, Exit an Amazon) und hat bei Jamba! den Aufbau des Online Marketings und der Datingbörse iLove mit verantwortet (2003-2005, Exit an Verisign). 2006 hat er als Mitgründer den Online-Marktplatz antikoerper-online.de aufgebaut. Darüber hinaus ist er Business Angel bei mehr als 40 Start-Ups. Neben seiner praktischen Tätigkeit hat er im Bereich Entrepreneurship/Innovationsmanagement promoviert.

Session: 10.10.2013: OM Strategie: Geschäftsmodelle – Lebensphasen – Online Marketing Kanäle (14:30 Uhr) & Meet the Speakers (15:45 Uhr)

Cornell Heise
Consultant Conversion Optimierung
Trakken Web Services GmbH
www.trakken.de

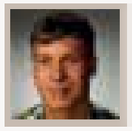
Cornell Heise ist Consultant für Conversion Optimierung bei der Trakken Web Services GmbH, eines der für Conversion Optimierung und Web Analyse führenden Unternehmen Deutschlands. Er verantwortet Optimierungsprojekte renommierter Kunden aus dem In- und Ausland aus vielfältigen Branchen. Vor seiner Tätigkeit bei Trakken war er für die IBM Deutschland und die Hamburger Wirtschaftsförderung als Webentwickler und Customer Relationship Manager tätig. Cornell studierte Betriebswirtschaftslehre mit den Fachrichtungen Marketing und Wirtschaftsinformatik an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster.

Seminar: 09.10.2013: Conversion Optimierung – operative Praxis im Unternehmen (09:00 – 13:00 Uhr)

Christian Henschel
Mitgründer und Geschäftsführer
adeven GmbH
www.adeven.com

Christian Henschel ist Mitgründer und CEO von adeven, eines der führenden Mobile Ad Analytics und Verification Unternehmen weltweit. Adeven bietet Agenturen und Advertisern eine innovative App Download Tracking Lösung mit umfangreichen Analysen zur effektiven Real Time Optimierung von mobilen Kampagnen. Christian leitet alle Prozesse des Business Development, mit Ausnahme der technischen Entwicklungen. Vor adeven arbeitete er als VP Global Supply, Marketing & PR bei madvertise, einer der größten europäischen Anbieter für Mobile Ads. Zuvor verantwortete der Betriebswirt als Head of Digital Commercial alle kommerziellen Aktivitäten im Online und Mobile-Bereich von MTV Networks und konnte die digitalen Erträge verdreifachen.

Session: 10.10.2013: Mobile: App Marketing & SEO in the Age of Apps (11:45 Uhr) & Meet the Speakers (13:30 Uhr)



Arne Jacobsen
Account Manager Produktdatenmarketing
SoQuero GmbH
www.soquero.de

Arne Jacobsen ist seit 2011 Account Manager im Bereich Produktdatenmarketing bei der 2004 gegründeten Frankfurter Agentur SoQuero, die sich neben Themen wie Search & Social Media als eine der ersten Agenturen in Deutschland auf den Bereich der Datenfeedoptimierung für das Online Marketing spezialisiert hat. Arne Jacobsen ist verantwortlich für die Steuerung und das Management von PDM-Kampagnen namhafter internationaler Onlineshops und berät diese beim optimalen Einsatz der SoQuero eigenen Technologie SQ Feed Engine, die heute als führende Cloud Service Lösung für individualisiertes Produktdatenmarketing gilt. Vor seiner Zeit bei SoQuero war der gebürtige Hamburger & passionierte Snowboarder mehrere Jahre als Freelancer für diverse Onlineprojekte in den Bereichen Fashion und Boardsport aktiv .

Session: 10.10.2013: Produktdatenmarketing: Portale am Abgrund, Händler verarmt und Google grinst…? (14:30 Uhr) & Meet the Speakers (15:45 Uhr)

Niels Jensen
Director Client Service Central Europe
Adobe Systems GmbH
www.adobe.com

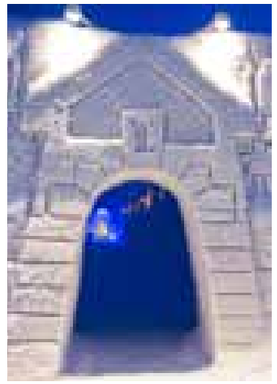
Niels Jensen arbeitet seit Juni 2008 als Teamleiter Client Service bei Efficient Frontier, einem Anbieter für automatisiertes Multichannel Kampagnenmanagement und –optimierung, welches Adobe im Januar 2012 übernahm. Seitdem ist er als Director Client Service für Zentral- und Ost Europa bei der Adobe Systems GmbH tätig und betreut in dieser Funktion alle Belange der Adobe Kunden im Bereich Performance Marketing und Kampagnentechnologie. Dazu gehören Dienstleistungen als Online-Marketing-Agentur und als Technologie-Anbieter der Performance-Marketing-Plattform AdLens in der Lösungsumgebung Media Optimizer. Zuvor war der studierte Informationswirt als Technical Account Manager bei DoubleClick ebenfalls im Bereich SEM und Online Marketing aktiv wie auch in den Bereichen ASP Lösungen und Suchmaschinentechnologien bei den Firmen FRABA AG und Volkswagen.

Session: 10.10.2013: Produktdatenmarketing: Portale am Abgrund, Händler verarmt und Google grinst…? (14:30 Uhr) & Meet the Speakers (15:45 Uhr)

Wimdu
travel like a local

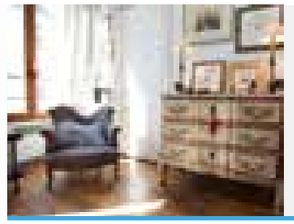
Keine Lust mehr auf anonyme Hotelzimmer oder sterile Ferienwohnungen? Dann gibt es jetzt eine super Alternative für alle! Mit Wimdu ab sofort in schicken und individuellen Apartments und Ferienwohnungen übernachten und dabei von Insidertipps rund um eure Destination profitieren – Travel like a local!

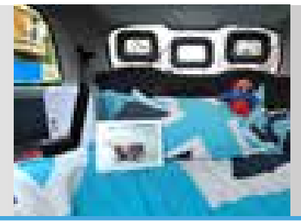
Auch wer seine Wohnung während dem Urlaub vermieten möchte oder ein leerstehendes WG-Zimmer sein Eigen nennt sollte bei Wimdu vorbeischauen und sein eigenes Heim als Ferienwohnung für Reisende zur Verfügung stellen - das aufgegebene Inserat ist kostenlos und eine Versicherung für Gastgeber von bis zu 500.000 Euro ist dabei inklusive



Auf Wimdu habt ihr auch die Möglichkeit mal ganz originell zu übernachten und in einem echten Iglu auf der Zugspitze oder einem romantischen Eisschloss im finnischen Lappland eure Nächte zu verbringen! Oder wieso nicht einmal in einem englischen Taxi übernachten, wie es Besucher während der Olympischen Spiele 2012 in London machen konnten.

Egal ob Billig oder Luxuskategorie, originell oder konventionell, mit über 50.000 Unterkünften in über 100 Ländern ist für jeden Reisenden garantiert die richtige Unterkunft zu finden. Sowohl Angebot als auch Service auf Wimdu versprechen ein äußerst angenehmes Urlaubserlebnis für beide Seiten, das Ihr euch keinesfalls entgehen lassen sollten. Alle Infos findet Ihr hier: **www.wimdu.de!**





Michael Kamleitner
Gründer & CEO "Die Socialisten"
- Social Software Development GmbH
www.die.socialisten.at

Michael Kamleitner ist Geschäftsführer und Mitgründer von „Die Socialisten". Die führende Wiener Social Software-Agentur ist im Facebook Preferred Marketing Developer-Programm in den Kategorien Apps und Pages gelistet und hat seit 2007 über 100 Brand-Pages und Brand–Apps erfolgreich umgesetzt. Im April 2012 erschien Kamleitners Buch "Facebook Programmierung – Entwicklungen von Social Apps & Websites" im Verlag Galileo Computing. Nebenbei blogged Michael Kamleitner auf garage.socialisten.at und ist als Speaker auf Fachveranstaltungen unterwegs, so zuletzt auf der AllFacebook MarketingCon 2013 in München.

Session: 10.10.2013: Social Media: Social Marketing als Investition in die Zukunft (9:45 Uhr) & Meet the Speakers (10:45 Uhr)

Ravi Kamran
Gründer und Geschäftsführer
Trademob GmbH
www.trademob.com

Ravi Kamran, Gründer und Geschäftsführer der Trademob GmbH, ist ein erfolgreicher internationaler Unternehmer. Bei Trademob ist er für Strategie, Geschäftsentwicklung und Vertrieb verantwortlich. Dass 2010 gegründete Trademob ist Europas führende Plattform für Mobile App Marketing. Vor Trademob baute er zusammen mit führenden Internet-Investoren ein Unternehmen im Bereich Advertising (Games) erfolgreich auf und verkaufte dieses dann 2010. Seine Leidenschaft für Technologie und Business brachte ihn zum Thema Ad Tech und er entwickelte eine zum Patent angemeldete Technologie für mehr Wettbewerbstransparenz. Als anerkannter Experte für Mobile App Marketing teilt er seine unübertroffenen Insight auf Branchenevents wie Mobile Advertising Conference und VentureBeat Mobile Summit. Ravi studierte Betriebswirtschaftslehre an der WHU Vallendar, in Mexiko und in den USA. In seiner freien Zeit jagt er Stempel neuer Länder und liebt es, kulinarische Erfahrungen zu sammeln.

Session: 10.10.12013: App Marketing: Wie man im App Dschungel noch gefunden wird (15:45 Uhr) & Meet the Speakers (16:45 Uhr)

Manuel Kester
Head of Performance,
YOC Media & belboon GmbH
www.belboon.com

Manuel Kester verantwortet seit März 2012 als Head of Performance der YOC Gruppe den Betrieb und die strategische Weiterentwicklung aller Online & Mobile Performance AdNetworks von YOC. Zudem ist er Geschäftsführer der belboon GmbH und Prokurist der börsennotierten YOC AG. Mit seinem Eintritt bei YOC im Jahr 2005 bekleidete er dort zunächst den Posten als Director Affiliate Marketing. In dieser Position war er verantwortlich für den Auf- und Ausbau des Produktbereichs Affiliate Marketing „belboon". Zudem war er seit April 2008 Geschäftsführer der adbutler GmbH und ist nun seit Januar 2009 Geschäftsführer der belboon GmbH. Bereits seit 1997 ist Manuel Kester sehr erfolgreich im Online Marketing und insbesondere im Affiliate Marketing als Publisher, Netzwerkbetreiber und Advertiser aktiv und kennt das Performance-Marketing-Geschäft und die Branche wie nur wenige andere.

Session: 10.10.2013: Display: Data Driven Performance Advertising(9:45 Uhr) & Meet the Speakers (10:45 Uhr)

Sebastian Kluth
Senior Key Account Manager
netnomics GmbH
www.netnomics.com

Sebastian Kluth ist seit Oktober 2010 bei der netnomics GmbH als Senior Key Account Manager tätig. Bei der Hamburger Spezialagentur für E-Mail Marketing und eCRM ist er für die Neukundengewinnung sowie die Entwicklung und Durchführung von Projekten verantwortlich. Berufliche Stationen seiner Laufbahn waren zuvor otto.de, Emailvision und der Deutsche Presse Vertrieb (Gruner + Jahr). Er ist Spezialist im Bereich der Anwendung und Integration vieler marktführender E-Mail Versandsysteme. Sein Know-How in Beratung und Konzeption ganzheitlicher E-Mail Strategien basiert sowohl auf seiner Arbeit in Konzernen als auch im Agenturumfeld als Account Manager. Die Entwicklung und Durchführung unzähliger Kampagnen, technischer Integrationen und komplexer Datenprozesse machen ihn zu einem Spezialisten im E-Mail Marketing und eCRM Umfeld.

Session: 10.10.2013: CRM: Vom Newsletter-Monolog zum Multi-Channel-Dialog (11:45 Uhr) & Meet the Speakers (13:30 Uhr)

Karl Kratz
karl kratz onlinemarketing
www.karlkratz.de

Für seine Leser und Kunden ist Karl Kratz seit 1996 im Online Marketing aktiv. Der Autor bekannter Online Marketing Publikationen ("Haifischbecken Internet Marketing", "Landingpage SEO" uvm.) 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. Karl Kratz entwickelt für seine Leser und Kunden fortlaufend neue Strategien, um Produkte und Dienstleistungen noch erfolgreicher online zu vermarkten. So erblickten in den letzten Jahren über 30 sympathische Marken das Licht der Welt, die noch heute die Kassen klingeln und die Herzen höher schlagen lassen.

