



26. Europäische Congressmesse der IT- und TK-Branche

Content & Portal-Management

ONLINE - Die Congressmesse Deutschlands
mit höchster Öffentlichkeitswirkung für die IT&TK-Innovationen

ONLINE Congressse **8 Congressse in 1 Messe**

Das weltweit größte Congressangebot mit Dokumentation zu den TK&IT-Innovationen ist Qualitätsmerkmal dieser in Deutschland und Europa herausragenden Congressmesse.

Mit 8 Congressen fokussiert die ONLINE das Innovationspotential der IT&TK-Branche. Hauptzielgruppe sind die IT&TK-Entscheider.

- ➔ <http://www.euro-online.de/congressse>
- ➔ <http://review.euro-online.de>

ONLINE Expo

als Zugangs- und Verteilungsplattform zu den Congress-Sälen, mit Demo- und Consulting Points vor und nach den Vorträgen ist funktionales Zentrum der Congressmesse.

Sonder- & Systemstände

- ➔ <http://planning.euro-online.de>
(➔ Messeangebote)

ONLINE Workshops

mit elektronischem Leads-Adressenservice: Hier werden Anbieter und Interessenten in professioneller Form zusammengeführt

- ➔ <http://planning.euro-online.de>
(➔ Messeprofil)

Kombipakete

für professionelle Serviceleistungen und Sponsoring-Pakete mit Keynotes ermöglichen eine höhere Effizienz Ihrer Beteiligung ▶ 4. Seite

Herausragende **Öffentlichkeitswirkung**

für das Congressmesse-Programm mit Hilfe einer flächendeckenden Cross-Media-Besucherwerbung bedeutet mehr Schubkraft für Ihre Innovationen auf dem Weg in den Markt

- ➔ <http://planning.euro-online.de>
(➔ Messemarketing)

Mediapartner

der Printmedien und im Internet (ONLINE 2002: 14 Mediapartner) unterstützen die ONLINE, die PR-Wirkung für das Congressmesse-Angebot wesentlich zu verstärken. Alle Werbeaktionen fokussieren das Internet-Service-Portal

- ➔ <http://www.euro-online.de>

Service pur für Messepartner

26 Jahre Kompetenz & Know-how sind Basis für professionelle Service-Leistungen, die für Ihre Beteiligung an der ONLINE zur Verfügung stehen

- ➔ <http://planning.euro-online.de>
(➔ Messeprofil)

Weitergehende Planungs- **informationen für Aussteller**

Wie z.B. detaillierte Planungsinformationen zu den Congressen, Teilnahmebedingungen, Anmeldeformulare:

- ➔ <http://planning.euro-online.de>
(➔ Download)



VII Portal & Knowledge Management

VII-1 Enterprise Portale: Kritischer Wettbewerbsfaktor für Unternehmen

Bei Grossunternehmen mit mehr als 5 000 Mitarbeitern werden in diesem Jahr für Portale die grössten IT-Investitionen getätigt. Mittelständische Unternehmen ziehen nach * Enterprise Portale, mehr als eine Ansammlung von Informationen: Einsatz als Frontend und Backend-Plattform, für Enterprise Content Management, Prozessautomatisierung, Knowledge Management, ... * Enterprise Portale, Konzepte zur Realisierung eines erfolgreichen Portals: Vorgehensmodelle Portalentwicklung, Implementierungsansätze * Enterprise Content Management in Enterprise Portalen: Anforderungen, Projekte und Lösungen * Enterprise Portale als Integrationsplattform: Integration von Systemen für eine durchgängige Informationsversorgung, Zusammenführung unterschiedlicher Applikationen in einer einheitlichen, personalisierbaren Oberfläche * Enterprise Portale: Richtungsweisende Projekte, neue Branchenlösungen und Erfahrungen.

