





Ausführliches Programm Tag 1

SMX München – 23.-24. März 2010

SMX München Programm – 23. März 2010

Öffnungszeiten der Ausstellung: 8:00 – 19:00

8:00 9:00	Registrierung – Kaffee, Tee und Croissants
9:00 9:45	<p>Keynote:  Session findet auf englisch statt – <i>Ballsaal</i></p> <p>The Future of Search in Europe</p> <p><i>Speaker:</i> Jordi Ribas, General Manager Microsoft European Search Technology Centre</p>
9:45 10:45	<p>Panel 1: Grundlagen – <i>Garmisch Partenkirchen</i></p> <p>Die richtigen Worte finden: Tools und Techniken für die Keywordauswahl</p> <p>Für jede Marketingkampagne gilt, der erste Schritt zum Erfolg ist zu wissen, was die Kampagne vermitteln soll. Für Suchmarketing bedeutet das, die Suchbegriffe zu kennen, mit denen Ihre Zielgruppe im Internet auf Suche geht. Wenn Ihnen das gelingt, können Sie relevante neue Nutzer über Suchmaschinen auf Ihre Webseite lenken. In dieser Session werden die Tools und Techniken vorgestellt, die Sie benötigen, um die richtigen Keywords zu finden.</p> <p><i>Moderation:</i> Tim Cole, Journalist</p> <p><i>Referenten:</i> Kai Spriestersbach, Senior Consultant, Blue Summit Media GmbH Stefan Fischerländer, Geschäftsführer, certo it solutions & training GmbH</p> <p>Panel 2: SEO Spezial  Session findet teilweise auf englisch statt – <i>Ballsaal</i></p> <p>SEO Ranking Faktoren 2010</p> <p>H1 oder H2, Linktext, Linkpopularität, Domainpopularität, Trust und Authority, was sind die entscheidenden Faktoren für eine gute Linkbuilding Strategie. Wie wichtig sind Suchbegriffe in der Domain, hat die Keyword Dichte noch eine Bedeutung? Haben Sites, die als Autorität gelten, immer noch einen großen Vorteil gegenüber anderen Sites, die weniger bekannt sind? In dieser Session werden die wichtigsten Einflußfaktoren besprochen, die das Ranking bei den Suchmaschinen beeinflussen.</p> <p><i>Moderation:</i> Alexander Holl, Geschäftsführer, 121 Watt</p> <p><i>Referenten:</i> Marcus Tandler, Partner, Tandler Doerje Partner Ben Hendrickson, Senior Engineer, SE0moz Uwe Tippmann, Geschäftsführer, ABAKUS Internet Marketing GmbH</p> <p>Panel 3: SMX für Fortgeschrittene</p> <p>Suchmarkt der Zukunft: Wer, Weshalb, Wo? – <i>Atlanta</i></p> <p>Wie hat sich der Suchmarkt durch den Eintritt von Bing verändert? Übernehmen die vertikalen Player den Markt und wie reagieren die horizontalen Suchmaschinenbetreiber auf besetzte Nischen? Was bedeuten die immer relevanter werdenden "Suchmaschinen" Player wie z.B. Facebook, YouTube oder Zappos für den Markt? Hier diskutieren Suchmaschinenbetreiber und Experten über die aktuellen Entwicklungen und deren Bedeutung für den Suchmarkt der Zukunft.</p> <p><i>Moderation:</i> Philipp von Stülpnagel, Geschäftsführer, SUMO GmbH</p> <p><i>Referenten:</i></p>

[Toni Pelg](#), Search Lead Bing Germany, Microsoft Consumer & Online
[Andreas Krawczyk](#), Chefredakteur, Yahoo! Deutschland
[Niels Dörje](#), Partner, Tandler Doerje und Partner

10:45
11:15

Kaffeepause

Panel 1: Grundlagen – Garmisch Partenkirchen

Die richtigen Texte für Suchmaschinenmarketing


Eigentlich ist es ganz einfach: ein Nutzer sucht nach bestimmten Schlagworten zu denen Sie gefunden werden wollen. Diese Worte müssen Sie also im Text Ihrer Webseiten verwenden. In dieser Session werden die Grundlagen zum erfolgreichen Textschreiben für Suchmaschinen vorgestellt und dargelegt, und wie wichtig diese Textinhalte für Suchmaschinen sind. Außerdem lernen Sie, wie Sie HTML, Titel, Tags und Body Copy kreieren, die Suchtraffik generieren und Ihren Nutzern gefallen.