Session: 10.10.2013: OM Management: Webanalyse für bessere Conversion (13:30 Uhr) & Meet the Speakers (14:30 Uhr)

Raúl Krauthausen
Gründer von Sozialhelden e.V. und
Initiator von Wheelmap.org
www.sozialhelden.de

Raúl Krauthausen ist seit über 10 Jahren in der Internet- und Medienwelt unternehmerisch tätig. Bekanntheit erlangte er vor allem durch das von ihm initiierte Wheelmap.org, einer weltweiten digitalen Landkarte barrierefreier Plätze, die von Usern erstellt wird. Der studierte Kommunikationswirt und Design Thinker ruft immer wieder erfolgreiche innovative soziale Projekte ins Leben. 2004 gründet er mit seinem Cousin Jan Mörsch die Aktionsgruppe Sozialhelden e.V., mit der sie Menschen für gesellschaftliche Probleme sensibilisieren und zum Umdenken bewegen wollen. Auch die von ihm ins Leben gerufene Internetseite Leitmedien.de versteht sich als Online-Ratgeber über Sprache und Behinderung. Weitere Projekte sind „Pfandtastisch helfen" und die Radio Show „Deutschland sucht den SuperZivi". Der kreative Umdenker hat für sein soziales Engagement bereits zahlreiche Preise gewonnen, im April 2013 wurde Raúl Krauthausen das Bundesverdienstkreuz verliehen.

Session: 10.10.2013: Panel: Online Marketing für non-profit Organisationen (13:30 Uhr) & Meet the Speakers (14:30 Uhr)

Mirko Lange
freier Consultant
Havas Worldwide
www.havasww.de

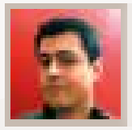
Mirko Lange ist freier Berater für die Themen Content Strategie, Content Marketing und Social Media sowie „Strategic Advisor Social Media" bei Havas Worldwide. Der studierte Jurist und PR-Fachwirt berät seit knapp 20 Jahren Unternehmen in Fragen der Online-PR und des Online Marketing. Neben seiner Tätigkeit als Berater ist Mirko Lange Dozent und Studienleiter für das Thema „Social Media Management" und „Social Media Strategie" an der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing sowie der Social Media Akademie. Zudem ist er ein gefragter Sprecher auf Konferenzen sowie Autor zahlreicher Veröffentlichungen und aktiver Blogger. Zu seinen Beratungskunden zählen sowohl Konzerne wie die Deutsche Bahn, die Commerzbank, die HypoVereinsbank oder Sky als auch eine ganze Reihe Start-ups und mittelständische Unternehmen.

Session: 10.10.2013: Content Marketing: Buzz-Word oder effektive Marketing-Strategie? (17:45 Uhr) & Meet the Speakers (11:45 Uhr)

Tobias Looschelders
Digital Strategist & Projektleiter
Revolvermänner GmbH
www.revolvermaenner.com

Tobias Looschelders ist Experte für Online-Kommunikation und digitale Strategien bei der Düsseldorfer Agentur Revolvermänner. Bei der verantwortet er seit vier Jahren Reputationsmanagement-Projekte und konzeptioniert und realisiert online-basierte Big Data Analytics-Projekte. Als Online-Berater führte er bereits über 200 erfolgreiche, innovative Projekte für Kunden aus Wirtschaft, Politik und Forschung durch. Zwei seiner herausragenden Projekte waren die größte deutsche Online-Bildungsumfrage „Zukunft durch Bildung" 2011 gemeinsam mit Roland Berger, der Axel Springer-Gruppe und der BertelsmannStiftung sowie der Forecast der NRW-Landtagswahl 2012 anhand rein online-basierter, öffentlicher Daten (jeweils als Projektleiter). Tobias absolviert derzeit zudem einen Executive MBA an der University of Wales. Aus den Medien bekannt ist Tobias u.a. aus DIE ZEIT, webselling, audimax IT, PC Praxis sowie dem WDR-Fernsehen.

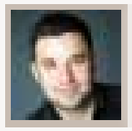
Session: 10.10.2013: ORM: Nach der Krise ist vor der Krise – wie funktioniert sinnreiche Prävention richtig? (9:45 Uhr) & Meet the Speakers (10:45 Uhr)



Sean Malseed
Director Strategic Development
SEMrush
www.semrush.de

Sean Malseed ist Leiter für die strategische Entwicklung bei SEMrush, eines erfolgreichen amerikanischen SEO/SEM Tool- und Analyseanbieters. In dieser Position verantwortet er die Kooperationen mit Partnern und die Potentialanalyse neuer Entwicklungspfade; ebenso engagiert er sich in der Produkt- und Toolentwicklung. Mit seinen umfangreichen Erfahrungen in IT und Web Technologie ist er ein gefragter und routinierter Speaker, der u.a. bereits Vorträge auf der Pubcon, SES, OMS und SMX gehalten halt. Als Mitglied von SEOquake spielt Sean Malseed eine wesentliche Rolle in der Verbreitung ihrer Tools und Ausgestaltung neuer Anwendungen, um den Nutzen für die SEO/SEM Community weiter zu fördern. Er selbst beschreibt sich als Gelegenheitsentwickler mit einer Liebe für iOS und Android, die sich u.a. im magiclifecounter.com zeigt. In seiner Freizeit spielt Sean Gitarre und er ist ein großer Bratwurst-Fan.

Session: 10.10.2013: Big Data: The Death of Trial and Error (13:30 Uhr) & Meet the Speakers (14:30 Uhr)



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.

Session: 09.10.2013: Natürliche und nachhaltige Content- und Linkmarketingstrategien (09:00 – 13.00 Uhr, 14:00 – 18:00 Uhr); 10.10.2013: Content- und Linkmarketing: Linkmarketing als integraler Bestandteil des Seeding-Prozesses im Content Marketing (10:45 Uhr) & Meet the Speakers (11:45 Uhr)

Pepe Mickler
Head of SEA, GDN & Mobile
Blue Summit Media GmbH
www.bluesummit.de

Pepe Mickler aka Pepe Edwardson ist seit über 5 Jahren mitverantwortlich für den Erfolg der Internationalen Performance Digital Lead Agentur Blue Summit Media GmbH. Der studierte Politologe (M.A.), Wirtschaftsjurist (LL.M (oec)) und FC St. Pauli Mitglied verantwortet als „Head of SEA, GDN & Mobile" nationale als auch internationale große Budgets insbesondere aus den Bereichen Telco, Retail, Entertainment und B2B. Er steht hierbei seinen SEA Spezialisten und deren Kunden als kreativ- strategischer Berater zur Seite. Allen voran liegt sein Spezialinteresse in der Verwertung mobilen Traffics und der Entwicklung von ganzheitlichen, endgeräte-übergreifenden Performance-Marketing-Strategien. Als Fachautor ist er engagiert beim BVDW, auf diversen Blogs und Social-Communities. Vor seiner Zeit bei Blue Summit Media war er im eCommerce als Shopbetreiber, wie auch als Videojournalist tätig.

Session: 10.10.2013: Search & Social: die richtige Kampagne für die richtige Zielgruppe (17:45 Uhr) & Meet the Speakers (11:45 Uhr)

Sven Möller
Geschäftsführer & Partner
abilicom GmbH
www.abiligroup.de

Sven Möller ist Gründer und Geschäftsführer der abilicom GmbH, welche unter der Marke „adrolays" seit 2008 ein großes Performance Netzwerk für Postview und Retargeting betreibt. Als Rechtsanwalt beschäftigt er sich bereits seit 1999 schwerpunktmäßig mit rechtlichen Themen im E-Commerce. Im BVDW ist er aktiv an der Neugestaltung des neuen Code of Conduct für Advertiser, Agenturen, Netzwerke und Publisher beteiligt.

Session: 10.10.2013: Display: Data Driven Performance Advertising (9:45 Uhr) & Meet the Speakers (10:45 Uhr)

OMCap
Online Marketing Capital
2012
KOSMOS
(E GRON) '12
www.gronie-legron.de

Magdalena Mues
Senior Consultant
AKM3 GmbH
www.akm3.de

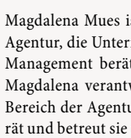
Magdalena Mues ist Senior Consultant bei der AKM3 GmbH, einer Berliner Agentur, die Unternehmen in den Bereichen SEO, SEM, SMM und Reputation Management berät und auf internationales Linkmarketing spezialisiert ist. Magdalena verantwortet erfolgreich das Reputation Management als neuen Bereich der Agentur und berät Kunden aus dem In- und Ausland. Zudem berät und betreut sie renommierte Unternehmen in allen Bereichen der Onpage-Optimierung. Mit ihrer Expertise zu inhaltlicher und strategischer Suchmaschinenoptimierung ist sie auch als Referentin auf Branchenevents gefragt, u.a. WP Camp Berlin, SEOCampixx. Magdalena war maßgeblich am Aufbau der Inhouse Redaktion der AKM3 beteiligt. Davor war die studierte Kulturwissenschaftlerin 1,5 Jahre Online Redakteurin bei dem Berliner Hotelpreisvergleichsportal bettenjagd.de. Der perfekte Ausgleich zur SEO-Leidenschaft ist für Magdalena das Wandern, nächstes Ziel ist der Mont Blanc.

Session: 10.10.2013: ORM: Nach der Krise ist vor der Krise – wie funktioniert sinnreiche Prävention richtig? (9:45 Uhr) & Meet the Speakers (10:45 Uhr)

Ade Oshineye
Developer Advocate
Google+ (EMEA)
www.google.de

Ade Oshineye ist Developer Advocate bei Google im Google+ Developer Relations Team in London. Im Allgemeinen arbeitet er an vielen Protokollen, Standards und Programmierschnittstellen, die das Social Web versorgen und antreiben. In der Praxis heißt das, dass er Google+ APIs und +1 Buttons in Europa, dem Mittleren Osten und Afrika (EMEA) betreut. Darüber hinaus ist er Co-Autor des Buchs „Apprenticeship Patterns: Guidance for the aspiring software craftsman". Als Teil des Teams hinter developerexperience.org wirkt Ade bei dem Versuch mit, herauszubekommen, wie man erfolgreich die Techniken der professionellen User Experience auf die Produkte und Tools der Entwickler anwenden kann. Ansonsten beschreibt sich Ade selbst als Programmierer, Autor und Fotograf, der viel mit seinen Armen herumfuchtelt, wenn er spricht.

Session: 10.10.2013: Social Media: Social Marketing als Investition in die Zukunft (9:45 Uhr) & Meet the Speakers (10:45 Uhr)



Martin Ott
Managing Director Northern Europe
Facebook
www.facebook.de

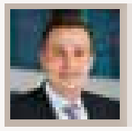
Martin Ott ist seit August 2012 als Managing Director Northern Europe bei Facebook für die Geschäftsentwicklung in der Region Deutschland, Österreich, Schweiz und Skandinavien verantwortlich. Zuvor war er seit 2007 als Co-CEO bei der Skrill Group in London tätig, die unter anderem den Bezahldienstleister Skrill/Moneybookers betreibt. Unter Otts Leitung wuchs die Firmengruppe zu einem der führenden und profitabelsten europäischen Online-Payment-Anbieter mit mehreren hundert Mitarbeitern, über 25 Millionen Endkunden und 100.000 Geschäftskunden.Von 2003 bis 2007 verantwortete er als COO bei Jamba die Bereiche Marketing und Content sowie den Aufbau des globalen Endkundengeschäfts mit einem Umsatz von über $500 Millionen. Vor seiner Zeit bei Jamba gründete und leitete er als CEO die in Tokio ansässige Eken K.K., eine Online-Plattform für Konsumenten-Bewertungen.

Session: 10.10.2013: Mobile: Reach and Scale on Mobile (16:45 Uhr) & Meet the Speakers (10:45 Uhr)

Rachel Pasqua
Strategin & Co-Gründerin
Token
www.tokenco.com

Rachel Pasqua ist eine Strategin für Digitales Marketing, Autorin und Referentin mit Expertise in den Bereichen Mobile, Social Media und Omni-Channel Content Strategien. Als Mitgründerin und strategische Führung für die New Yorker Agentur Token, ist sie auf Digital Branding, Responsive Design, Mobile Apps, tragbare Technologien und gestische Interfaces spezialisiert. Vor Token gründete Rachel Pasqua die Mobile Group bei iCrossing und war in leitenden Tätigkeiten bei Organic und vielen anderen digitalen Agenturen. Sie schreibt über digitale Innovationen bei Mobile, Social, Ambient und ist Co-Autorin der Bücher „Mobile Marketing: An Hour a Day" und „The Responsive Brand", das demnächst erscheint. Ihr Expertenwissen gibt Rachel Pasqua auch als Referentin auf Branchenkonferenzen preis, wie zuletzt auf der SES New York. Mit ihrem Mann und den fünfjährigen Zwillingen lebt sie auf Long Island.

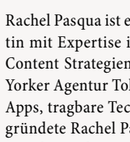
Session: 10.10.2013: Mobile: App Marketing & SEO in the Age of Apps (11:45 Uhr) & Meet the Speakers (13:30 Uhr)



Daniel Repp
Leiter Marketing
Die Schwenninger Krankenkasse
www.die-schwenninger.de

Daniel Repp ist Leiter Marketing bei der Schwenninger Krankenkasse. Der gelernte Sozialversicherungsfachangestellte und Krankenkassenbetriebswirt studierte strategisches und internationales Marketing in Berlin und ist seit mehreren Jahren als Marketingdozent im Bereich des Gesundheitswesens tätig. Daniel ist seit 15 Jahren bei der Schwenninger Krankenkasse beschäftigt. Nach den ersten Erfahrungen im Vertrieb hatte er seinen Schwerpunkt schon immer im Online-Marketing und betreute schon die ersten Onlinemaßnahmen seines Arbeitgebers. Neben dem Content-Marketing ist sein Steckenpferd die Newsletter-Kommunikation. Hier zählt die Schwenninger Krankenkasse im Bereich der gesetzlichen Krankenkassen zu den Spitzenreitern.

