

Der internationale Branchentreff für die Online-, Mobile- und Social Commerce-Community!

Jetzt anmelden und als
HORIZONT-Abonnent 100 Euro sparen!
www.conferencegroup.de/esm10

1. European Social Media Conference

+ begleitende Fachausstellung

2010

Social Media und Social Commerce –

Die neuen Megathemen für Online Handel und Online Marketing!

Was sind die Strategien führender deutscher und europäischer Player?

30. November & 1. Dezember 2010 | Marriott Hotel | Frankfurt

Die zentralen Themenfelder:

- **Social Media und Social Commerce in Europa** – Was sind die aktuellen Trends und Zukunftsperspektiven?
- **Brands go social** – Wie europäische Unternehmen mit Blogs, Twitter, Facebook und Co. aktuell die Markenbekanntheit steigern
- **Social Media Mix** – Was ist das richtige Medium für verschiedene Kunden, Länder und Zielgruppen?
- **Facebook-Kosmos** – Wie Sie das weltweite Social Web für Ihr Business-Ziele nutzen können!
- **Social Media im Marketing-Mix** – Nationale und internationale Erfolgsstrategien mit Facebook, Twitter, Youtube & Co.
- **Social Media Governance** – Die Schwachstelle in vielen Unternehmen: Worauf Sie achten müssen!
- **Der Rechtsrahmen für Social Media** auf dem internationalen Parkett
- **Zielgruppe Frauen** – Das Social Web wird weiblich!
- **The Future of Social Media** – Was ist die nächste Evolutionsstufe der sozialen Netzwerke?

+ Special Session am 1. Tag: Social Media in KMU

Es referieren und diskutieren:

Michael Buck, Dell | **Irene Meister**, Danone | **Willem Sodderland**, Buzzer International | **David Plättner**, Honda | **Alex Kahl**, Honda | **Lisa Rodwell**, moo.com
Ossi Urchs, F.F.T. MedienAgentur | **David Eriksson**, North Kingdom Design & Communication | **Jens Müller vom Feld**, Deutsche Post | **Ibrahim Evsan**, sevenload
Nico von Sobbe, McDonalds | **Fabienne Rollot**, Becks | **Ian Brown**, Holmes Place | **Tim Alexander**, Telefónica O2 Germany | **Ulrich Proeschel**, Brand Director, TBWA/ Europe
Dr. Stephanie Staar, Erdbeerlounge | **Ergin Iyilikci**, Scout 24 Gruppe | **Stefan Zilch**, MySpace | **Dr. Prof. Gentsch**, Business Intelligence Group | **Mathias Sinn**, Neue Digitale/razorfish | **Dr. Andreas Bersch**, Berliner Brandung | **Thomas Brandhoff**, sociomantic labs | **Felix Stöckle**, Landor Associates | **Jan Möllendorf**, defacto.x
Frederik Tautz, Ketchum Pleon | **Thorsten Schapmann**, deepblue networks | **Andreas Hubert**, Pasculli Holding | **Andrea Juchem**, Juchem | **Dr. Carsten Ulbricht** M.C.L., Dierm & Partner | **Olaf Siemen**, Lightspeed Research | **Benjamin Möhlenhoff**, Eprofessional | **Maik Königs**, elbkind | **Billy Jurewicz**, Founder and CEO, space150/USA
Marcus Fischer, President, space150/USA | **Martin Czermin**, Managing Director Tech Unit Deutschland, eCircle | **Marco Nussbaum**, Co-Founder und CEO, prizeotel

Partner:



Medienpartner:



Eine gemeinsame
Veranstaltung von:

HORIZONT
ZEITUNG FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN

the conference group
worldwide business events

Ein Beteiligungsunternehmen der
Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag

www.conferencegroup.de/esm10 | www.twitter.com/SocialSummit10 | [#sms10](https://twitter.com/sms10)

Das Programm der 1. European Social Media Conference 2010

1. Veranstaltungstag: Dienstag, 30. November 2010

Begrüßung: Olaf Kolbrück, Redakteur, HORIZONT

Moderation: Jan Eggers, Redakteur Multimedia, Hessischer Rundfunk

European Social Media: Einführung & Ausblick

09.00 – 09.40

**Kunde 2.0 - You Ain't Seen Nothing, Yet!
International Social Media Trends & Hypes**

Ossi Urchs, Internet-Guru, F.F.T. MedienAgentur

09.40 – 10.10

Social Media around the world – Die Key-Entwicklungen im internationalen Vergleich: Wie Konsumenten in Europa und weltweit Social Media nutzen!