Moderation:

[Tim Cole](#), Journalist

Referenten:

[Patrick Aust](#), Konzeption & Produkt, Sohomint GmbH
[Ronjon M. Sarcar](#), Geschäftsführer und Gründer iProspect Deutschland

Panel 2: SEO Spezial  Session findet teilweise auf englisch statt – Ballsaal

Link Building Strategien und Taktiken – Was Sie noch nicht wissen..

Links sind immer noch einer der wichtigsten Faktoren um das Ranking von Webseiten zu verbessern. All die offensichtlichen Link Building Tipps, wie Directories und Forums kennen Sie schon lange? In dieser Session zeigen wir Ihnen fortgeschrittene Linkbuilding Techniken. Erfahren Sie ,wie Sie eine erfolgreiche Linkbuilding Strategie entwickeln können. Wie finden Sie gute Links, welche Strategien gibt es für Linkbaits, Linktausch, Content Embedding, Widgets und macht Linkkauf und Linkmiete noch Sinn? Außerdem sehen Sie Beispiele von erfolgreichen Linkbaits aus Deutschland und hören welche Analysemöglichkeiten es für die Qualitätsbeurteilung von Links gibt.

11:15
12:15

Moderation:

[Alexander Holl](#), Geschäftsführer, 121 Watt

Referenten:

[Prof. Dr. Mario Fischer](#), tms Institut für technik & marktstrategien
[Mikkel deMib Svendsen](#), Creative Director, deMib.com ApS
[Sebastian Wenzel](#), Manager International, Text-link-Ads.com

Panel 3: SMX für Fortgeschrittene  Session findet teilweise auf englisch statt – Atlanta

Site Architecture

Den Aufbau einer Site für Suchmaschinen attraktiv zu gestalten, ist keine leichte Aufgabe. Vor allem müssen Sie verstehen, welchen Einfluß spezifische Page Elemente und Design Technologien auf den Erfolg Ihrer organischen Listings haben. In dieser Session werden u.a. File und Directory Strukturen, Server-Side inklusive (SSIs), 404 Error Trapping, JavaScript, die Nutzung von Robots.txt, Frames und die Nutzung von Secure Area abgedeckt.

Moderator:

[Philipp von Stülpnagel](#), Geschäftsführer, SUMO GmbH

Referenten:

[Joachim Glaubrecht](#), SEO & Analytics, G+J Electronic Media Service GmbH
[Markus Hoeverner](#), Geschäftsführer, Bloofusion Germany GmbH
[Alan Perkins](#), CEO and co-founder, SilverDisc Limited

12:15
13:45

Mittagspause

Keynote – Ballsaal

Naht das Ende von Cookies, Tracking und Targeting Techniken?

Die Werbe-Techniken im Internet werden immer weiter verfeinert, inzwischen gibt es Werbe-Netzwerke, Flash-cookies und personalisierte Werbung. Das Ziel: den einzelnen Nutzer unbemerkt zu beobachten und ihn passend zu bewerben. Inzwischen reagieren Nutzer zunehmend genervt und werden Datenschützer deutlich. Denn nach wie vor sind die gesetzlichen Regelungen zu beachten. Websitebetreiber werden sich umstellen und ihre Techniken und ihr Vorgehen anpassen müssen.

13:45
14:30

Peter Schaar, der Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit, beleuchtet die Kehrseite der Werbemaßnahmen: aus Sicht der Internet-Nutzer und mit den Augen des Datenschützers. Diskutieren Sie mit!