Session: 10.10.2013: Content meets Social: Big Bang Theorien fürs Social Web (14:30 Uhr) & Meet the Speakers (15:45 Uhr)



Kai Rieke
Director Online Marketing
Project A Ventures GmbH & CO. KG
www.project-a.com

Kai Rieke ist Director Online Marketing des Company Builders Project A Ventures und ist für das Performance Marketing der verschiedenen Ventures verantwortlich. Zuvor war Kai Rieke Mitgründer und Geschäftsführer der europaweit tätigen Partnervermittlung eDarling. Bereits seit 1997 arbeitet der Online-Marketing-Experte in der "Internetindustrie", er war jahrelang Top-Affiliate bei diversen Webseiten und ist auch als Referent auf Online Marketing Konferenzen bekannt.

Session: 10.10.2013: Moderator: SEO: Ask the Xooglers like never before (11:45 Uhr) & Moderator: Panel: Online Marketing für non-profit Organisationen (13:30 Uhr)

Etai Rosen
VP Sales & Marketing
SimilarGroup
www.similargroup.com

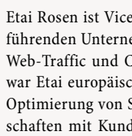
Etai Rosen ist Vice President für Sales & Marketing bei SimilarGroup, einem führenden Unternehmen für Tools zur Messung, Analyse und Bewertung von Web-Traffic und Competitive Intelligence mit Sitz in Tel Aviv, Israel. Zuvor war Etai europäischer Vice President Sales bei Kenshoo, einer Plattform zur Optimierung von SEM, und leitete in dieser Position erfolgreich die Partnerschaften mit Kunden wie Omnicom, Accor, Havas und Tesco. Mit mehr als 12 Jahren Berufserfahrung im Online Advertising ist Etai gefragter Referent auf Industrie-Events wie Retailer Weekly und SASCON, wo er der Marketing-Community neue Technologien präsentiert, um ihre Kampagnen durch ein besseres Verständnis des digitalen Verbraucherverhaltens zu optimieren. Etai hat erfolgreich zwei Studienabschlüsse in Business und Economics an der Hebrew University in Jerusalem absolviert.

Session: 10.10.2013: Big Data: The Death of Trial and Error (13:30 Uhr) & Meet the Speakers (14:30 Uhr)

Oliver Roskopf
Head of Online Marketing
Zalando
www.zalando.de

Oliver Roskopf ist Head of Online Marketing bei Zalando. Das Online Marketing-Team von Zalando umfasst über hundert Mitarbeiter und gilt als mitentscheidend für den Erfolg der Firma in den letzten Jahren. Oliver ist ebenso als Investment Manager bei der Rocket Internet GmbH tätig. Vor seiner Zeit bei Zalando war Oliver Geschäftsführer von Groupon in Berlin und als Head of Product bei Affinitas GmbH / eDarling. Er studierte u.a. an der WHU – Otto Beisheim School of Management in Vallendar.

Session: 10.10.2013: Mobile: Reach and Scale on Mobile (16:45 Uhr) & Meet the Speakers (10:45 Uhr)



Tom Rother
Head of Online Sales & Business
Telefónica Germany GmbH & Co. OHG
www.telefonica.de

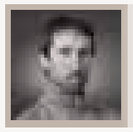
Tom Rother verantwortet als Head of Onlines Sales bei Telefónica Germany den Bereich der Neukundengewinnung über www.o2.de und das Performance Marketing. Tom Rother startete seine berufliche Laufbahn nach einem BWL-Studium im B2B Sales-Bereich und bekleidete mehre Funktionen im Sales & Marketing sowohl auf nationaler als auch internationaler Ebene. Vor seiner Rückkehr zu Telefónica war er als Director Business Development bei der internationalen Performance Marketing Agentur Quisma tätig. Tom Rother verfügt insgesamt über mehr als 12 Jahren Online-Marketing Erfahrung.

Session: 10.10.2013: Cross-Channel: Die richtigen Kanäle für erfolgreiches Performance Marketing (13:30 Uhr) & Meet the Speakers (14:30 Uhr)

Martin Röttgerding
Head of SEM
Bloofusion Germany GmbH
www.bloofusion.de

Martin Röttgerding arbeitet als Head of SEM im Bereich Suchmaschinenwerbung bei der auf SEO und SEM spezialisierten Online-Marketing-Agentur Bloofusion. Dort verantwortet er alle SEM-Aktivitäten in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Nebenbei forscht der studierte Wirtschaftsinformatiker auf dem Gebiet der Suchmaschinenwerbung, insbesondere Google AdWords. Dabei geht er einerseits theoretischen Fragestellungen wie der Funktionsweise von Qualitätsfaktoren nach, andererseits legt er auch weiterhin gerne Hand an die eine oder andere Kampagne und testet die Feinheiten und Grenzen des AdWords-Systems aus. Über neue Erkenntnisse, Tipps und aktuelle Entwicklungen schreibt er regelmäßig im suchradar, im Internetkapitäne-Blog und im Profi-Blog "PPC Epiphany".

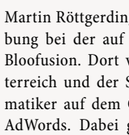
Session: 10.10.2013: SEA & PPC: Googles visuelle Trigger für sich nutzen (9:45 Uhr) & Meet the Speakers (10:45 Uhr)



Sascha Schafbuch
Senior Affiliate Manager
SportScheck GmbH
www.sportscheck.com

Seit April 2012 betreut Sascha Schafbuch die Partnerprogramme bei SportScheck, einem der größten deutschen Sportartikelanbieter mit internationaler Präsenz. Davor verantwortete er mehrere Jahre die strategische und operative Betreuung des Affiliate-Kanals und Erlebnisdienstleister mydays in der DACH Region. Seither betrachtet er Onlinemarketing aus Nutzer- bzw. Affiliate-Sicht und beschäftigt sich mit Trafficgenerierung über die verschiedenen Onlinekanäle. Seine Karriere im Online Marketing begann im Jahr 2000, als er während eines Praxissemesters für die Content-Erstellung einer Website verantwortlich war. Primäres Ziel war damals noch die Markenbildung. Ende 2003 verschob sich der Fokus in Richtung Online-Nutzerprofilerstellung und mit diesen Erfahrungen kamen die ersten eigenen Affiliate-Projekte dazu. Schafbuch selbst bezeichnet sich als ein Online-Allrounder, der durch Tests permanent Erfahrungswerte sammelt.

Session: 10.10.2013: Customer Journey: Chancen für Online Shops und Affiliates (11:45 Uhr) & Meet the Speakers (13:30 Uhr)



Daniel Schimmer
Geschäftsführer
adRunner GmbH & Co. KG
www.adrunner.de

Daniel Schimmer arbeitet seit 8 Jahren im Online-Marketing und hat seither unablässig den Fokus auf die kleinen bezahlten Werbeanzeigen bei Google & Co. Konsequenterweise packte er einen Teil dieses Wissens Anfang 2013 in die Software-Plattform AdRunner. Sie macht die ungeahnten Potentiale von Anzeigentexten im Google Werbeprogramm AdWords nutzbar, die Schimmer als Teamleiter Suchmaschinen-Marketing bei OTTO und später als Berater bei zahlreichen Unternehmen verschiedener Branchen identifizierte. Seither bringt Daniel Schimmer sein Wissen nicht mehr nur auf Fachkongressen oder in seiner Tätigkeit als Berater „unter die Leute", sondern bietet eine einfache Möglichkeit für jeden SEA-Verantwortlichen, durch Anzeigenoptimierung dauerhaft Effizienz und Umsatz der AdWords-Anzeigen zu steigern.

Session: 10.10.2013: SEA: Kampagnenoptimierung – Was SEAs von SEOs lernen können (15:45 Uhr) & Meet the Speakers (16:45 Uhr)

Frederick Schiwek
Managing Director
DomainInvest S.A
www.domaininvest.lu

Frederick Schiwek ist Mitgründer und Managing Director von Domain Invest S.A., einem führenden Akteur im Domain-Markt mit Spezialisierung auf die Segmente Investment, Development, Consulting und Brokerage. Er ist ebenso Mitgründer von voipGATE und weithin bekannt als ehemaliger Europäischer Vice President von Euro DNS. Als bekannte Persönlichkeit im Domain-Markt ist Frederick Schiwek ein gefragter Referent und Berater auf Domainer Konferenzen und Branchenevents. Er war involviert in einige der größten Domainnamen-Sales der vergangenen Jahre, wie bspw. beim Verkauf von voodoo.com.

Session: 10.10.2013: Panel: Domain Marketing - Entwicklungen und Hypes auf dem Prüfstand (15:45 Uhr)

Andreas Schwarzkopf
Gründer & Geschäftsführer
Lot Internet GmbH
www.lot-internet.de

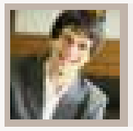
Andreas Schwarzkopf ist der Gründer und Geschäftsführer von Lot Internet GmbH. Lot Internet ist Lösungsanbieter im Bereich Online-Marktforschung und Competitive Intelligence für die Erschließung von Salespotentialen sowie die Bereitstellung von Wettbewerbs-Informationen in Echtzeit. Vor der Gründung leitete Andreas Schwarzkopf eine Sparte des führenden internationalen Cloud-Technologie-Anbieters Parallels. Seine Karriere im Online-Markeing begann er 2005 bei der Berliner MAGIX AG als Leiter eCommerce.

Session: 10.10.2013: Big Data: wachsende Datenmengen für wachsende Sales (10:45 Uhr) & Meet the Speakers (11:45 Uhr)

Fabian Schlupp
Web Analytics Consultant
Trakken Web Services GmbH
www.trakken.de

Fabian Schlupp ist Web Analytics Consultant bei der Trakken Web Services GmbH, einem der in Deutschland führenden Unternehmen für Conversion Optimierung und Webanalyse. Er berät internationale Kunden aus den unterschiedlichsten Geschäftsfeldern bei allen Fragen rund um die Webanalyse. Vor seiner Tätigkeit bei Trakken war er als SEO-Berater für verschiedene Unternehmen tätig. Fabian studierte Volkswirtschaftslehre an der Universität Hamburg und an der Barcelona Graduate School of Economics.

Session: 09.10.2013: Web Analytics und Customer Journey (14:00 – 18:00 Uhr)



Robert Seeger
Gründer & CEO
Seeger – Agentur
www.kommunikationskunst.at

Robert Seeger – "Webinator" aus der Schwarzenegger Geburtsstadt Graz ist seit 1994 im Web unterwegs. Der studierte Kunsthistoriker gilt als anerkannter Experte für Social-Media-Marketing. Seit 18 Jahren berät, provoziert und missioniert Robert große und kleine Unternehmen in allen Fragen rund um Online-Marketing. Auf der Kundenliste stehen Ministerien ebenso wie Online-Wettanbieter, Non-Profit-Organisationen, E-Commerce-Betreiber. 2007 gründet Robert gemeinsam mit einem Partner FMX World, heute das weltgrößte Social Network für Freestyle Motocross. Robert ist eine echte Rampensau und kann in kürzester Zeit Menschenmassen emotionalisieren und begeistern.

Session: 10.10.2013: Content meets Social: Big Bang Theorien fürs Social Web (14:30 Uhr) & Meet the Speakers (15:45 Uhr)

Sascha Schubert
Gründer & Geschäftsführer
spendino GmbH
www.spendino.de

Sascha Schubert ist Gründer und Geschäftsführer von spendino. Spendino bietet gemeinnützigen Organisationen eine webbasierte Spenderverwaltung als Software Service. Der 40 jährige Diplom-Kaufmann berät gemeinnützige Organisationen bei der Entwicklung und Umsetzung ihrer Digitalstrategie. Sascha ist Entrepreneur und social Entrepreneur aus Leidenschaft. Zudem ist er Mitgründer des Entrepreneurs Club Berlin und veranstaltet hier u.a. „StartUp Camp", Pitch Marathon und die FailCon Berlin.

Session: 10.10.2012: Panel: Online Marketing für non-profit Organisationen (13:30 Uhr) & Meet the Speakers (14:30 Uhr)

Erik Siekmann
Geschäftsführer
Digital Forward GmbH
www.digitalforward.de

Erik Siekmann ist Geschäftsführer der DIGITAL FORWARD GmbH – einem Beratungsunternehmen für Performance Marketing Optimierung in Hamburg. Die Schwerpunkte liegen in der strategischen und operativen Beratung aller Bereiche des Performance Marketings: Von den einschlägigen Performance Marketing Kanälen wie Suchmaschinen Marketing, Display Advertising, und Affiliate Marketing über das Tracking und Monitoring bis hin zu Data Base Marketing und CRM Maßnahmen. Darüber hinaus gehören Online Media-Audits und die anbieterneutrale Auswahl von Online Marketing-Technologie und -Agenturen zum Kerngeschäft von DIGITAL FORWARD.