VII-2 Business-to-Employee (B2E): Organisatorische Evolution durch Mitarbeiterportale

Mitarbeiterportale dienen zur Automatisierung zahlreicher interner Abläufe, tragen zur Vernetzung der Geschäftsprozesse bei und erleichtern die Nutzung von Unternehmenswissen (Knowledge Management) * Aufbau von Mitarbeiterportalen, Planung und Design, Probleme und Lösungen, organisatorische Auswirkungen, Ziele und Chancen * Geschäftsprozessoptimierung durch Mitarbeiterportale: Welche Prozesse? Wo greift die Prozessoptimierung am besten? Mehrwert für Mitarbeiter, Kosten/Nutzen-Aspekte * Informationsstruktur und Oberflächengestaltung in einem Mitarbeiterportal: Wie kann eine Fülle von Informationen zielgruppenorientiert strukturiert werden? Auswirkungen der Neuordnung der Informationsstruktur auf Unternehmensprozesse, -organisation und -kultur * Mitarbeiterportale und Wissensmanagement: Die Rolle eines Mitarbeiterportals in einer globalen Organisation, Content- und Wissenstaxonomien als zentrale Elemente eines Portals, Mitarbeiterportale als "knowledge management component" * KM (Knowledge Management)-Funktionen in einem Mitarbeiterportal: Überblick über KM-Funktionen, warum KM-Funktionen in einem Portal, Erfahrungen beim Aufbau und der Einführung von KM-Funktionalitäten im Portal.

VII-3 Knowledge Management (KM): Strategien und praktische Umsetzung

Organizational Intelligence: Wissen als kritischer Erfolgsfaktor im globalen Wettbewerb * Business Intelligence und KM als Erfolgskonzept für Unternehmen: Wege, Projektmethodik, Erfahrungen * Strategien und Organisation von Wissensmanagement, Intranet-Lösungen und Erfahrungen mit Praxis-Projekten * KM in der Hightech-Industrie: Hightech ist kontinuierliches Know-how auf Spitzenniveau, dauerhafte Erschliessung des Wissenskaptals mit KM, Lösungsmöglichkeiten für das erfolgreiche KM speziell für Hightech-Industrie * Rationalisierungspotenziale für Geschäftsprozesse durch Dokumenten- und KM-Systeme, nachhaltige Effizienzsteigerung der Geschäftsprozesse mit Hilfe professioneller Tools, Umsetzung erheblicher Rationalisierungspotenziale in den Unternehmensbereichen mit durchgängiger Verfügbarkeit und optimalen rollenbasierten Zuordnungen * Einsatz von Wissenstechnologien in Produktion, Warenwirtschaft und Logistik, im Qualitätsmanagement, im Projektmanagement, ... * Architekturen und Entwicklungsmethoden von KM-Systemen * Strategien zur Einführung sowie Einsatz von KM-Systemen * Integration von KM- und ERP-Systemen, Prozessorientiertes KM * KM-Einführung Hand in Hand mit Veränderungsprozessen, die eine Kultur der Wissensteilung fördern.

VII-4 Knowledge Management (KM): Neue Methoden und Technologien zur umfassenden Wissensnutzung

Intranets, Extranets, Websites, Portale und virtuelle Marktplätze als Instrumente des Wissensmanagements: Neue Herausforderungen für Unternehmen, "Learned Lessons" und Perspektiven, Benefits und Malefits der Information und Kommunikation in kollaborativen Projekten (Abteilungsübergreifend, Standort-übergreifend, international, weltweit, online in Dialogform, offline über Zeitzeonen hinweg ...) * Frameworks für KM: Markt-orientiert, Gruppen-orientiert, Prozess-orientiert * Gruppen-orientiertes KM: Bildung von Communities, Rollen in Communities, Nutzen durch Communities * Prozess-orientiertes KM, Integration von KM in Geschäftsprozesse (Einsatz für eBusiness, cBusiness, eProcurement, eSourcing, ...) * Virtuelle Arbeitsräume und Einsatz von Collaborative Tools für die Zusammenarbeit mit Partnern, Mitarbeitern, Kunden, Kollegen in anderen Abteilungen, in anderen Unternehmen, in anderen Städten, Ländern und Erdteilen, in einem Projekt, in einem Prozess ... * Virtuelle Teams und ihre Ausstattung mit unterschiedlichen Formen der Information und Kommunikation (one2one, one2many, many2many, Chatten, SMS, MMS ...) * Neue Tools und Software-Lösungen, neue Projekte und Erfahrungen.