Moderation:

[Ossi Urchs](#), Internet Journalist

Keynote:

[Peter Schaar](#), Bundesbeauftragter für den Datenschutz und die Informationsfreiheit *Diskussionrunde:*

14:30
14:35

Kurze Pause

Panel 1: Grundlagen – Garmisch Partenkirchen

Taktiken für die erfolgreiche Verlinkung

Links bleiben weiterhin einer der wichtigsten Faktoren um das Ranking bei Suchmaschinen zu beeinflussen und durch Links sind die Suchmaschinen von Search 1.0 zu Search 2.0 gelangt. In dieser Session zeigen Link Experten, wie Suchmaschinen ihre Linkanalyse zum Page Ranking aufstellen und wie man seinen Traffic mit durchdachten und qualitativ hochwertigen Links erhöhen kann.

Moderation:

[Tim Cole](#), Journalist

Referenten:

[Christoph C. Cemper](#), Geschäftsführer, Cemper GmbH

[Eva Rausch von Traubenberg](#), Junior Managerin Linkbuilding / SMO, Deutsche Telekom, Products and Innovation

Panel 2: SEO Spezial – Ballsaal

Wetten daß.. Sie nach dieser Session wissen, worauf es bei einem SEO Analyse Tool wirklich ankommt?

Drei führende SEO Analyse Tool Anbieter – eine Aufgabe für SEO Analyse Tools, die live gelöst wird. Entscheiden Sie selbst, welches Tool und welcher Anbieter Sie im Live Test überzeugen! Testen Sie die Anbieter, mischen Sie sich ein, stellen Sie Fragen! Bei dieser Session gibt es keinen Pitch sondern klare Aufgaben mit klaren Ergebnissen!

14:35
15:35

Moderation:

[Marcus Tandler](#), Geschäftsführer, CIA – Creativity in Action

Referenten:

[Marcus Tober](#), Geschäftsführer, Searchmetrics GmbH

[Christoph Brenner](#), CEO, SEOlytics GmbH

[Johannes Beus](#), Geschäftsführer, SISTRIX

Panel 3: SMX für Fortgeschrittene – Atlanta

PPC – Legende und Wahrheit

Die einzig wahre PPC Taktik, der größte taktische Fehler einer PPC Kampagne.. die Liste ist lang und wir alle kennen sie: Domain-Traffic ist schlecht, DKI-Anzeigen sind großartig, DKI-Anzeigen sind schrecklich, der Quality Score ist bestens, wenn Sie zu Beginn einer Kampagne hoch bieten etc.. etc.. In dieser Session wird mit allgemeinen Plattitüden und falschen Vorstellungen zum Thema PPC aufgeräumt und echte PPC Gewinnerstrategien besprochen.

Moderation:

[Alexander Holl](#), Geschäftsführer, 121 Watt

Referenten:

[Tom Alby](#), Director Search, Uniquedigital GmbH

[Ronjon M. Sarcar](#), Geschäftsführer und Gründer iProspect Deutschland

15:35
16:05

Kaffeepause

Panel 1: Grundlagen – Garmisch Partenkirchen

Search Engine Friendly Design

“Ein gutes Site Design muss Nutzer und nicht Suchmaschinen ansprechen,“ das ist immer noch ein häufiger Einwand gegen SEO Vorschläge. Aber die Suchmaschinen haben zusammen mehr Nutzer als Internet Explorer oder Firefox – zu ignorieren wie Suchmaschinen mit einer Site interagieren, kann sich niemand mehr leisten. Suchmaschinen sind wie der dritte große Browser am Markt, und wenn Ihre Site für Suchmaschinen nicht funktioniert, verlieren Sie auch all deren Nutzer – Ihre potentiellen Kunden. Sites zu gestalten, die sowohl für Suchmaschinen als auch für Nutzer attraktiv sind, ist eine schwierige aber auch lösbare Aufgabe – holen Sie sich hier die Anleitung zum Erfolg.