Session: 10.10.2013: Customer Journey: Chancen für Online Shops und Affiliates (11:45 Uhr) & Meet the Speakers (13:30 Uhr)

LADENZEILE.DE
Alle Shops unter einem Dach

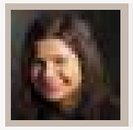
HOCHWERTIGER TRAFFIC FÜR IHREN ONLINE-SHOP

LadenZeile.de aggregiert die Angebote tausender Online-Shops auf einer Plattform - in Deutschland und 14 weiteren europäischen Ländern.

Vorteile für Ihren Online-Shop:
- Präsenz auf allen mobilen Plattformen
- Hochwertiger Traffic
- Große Reichweite
- Top-Platzierung durch CPC-Bidding
- Effiziente Performance-Analysen
- Einfache Internationalisierung

Wir freuen uns über Ihre Anfrage:
Telefon: +49 30 609 848 896
E-Mail: partner@visual-meta.com
www.ladenzeile.de/partner

LadenZeile.de powered by Visual Meta GmbH



Aleyda Solis
Internationale SEO Consultant
SEER Interactive
www.seerinteractive.com

Aleyda Solis ist eine erfolgreiche SEO Consultant in der internationalen Abteilung von SEER Interactive. Sie ist spezialisiert auf Internationales, Mobiles und Technisches SEO mit weitreichenden Erfahrungen in der Realisierung von mehrsprachigen SEO Projekten. Darüber hinaus ist die gebürtige Nicaraguanerin Partnerin bei SEOmoz und bloggt regelmäßig für den preisgekrönten Blog State of Search. Die Systemingenieurin mit einem Master in E-Commerce ist nicht nur Dozentin für SEO an verschiedenen spanischen Hochschulen, sondern auch gefragte Referentin auf internationalen Search Konferenzen, u.a. MozCon, SMX, BrightonSEO, ionSearch, the International Search Summit, Be-Wizard, KahenaCon und Congreso Web. Aleyda lebt aktuell in Madrid und twittert leidschaftlich gern über SEO Themen. Auch ihre Bulldogge Doki verfügt über einen eigenen Twitteraccount.

Session: 10.10.2013: SEO: International SEO strategies post penguin (14:30 Uhr) & Meet the Speakers (15:45 Uhr)

Kaspar Szymanski
SEO Consultant & Web Strategist

Kaspar Szymanski hat kürzlich das Google Search Quality Team verlassen, wo er 7 Jahre lang an global Web Spam Initiativen sowie an Webmaster Outreach und Kommunikation in der EMEA-Region gearbeitet hat. Er weiß alles über die Anwendung des Disavow Link Tools und der Reconsideration Request Prozedur. Aktuell bietet er gemeinsam mit Fili Wiese SEO Expertise und Beratungen an, um Webseiten-Betreibern zu helfen, die Probleme mit den Google Webmaster Guidelines vermeiden wollen.

Session: 10.10.2013: SEO: Ask the Xooglers like never before (11:45 Uhr) & Meet the Speakers (13:30 Uhr)

Jay Stevens
Senior VP & GM International
Rubicon Project
www.rubiconproject.com

Als Senior Vice President / General Manager International von Rubicon Project ist Jay Stevens für den weltweiten Erfolg und die Expansion des Unternehmens verantwortlich. Er bringt über 12 Jahre internationale Erfahrung im Online-Marketing mit. Bevor er im Mai 2009 bei Rubicon Project anfing, leitete er als SVP of Audience das Geschäft von MySpace UK. Neben dem britischen Markt betreute er in den ersten beiden Jahren seiner Amtszeit alle zwölf europäischen Standorte von MySpace.

Session: 10.10.2013: RTB: User-Targeting and its future (16:45 Uhr) & Meet the Speakers (13:30 Uhr)

Nicolo Viegener
Country Manager D-A-CH
ChannelAdvisor
www.channeladvisor.de

Nicolo Viegener ist bei ChannelAdvisor als Country Manager für Deutschland, Österreich und die Schweiz zuständig. Seit 2011 gehört er fest zum Team des führenden Anbieters cloud-basierter E-Commerce-Lösungen – und hat sich seitdem für die Neukundengewinnung und den Ausbau bestehender Kundenbeziehungen unentbehrlich gemacht. Als Leiter des Deutschlandgeschäfts von ChannelAdvisor gibt Nicolo Viegener dem Unternehmen kontinuierlich wichtige Impulse für die strategische Ausrichtung und den Dienstleistungsfokus in Richtung Kunden. Vor seiner Tätigkeit bei ChannelAdvisor arbeitete Nicolo Viegener für Unternehmen wie dmc, Comscore und GS1 Germany.

Session: 10.10.2013: eCommerce: International online expandieren (10:45 Uhr) & Meet the Speakers (11:45 Uhr)

Frank Strzyzewski
Geschäftsführer
XQueue GmbH
www.xqueue.de

Frank Strzyzewski ist Geschäftsführer der XQueue GmbH, einem auf E-Mail-Marketing-Technologien und –Dienstleistungen spezialisierten Unternehmen. Nach seinem Informatikstudium in Budapest arbeitete er insgesamt zehn Jahre bei Accenture in der IT-Beratung, bei McKinsey in der Strategieberatung sowie in einem eigenen IT-Unternehmen. Er verfügt über umfangreiche Auslandserfahrungen in den USA, England, Luxemburg und Ungarn. Seit über zehn Jahren arbeitet Frank Strzyzewski hauptberuflich im E-Mail-Marketing, er ist regelmäßig Referent zu diesem Thema und Verfasser einer Reihe von Fachartikeln.

Session: 10.10.2013: eCRM vs. Social CRM: Audience Targeting – Kunden bei der Stange halten (16:45 Uhr) & Meet the Speakers (15:45 Uhr)

Katja von der Burg
Gründerin & Geschäftsführerin
Projecter GmbH
www.projecter.de

Katja von der Burg ist Gründerin und Geschäftsführerin der Projecter GmbH aus Leipzig. Projecter ist eine Online Marketing Agentur mit den Schwerpunkten SEM, SEO, Affiliate Marketing und Social Media Marketing und betreut seit 2007 europaweit Kunden im Bereich E-Commerce, aber auch aus anderen Branchen. Zuvor war Katja von der Burg als Marketing Manager bei Spreadshirt tätig und verantwortete dort das Email Marketing und Kampagnenmanagement für den Endkundenbereich. Sie hat Diplom-Journalismus und Politikwissenschaften an der Universität Leipzig studiert und ihr Volontariat bei der FAZ in Frankfurt absolviert. Weitere Stationen waren ein Praktikum bei der UNO in Genf und verschiedene journalistische Tätigkeiten, u.a. bei RTL. Wenn sie nicht gerade online ist, flüchtet Katja in die Berge, trainiert für den nächsten Marathon oder Berglauf oder stiftet ihre 8-jährigen Zwillinge zu ähnlichen Aktivitäten an.

Session: 10.10.2013: Search & Social: die richtige Kampagne für die richtige Zielgruppe (17:45 Uhr) & Meet the Speakers (11:45 Uhr)

Markus von der Lühe
Geschäftsführer D-A-CH
Adknowledge, Inc.
www.adknowledge.com

Markus von der Lühe ist Geschäftsführer von Adknowledge Deutschland, Österreich und der Schweiz. Adknowlege ist Marktführer bei der Aussteuerung großer Facebook Ad-Kampagnen für Markenunternehmen, e-Commerce Anbieter und App-Entwickler. Das weltweit viertgrößte Unternehmen im Digital Marketing ist mit seinen über 300 Mitarbeitern auf allen fünf Kontinenten aktiv und wurde 2004 gegründet. Von der Lühe ist insbesondere verantwortlich für die Umsetzung großer Facebook-Kampagnen für Kunden aus DAX- und führenden Unternehmen im Bereich digitale Medien und Mobile. Von der Lühe verfügt über mehrjährige internationale Erfahrungen in Australien, Silicon Valley und Europa. Zuvor war er bei OgilvyOne, Nielsen//Netratings, PricewaterhouseCoopers und SPSS tätig.

Session: 10.10.2013: eCRM vs. Social CRM: Audience Targeting – Kunden bei der Stange halten (16:45 Uhr) & Meet the Speakers (15:45 Uhr)

Matthias Weth
Director Advertising Solutions
Catbird Seat GmbH
www.catbirdseat.de

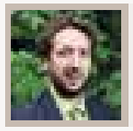
Matthias Weth ist Geschäftsführer bei der Catbird Seat GmbH, einer in 2009 gegründeten Online Marketing Agentur, spezialisiert auf Performance-basiertes Suchmaschinenmarketing, Social Media & Web Analytics. Der 33-jährige Betriebswirt ist anerkannter Experte im Bereich Suchmaschinenmarketing und hält SEM Seminare & Workshops für Einsteiger und Experten. Zudem ist Matthias regelmäßig als Referent auf den Industriekonferenzen Search Engine Strategies und Search Marketing Expo anzutreffen. Vor seiner Selbstständigkeit war Matthias drei Jahre lang im Online Marketing bei der AutoScout24 GmbH tätig und verantwortete dort als Teamleiter Search die Strategie und operative Umsetzung sämtlicher Suchmaschinenmarketing-Aktivitäten in Europa. Frühere Arbeitgeber waren u. a. BMW & Bigmouth Media.

Session: 09.10.2013: Advanced SEA (09:00 - 13:00 Uhr, 14:00 – 18:00 Uhr); 10.10.2013: SEA & PPC: Googles visuelle Trigger für sich nutzen (9:45 Uhr) & Meet the Speakers (10:45 Uhr)

Ron Warncke
Strategie Customer Journey
explido GmbH & Co. KG
www.explido.de

Ron Warncke ist seit Anfang 2013 für explido tätig. Als Strategie Customer Journey ist er für die konsequente Ausrichtung der Kommunikationsstrategien auf die Kunden und deren Bedürfnisse verantwortlich. Durch innovative Beratungs- und Analyseansätze sichert er seinen Mandanten eine konsistente und effiziente Ansprache entlang des Path-to-Conversion. Dabei greift der Diplom Kaufmann auf seine langjährige Erfahrung in der Markt- und Werbewirkungsforschung zurück. Vor dem Einstieg bei explido war er als Berater im Bereich Werbeeffizienz für Mediaagenturen und Unternehmen aus den Bereichen Automotive, FMCG, eCommerce sowie Finance tätig.

Session: 10.10-2013: Cross Channel: Die richtigen Kanäle für erfolgreiches Performance Marketing (13:30 Uhr) & Meet the Speakers (14:30 Uhr)



Fili Wiese
SEO Consultant
www.filiwiese.com

Fili Wiese ist ein SEO Consultant, der eng mit Kaspar Szymanski zusammenarbeitet und sich auf technisches und internationales SEO spezialisiert hat. Bevor er seine Tätigkeit als SEO Berater begann, bekämpfte Fili 7 Jahre lang Web Spam als Teil des Google Search Quality Teams und Click Spam als Teil des Google Ad Traffic Quality Teams. In beiden Teams war der Niederländer eine treibende Kraft für Googles Outreach-Bemühungen, für die Entwicklung interner Tools, Trainings sowie für die Durchführung von Google Webmaster Richtlinien „by compulsively pressing the famous red button“ – wie er es selbst ausdrückt. Fili trifft man regelmäßig als Speaker auf Branchenevents.

Session: 10.10.2013: SEO: Ask the Xooglers like never before (11:45 Uhr) & Meet the Speakers (13:30 Uhr)

Philipp Westermeyer
Gründer & Geschäftsführer
metrigo GmbH
www.metrigo.com

Philipp Westermeyer ist Gründer und Geschäftsführer von metrigo. metrigo ist ein Anbieter für Einkauf und Targeting von vertrieblichen Display-Anzeigen über die Real Time Bidding-Technologie. Nach BWL-Diplom und Medienmanagement-Master begann er als Vorstandsassistent bei der Bertelsmann AG. Im Anschluss arbeitete er als Investment Manager bei der Gruner + Jahr New Media Ventures. 2009 gründete er gemeinsam mit Tobias Schlottke und Christian Müller adyard, das 2011 an Gruner + Jahr verkauft wurde. Philipp ist Veranstalter der „Online Marketing Rockstars“ und des „Online Marketing Camp“. Daneben betreibt er die Branchen-Jobplattform “Online-MarketingJobs.de”.

Session: 10.10.2013: RTB: User-Targeting and its future (16:45 Uhr) & Meet the Speakers (13:30 Uhr)

Anonymous
Black Hat Speaker

[redacted] arbeitet als [redacted] bei der auf [redacted] spezialisierten [redacted] und ist für [redacted] verantwortlich. Der studierte [redacted] aus [redacted] ist besonders für [redacted] bekannt. In seiner Freizeit widmet er sich besonders gerne [redacted] was er auch gerne mit seinen Hobbys [redacted] und [redacted] verbindet. Auf der OMCap wird er für uns eine Spannende Black Hat Session zum Thema [redacted] halten und uns eventuell auch ein wenig über [redacted] erzählen.

