

## KONGRESS PRAXIS- UND FACHVORTRÄGE

ab 08:00 Uhr	<b>Empfang</b>				
08:30 – 08:40	<b>Begrüßung</b>		<b>Begrüßung Geschäftsführer:</b>	<b>Karl-Heinz Mühlbauer und Michael Herter</b>	
08:40 – 09:00	<b>Einführung</b>		<b>Einführung</b>	<b>Prof. Dr. Jens Böcker</b>	
09:00 – 09:30	<b>Keynote</b>		<b>Keynote Dr. Dirk Solte:</b>	<b>„Das Kartenhaus Weltfinanzsystem - Rückblick - Analyse - Ausblick.“</b>	
09:30 – 09:45	<b>Ausstellung</b>				
09:45 – 10:30	<b>Kompetenz-Serie 1</b>	<b>PRAXISVORTRÄGE I.</b>	<b>Moderator: Prof. Dr. Böcker,</b> Böcker Ziemer Management Consultants GmbH & Co. KG		
		<b>„Markteintrittsstrategie von M2M Produkten mit Geomarketing.“</b> Die automatisierte Kommunikation zwischen Maschinen mittels Mobilfunk führt zu innovativen Produkten. Um deren Markteintritt zum Erfolg zu führen bedarf es der Antworten auf die Fragen: Wer (Zielgruppe), Was (Produkt) und Wo (Vertriebs- und Werbegebiete). Geomarketing schafft diese Klammer und unterstützt sowohl bei strategischen Entscheidungen als auch bei der operativen Umsetzung. Marc Büsgen · T-Mobile Deutschland GmbH			
10:30 – 10:45	<b>Ausstellung</b>	<b>PRAXISVORTRÄGE II.</b>			
		<b>„Kundenzufriedenheit war gestern. Kundenbegeisterung gehört die Zukunft.“</b> • Wenn nicht Zufriedenheit – was dann? • 5 Schritte zum profitablen Wachstum • 6 Erfolgsfaktoren für das profitable Wachstum durch Kundenfokus • Fallbeispiele aus der Praxis Dr. Irina Bechmann · WATC Consulting AG			
10:45 – 11:30	<b>Kompetenz-Serie 2</b>	<b>„Viel Wissen um Kunden und Standorte. Standortfragen in der Hypo-Vereinsbank: Wo wohnt der Kunde und was zeichnet dieses Gebiet aus?“</b> • Datenhaltung und Datenquellen (SQL-Server) • Unterstützung des Managements durch Standortgutachten mittels GIS-Technologie und Marktdaten • Marktreporting für alle Standorte der HVB Jens-Eric Bahr · UniCredit Bank AG		<b>„Meine Stadt. Mein Viertel. Mein Haus. Transparenz für den Immobilienmarkt.“</b> • Markttransparenz durch Preisdatenbanken und Umfeldinformationen • Kartenbasierte Preisinformationen auf den Ebenen Stadtteil/Gemeinde oder sogar Wohnquartier • Standortanalysen und automatische Wertermittlung für Kaufimmobilien mittels eines Vergleichswertverfahrens Sven Feuerschütte · Immobilien Scout GmbH	
				<b>AUSSTELLERVORTRÄGE</b>	
				<b>Geomarketing mit ESRI als Wettbewerbsvorteil für den Versicherungs- und Bankenvertrieb.</b> Stefan Endres · ESRI Deutschland GmbH	
				<b>Geokompetenz für Ihre Immobilienentscheidung</b> Roland Westhaus · ESRI Deutschland GmbH	
11:30 – 11:45	<b>Ausstellung</b>				
11:45 – 12:45	<b>Keynote</b>		<b>Keynote Sven Plöger:</b>	<b>„Gute Aussichten für morgen ?“</b>	
12:45 – 14:00	<b>Mittagsbuffet/ Ausstellung</b>				

## PRAXISVORTRÄGE I.

14:00 – 14:45 **Kompetenz-Serie 3****„Best Fashion Deal - Regionales Kampagnenmanagement europaweit.“**

Die Takko Holding GmbH ist in 14 Ländern Europas direkt tätig. Im Laufe der letzten 4 Jahre wurden für nahezu alle Konzernländer, für die Geodaten verfügbar waren, regionale Streukreise sowie die Verortung der VIP-Kunden durchgeführt. Auf Basis dieser Technik ist ein ausgesprochen trennscharfes Ansprechen einzelner Regionen und Zielgruppen möglich. Am Beispiel exemplarischer Kampagnen und Maßnahmen werden sowohl die Sinnhaftigkeit als auch die spezifischen Vorteile dieses Verfahrens praxisnah vorgestellt.