Moderation:

[Tim Cole](#), Journalist

Referent:

[Jens Fauldrath](#), Teamleiter SEO, Deutsche Telekom AG P & I PSN-A Contextual Search and Advertising

[Johannes Marquart](#), SEO Manager, allesklar.com

Panel 2: SEO Spezial  Session findet teilweise auf englisch statt – *Ballsaal*

“Webmasters on the Roof Allstars -Live Panel” BACK BY POPULAR DEMAND! – Teil 1

Eine unserer Top Session 2009 und die meistgehörte Sendung auf WebmasterRadio.FM EVER ist wieder dabei: Die Webmasters on the Roof holen sich 3 Experten mit aufs Podium und senden live von der SMX! Die einzelnen Themen werden zuvor vom WotR Publikum bestimmt. Freuen Sie sich auf eine erfrischend andere Session! SEO und Online Marketing ohne Blatt vorm Mund – hier wird wieder richtig Tacheles geredet!

16:05
17:05

Moderation:

[Marcus Tandler](#), Geschäftsführer, CIA – Creativity in Action

Referenten:

[FridayNite Ralf Goetz](#)

[Sistrix Johannes Beus](#)

[Bob Rains](#),

[Mikkel deMib Svendsen](#), Creative Director, deMib.com ApS

Panel 3: SMX für Fortgeschrittene – *Atlanta*

Welches Medium generiert die meisten und besten Leads und was bedeutet das für die Budgetallokation?

Stammt das Lead aus der Suche oder ist es ein PR Resultat? Welchem Medium haben Sie den Anstieg der qualitativ hochwertigen Leads zu verdanken? Der Branding- Such- oder Display-Werbekampagne? Und wie sollten Sie Ihr Onlinewerbe-Budget am effektivsten aufteilen? In dieser Session stellen Agenturen und Kunden vor, welchen Herausforderungen sie sich bei einer Budget Allokation, die auf Resultaten basiert, stellen mussten und welche Lösungen gefunden wurden.

Moderation:

[Alexander Holl](#), Geschäftsführer, 121 Watt

Referenten:

[Lars Hasselbach](#), Department Manager Online-/Sales-Marketing, E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG

[Matthias Stadelmeyer](#), Director Sales, Tradedoubler GmbH

[Erik Siekmann](#), Vorstand, Blume 2000 new media AG

Panel 1: Grundlagen – *Garmisch Partenkirchen*

Agentursteuering 2010 – Wie Sie die Zusammenarbeit mit Ihrer Agentur optimieren

In dieser Session lernen Sie wie effektiv mit Ihrer Agentur zusammenarbeiten können – von der Vertragsgestaltung über Vergütungsmodelle bis hin zu den potentiellen Fallstricken.

Moderation:

[Tim Cole](#), Journalist

Referenten:

[Jens Jokschat](#), Geschäftsführer, pilot 1/0

[Harald R. Fortmann](#), Geschäftsführender Gesellschafter, Yellow Tomato GmbH

[Dr. Martin Schirnbacher](#), HÄRTING Rechtsanwälte

Panel 2: SEO Spezial  Session findet teilweise auf englisch statt – *Ballsaal*

“Webmasters on the Roof Allstars -Live Panel” BACK BY POPULAR DEMAND! – Teil 2

Eine unserer Top Session 2009 und die meistgehörte Sendung auf WebmasterRadio.FM EVER ist wieder dabei: Die Webmasters on the Roof holen sich 3 Experten mit aufs Podium und senden live von der SMX! Die einzelnen Themen werden zuvor vom WotR Publikum bestimmt. Freuen Sie sich auf eine erfrischend andere Session! SEO und Online Marketing ohne Blatt vorm Mund – hier wird wieder richtig Tacheles geredet!

17:05
17:50

Moderation:

[Marcus Tandler](#), Geschäftsführer, CIA – Creativity in Action

Referenten:

[FridayNite Ralf Goetz](#)

[Sistrix Johannes Beus](#)

[Bob Rains](#),

[Mikkel deMib Svendsen](#)

Panel 3: SMX für Fortgeschrittene – *Atlanta*

Lokale Suche und interaktive Stadtpläne: Ranking Faktoren, Chancen und Herausforderungen

Die Lokale Suche ist seit vielen Jahren einer der Geschäftsbereiche, dem enormes Potential zugesprochen wird. Ist das Hype oder Wahrheit? Wo liegen bei der lokalen Suche wirklich die Potentiale? Mit welcher Taktik generiert man qualitativ hochwertigen Traffic aus lokalen Listings und wie kann man Stadtpläne, Karten und lokale Services gewinnbringend für die Suche nutzen?