Session: 10.10.2013: Black Hat: Crossing boundaries (17:45 – 18:30 Uhr) & Meet the Speakers (abends an der Bar)

Was alle OMCap Newcomer wissen sollten:

#1 take notes

Bei über 35 Stunden OM-Wissen wird es unmöglich sein, alles direkt im Kopf abzuspeichern. Aber mithilfe Ihrer portablen Speicherkapazitäten sollte das kein Problem sein. Wir denken da an Ihren Laptop, Ihr Smartphone oder den klassischen Schreibblock + Stift. Letzteres werden Sie vor allem bei unserer Black Hat Session benötigten. Denn dieser Vortrag läuft unter dem Motto "TOP SECRET". Wahrscheinlich müssen Sie daher auch alle elektronischen Geräte am Eingang zum Saal abgeben.Egal wie, halten Sie das Wissen und die OM-Geheimtipps schriftlich fest, um sie zu einem späteren Zeitpunkt nachzulesen und anzuwenden. Damit Ihren Notizen nichts im Weg steht, haben wir nicht nur an eine ausreichende Versorgung an Steckdosen gedacht, sondern bieten Ihnen auch die Möglichkeit, Ihren mobilen Begleiter mit unserer Handy-Aufladestation durch den Tag zu bringen.

#2 ask questions

Am Ende jeder Session haben Sie die Möglichkeit, die Referenten mit Fragen zu löchern. Über die Sessions hinaus bietet die OMCap viele Gelegenheiten, um mit unseren Speakern ins Gespräch zu kommen. Nutzen Sie beispielsweise unser Meet the Speakers Programm, um die Speaker im kleineren Kreis genauer unter die Lupe zu nehmen.

#3 network

Den ganzen Tag über bietet die Konferenz eine Vielzahl an Gelegenheiten, um mit anderen OMCapern ins Gespräch zu kommen. Direkt zu Beginn treffen Sie im Foyer des Kosmos auf unsere Aussteller und können hier erste Businesskontakte knüpfen. Neben den Sessions und unserem Meet the Speakers Programm, bietet auch unsere Abendveranstaltung die ideale Gelegenheit, um sich mit unseren Speakern auszutauschen. Zum Abschluss des Abends werden alle OMCaper zum Dinner eingeladen und dürfen sich auf spannende und unterhaltsame Showacts freuen! Nutzen Sie die entspannte Atmosphäre, um mitgebrachtes und neugelerntes Wissen mit anderen Online Marketern zu teilen und neue kreative Ideen zu entwickeln.

#4 social media

Twitter, Facebook, Google, LinkedIn... nutzen Sie die sozialen Netzwerke nicht nur, um sich mit den neugewonnenen OMCap Freunden zu vernetzen, sondern verfolgen Sie über @omcapital auf Twitter alle Ankündigen! Exklusiv zum Event können Sie unsere Twitterwall auch über die Leinwände vor Ort mitverfolgen! So bleiben Sie die ganze Konferenz lang über alle aktuellen Sessions und Networking Möglichkeiten informiert! Oder twittern Sie mit dem Hashtag #omcap gleich mit und berichten, welche Session Sie gerade besuchen und welcher Speaker Ihnen gefällt.

#5 share your notes

Warten Sie nicht zu lang bis Sie nach der Konferenz wieder einen Blick auf Ihre OMCap Notizen werfen. Setzen Sie sich direkt damit auseinander, dann ist das frische OM-Wissen noch greifbar. Zurück im Office können Sie es mit Ihrem Team teilen, anwenden und kreative Ideen entwickeln.

#6 brand new omcap app

Wie gewohnt können Sie sich auch während der OMCap auf Ihr Smartphone verlassen! Ganz bequem und einfach versorgt Sie unsere App mit allen Informationen rund um das Programm und alle Highlights. Stellen Sie sich Ihren individuellen Konferenztag zusammen und verpassen Sie keines Ihrer persönlichen Must Sees!

Sie sind Marketing- oder Online Marketing Spezialist? Oder technischer Produktmanager?

Wir suchen Sie!

www.immobilienscout24.de/karriere

IMMOBILIEN SCOUT 24

Der Marktführer:
Die Nr. 1 rund um Immobilien

GOODGAME STUDIOS = Good Party @ OMCap

Nachdem die Seminare und die Konferenz Sie auf alle OM-Trends und Herausforderungen für 2013/2014 vorbereitet haben, wird zum krönenden Abschluss am Abend des 10. Oktobers wieder gefeiert und getanzt! Wir starten den Abend mit spannenden und unterhaltsamen Showacts. Lehnen Sie sich zurück und genießen Sie bei einem OMCap Drink unser Abendprogramm.

Mit unserem Party Sponsor, den Hamburger Spieleentwicklern von Goodgames Studio, ist Ihnen ein Abend voller Spaß und Action garantiert! Bleiben Sie gespannt, welche weiteren Überraschungen wir noch aus dem Hut zaubern.

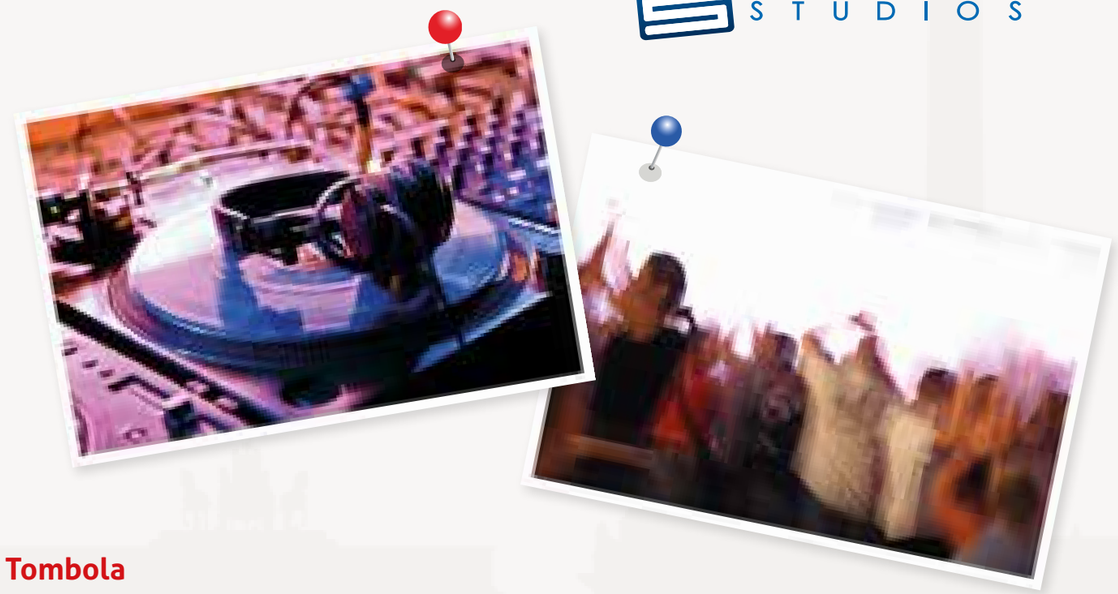
Nutzen Sie die Gelegenheit, um bei Buffet, Freigetränken und Musik ganz ungezwungen mit anderen OMCapern ins Gespräch zu kommen und tauschen Sie Ihre Ideen und OM-Strategien aus. Treffen Sie die Referenten in der Zigarrenlounge und probieren Sie sich gemeinsam durch die Welt der Zigarren. Vielleicht entdecken Sie auch unseren Black Hat Speaker und können unseren mysteriösen Referenten bei einem leckeren Drink an der Bar genauer unter die Lupe nehmen.

Das ultimative Erinnerungsfoto mit Ihren OMCap Freunden schießen Sie in unserer Fotobox oder Sie lassen sich von unseren Comic Zeichner verewigen.

Alles in allem, erwartet Sie ein Abend, der Ihnen neben einem unterhaltsamen Programm, auch die ideale Möglichkeit bietet, neue Business-Kontakte zu knüpfen. Denn wo ergeben sich bessere Gespräche als auf einer Party mit lockerer und entspannter Stimmung?

Wir freuen uns schon darauf, mit Ihnen anzustoßen! Ein riesen Dankeschön geht natürlich auch an unseren Partysponsor Goodgame Studios!

GOODGAME STUDIOS



Tombola

Am Abend der OMCap warten tolle Tombola – Preise auf Sie!

Jeder kann mitmachen, einzige Voraussetzung: Sie sind abends auf der Party anwesend. Weitere Infos zur Tombola erfahren Sie vor Ort über unsere Twitterwall.

Wir drücken Ihnen die Daumen und bedanken uns ganz herzlich bei den Sponsoren der Tombola-Preise!

OMCap
Online Marketing Capital

Ist die **OMCap 2013** das richtige für mich?

START Finde heraus, welcher **OMCaper** du bist!

Du hast bereits erste Erfahrungen in dem Bereich **Online Marketing** gesammelt?

JA → Du bist neugierig auf die **Trends** von morgen und fragst dich, wie die Zukunft von **PR**, klassischem **Marketing** und **SEO** aussieht?

NEIN → Fragst du dich stattdessen, wozu man überhaupt eine **App** braucht und wie sie Im **App** Dschungel auffallen soll?

NEIN → Du bist interessiert daran, mehr über **Internationales Online Marketing** zu erfahren.

NEIN → Außerdem fragst du dich seit Wochen, um wen es sich bei dem **anonymen Black Hat Speaker** handelt und welche exklusiven Tipps er hat?

JA → **bedachte OMCaper**
Wenn du kein Fan von Überraschungen bist, ist das kein Problem! Tausche beim **Stammtisch** oder den **freien Q&A Sessions** Erfahrungen und Ideen mit Experten und Branchenneulingen aus!

JA → Du hast Lust, neue **Leute kennenzulernen**, die deine Leidenschaft für Online Marketing teilen. Die OMCap bietet viel Raum für innovative Ideen!

NEIN → **OMCap Allrounder**
Dann ist die **OMCap** genau das richtige für dich! Lass dich von den vielen Wissensquellen inspirieren und **knüpfe** neue **spannende Kontakte**. Zum krönenden Abschluss sind natürlich alle Teilnehmer herzlich zur **OMCap Party** eingeladen!

NEIN → **wissenshungrige OMCaper**
Keine Sorge! Alles kann, nichts muss! Du kannst auch einfach nur die **Konferenz besuchen** und einiges an **Wissen** mit **nach Hause nehmen**.

JA → Du hast dich schon immer gefragt, wie man mit **Facebook & Co.** Geld verdienen kann?

JA → Du möchtest mehr über **Googles** Entwicklung und **kanalübergreifende Werbung** erfahren?

NEIN → Dann locken wir dich bestimmt mit unserer exklusiven **Black Hat Session**?

JA → Dann hast du bestimmt Lust auf ein paar Tage in der Hauptstadt und eine **fantastische Party** mit **„Marketer von der Spree"**?

NEIN → **OMCap Stimmungskanone**
Dann komm auf jeden Fall zur **OMCap Party**! Bei **guter Laune** und **Musik** kommt jeder auf seine Kosten und dann werden wir dich bestimmt schon nächstes Jahr auf der **OMCap Konferenz** begrüßen!

NEIN → **vielseitige OMCaper**
Dann komm zur **OMCap 2013**! In unserem **vielfältigen Programm** ist für jeden etwas dabei! Lerne nicht nur neue Menschen kennen, sondern auch **Tools**, um die eigenen **Marketingstrategien** optimal umzusetzen.

JA → Du treibst dich in zumindest einem der vielen **sozialen Netzwerke** rum?

NEIN → Du möchtest lieber mehr über die Vermarktung von **Apps** erfahren?

JA → Dann interessierst du dich vielleicht auch für die optimale Gestaltung von **Landingpages** und **Online Marketing Controlling**?

NEIN → Möchtest du mehr über **Reputation Management, Contentmarketing & SEO** lernen?

JA → **OMCap Newcomer**
Online Marketing ist ein vielfältiges und spannendes Feld! Nutze die **OMCap 2013**, um in dieses Themengebiet reinzuschnuppern und du wirst schon bald ein wahrer **OM-Profi** sein!

JA → Können wir dich vielleicht noch mit **Popcorn, Massagen, Gummibärchen** und **frischen Säften** locken?

NEIN → **OMCap Genießer**
Für jeden ist etwas dabei! Erst mal vor Ort wirst du dich nicht nur entspannen, sondern auch noch in den Genuss von **„Online Marketing Qualitätsdruckbetankung"** kommen.

JA → **zukünftige OMCaper**
Schade, dass wir dich bisher noch nicht überzeugen konnten Teil der **OMCap** zu werden! Verrate uns doch, was dir bei der **OMCap** fehlt oder was wir verbessern können!

bedachte OMCaper

Tracksponsoren

belboon GmbH
www.belboon.com

Die belboon GmbH gehört zu den drei führenden Affiliate Netzwerken im D-A-CH-Markt und hat seinen Fokus auf den verstärkten Ausbau der internationalen Geschäftstätigkeit gelegt. Etwa 1.300 Partnerprogramme und Publisher aus rund 30 Nationen sind in dem Netzwerk aktiv. Als erstes Affiliate Netzwerk weltweit hat das Unternehmen sein Geschäftsmodell auf das mobile Internet übertragen. Publisher wie Advertiser profitieren online und mobile von der überragenden Performance und großen Reichweite des Netzwerks sowie der marktführenden Technologie in Verbindung mit dem hohen netzwerkimmanenten Servicegrad. Mit belboon betreibt die 2002 gegründete belboon GmbH das Affiliate Netzwerk der YOC-Gruppe, dem europäischen Marktführer für Mobile Technology und Media..