Rudolf Scheben · TAKKO Holding GmbH



TAKKO

## PRAXISVORTRÄGE II.

**„Mikrogeographie auf den Daten-Highways – Der glasfaser-basierte Internet-Breitbandausbau von M-net.“**

- Realisierung der Clusterplanung für das Projekt „Netz-Offensive Bayern“
- Cluster-Grundlagenplanung für das Projekt „FttB“ (Fibre to the Building) in München unter Zuhilfenahme der mikrogeographischen Daten
- Nutzung von georeferenzierten Daten: Gebäudecharakteristik, Haushaltsdaten, Alterstruktur, Kaufkraft, Telekommunikationstypen, Lifestyle-Befragung Telko-Technik, ASB / Hauptverteiler

Rüdiger Hagedorn · M-net Telekommunikations GmbH



M-net

## AUSSTELLERVORTRÄGE

**local 2010 – Mikrogeographisches Standardraster der Zukunft.**

Michael Herter · infas GEOdaten GmbH

**Endlich Transparenz im Telekommunikationsmarkt – eine integrierte Mobilfunk- und Festnetzstudie**

Rainer Schätzlein · infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH

14:45 – 15:00 **Ausstellung**15:00 – 15:45 **Kompetenz-Serie 4****„Vertrieboptimierung durch Geomarketing – Neukundengewinnung und Geo-Monitoring“**

- Nutzung von Geodaten zur Erhöhung der Effizienz durch Zielgruppenidentifikation
- Vertriebsfolge regional messen und bewerten
- Auf Geodaten basierte kampagnenspezifische Kaufwahrscheinlichkeitsmodelle als Schlüssel zu höheren Erfolgsquoten
- Darstellung von Quartalsergebnissen durch den „Geo-Monitor“

Amélie Rosset · Sky Deutschland Fernsehen GmbH &amp; Co. KG



sky

**„Gut in Bio“ – Dank Geo**

- Wie Bionade die begehrte Auszeichnung „Goldene PlakaDiva“ erhalten hat
- Strategie und Kreation einer Plakatkampagne und die Bedeutung von Geomarketing bei der Planung

Mario Lahres · Jost von Brandis Service-Agentur GmbH

JOST VON BRANDIS  
AUSSENWERBUNG**Spatial Business Intelligence: Räumliche Daten geo-statistisch auswerten. Umsatzmodellierung am Praxisbeispiel eines regionalen Fachbaumarktes.**

Ole Seidel, Jörg Sichermann · alta4 Geoinformatik AG

**„Welchen IQ hat Ihre Neukundengewinnung? – Intelligente Vernetzungen effizienter Werbewege“**

Thomas Weckmann · Trebbau &amp; Koop CrossMedia Adress GmbH

15:45 – 16:00 **Ausstellung**16:00 – 16:45 **Kompetenz-Serie 5****„Symbiose von Sport und Wirtschaft.“**

- Organisationsstrukturen des Fußball-Bundesligisten Bayer 04 Leverkusen – Mannschaft und Management
- Erlöse und Aufwendungen in der Fußball-Bundesliga
- Das Geschäftsziel der Bayer 04 Fußball GmbH
- Erlösmaximierung im Bereich Sponsoring & Hospitality d. die Bayer 04 Marketing GmbH
- Marketing- und Vertriebskanäle
- Die Modernisierung der BayArena – Spitzenfußball und Business Event

Martin Kowalewski · Bayer 04 Marketing GmbH



Bayer 04

**„skobbler - Der Navi-Klassiker für das iPhone auf dem Weg zu Open Street Map (OSM).“**

- Historie der skobbler-Navigation • Die Entscheidung für das Wikipedia-artige Kartenmaterial von OpenStreetMap • Die guten und weniger guten Seiten von OpenStreetMap im Vergleich zu den kommerziellen Anbietern (Navteq, TeleAtlas)
- Die Herausforderung mit OpenStreetMap eine Geokoordinate aus einer speziellen Adresse abzuleiten • Gemeinsame Lösungsansätze von skobbler und infas GEOdaten zur Addressreferenzierung

Oliver Kühn · skobbler GmbH



skobbler

16:50 – 17:15 **Management Summary**

Prof. Dr. Jens Böcker · Böcker Ziemer Management Consultants GmbH &amp; Co. KG

ab 17:15 **Ausklang**