Moderation:

[Alexander Holl](#), Geschäftsführer, 121 Watt

Referenten:

[Stefan Fischerländer](#), Geschäftsführer, certo it solutions & training GmbH

[Hanns Kronenberg](#), SEO Berater Suchmaschinenoptimierung und Marketing, Hanns Kronenberg SEO-Strategie.de

17:50	Ende Konferenztage 1
19:30	Search & Metrics Bash im Vice



Ausführliches Programm Tag 2

SMX München – 23.-24. März 2010

SMX München Programm – 24. März 2010

Öffnungszeiten der Ausstellung: 8:00 – 15:30

8:00
9:00 Registrierung – Kaffee, Tee und Croissants

Panel 1: SMX Taktik – Garmisch Partenkirchen

Social Media, Suche & Reputationsmanagement

Facebook, Xing, Twitter, Google Wave.. der Erfolg von Social Media ist ungebremst. Social Media Sites und Features sind heute Schlüsselfaktoren, um Suchresultate zu beeinflussen. Hören Sie in dieser Session, mit welchen Taktiken Sie sicherstellen, daß Sie das Neueste über Ihr Unternehmen nicht als Letzter erfahren und wie Sie mit Hilfe von SMM mit positiven Nachrichten in den Suchergebnissen weit oben stehen können.

Moderation:

[Tim Cole](#), Journalist

Referenten:

[Hans-Joachim Gras](#), Berater für Reputation Control, New Communication GmbH & Co.KG

[Curt Simon Harlinghausen](#), Geschäftsführer und Gesellschafter, AKOM360

[Hans T. Breckwoldt](#), Manager Marketing Chocolate DACH, Toblerone, KraftFoods

Panel 2: SEO Spezial – Ballsaal

SEO für Universal & Blended Search – Teil 1

Auf vertikale und/oder spezialisierte Suchergebnisse treffen Nutzer meist über Blended Search Resultate. Bei „Blended Search“ werden Ergebnisse aus der News-, Blog- und Produkt-Suche, der Lokalen Suche, Video- und Bildersuche in die „reguläre“ Ergebnisseite gemischt. In dieser Session wird nach einer kurzen Einführung zur Bedeutung von Blended Search jeder Aspekt von einem Experten beleuchtet und dargestellt, wie man die „Blended Search Chancen“ nutzen und davon profitieren kann.

Moderation:

[Alexander Holl](#), Geschäftsführer, 121 Watt

Referenten:

Einführung: [Marcus Tober](#), Geschäftsführer, Searchmetrics GmbH

News: [Christoph Burseg](#), Geschäftsführer, TRG

Blog: [Tom Alby](#), Director Search, Uniquedigital GmbH

Produkt: [Jens Tonnier](#), Head of SEO, ad agents GmbH

Lokale Suche: [Philipp von Stülpnagel](#), Geschäftsführer, SUMO GmbH

Video: [Marc Duch](#), Gruppenleitung Projekte und Entwicklung, Tomorrow Focus Technologies GmbH

Bilder: [Johannes Müller](#), Webmaster Trends Analyst, Google

9:00
10:15

Panel 3: SEA/SEM Spezial – Atlanta

Neue und heiß diskutierte Technologien: Retargeting und Bidmanagement

Was gibt es neues auf dem Toolmarkt, über welche Technologien sollten Sie Bescheid wissen und was leisten diese Tools? In dieser Session erfahren Sie alles zu neuen Tools und Targetingmöglichkeiten – lassen Sie sich überraschen und hinterfragen Sie kritisch!