Olaf Siemen, Account Director Deutschland, Lightspeed Research

Social Media im Marketing-Mix – Don't let your brand get lost in the Social Media Jungle

10.10 – 10.45

Out of Control – Branding goes open source?

- Wie Social Media die Markenführung tatsächlich revolutionieren wird
- Warum Social Media die Erfüllung des Markenversprechens fordert, fördert und erzwingt
- Was machen europäische Unternehmen derzeit in puncto Branding mit Hilfe von Social Media?

Felix Stöckle, Managing Director, Landor Associates GmbH

10.45 – 11.15 Kommunikations- und Kaffeepause

11.15 – 11.45

Social Media als Lead-Medium einer Kampagne am Beispiel der McDonalds „Nürnburger“- Markteinführung

Mathias Sinn, Managing Director, Neue Digitale/razorfish

Nico von Sobbe, Department Head Corporate Affairs McDonald's Deutschland Inc

11.45 – 12.15

Customer loyalty via Social Media – Erfolgsstrategien im Medien-Dschungel: Das Beispiel Holmes Place International

Ian Brown, Business Development Manager Central Europe, Holmes Place Lifestyle Clubs GmbH

Thorsten Schapmann, Geschäftsleitung Dialog Kommunikation, deepblue networks AG

12.15 -12.45

Social Media at its best – The Becks Experience!

Stefan Zilch, Sales Director D-A-CH, MySpace

Fabienne Rollot, Marketing Director, Becks

12.45 – 14.00 Kommunikations- und Mittagspause

Facebook, Twitter, Youtube & Co – Die Erfolgsstrategien deutscher und internationaler Unternehmen aktuell

14.00 – 14.30

Social Media Roadtrip - Mit dem zwitschernden Hybridcoupè an Europas Küste entlang gebloggt

David Plättner, PR & Social Media, Honda & **Alex Kahl**, Blogger

14.30 – 15.00

The Pepsi Refresh Project – What do you care about?

Ulrich Proeschel, Brand Director, TBWA/ Europe

15.00 – 15.30

Die evian-roller babys auf Youtube – Das erfolgreichste Viral des Jahres 2009

Irene Meister, Global Marketing Manager evian, Danone

15.30 – 16.00

Social Media based strategy – International success by moo.com

Lisa Rodwell, VP Marketing and Product, moo.com (Vortrag in englischer Sprache)

16.00 – 16.30 Kommunikations- und Kaffeepause

16.30 – 17.00

Word of Mouth: forget 'Like', Fans & Recommendations

Willem Sodderland, CEO, Buzzer International (Vortrag in englischer Sprache)

Zielgruppen Special:

Frauen im Social Web

17.00 – 17.30

A girl's best friend: Die Rolle von Blogs und Communities bei Kaufentscheidungen

Ergebnisse der amerikanischen „Social Media Matters“-Studie und ihre Relevanz für den deutschen Markt

Frederik Tautz, Business Director Consumer Goods, Ketchum Pleon

17.30 – 18.00

Was Frauen wollen – Das Social Web wird weiblich

Dr. Stephanie Staar, Geschäftsführerin, Erdbeerlounge GmbH

Social Media rockt – What's next?

18.00 – 18.30 Keynote

The Social Media Evolution – Trends that will take online networking to another level

Facebook and Twitter has so far very much been a playground and just the start for digital social networking. In the next few years there are some trends that will radically change how we use and interact with social media. In this session David Eriksson will highlight a few of them.