Content & Portal-Management



CCD.
Congress Center
Düsseldorf

27.-30.1.2003

im Umfeld von

**eCommerce & eBusiness, eSelling & eCRM,
Web Services, Collaborative Business, B2B Marktplätze,
Knowledge Management**

8 Congresse in 1 Messe

32 ganztägige Symposien mit
hochqualifizierten Congress Chairmen & Keynote Speakern

Richtungsweisende Symposien zu:

eCommerce der neuen Generation: Kunden-orientierte
Optimierung der Internet-Präsenz..... Symposium V-1
eSelling & eCRM: Optimierung der Vertriebsprozesse
über das Internet..... Symposium V-2
Semantische Web-Services, Webontologien und
Webagenten Symposium VI-3
Web-Services: Neue Strategien und Techniken
für EAI? Symposium VI-4
**Enterprise Portale: Kritischer Wettbewerbsfaktor
für Unternehmen Symposium VII-1**
**Business-to-Employee (B2E): Organisatorische
Evolution durch Mitarbeiterportale Symposium VII-2**
Knowledge Management (KM): Strategien und
praktische Umsetzung Symposium VII-3
Knowledge Management (KM): Neue Methoden
und Technologien zur umfassenden Wissensnutzung Symposium VII-4
Collaborative Business: Durch Prozess-Tuning und
neue Strategien Potenziale ausschöpfen Symposium VIII-1
B2B-Marktplätze & eProcurement: Potenziale für
die richtige Strategie Symposium VIII-2
eBusiness: Erfolgsfaktoren, ROI und Best Practices..... Symposium VIII-3
Knowledge Management (KM): Der Markt in
Deutschland & Best Practices Symposium VIII-4

28.-30.01.2003

Zugangs- und Verteilungsplattform
zu den Congress- & Workshop-Sälen

ONLINE Expo

Mit Demo & Consulting Points
zu den Congress- und Workshopvorträgen

28.-30.01.2003

Vertrieb-Präsentationen der Aussteller in den

ONLINE Workshops

Kostenfrei für alle Messebesucher
Leads-Adressenservice für den Aussteller

**Congresse
fokussieren
die
IT & TK-Innovationen**

Congress I
*Telecom,
UMTS &
Mobile Trends*

Congress II
*Carrier &
Enterprise
Network Trends*

Congress III
*IP-Kommunikation,
Streaming Media
& Voice Portale*

Congress IV
*e/mSecurity,
Biometrics
& e/mPayment*

Congress V
*eCommerce &
eSelling, mCommerce
& mBusiness*

Congress VI
*Web-Services:
Schlüssel für
eBusiness Integration*

Congress VII
*Portal &
Knowledge
Management*



Congress VIII
*Collaborative Business,
Marktplätze &
Best Practices*



Referatsplätze

Who is who?

8 Congresse in 1 Messe in Verbindung mit praxisnahen Workshop-Präsentationen fokussieren das Innovationspotential der IT&TK-Branche.

Die Referate zeigen die innovative Leistungsfähigkeit der beteiligten Unternehmen.

Das Congressmesse-Programm wird mit einer flächen-deckenden Besucherwerbung bekannt gemacht.

Die professionelle Dokumentation in Congressbänden sichert Langzeit-Werbewirkung.