Moderation:

[Pascal Fantou](#), Geschäftsführer, cogito ergo GmbH & Co. KG

Referenten:

[Markus Backs](#), Commercial Director, Criteo SA

[Jens Jokschat](#), Geschäftsführer, pilot 1/0

[Jens Maurer](#), Geschäftsführer, DC Storm Deutschland GmbH

[Mischa Rürup](#), Geschäftsführer/COO der intelliAd Media GmbH

10:15
10:45

Kaffeepause

Panel 1: SMX Taktik – Garmisch Partenkirchen
Konsumpsychologie und Konversionsraten

Usability ist Schnee von gestern. Landingpages so zu konzipieren und optimieren, daß Nutzer die gewünschten Aktionen ausführen gelingt Ihnen nur dann, wenn Sie die Nutzer verstehen. Denn Konversion passiert im Kopf des Konsumenten. In dieser Session erhalten Sie konkrete Tipps von Top-Experten, wie Sie das Nutzererlebnis Ihrer Site so verbessern, daß die Konversionsrate steigen wird.

Moderation:

[Tim Cole](#), Journalist

Referenten:

[Moritz Habermann](#), Online-Marketing, Weblog blogzwonull.de
[André Morys](#), Vorstand, Senior Consultant, Web Arts AG
[Stefanie U. Dürr](#), eCommerce Project Manager, Google Deutschland GmbH

Panel 2: SEO Spezial – Ballsaal
SEO für Universal & Blended Search – Teil 2

Auf vertikale und/oder spezialisierte Suchergebnisse treffen Nutzer meist über Blended Search Resultate. Bei „Blended Search“ werden Ergebnisse aus der News-, Blog- und Produkt-Suche, der Lokalen Suche, Video- und Bildersuche in die „reguläre“ Ergebnisseite gemischt. In dieser Session wird nach einer kurzen Einführung zur Bedeutung von Blended Search jeder Aspekt von einem Experten beleuchtet und dargestellt, wie man die „Blended Search Chancen“ nutzen und davon profitieren kann.

Moderation:

[Alexander Holl](#), Geschäftsführer, 121 Watt

Referenten:

Einführung: [Marcus Tober](#), Geschäftsführer, Searchmetrics GmbH
News: [Christoph Burseq](#), Geschäftsführer, TRG
Blog: [Tom Alby](#), Director Search, Uniquedigital GmbH
Produkt: [Jens Tonnier](#), Head of SEO, ad agents GmbH
Lokale Suche: [Philipp von Stülpnagel](#), Geschäftsführer, SUMO GmbH
Video: [Marc Duch](#), Gruppenleitung Projekte und Entwicklung, Tomorrow Focus Technologies GmbH
Bilder: [Johannes Müller](#), Webmaster Trends Analyst, Google

10:45
12:00

Panel 3: SEA/SEM Spezial – Atlanta

Realtime News und Suchmarketing: Was Marketingverantwortliche über die Suche zu aktuellen Ereignissen wissen sollten

Täglich gibt es neue Nachrichten. Besonders zeitkritische und wichtige Nachrichten – so genannte Breaking News – werden von allen Medien aufgegriffen und Nutzer tauschen sich über alle Plattformen darüber aus. In den guten alten Internetzeiten suchten die Nutzer im Web nach dem jeweiligen Thema und bekamen auch Resultate – allerdings nicht wirklich zeitnah. Heute gibt es endlose Möglichkeiten: über Twitter erhält man Echtzeit-Resultate; die News-Suche ist zwar etwas zeitverzögert, liefert dafür aber ein zusammenhängendes Bild und Kontext und die Websuche liefert News Inhalte zusammen mit aktuellen Web Listings. Wie reagieren die Nutzer auf aktuelle Ereignisse und wo liegen die Potentiale für Marketingverantwortliche?

Moderation:

[Pascal Fantou](#), Geschäftsführer, cogito ergo GmbH & Co. KG

Referenten:

[Stefan Fischerländer](#), Geschäftsführer, certo it solutions & training GmbH
[Dr. Michael Kausch](#), Geschäftsführer und Inhaber der Agentur vibrio.

12:00
13:30

Mittagspause

Panel 1: SMX Taktik  Session findet teilweise auf englisch statt – Garmisch Partenkirchen
Wie finden Suchmaschinen Spam – Mustererkennung durch Suchmaschinen


In dieser Session lernen Sie, wie Google, Bing und andere Suchmaschinen analysieren, ob Inhalte „gute“ Inhalte oder Spam sind. Welche Muster entdecken die Suchmaschinen? Welche Penalties gibt es und wie kann man diese erkennen? Holen Sie sich hier die Antworten.

