

ONLINE

2003

26. Europäische
Congressmesse
der IT- und TK-Branche

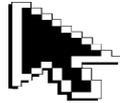


Internet-Service

>>> <http://planning.euro-online.de>

CCD. Messe Düsseldorf

ONLINE Congress
27.01.-30.01.2003
ONLINE Expo
28.01.-30.01.2003



Newsletter 05/03
für

Knowledge Management, eTransformation & eBusiness Intelligence

26. Europäische Congressmesse der IT- und TK-Branche

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

ONLINE Congress 8 Congress 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/congresse>
- ➔ <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 Planungs-
informationen zu den Congressen,
Teilnahmebedingungen,
Anmeldeformulare:

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



VII Portal & Knowledge Management

VIII Collaborative Business, Marktplätze & Best Practices

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 Wissenskapitals 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 (Abteilungs-übergreifend, Standort-übergreifend, international, weltweit, online in Dialogform, offline über Zeitzonen 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.

VIII-4 Knowledge Management (KM): Der Markt in Deutschland & Best Practices

KM als ganzheitliches und integriertes Konzept zur Erschließung, Speicherung und Austausch von Wissen; der Wissensprozess spielt sich zwischen Menschen, Inhalten und Prozessen ab und braucht eine KM-fördernde Unternehmenskultur * Gemäss Marktanalysen werden bis 2003 mehr als 75 % der Global-2000-Unternehmen KM-Prozesse und -Techniken implementieren, um Innovationsprozesse zu beschleunigen, die Produktivität zu erhöhen und das "Intellectual Capital" erfassbar und abrufbar zu machen, eine Wachstumsrate von über 30 % pro Jahr wird erwartet * KM wird von den Unternehmen als eine Kombination von Prinzipien, Praktiken und Technologien verstanden, welche vorrangig für die Innovation / Optimierung von Kernprozessen im B2E-Bereich (firmenintern) und B2B-Bereich (firmenextern) eingesetzt werden. Die meisten KM-Projekte werden als Unternehmensportale (Enterprise Portals) zum Einsatz kommen, Portale haben integrierende Funktion * Besucherattraktive Referate zu Best Practices und Lösungsangeboten im KM-Umfeld sind erwünscht, zu KM-Themen aus den Bereichen wie

- Portale, Collaboration, Content Management, Personalisierung
- Search, Retrieval, Klassifizierung
- Data Warehouse, Business Intelligence
- Archive, Workflow, Dokumentenmanagement
- Knowledge Management.



im Umfeld von

**eCommerce & eBusiness, eSelling & eCRM,
Web Services, Collaborative Business, B2B Marktplätze,
Unternehmens- und Mitarbeiter-Portalen**

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-PräsenzSymposium V-1
eSelling & eCRM: Optimierung der Vertriebsprozesse
über das InternetSymposium V-2
Semantische Web-Services, Webontologien und
WebagentenSymposium VI-3
Web-Services: Neue Strategien und Techniken
für EAI?Symposium VI-4
Enterprise Portale: Kritischer Wettbewerbsfaktor
für UnternehmenSymposium VII-1
Business-to-Employee (B2E): Organisatorische
Evolution durch MitarbeiterportaleSymposium VII-2
**Knowledge Management (KM): Strategien und
praktische UmsetzungSymposium VII-3**
**Knowledge Management (KM): Neue Methoden
und Technologien zur umfassenden WissensnutzungSymposium VII-4**
Collaborative Business: Durch Prozess-Tuning und
neue Strategien Potenziale ausschöpfenSymposium VIII-1
B2B-Marktplätze & eProcurement: Potenziale für
die richtige StrategieSymposium VIII-2
eBusiness: Erfolgsfaktoren, ROI und Best PracticesSymposium VIII-3
**Knowledge Management (KM): Der Markt in
Deutschland & Best PracticesSymposium 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