Marin Software GmbH
www.marinsoftware.de

Agenturen und Werbekunden verwalten und optimieren über die Online-Marketing-Managementplattform von Marin Software digitale Werbeanzeigen im Gesamtwert von jährlich über vier Milliarden US-Dollar. Damit ist Marin Software einer der weltweit führenden Anbieter. Mit seiner integrierten Plattform für Suchmaschinen-, Social-, Display- und Mobile Marketing hilft Marin Werbekunden und Agenturen dabei, ihre finanzielle Performance zu verbessern, Zeit zu sparen und bessere Entscheidungen zu treffen. Das Unternehmen mit Hauptsitz in San Francisco verfügt über weltweite Niederlassungen; die für Deutschland, Österreich und die Schweiz zuständige Marin Software GmbH ist in Hamburg ansässig. Die Technologie von Marin wird für Online-Marketing-Kampagnen in über 160 Ländern genutzt. Zu den Kunden zählen führende Werbetreibende und Agenturen wie adidas, Easyjet, Hotels.com, iProspect, uniquedigital, my-hammer.de, Neo@Ogilvy, Razorfish und Spartoo.com.

SoQuero GmbH
www.soquero.de

Die im Jahr 2004 gegründete SoQuero GmbH mit Sitz in Frankfurt ist eine Online Marketing Agentur mit Schwerpunkt in den Bereichen Search und Social Media. Mit einem Team aus über 60 Experten in Search Engine Optimization (SEO), Search Engine Advertising (SEA), Produktdatenmarketing (PDM) und Social Media Marketing (SMM) bietet das Tochterunternehmen der Intershop Communications AG eine professionelle Betreuung im Performance-Marketing. SoQuero zeichnet sich durch die langjährige Online Marketing Erfahrung auf internationaler Ebene aus. Die Agentur managt Kampagnen in 41 Ländern und in über 20 verschiedenen Sprachen. SoQuero wird seit 2006 jährlich vom BVDW für professionelles SEO & SEA zertifiziert, ist vom bvh als Preferred Business Partner gelistet und in dem Bereich SEA als Google AdWords Certified Partner ausgezeichnet.

Webtrekk GmbH
www.webtrekk.com

Webtrekk ist ein führender Data-Intelligence-Anbieter mit Hauptsitz in Berlin sowie Büros in China, Italien, Spanien und den USA. Webtrekk bietet datenbasierte Lösungen zur Optimierung von digitalen Geschäftsmodellen. Die Digital Intelligence Suite enthält neben innovativen Analyseprodukten auch Tools zum Testen und Personalisieren von Webseiten. Das Marketing Action Center steuert zielgerichtet Werbung aus. Insbesondere CMOs und CIOs aus der Medienbranche, E-Commerce, FMCG, Telekommunikation und Finanzen in über 25 Ländern vertrauen auf die Lösungen von Webtrekk. Zum Kundenstamm des Unternehmens zählen Firmen wie BILD.de, Telekom, Zalando, ProSiebenSat1 Digital, Esprit, Tchibo, Heise, Medion, Douglas, Rebuy, Hotel.de, Tape.tv, Mister Spex, KfW Bankengruppe, Red Bull, Die Zeit, Stiftung Warentest und Hubert Burda Media. Neben der Digital Intelligence Suite bieten die Webtrekk-Experten auch umfassende Beratung zum Thema Webanalyse an. Derzeit beschäftigt die Webtrekk GmbH über 70 Mitarbeiter, die die Angebote des Unternehmens ständig inhouse weiterentwickeln und verbessern.

Weitere Sponsoren und Aussteller

ad agents GmbH
www.ad-agents.com

Die ad agents GmbH mit Sitz in Herrenberg und Hamburg hat sich auf Marketingmaßnahmen im Internet spezialisiert und bietet effiziente, erfolgsorientierte Lösungsstrategien für den gesamten Bereich des Suchmaschinenmarketings und andere Performance-Marketing-Maßnahmen. Die ad agents GmbH besteht aus über 60 Mitarbeitern. Das eingespielte Team besitzt jahrelange Erfahrung in der Beratung und unterstützt Sie effektiv dabei, Ihre Produkte und Dienstleistungen bekannter zu machen, erfolgreich neue Kunden zu generieren oder Zielgruppen zu erreichen sowie höhere Umsätze zu erzielen. Seit der Gründung des Unternehmens im Jahr 2006 zählen namhafte Unternehmen aus dem Versandhandel, der Reisebranche, der Pharmaindustrie, des Finanzsektors und vielen anderen Segmenten zu unseren zufriedenen Kunden

Adobe Systems GmbH
www.adobe.com

Adobe verändert die Welt durch digitale Erlebnisse. Wir nutzen unsere kreative DNA nicht nur für die Entstehung schöner und eindrucksvoller Bilder, Videos und Apps. Wir unterstützen Unternehmen auch dabei, mit ihren Kunden über jeden erdenklichen digitalen Kanal oder Bildschirm zu kommunizieren. Mit unseren Digital Marketing- und Digital Media-Lösungen können Unternehmen ihre digitalen Inhalte erstellen, verwalten, vermarkten und monetarisieren. Auf der Digital Marketing Seite ist die Adobe Marketing Cloud ein Service, der alle Tools vereint, die digitale Marketeers benötigen. Der Dienst umfasst Lösungen für Analyse, soziale Netzwerke, digitale Werbung, Targeting und Web Experience Management. Marketeers und Werbetreibende arbeiten damit schneller und effektiver als je zuvor und können so das Potenzial des Data Driven Marketings mit integrierten End-to-End Lösungen voll ausschöpfen.

AKM3 GmbH
www.akm3.de

Die AKM3 GmbH bietet skalierbares Linkmarketing in über 25 europäischen und außereuropäischen Märkten an und verfügt damit über ein weltweites Alleinstellungsmerkmal im Bereich der Suchmaschinenoptimierung. Neben diesem Schwerpunkt bilden auch Onpage-Beratung, Suchmaschinenwerbung und Online Reputation Management einen wichtigen Teil des Leistungsportfolios. Die AKM3 GmbH wurde 2010 von Markus Koczy und Maik Metzen gegründet und steht seitdem für nachhaltige und transparente Suchmaschinenoptimierung. Mit diesem Leitbild berät die AKM3 GmbH erfolgreich namhafte und internationale Kunden.

ChannelAdvisor UK Ltd.
www.channeladvisor.de

ChannelAdvisor ist ein global agierender Anbieter von E-Commerce-Plattformen. Das Unternehmen hilft Händlern dabei, ihre Online-Verkäufe über Kanäle wie Online-Marktplätze, SEM und Preissuchmaschinen sowie mit Hilfe von Webstores und Rich-Media-Lösungen zu steigern. ChannelAdvisor genießt einen Ruf als vertrauenswürdiger Berater von über 3.000 Top-Marken im E-Commerce-Bereich. Statt sich selbst durch das oftmals chaotische Angebot für Online-Vertriebsformen kämpfen zu müssen, können Einzelhändler einfach einen einzigen Inventory-Feed an die ChannelAdvisor-Plattform senden, wo dieser individuell an die Anforderungen Hunderter E-Commerce-Kanäle angepasst und entsprechend verteilt wird. 2011 lag der Bruttowert der von ChannelAdvisor im Auftrag von Händlern aller Größenordnungen verwalteten Waren bei umgerechnet rund 2,4 Milliarden Euro.

Wir verwirklichen Ihre Content- und Linkmarketing Kampagne mit unserem Team aus internationalen Muttersprachlern!

- International
- Nachhaltig
- Transparent
- Skalierbar
- Qualitätsorientiert

AKM3
www.akm3.de | info@akm3.de

clickworker.com, Inc
www.clickworker.com

Das 2005 gegründete Unternehmen clickworker.com nutzt das Know-how qualifizierter Internetnutzer zur flexiblen und effizienten Bearbeitung von nicht oder schlecht automatisierbaren Geschäftsprozessen aus den Bereichen Texterstellung, SEO-Texte, Übersetzungen, Web-Recherche, Verschlagwortung und Kategorisierung. Komplexe Kundenaufträge aus diesen Bereichen werden von clickworker.com in Mikrojobs zerlegt und Clickworkern (bei clickworker.com registrierte Internetnutzer) zur Bearbeitung auf der Online-Plattform angeboten. Nach erfolgreicher Bearbeitung der Jobs werden die Ergebnisse auf Qualität geprüft und wieder zusammengeführt.

ConversionLift UG
www.conversionlift.de

ConversionLift gehört zu Deutschlands führenden Anbietern für einzigartige Landing Pages und Conversion Optimierung. Aus dem Berliner Hauptquartier betreut ConversionLift mittelständische Unternehmen aus verschiedensten Bereichen. Dank der Branchenvielfalt und regelmäßig durchgeführten Optimierungen kann das Team auf einen breiten Erfahrungsschatz zurückgreifen. So profitieren Kunden nicht nur von überdurchschnittlichen initialen Erfolgszahlen, sondern auch von einer kontinuierlichen Steigerung der Conversion-Kurve bestehender Websites, Shops und Landing Pages. Auf einem hart umkämpften OnlineMarkt ist es das Ziel der Berliner Agentur, ihren Kunden den ConversionVorteil auf konventionellen und unkonventionellen Wegen zu bringen.

Creditreform Berlin
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 Risikomanagement im E-Commerce benötigt werden – von automatisierten Bonitätsprüfungen in Echtzeit (B2B und B2C) über mehrfach bewährte Forderungsmanagement-Strategien bis hin zu Daten für die Marktforschung. Unsere flexiblen Schnittstellen ermöglichen dabei eine einfache Anbindung für reibungslose Prozesse. So sichern wir nachhaltiges Wachstum in einem dynamischen Umfeld. Sind auch Sie an sicherem Wachstum interessiert? Gerne stehen Ihnen unsere Firmenberater zur Seite und wählen mit Ihnen die passenden Bausteine für Ihren Erfolg aus.

eResult GmbH
www.eresult.de

Die eResult GmbH bietet seit 2000 maßgeschneiderte Marktforschungs- und Beratungsdienstleistungen rund um das Thema Usability und User Experience Optimierung an – von der Anforderungsanalyse über die Konzeption und das Prototyping bis zur Evaluation. Mehr als 200 zufriedene Kunden, die bereits jahrelang mit der eResult GmbH zusammenarbeiten, sowie 200 Usability-Projekte pro Jahr sprechen für sich. Die Wiederbeauftragungsrate durch die Kunden liegt dabei bei über 90%. In Deutschland ist die eResult GmbH an drei Standorten vertreten: Göttingen (Hauptsitz), Hamburg und Frankfurt am Main.

Goodgame Studios
www.goodgamestudios.com

Goodgame Studios ist das am schnellsten wachsende Spieleunternehmen Europas und eines der erfolgreichsten Technologieunternehmen in Deutschland. Seit der Gründung im Juni 2009 ist das Unternehmen am Standort Hamburg auf gut 500 Mitarbeiter gewachsen, mit denen auf dem Free2Play-Prinzip basierende Onlinespiele entwickelt werden. Weltweit spielen über 150 Millionen registrierte User diese Social Online Games auf 25 Sprachen in über 200 Ländern. Gewürdigt wurde diese Entwicklung durch zahlreiche Auszeichnungen und mit vielen Preisen für die Spiele. Verantwortlich für diesen Erfolg ist das talentierte Team aus erfahrenen E-Business-Experten und motivierten Neueinsteigern. Durch den analyseorientierten Ansatz und mit großer Zielstrebigkeit lernt das Team täglich dazu und verbessert die Spiele kontinuierlich.

greatcontent & content.de AG
www.content.de

Die greatcontent & content.de AG sind führende Unternehmen im Bereich einzigartiger und erstklassiger Texterstellung nach Kundenwunsch. In neun verschiedenen Sprachen werden lesenswerte Inhalte vorrangig für das Web geschrieben. Mit einem qualifizierten Pool aus über 10.000 Autoren entspricht die Unternehmensgruppe dem kontinuierlich wachsenden Textbedarf und liefert seinen Kunden informative, zielsichere und suchmaschinenoptimierte Inhalte zu nahezu jedem Themengebiet. Kunden wie Zalando, CHECK24 oder Soquero schätzen unsere effizienten und zielgruppenrelevanten Inhalte für ihren erfolgreichen Shop-Auftritt, inhaltsstarke Ratgeberseiten oder besucherstarke Blogs. Die Texte werden von den Autoren termingerecht und verantwortungsbewusst realisiert und landen auf Wunsch per API direkt im eigenen CMS. Das intelligente Zusammenspiel von schnellem, kompetentem Support und innovativen Tools, wie z.B. der interne Plagiatscheck oder unser Dauerauftrag, garantiert allen eine unkomplizierte Zusammenarbeit.