Auf der ONLINE sind Referatsplätze mit unterschiedlichen Anforderungen und Service-Leistungen verfügbar.

Congressreferate

- ▶ Strategie- und problemorientierte Informationen gemäß Planungsunterlagen A.I-A.VIII.
- ▶ Professionelle Dokumentation in Congressbänden.
- ▶ Referenten erhalten eine kostenfreie Congress-Dauerkarte mit Congressband (Freier Zutritt zu 8 Congressen, ONLINE Expo und Workshops).
- ▶ Referatsdauer: ca. 35 Min. inkl. Diskussion.

Workshopvorträge

- ▶ Vertriebsorientierte Präsentationen von Produkten und Service-Leistungen.
- ▶ Kostenfreier Zutritt für alle Messebesucher.
- ▶ Leads-Adressenservice je Workshop für Aussteller (kostenfrei).
- ▶ Workshops werden im Programm, im Internet, im Messekatalog und in mehr als 400.000 Besucher-Gutscheinen publiziert.

Keynote Speeches

- ▶ Führende Congressreferate mit Hervorhebung als Keynote Speeches im Programm
- ▶ Aufnahme in die Highlights ONLINE 2003 mit Sprecherphoto und Statement
- ▶ Publikation der Highlights ONLINE 2003 im Programm, im Internet, im Messekatalog.
- ▶ Professionelle Referatsdokumentation in den Congressbänden.
- ▶ Internet Streaming inkl. Webhosting bis November 2003 verfügbar (Spitzenservice: www.euro-online.de).

Kombipaket 1

für qualifizierte Beteiligung enthält:

- ▶ 1 Congressreferat
- ▶ 1 Workshopvortrag 980, - €
Mehrere Workshopvorträge möglich.
- ▶ Fertigstand 9 qm inkl. Standfläche 2.865, - €.
- ▶ Kostenfreie Congress-Dauerkarte (4 Tage) mit Congressband im Wert von 1.300, - € für Congressreferenten.
- ▶ Kostenfreie Werbemittel und Besucher-Gutscheine für die ONLINE Expo & Workshops, Partnercode-Rabatte.

Endpreis: 3.845, - €

Kombipaket 2

für Beteiligung mit mehr Effizienz enthält:

- ▶ 1 Congressreferat (+ 2. Congressreferat)
- ▶ 1 Workshopvortrag 980, - €
Mehrere Workshopvorträge möglich.
- ▶ Systemstand 15 qm inkl. Standfläche 4.530, - €.
- ▶ Kostenfreie Congress-Dauerkarte (4 Tage) mit Congressband im Wert von 1.300, - € für jeden Congressreferenten.
- ▶ Zusätzliche kostenfreie Congress-Dauerkarte für den Aussteller. Kostenfreie Werbemittel, Adressenservice für den Aussteller, Partnercode-Rabatte.

Endpreis: 5.510, - €

Sponsoring-Paket

für Beteiligung mit Keynote enthält:

- ▶ Keynote Speech im Congress (+ 2. Congressreferat)
- ▶ 1 Workshopvortrag 980, - €
Mehrere Workshopvorträge möglich.
- ▶ Standfläche 25 qm 5.560, - €.
- ▶ Kostenfreie Congress-Dauerkarte (4 Tage) mit Congressband im Wert von 1.300, - € für jeden Congressreferenten.
- ▶ Zusätzliche kostenfreie Congress-Dauerkarte für den Aussteller. Kostenfreie Werbemittel und Adressenservice für den Aussteller, Partnercode-Rabatte.

Endpreis: 6.540, - €

- ▶ Zusätzliche 2. kostenfreie Congress-Dauerkarte für den Aussteller ab 30 qm Standfläche.

Herausgeber und Veranstalter:

ONLINE GmbH, Nevigeser Straße 131, 42553 Velbert
Tel: 0 20 51-28 52-0, Fax: 0 20 51-28 52-59
mailto: info@euro-online.de