David Eriksson, CEO/Creative Director, North Kingdom Design & Communication AB, Skelftea/Schweden

Special Session KMU

Moderation: Andrea Buzzi, Geschäftsführerin, Agentur Frau Wenk

Social Media in KMU – Chance, Potenzial und Erfolgsstrategien

16.30 – 17.00

Social Media – Chancen und Potenziale für KMU

Benjamin Möhlenhoff, Social Media Specialist, Eprofessional GmbH

17.00 – 17.25 Best Practice

Social Media statt Gütesiegel – Wie KMU mit gelebter Authentizität punkten können

Andrea Juchem, Geschäftsführerin, Juchem GmbH

17.25 – 17.50 Best Practice

Der virale Effekt: Aufbau einer Marke durch virtuelle Mundpropaganda am Beispiel prizeotel

Marco Nussbaum, Co-Founder und CEO, prizeotel

17.50 – 18.15

Interessenbasiertes Targeting – Die „Become-a-Fan-Kampagne“ am Beispiel Pasculli

Oder: Was man mit 1,50 € alles erreichen kann

Andreas Hubert, Managing Director, Pasculli Holding GmbH

18.15 – 18.30 Q&A

ca. 18.30 Sektempfang und Get-Together

Das Programm der 1. European Social Media Conference 2010

2. Veranstaltungstag: Mittwoch, 1. Dezember 2010

Moderation: **Olaf Kolbrück**, Redakteur, HORIZONT

Social Media Governance – Die Infrastruktur für Twitter & Co.

09.00 – 09.30

Web 2.0 Monitoring, Krisen-Radar und Intervention für ein erfolgreiches Social Media Management

- Die Erfolgsfaktoren der digitalen Kommunikation am Beispiel der Einführung des E-Postbriefes der Deutsche Post
- Wie Social Media zum festen Bestandteil des Gesamtprozesses wird

Dr. Prof. Peter Gentsch, Gründer und Managing Director, Business Intelligence Group
Jens Müller vom Feld, Vice President Customer Service, Deutsche Post AG

International Social Media Mix:

Das richtige Medium für verschiedene Kunden, Länder und Zielgruppen

09.30 – 10.00

„Social Media“ – driving customer centricity- different customers require different approaches: The DELL success story

Michael Buck, Director and General Manager, Global SMB Online Business, Dell Inc.

10.00 – 10.30

„Der Europäische Social Media und E-Mail Monitor“ – digitaler Dialog mit Facebook, Twitter, E-Mail & Co.

- Exklusive Ergebnisse der umfassendsten Social Media und E-Mail-Studie in Europa
- Wie können E-Commerce-Unternehmen E-Mail, Facebook, Twitter & Co. effektiv kombinieren?
- Welche „virale Reichweite“ haben soziale Netzwerke wirklich?
- Sharen Konsumenten E-Mails und wie viele Freunde erreichen sie dabei?

Martin Czermin, Managing Director Tech Unit Deutschland, eCircle

10.30 - 11.00 Social Media International Strategy Panel

Social Media auf dem internationalen Parkett – Welche sozialen Medien funktionieren weltweit: Local versus global

- Was sind die entscheidenden Faktoren international erfolgreicher Kampagnen?
- Welche Plattformen spielen weltweit eine relevante Rolle und sind erfolgversprechend?
- Welchen Herausforderungen stehen sich Werbungtreibende in Zeiten der atomatisierten Kommunikationsgesellschaft weltweit gegenüber?
- Welche Relevanz hat Social Media auf den internationalen Marketing-Mix?
- Internationale Authentizität – Wie funktioniert das?
- Wie gelingt der Shift vom deutschen in den internationalen Markt

Diskussionsrunde:

Es diskutieren:

Michael Buck, Director Global SMB Online Business, Dell Inc.

Tim Alexander, Head of Branding, Brand Strategy, Brand & Trade Communication, Telefónica O2 Germany GmbH & Co. OHG

Maik Königs, Geschäftsführer, elbkind GmbH

Ulrich Proeschel, Brand Director, TBWA/ Europe

Martin Czermin, Managing Director Tech Unit Deutschland, eCircle

Moderation: **Olaf Kolbrück**, HORIZONT

11.00 – 11.30 Kommunikations- und Kaffeepause

Social Media im Unternehmen - Rechtsrahmen & Implementierung

11.30 – 12.05

Social Media Marketing & Recht – Do's and Dont's bei Twitter, Facebook & Co.