Moderation:

[Tim Cole](#), Journalist

Referenten:

[Ben Hendrickson](#), Software Developer, SEOmoz
[Prof. Dr. Mario Fischer](#), tms Institut für technik & marktstrategien

Panel 2: SEO Spezial  Session findet teilweise auf englisch statt – *Ballsaal*

Technische Rahmenbedingungen und Indexierbarkeit für große Webseiten

Domain Names, URLs, Template Design, Duplicate Content & Canonical Tag, Subdomains oder Subdirectories? Sind Tracking Parameter ein Problem für Suchmaschinen? Bringen Keywords in der URL einen Vorteil? Inwieweit löst der Canonical Tag das Problem Duplicate Content wirklich? In dieser Session liegt der Fokus auf allen technischen SEO Fragen und unsere Experten liefern Ihnen die Antworten.

Moderation:

[Alexander Holl](#), Geschäftsführer, 121 Watt

Referenten:

[Boris Bergmann](#), Boris Bergmann.com

[Mikkel deMib Svendsen](#), Creative Director, deMib.com ApS

[Mathias Sieg](#), Technischer Geschäftsführer, SUMO GmbH

[Johannes Müller](#), Webmaster Trends Analyst, Google

13:30
14:45

Panel 3: SEM/SEA Spezial – *Atlanta*

Fallstudien

Herausforderungen in der Umsetzung einer internationalen SEM Strategie / BMW

Wie kann internationales SEM Management erfolgreich und effektiv betrieben werden? Was sind die Herausforderungen, wenn strategische, zentrale Zielsetzungen auf unterschiedliche Reifegrade der SEM Märkte, unterschiedliche Größen von Organisationen und unterschiedliches Verhalten aufgrund kultureller Gegebenheiten treffen? In dieser Session hören Sie von Florian Resinger wie es bei der BMW Group gelungen ist.

Moderation:

[Pascal Fantou](#), Geschäftsführer, cogito ergo GmbH & Co. KG

Referent:

[Florian Resinger](#), Manager Marketing & Communications, BMW Group

Google Grants – PR Gag oder echte Hilfe für gemeinnützige Organisationen

SEM spielt bei der Spendengenerierung gemeinnütziger Vereine und Stiftungen eine immer wichtigere Rolle und mehr und mehr Institutionen nutzen heute "Google Grants" – kostenfreie Google Adwords Anzeigen. Aber kann man mit einem limitierten CPC Reichweite erzielen? Hören Sie in dieser Session wie es bei der Katharina Witt Stiftung gelungen ist Google Grants so effektiv einzusetzen, daß SEM zu einem integralen Bestandteil der Spendenakquise geworden ist.

Moderation:

[Pascal Fantou](#), Geschäftsführer, cogito ergo GmbH & Co. KG

Referent:

[Tobias Geissner](#), Projektbetreuung, Katharina Witt Stiftung gGmbH

[Axel Zawierucha](#), Geschäftsführer, internetwarriors gmbH

14:45
15:15

Kaffeepause

Panel 1: SMX Taktik – *Garmisch Partenkirchen*

Search and the Law – DOs and DON'Ts bei der Suchmaschinenwerbung.

Der EuGH und Google AdWords – Was ist erlaubt, was bleibt verboten? Erste Entscheidungen zu SEO-Maßnahmen – Von schwarzen und weißen Hüten und der Rechtslage in Deutschland. Bringen Sie sich auf den aktuellen Stand der Rechtsprechung. Top-Experte und Fachanwalt für IT-Recht Dr. Martin Schirnbacher, bereits im dritten Jahr Referent auf der SMX, legt Ihnen die Rechtslage so dar, daß diese verständlich und umsetzbar ist. Nehmen Sie Rechtstipps mit, die Ihnen Geld, Zeit und Ärger ersparen werden.