InterNetX GmbH
www.internetx.com

InterNetX, ausgezeichnet mit dem eco Internet Award in den Kategorien „Bester Registrar“ (2011) und „Domains & DNS“ (2013) bietet Domain-Services, maßgeschneiderte Server-Lösungen und SSL-Produkte. Mit mehr als 3,6 Millionen verwalteten Domains und über 2.000 gehosteten physikalischen Servern ist InterNetX einer der führenden B2B-Großanbieter auf dem internationalen Markt und bedient ein Reseller-Netzwerk mit mehr als 25.000 Partnern. InterNetX hält über 300 ccTLDs, gTLDs und new gTLDs im Portfolio. Als direktes Mitglied bei nahezu allen Registrys kann der renommierte Registrar den Verwaltungsaufwand auf ein Minimum reduzieren und so kostengünstige Preise anbieten. Die neueste Inhouse-Entwicklung, der DomainShop, wurde bereits mehrfach ausgezeichnet. Der DomainShop ist eine vollautomatisierte Domain- und Hosting-Plattform, die new gTLD-Registries und Reseller-Start-Ups einen schnellen Einstieg in das IT-Business ermöglicht.

Ladenzeile.de
www.ladenzeile.de

Das 2009 in Berlin gegründete Unternehmen Visual Meta GmbH ist Teil der Axel Springer AG und betreibt derzeit die Onlineplattformen LadenZeile, ShopAlike und Shoppala in insgesamt 15 Ländern. Visual Meta bietet den Usern ganz getreu dem Slogan „Alle Shops unter einem Dach“ einen Produktvergleich, der durch zahlreiche Filtermöglichkeiten individuell anpassbar ist. Von Brillen und Mode, über Möbel bis hin zum Wein bietet Visual Meta nutzergerecht die gewünschten Produkte auf einen Blick. Mit einer Auswahl aus rund 6000 Partnershops, über 25 Millionen Produkten und mehr als 24.000 Marken findet jeder mit Hilfe der visuellen und individuellen Produktsuche, was er möchte.

linkbird GmbH
www.linkbird.com

Die linkbird GmbH entwickelt das gleichnamige SEO-Management Tool „linkbird“ und vereint Projektmanagement, CRM und Controllingtool für Agenturen und Marketingteams. Bereits hunderte Unternehmen konnten sich dank linkbird von zeitfressenden Excel-Tabellen befreien! linkbird unterstützt mit einer Vielzahl aufeinander abgestimmter Workflows die Linkbuilding- und Contentseeding-Kampagnen in den Prozessschritten Planung, Research, Kontaktaufnahme, bis hin zur Erfolgsauswertung, –analyse und -reporting. Mit linkbird werden die Zielsetzung im Linkbuilding, das Finden relevanter Webseiten, die Kontaktaufnahme mit passenden Webseitenbetreibern sowie das Monitoring der Projektfortschritte und die Auswertung der Ranking-Erfolge zum Kinderspiel. Mehr Effizienz, mehr Transparenz und mehr Erfolg im SEO ist das Credo des Berliner SaaS Unternehmens.

Lot Internet GmbH
www.lot-internet.de

Lot Internet GmbH ist Lösungsanbieter im Bereich Online-Marktforschung und Competitive Intelligence für die Erschließung von Salespotentialen sowie die Bereitstellung von Wettbewerbs-Informationen in Echtzeit.

Majestic SEO
www.majesticseo.com

Majestic SEO ist die weltweit größte Link Intelligence Datenbank - unabhängig von den großen Suchmaschinen, und damit einziger Index dieser Art. Täglich sichtet Majestic über 4 Milliarden URLs und zeigt in seinem Site Explorer auf, wie diese miteinander verknüpft sind und wie die einzelnen Fäden des Internets zusammenlaufen. Die aktuellen Daten und Erkenntnisse helfen SEOs und Online Marketers weltweit, besser zu verstehen wie Wettbewerber verknüpft sind, um die eigenen SEO-Strategien stärker auszubilden. Majestic SEO mit Sitz in Großbritannien bietet seinen Service teils kostenfrei in 9 verschiedenen Sprachen, einschließlich Deutsch, an. Abonnements gibt es ab günstigen 45 Euro pro Monat.

metrigo GmbH
www.metrigo.com

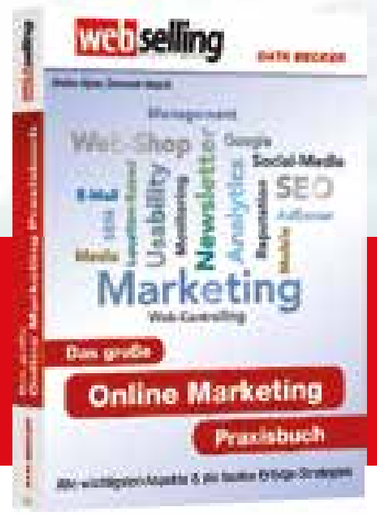
metrigo ist ein Anbieter für Einkauf und Targeting von vertrieblichen Display-Anzeigen über die Real Time Bidding-Technologie (Demand Side Platform). metrigo setzt komplett auf eigenentwickelte Technologie und ist damit flexibel, transparent und schnell einsetzbar. Alle relevanten Display-Reichweiten und Inventare im deutschen Internet sind an die metrigo-Platform angeschlossen. Wichtige Datenpunkte für das Targeting und die Ermittlung optimaler Gebote generiert metrigo entweder selber oder kooperiert mit unterschiedlichen Partnern. Über metrigo abgewickelte Werbekampagnen erreichen üblicherweise Kennzahlen (CPO, CPL, CPC), die im Display- oder Banner-Advertising herausragend sind. Zu den Kunden von metrigo gehören sehr erfolgreiche Startups, aber auch etablierte Unternehmen und Agenturen mit anspruchsvollen Zielen im Online Marketing. metrigo startete im Januar 2012 und beschäftigt derzeit 17 Personen in Hamburg.

DAS GROSSE ONLINE MARKETING PRAXISBUCH

VON ANDRE ALPAR & DOMINIK WOJCIK

AUF ÜBER 750 SEITEN:
SEO · E-MAIL · SOCIAL MEDIA · ANALYTICS · SEA
USABILITY · MOBILE · MONITORING · WEB-CONTROLLING
ONLINE SHOPS · NEWSLETTER · REPUTATION MANAGEMENT

ÜBER 20 INTERVIEWS:
DR. HOLGER SCHMIDT · KAI RIEKE · OLIVER GASSNER
MAIK METZEN · TIMO ADEN · DR. AMIT GHOSH
LENNART PAULSEN · MARKUS KOCZY · MARC AUFZUG
KARL KRATZ · CHRISTOPH GRÜNEBERG · KLAUS ECK
ROBERT LANG · DR. MARTIN BAHR · DR. FLORIAN HEINEMANN



FÜR NUR 34.95 € ERHÄLTLICH

WWW.OMBUCH.DE

NOBLEGO
www.noblego.de

Noblego.de ist ein Online-Händler für Zigarren, Zigarillos, Tabak und Pfeifentabak sowie Accessoires wie Cutter, Feuerzeuge, Aschenbecher und Humidore. Gegründet wurde Noblego von Geschäftsführer Benjamin Patock im Jahr 2011 mit Firmensitz in Berlin. Die Idee bestand darin, Premium-Zigarren anzubieten und dabei den Fokus auf 100% Qualität zu legen, Kunden mit einem schnellen Versand qualitativ hochwertiger Zigarren zu begeistern sowie wahre Genussmenschen auf ihre Kosten kommen zu lassen. Im Online-Shop finden sowohl erfahrene Raucher ihre Lieblingszigarren als auch Neulinge milde Einstiegszigarren.

Remintrex.com
www.remintrex.com

Seit Sommer 2013 gibt es mit dem Service von Remintrex.com eine neue, unverzichtbare Ergänzung für jede Online-Marketing Kampagne. Via E-Mail ReTargeting kann nun jeder eCommerce-Anbieter seine Conversion-Rates erheblich optimieren! Das Prinzip ist einfach erklärt: Besucht ein User einen Web-Shop und verlässt diesen ohne sich vorher zu registrieren, ist er für den Shopbetreiber nicht mehr zu erreichen. Der aufwändig generierte Traffic verpufft oft zu 90% oder mehr. Über den Service von Remintrex können nun bis zu 20% der Website-Besucher auch ohne Registrierung per E-Mail erreicht werden. Das funktioniert, weil Remintrex mit den Betreibern der größten Permission-Datenbanken in mehr als 30 Ländern der Welt zusammenarbeitet. Dabei werden Datenschutzbestimmungen stets beachtet: Nutzer können jederzeit selbst wählen, ob sie Werbung erhalten möchten.

Trademob GmbH
www.trademob.com

Die Trademob GmbH ist Europas führende Plattform für Mobile App Marketing. Das international expandierende Unternehmen aus Berlin bietet Werbetreibenden von iOS- und Android-Apps eine innovative Technologie, die weltweit die Anzahl der App-Nutzer, den mobilen Umsatz und das App Store-Ranking steigert. Das Herzstück der Plattform ist die eigens entwickelte Tracking-Technologie, die erzielte Klicks, Downloads und alle In-App-Aktionen von mobilen Werbekampagnen genau erfasst. Über die Plattform haben Werbetreibende Zugang zu über 180 angeschlossenen Werbenetzwerken (wie zum Beispiel Google Adwords) und erreichen über eine halbe Milliarde Smartphone- und Tablet-Nutzer. Die gewonnenen Kampagnendaten bilden die Basis für ein umfassendes Targeting, das weltweit die profitabelsten Quellen für jede einzelne Kampagne aggregiert. Die Trademob GmbH wurde im August 2010 von Ravi Kamran gegründet. Zusammen mit Alexander Franke und Florian Lutz bildet er das Management-Team. Namhafte Unternehmen wie eBay Kleinanzeigen und Universal Music gehören zu den Kunden von Trademob.

Seomaxx GmbH
www.seomaxx.com

Die Seomaxx GmbH ist spezialisiert auf die organische Suchmaschinenoptimierung mit Schwerpunkt Google sowie ergänzende Maßnahmen, die den Kunden dabei helfen, mehr Erfolg mit den erreichten Rankings zu haben. Dies sind z.B. die Konzeption / Optimierung einer SEO tauglichen Website, die Verbesserung der Usability oder die Optimierung der Landingpages.

Werbeboten Media UG
www.werbeboten.de

Werbeboten Media ist eine Social Media Agentur mit Standorten in Berlin und Leipzig. Unser Leistungsspektrum umfasst die Konzeption und Umsetzung von Applikationen und Marketingkampagnen auf Facebook. Wir verfügen über einen Appkatalog mit über 30 verschiedenen Anwendungsmöglichkeiten, die über unser eigenes Facebook CMS eingebunden werden und haben seit unserer Gründung 2010 bereits über 10.000 Apps auf Facebook umgesetzt. Neben höchstem Anspruch an Qualität und Usabilty haben wir die charmantesten Mitarbeiter, deren Mission es ist, unsere Kunden glücklich zu machen.

Wimdu GmbH
www.wimdu.de

Wimdu wurde 2011 von Arne Bleckwenn und Hinrich Dreiling gegründet. Mit Hauptsitz in Berlin gehört die Wimdu GmbH zu den vielen stetig wachsenden Startups in Deutschland. Wimdu bietet eine Online Plattform von privaten Unterkünften weltweit. Hier sind über 150 000 individuelle Unterkünfte in über 100 Ländern gelistet. Das Angebot reicht von günstigen Ferienzimmern bis hin zu luxuriösen Apartments. Jeder findet hier passend zu seinem Budget die perfekte Unterkunft und bekommt zusätzlich wertvolle Insidertipps von seinem Gastgeber. So kann man ganz nach dem Motto „Travel like a local“ Städte wie Paris, London oder New York fernab der gängigen Touristenpfade erkunden.

Zalando GmbH
www.zalando.de

Zalando ist Europas größter Online-Anbieter für Schuhe und Fashion im Internet. Das umfangreiche Angebot für Damen, Herren und Kinder reicht von bekannten Trendmarken bis hin zu gefragten Designerlabels – insgesamt arbeitet Zalando mit über 1.500 Markenherstellern zusammen. Neben Schuhen und Bekleidung gehören exklusive Accessoires, Beauty-Produkte und Sportartikel zum umfassenden Sortiment. Darüber hinaus setzt das Unternehmen auf eine Kombination einzigartiger Serviceleistungen: Kostenloser Versand und Rückversand, eine kostenlose Service-Hotline sowie 100 Tage Rückgaberecht auf alle Produkte machen den Online- Einkauf zu einem sicheren und entspannten Erlebnis. Das Unternehmen wurde 2008 von Robert Gentz und David Schneider gegründet und hat seinen Sitz in Berlin. Nach dem großen Erfolg in Deutschland werden seit 2009 auch europäische Nachbarländer beliefert. Gestartet wurde mit Österreich (2009), es folgten die Niederlande und Frankreich (beide 2010). 2011 kamen Italien, Großbritannien und die Schweiz hinzu. Seit 2012 ist Zalando auch in Schweden, Belgien, Spanien, Dänemark, Finnland, Polen und Norwegen online.