Vom deutschen in den internationalen Markt – Der internationale Rechtsrahmen

- Learnings from Europe & US
- Haftungsrisiken- und Grundsätze des internationalen Social Media Marketing
- Grenzenloses Urheber- und Wettbewerbsrecht?

Dr. Carsten Ulbricht M.C.L., Rechtsanwalt, Diern & Partner, Stuttgart

12.05 – 12.30

Social Media-Implementierung am Beispiel Scout24

- Organisation im Unternehmen: Wer ist verantwortlich für Social Media?
- Klare Richtlinien für die Kommunikation: Social Media Governance

Ergin Iyilikci, Vice President Corporate Communication & PR, Scout24 Gruppe

Social Media step by step – Von der Theorie zur Praxis

12.30 – 13.00

Management of Digital Relations – Strategische Herausforderungen der nächsten Jahre und mögliche Lösungsansätze für Großkonzerne und KMUs

Jan Möllendorf, Geschäftsführer, defacto.x GmbH

13.00 – 14.00 Kommunikations- und Mittagspause

14.00 – 14.30

Social Network Analysis - Bridging Online Marketing & CRM Learnings & trends from US

Thomas Brandhoff, Managing Director, sociomantic labs

14.30 – 15.00

Facebook Marketing - Erfolgsfaktoren und Best Practice

- Einführung in den Social Graph
- Fanseiten und Anwendungen
- Facebook Connect
- Best Practice, Trends & Perspektiven

Dr. Andreas Bersch, Berliner Brandung GmbH

15.00 – 15.15 Q&A

Social Media Visions

15.15 – 15.45

Das Leben ist ein Spiel – Social Media auch, spielen Sie mit!

Von der Übertragung des realen Lebens in die digitale Welt und warum aus Social Media mittelfristig Social Gaming wird

Ibrahim Evsan, Vordenker für Social Media und Gründer von sevenload und united Prototype

15.45 – 16.15 Keynote

You are Here: the localization and socialization of brands

- Winning brands will add local and social context to digital experiences

Billy Jurewicz, Founder and CEO, space150/USA

Marcus Fischer, President, space150/USA

16.15 Ende der 1. European Social Media Conference 2010

Social Media live vor Ort – Interaktive Diskussion via Twitter

Twitter und andere Social-Web-Plattformen spielen auch vor und während der Konferenz eine wichtige Rolle.

Schon im Vorfeld können Interessierte und Teilnehmer ihre Anregungen und Fragen an uns richten. Hierfür steht Ihnen unser Twitter-Account zur Verfügung.

Blogger von Berlinblase.de kümmern sich vor Ort dann um die Interaktion der Konferenz mit dem Social Web und unterstützen die Vorträge und Diskussionsrunden während der zwei Tage, indem sie Kommentare und Fragen für die Beteiligten auf der Bühne aus Twitter sammeln und gezielt einbringen.

Der Hashtag **#sms10** sollte daher in die Tweets integriert werden, um das Auffinden relevanter Meldungen im allgemeinen „Gezwitscher“ zu erleichtern.

Wir freuen uns auf Ihre Impulse und Denkanstöße.

www.twitter.com/SocialSummit10
#sms10



Einladung zum 1. European Social Media Conference 2010

Sehr geehrte Damen und Herren,

Social Media ist aktuell **das** Megathema in Marketing und Kommunikation – nicht nur in Deutschland sondern weltweit. In den USA wird schon von einem neuen „Socialism“ gesprochen, so stark hat dieses Thema Einzug in alle Lebensbereiche gehalten.

Während Digital Natives und Otto-Normal-Surfer immer mehr Zeit in Social Networks wie Facebook, StudiVZ, Twitter, XING und MySpace verbringen, haben auch die Unternehmen und Agenturen das enorme Potenzial, das Social Media ihnen für den Kundendialog, die Kundenbindung, die Pflege der eigenen Reputation und den Aufbau völlig neuer Geschäftsmodelle bietet, erkannt.

Zukünftig werden die sozialen Netzwerke zu einem Treiber vieler neuer Marketing- und Businessinnovationen. Neben Crowdsourcing, Open Innovation und Word-of-Mouth-Kampagnen steht zunehmend auch Social Commerce auf der Agenda vieler Unternehmen – dies allerdings auf spielerischer Art, voller Kreativität, dem Medium angepasst.