Moderation:

[Tim Cole](#), Journalist

Referent:

[Dr. Martin Schirnbacher](#), HÄRTING Rechtsanwälte

Panel 2: SEO Spezial – *Atlanta*

Inhouse SEO

In dieser Session lernen Sie, wie Sie mit all den Herausforderungen und Hürden, die Inhouse SEO mit sich bringt am besten umgehen und zwar von den Leuten, die es bereits geschafft haben und erfolgreiches Inhouse SEO betreiben. Jeder Inhouse SEO beleuchtet hier ein Thema und dann ist viel Zeit für Q&A eingeplant.

15:15

Moderation:

16:15

[Alexander Holl](#), Geschäftsführer, 121 Watt

Referenten:

[Florian Stelzner](#), SEO Manager, Xing AG

[Olga Dick](#), Suchmaschinen-Marketing, Siemens Divisionen Industry Automation und Drive Technologies

[Marcell Sarkózy](#), Head of SEO, Sixt AG

Panel 3: SEM/SEA Spezial – Ballsaal

PPC Blackhat und wie Sie Ihre Kampagnen davor schützen

BrandBidding, AdHijacking, Markenrechtsverletzungen...all dies ist im Standardrepertoire eines PPC Blackhat. Mit welchen Methoden arbeiten Blackhats und welche Tools und Fraud Detection Methoden sollten Sie kennen, um sich und Ihre Kunden vor PPC Angriffen zu schützen.

Moderation:

[Pascal Fantou](#), Geschäftsführer, cogito ergo GmbH & Co. KG

Referenten:

[Christian Bennefeld](#), Geschäftsführer, etracker GmbH

[Evert Veldhuijzen](#), Managing Director Deutschland Onetomarket, Gesellschafter Veroworx KG

[Tim Ringel](#), Geschäftsführer, metapeople GmbH

16:15

Kurze Pause

16:20

Panel 1: SMX Taktik – Garmisch Partenkirchen

SEO Keyword Management für Fortgeschrittene

Sie haben eine große Webseite und Nutzer kommen mit zahllosen Suchbegriffen auf Ihre Website. Welche Analysemöglichkeiten und welche Tools gibt es um die richtigen Suchbegriffe auszuwählen. Hier lernen Sie, wie Sie eine hohe Anzahl an Suchbegriffen effektiv recherchieren, strukturieren und managen können.

Moderation:

[Tim Cole](#), Journalist

Referenten:

[Andreas Rembow](#), Manager Search Engine Optimization, Deutsche Telekom AG, Products & Innovation

[Karsten Krienke](#), Gründer und Geschäftsführer, Sohomint GmbH

Panel 2: SEO Spezial – Ballsaal

SEO – Fragen, die Sie schon immer stellen wollten!

Hier gibt es keine PowerPoint Präsentationen! Stellen Sie Ihre SEO Fragen an unser Experten-Panel und holen Sie sich die Antworten zu allen Ranking- und Crawling-Themen.

Moderation:

[Alexander Holl](#), Geschäftsführer, 121 Watt

Referenten:

[Prof. Dr. Mario Fischer](#), tms Institut für technik & marktstrategien

[Jens Fauldrath](#), Teamleiter SEO, Deutsche Telekom AG P & I PSN-A Contextual Search and Advertising

[Christoph C. Cemper](#), Geschäftsführer, Cemper GmbH

[Uwe Tippmann](#), Geschäftsführer, ABAKUS Internet Marketing GmbH

16:20

17:20

Panel 3: SEM/SEA Spezial – Atlanta

Google Adwords für SEM Profis

Sie sind bereits Experte für Google Adwords? Sie wissen aber auch, daß das Potential Ihres Google Adwords Account noch lange nicht ausgeschöpft ist? Dann ist diese Session genau richtig für Sie: Hier werden Themen wie Qualitätsfaktor & First Page Bid, Optimierung von Kampagnenstrukturen, optimale Anzeigentexte, Targetingmöglichkeiten und die wichtigste Berichte bei Google Adwords besprochen.

Moderation:

[Pascal Fantou](#), Geschäftsführer, cogito ergo GmbH & Co. KG

Referenten:

[Marc Hoefl](#), Head of SEM, pilot 1/0

[Daniela Moisel](#), Online Marketing Leitung, opodo GmbH

17:20

Konferenzende