Wir bedanken uns ganz herzlich bei unseren Medien- und Blogpartnern für die Unterstützung der OMCap 2013!

BDOA Bundesverband der Dienstleister für Online-Anbieter e.V.

deutsche startups

internet WORLD BUSINESS

marketing BÖRSE

startingup

Markt UND MITTELSTAND

100partnerprogramme.de Einfach Geld mit der Website verdienen!

eCommerce vision.de

eCommerce MAGAZIN

onlinemarktplatz.de E-Commerce FIRST!

unternehmer.de Einfach mehr WISSEN

förderland

digitalbusiness cloud

BVCM

onlinehändler NEWS.DE

media.net berlinbrandenburg

WEBSITE BOOSTING

eco

INTERNETHANDEL CLEVER GRÜNDEN - ERFOLGREICH HANDELN

D(W)ISH

ONE to ONE DIALOG ÜBER ALLE MEDIEN www.onetoone.de

onlinemarketing praxis

W&V Werben & Verkaufen

FUTUREBIZ

lead DIGITAL

internet WORLD BUSINESS

affiliatemarketing.de

axel springer

VentureCapital Magazin

eSTRATEGY Das kostenlose Web-Magazin

JUNGE GRÜNDER

bvh

ECOMMERCE LOUNGE.DE

iXtenso Online-Journal für den Handel

eCommerce Leitfaden

Sourcing

Blogpartner:

BASIC thinking

NetzNews

CROWDSOURCING BLOG.DE

shopanbieter.de Das Portal für den Internethandel

semrush competitors research

STATE OF SEARCH

Affiliate TactiX powered by explido

GRÜNDERSZENE

Coach im Netz

popularity reference

Investorszene.

BERLIN VALLEY CITY OF GEEKS

HighText Verlag eBusiness 3.0

MOBILE BUSINESS

seo-united.de

//SEO Profi. Berlin

FAIRRANK

SEOBÄR

Online Marketing.de

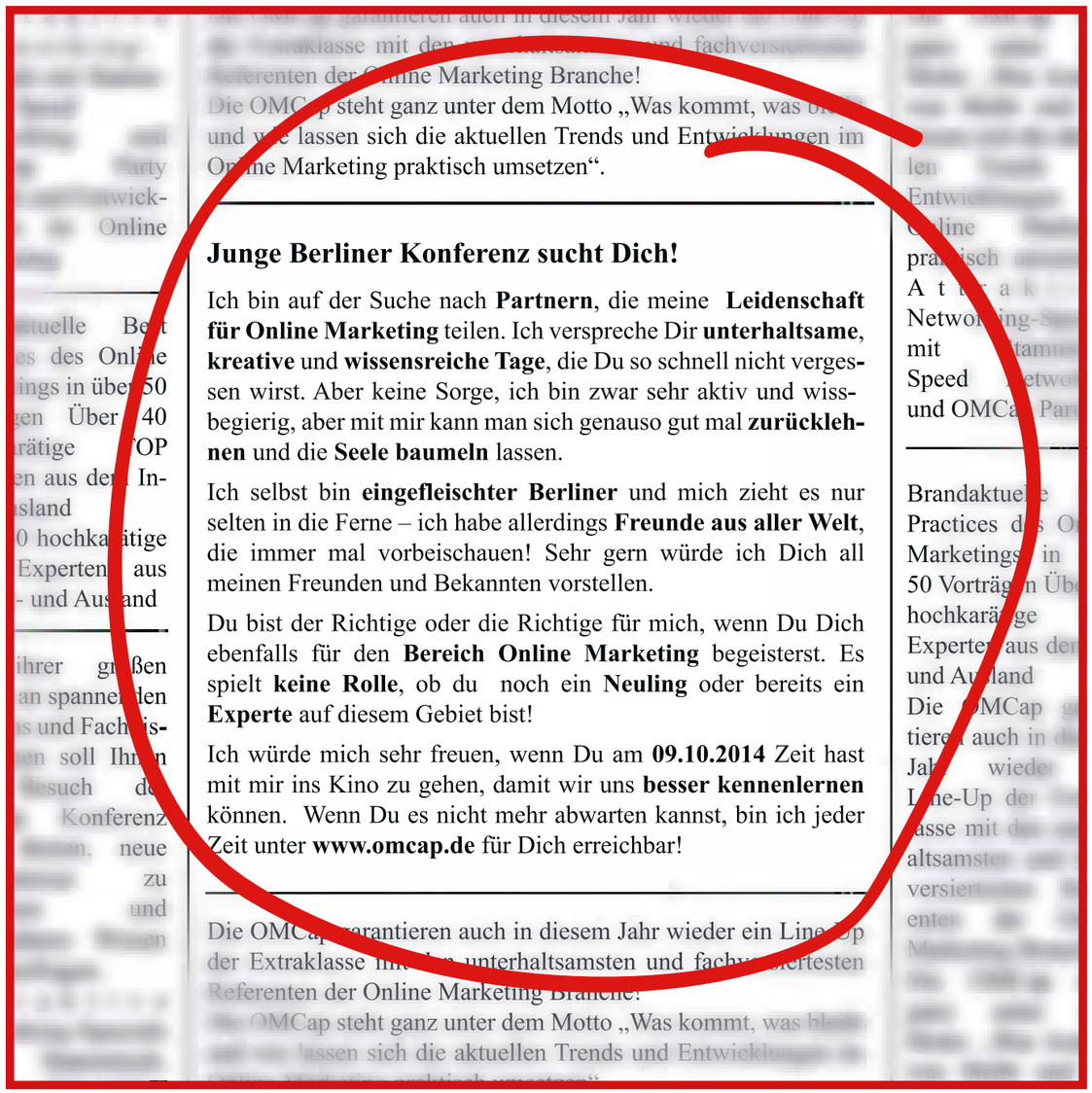
suchradar das magazin für SEO und SEM

brainGuide DAS EXPERTENPORTAL

SEO-Trainee.de Ab hier geht's nach oben

SELBSTÄNDIG IM NETZ

gründerzeit



Die OMCap garantieren auch in diesem Jahr wieder ein Line-Up der Extraklasse mit den unterhaltsamsten und fachversiertesten Referenten der Online Marketing Branche!
Die OMCap steht ganz unter dem Motto „Was kommt, was bleibt und wie lassen sich die aktuellen Trends und Entwicklungen im Online Marketing praktisch umsetzen“.

Junge Berliner Konferenz sucht Dich!

Ich bin auf der Suche nach **Partnern**, die meine **Leidenschaft für Online Marketing** teilen. Ich verspreche Dir **unterhaltsame**, **kreative** und **wissensreiche Tage**, die Du so schnell nicht vergessen wirst. Aber keine Sorge, ich bin zwar sehr aktiv und wissbegierig, aber mit mir kann man sich genauso gut mal **zurücklehnen** und die **Seele baumeln** lassen.

Ich selbst bin **eingefleischter Berliner** und mich zieht es nur selten in die Ferne – ich habe allerdings **Freunde aus aller Welt**, die immer mal vorbeischauen! Sehr gern würde ich Dich all meinen Freunden und Bekannten vorstellen.

Du bist der Richtige oder die Richtige für mich, wenn Du Dich ebenfalls für den **Bereich Online Marketing** begeisterst. Es spielt **keine Rolle**, ob du noch ein **Neuling** oder bereits ein **Experte** auf diesem Gebiet bist!

Ich würde mich sehr freuen, wenn Du am **09.10.2014** Zeit hast mit mir ins Kino zu gehen, damit wir uns **besser kennenlernen** können. Wenn Du es nicht mehr abwarten kannst, bin ich jeder Zeit unter **www.omcap.de** für Dich erreichbar!

Brandaktuelle Practices des Online Marketings in 50 Vorträgen über hochkarätige Experten aus dem In- und Ausland. Die OMCap garantieren auch in diesem Jahr wieder ein Line-Up der Extraklasse mit den unterhaltsamsten und fachversiertesten Referenten der Online Marketing Branche!
Die OMCap steht ganz unter dem Motto „Was kommt, was bleibt und wie lassen sich die aktuellen Trends und Entwicklungen im Online Marketing praktisch umsetzen“.

Nach der OMCap ist vor der OMCap!

Bald startet der Ticketverkauf für die OMCap 2014!

Wir freuen uns bereits jetzt auf ein Wiedersehen!

Save the date: 9.10.2014!

www.omcap.de

OMCap

SAVE THE DATE

#OMCap 2014

AM **9.OKTOBER 2014** IM **KOSMOS** BERLIN

Impressum

Herausgeber:
OMCap SES Berlin
Paul-Lincke-Ufer 39/40
10999 Berlin
www.omcap.de

Veranstalter:
Andre Alpar

Konzeption & Redaktion:
Andre Alpar
Maria Andrich
Antonia Jörg
Franziska Linkert
Angelika Lohr
Stefan Pflug
Philipp Scholz

Layout:
Andreas Kowarschik
Thomas Wiszinski
PART
www.part-im-internet.de

Fotos und Logos:
belboon GmbH, Marin Software GmbH, SoQuero GmbH, Webtrekk GmbH, ad agents GmbH, Adobe Systems GmbH, AKM3 GmbH, ChannelAdvisor UK Ltd., clickworker.com Inc., ConversionLift UG, Creditreform Berlin, eResult GmbH, Goodgame Studios, great-content & content.de AG, InterNetX GmbH, Ladenzeile.de, linkbird GmbH, Lot Internet GmbH, Majestic SEO, metrigo GmbH, Noble-go.de, Remintrex.com, seomaxx GmbH, Trademob GmbH, Werbeboten Media UG, Wimdu GmbH, Zalando GmbH
100partnerprogramme.de, Affiliate Marketing, All about Sourcing, Axel Springer Karriere, Berlin Valley, brainGuide, Bundesverband Community Management, Bundesverband der Dienstleister für Online-Anbieter, Bundesverband des Deutschen Versandhandels, Deutsch-Startups, Digital Business Cloud, Digitale Wirtschaft Schleswig Holstein, e-Commerce Magazin, eCommerce Lounge, eCommerce Vision, eco-Verband der deutschen Internetwirtschaft, eStrategy Magazin, explido, Futurebiz, Förderland, Gründerszene, iBusiness, Internethandel, Die Internetkapitäne, Internet World Business, InterNetX, iXtenso, Junge Gründer, LEAD digital, Media.net Berlin Brandenburg, Markt und Mittelstand, Marketing Börse, Mobile Business, ONEtoONE, OnlineMarketing.de, Onlinemarktplatz, Onlinemarketing Praxis, Semrush, SEO-United, shobanbieter.de, State of Search, StartingUp, Suchradar, Unternehmer.de, Venture Capital Magazin, Website Boosting, Werben & Verkaufen, Basic Thinking Blog, Coach im Netz, Crowdfunding Blog.de, Fairrank, Gründerzeit, Inverstorszene, Netznews, Popularity Reference, Selbständig im Netz, SEOBär, SEO Profi Berlin, SEO-Trainee.de
Anonymous Black Hat Speaker, Timo Aden, Jeff Allen, Andreas Altenburg, Christian Busch, Rebecca Churt, Duane Forrester , Markus Galler, Monika Gehner, Mariano Glas, Thomas Grübel, Christoph Grüneberg, Kristján Mar Hauksson, Stefan Haupthoff , Florian Heinemann, Cornell Heise, Christian Henschel, Arne Jacobsen, Niels Jensen, Michael Kamleitner, Ravi Kamran, Manuel Kester, Sebastian Kluth, Karl Kratz, Raúl Krauthausen, Mirko Lange, Tobias Looschelders, Sean Malseed, Maik Metzen, Pepe Mickler, Sven Möller, Magdalena Mues, Ade Oshineye , Martin Ott, Rachel Pasqua, Daniel Repp, Kai Rieke, Etai Rosen, Oliver Roskopf, Tom Rother, Martin Röttgerding, Sascha Schafbuch, Daniel Schimmer, Frederick Schiwek, Fabian Schlupp, Sascha Schubert, Andreas Schwarzkopf, Robert Seeger, Erik Siekmann , Aleyda Solis, Jay Stevens, Frank Strzyzewski, Kaspar Szymanski, Nicolo Viegener, Katja von der Burg, Markus von der Lühe, Ron Warncke, Philipp Westermeyer, Matthias Weth, Fili Wiese
© Dušan Zidar - Fotolia.com, ©Julien Christ-Fotolia.com, tanzende Menschen - @Stefan Latz_pixelio.de

OMCap meets OM Rockstars.

NEXT BIG THING

PPC MASTERS

Am 22.05.2014 in Hamburg

Die neue Konferenz
mit Fokus auf SEA und AdWords

SOQUERO™
Online Marketing

SQ Feed Engine:
Aufwände reduzieren – ROI maximieren!

Die führende Technologie für individualisiertes Produktdatenmarketing.

BVDW ZERTIFIZIERT SEA 2013

BVDW ZERTIFIZIERT SEO 2013

www.soquero.de