Die Conference Group und Horizont haben sich vor diesem Hintergrund entschlossen, die **1. European Social Media Conference** am 30. November und 1. Dezember in Frankfurt zu veranstalten, um aufzuzeigen, welche Innovationskraft und Zukunftsperspektiven in diesem Thema nicht nur national, sondern auch international steckt.

Unter dem Motto:

Social Media und Social Commerce – Die neuen Megathemen für Online Handel und Online Marketing! Was sind die Strategien führender deutscher und europäischer Player?

stellen zahlreiche nationale und internationale Top-Referenten ihre Erfolgsstrategien und Best Cases sowie die Zukunftsperspektiven von Social Media vor. Der Kongress beleuchtet dabei erstmals alle Facetten der neuen „Wunderwaffe“ auf deutscher und europäischer Ebene und gibt Antworten auf die derzeit wichtigsten Fragen:

- Wie erreichen Unternehmen im Web 2.0-Dschungel nicht nur national, sondern auch international ihre Zielgruppen am effizientesten?
- Welche Social Media-Plattformen und -Kanäle sollte man dabei berücksichtigen?
- Welche Chancen und Risiken birgt der Einsatz von Social Media für Unternehmen?
- Welche Strategien zur Integration in den Marketing-Mix sind erfolgreich?
- Was sind die Erfolgskonzepte für eine nachhaltige Markenkommunikation im Social Web?

Neben Premium-Marken und DAX-Unternehmen stecken auch kleine Firmen verstärkt ihre Fühler Richtung Social Media aus, um damit nicht nur schnell nationale sondern auch internationale Aufmerksamkeit zu erzielen. Aber öffnen sich in den sozialen Kanälen für Marken und Unternehmen wirklich neue Tore zu alten und neuen Zielgruppen? Und das quasi mit geringem Aufwand oder zum Nulltarif? In Zukunft wird das Social Web vor allem eins- mobil – und eröffnet damit unbegrenzte Möglichkeiten der interaktiven Kommunikation mit dem Kunden.

Erfahren Sie auf dem neuen Branchentreffpunkt der Social Community, wie Sie Social Media erfolgreich nutzen können, um Produkte nicht nur zielgruppengerecht, sondern auch äußerst wirkungsvoll und vergleichsweise kostengünstig „an den Mann (und die Frau!) zu bringen“.

Erfahren Sie auf der **1. European Social Media Conference** am **30. November** und **1. Dezember 2010** in Frankfurt von nationalen und internationalen Experten, wie Social Media funktioniert.

Ein hochrelevantes Programm und ein einmaliger Content werden die Veranstaltung auszeichnen – ideal für alle, die in diesen Zukunftsmarkt investieren wollen. Profitieren auch Sie vom Social Media Hype und lassen Sie sich von mehr als 30 Branchenvorreitern an zwei Tagen durch die neuen, sozialen Welten führen.

Wir freuen uns auf eine spannende Veranstaltung, hochkarätige Referenten und intensive Diskussionen mit Ihnen auf der **1. European Social Media Conference** in Frankfurt.

Mit besten Grüßen,

Markus Gotta
Bereichsgeschäftsführer
HORIZONT

Dr. Erhard Bost
Geschäftsführer
The Conference Group GmbH

Begleitende Fachausstellung

Auf der begleitenden Fachausstellung haben Sie die Möglichkeit, dem hochkarätigen Fachpublikum Ihre Ideen, Produkte und Lösungsansätze aus folgenden Themenbereichen vorzustellen:

**Social Media Marketing | Social Commerce | Social Games | E-Mail-Marketing
Suchmaschinenmarketing | Affiliate Marketing | Mobile Marketing/Mobile Applications
Bewegtbild/Web-TV | Augmented Reality | Location Based Services**

Sie sind interessiert, als Aussteller dabei zu sein?

Dann sichern Sie sich Ihre Ausstellungsfläche und fordern Sie umgehend weitere Informationen an bei: Frau Nadine Binder, The Conference Group, unter Telefon 069/7595 - 3021, per E-Mail ausstellung@conferencegroup.de oder füllen Sie einfach das unten stehende Formular zur Anmeldung aus und faxen Sie es an folgende Faxnummer: 069/7595 - 3020.

– Fax-Anmeldung: 069/7595 - 3030 –



Ja, hiermit melde ich mich zur **1. European Social Media Conference** am 30. November und 1. Dezember 2010 in Frankfurt an. Der Teilnahmepreis beträgt 1.190,- Euro zzgl. MwSt. p.P.

Abonnenten von HORIZONT erhalten einen **Rabatt von € 100,-** auf die Kongressteilnahme.
(bitte ankreuzen und Kundennr. angeben!) Kundennr.:

Ja, wir sind an der Teilnahme als **Aussteller an der begleitenden Fachausstellung** interessiert. Bitte senden Sie uns unverbindlich nähere Informationen zu.

Ich kann nicht teilnehmen, kaufe aber die **Tagungsunterlagen** (Download) zum Preis von 399,- Euro (zzgl. MwSt.). (199,- Euro zzgl. MwSt. für Studenten)

- 15 %

1. Name / Vorname

Position

Firma

Straße/Hausnummer

PLZ/Ort

Telefon

E-Mail

2. Name / Vorname

Position

Firma

Straße/Hausnummer

PLZ/Ort

Telefon

E-Mail

3. Name / Vorname

Position

Firma

Straße/Hausnummer

PLZ/Ort

Telefon

E-Mail

Datum/Unterschrift/Firmenstempel

So melden Sie sich an:

per Post: The Conference Group GmbH
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main

per Telefon: 069/7595 - 3034

per Telefax: 069/7595 - 3030

per E-Mail: info@conferencegroup.de

per Internet: www.conferencegroup.de/esm10

Termin und Ort:

31. 30. November / 1. Dezember 2010

Frankfurt Marriott Hotel GmbH

Hamburger Allee 2

60486 Frankfurt am Main

Telefon: 069/7955-0

Telefax: 069/7555-2432

E-Mail: info.frankfurt@marriott.com

Internet: www.frankfurt-marriott.com

EZ: 165,00 Euro inkl. Frühstück

DZ: 185,00 Euro inkl. Frühstück

Zielgruppe:

Zielgruppe der Veranstaltung sind Mitglieder des Vorstandes und der Geschäftsführung, sowie Leiter und leitende Mitarbeiter aus den Bereichen Marketing/Vertrieb, Werbung/Multimedia, Online Marketing, Öffentlichkeitsarbeit/PR, IT Management, sowie Werbe-, Multimedia-, Social Media- und PR-Agenturen.

Zimmerreservierung:

Im Veranstaltungshotel haben wir ein Zimmerkontingent für die Kongressteilnehmer eingerichtet. Das Kontingent steht bis 6 Wochen vor Veranstaltungsbeginn zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel unter dem Stichwort „European Social Media Conference 2010“ vor.

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:

Bitte nutzen Sie für Ihre Anmeldung den entsprechenden Vordruck. Die Gebühr für den Kongress beträgt Euro 1.190,- (zzgl. MwSt.) pro Person. Bei Anmeldungen bis zum 30. Oktober 2010 gewähren wir einen Frühbucherrabatt von Euro 200,- auf die Kongressgebühr. HORIZONT-Abonnenten gewähren wir einmalig einen zusätzlichen Rabatt von 100,- €. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unter-

nehmen teilnehmen, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15 % Preisnachlass. Die Kongressgebühr beinhaltet die Kongressunterlagen, Erfrischungsgetränke und Mittagessen. Sie erhalten nach Eingang Ihrer Anmeldung eine Anmeldebestätigung und die Rechnung. Kongressseinlass kann nur gewährt werden, wenn der Rechnungsbetrag rechtzeitig vor Kongressbeginn beglichen wird. Bei schriftlicher Stornierung bei The Conference Group bis 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von Euro 50,- (zzgl. MwSt.) pro Person erhoben. Maßgeblich ist immer der Eingang der Mitteilung beim Veranstalter. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung innerhalb der letzten 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Ein Ersatzteilnehmer kann jederzeit gestellt werden. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

Registrierung:

Der Kongresscounter ist jeweils eine Stunde vor Kongressbeginn zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Kongressteilnahme gelten Namensschilder, die vor Beginn ausgehändigt werden.