

# „Big Bang“ für E-Commerce in Österreich

Vom 23. bis 25. Februar geht im Wiener Savoyen Hotel die Premiere der Fachkonferenz etailment Wien über die Bühne. Der gleichnamige Branchendienst von Werbeplanung.at greift die branchenübergreifenden Herausforderungen im digitalen Handel auf

In einem sind sich Marktbeobachter einig: 2015 wird in Österreich das Jahr des E-Commerce. Handelsunternehmen sämtlicher Sektoren stehen vor tief greifenden Umwälzungen und branchenübergreifenden Herausforderungen. Diese Stimmungslage greift Werbeplanung.at, eine Tochtergesellschaft des Manstein Verlags, auf und zwar mit der ersten „etailment Wien“-Konferenz, die sich drei Tage lang – von 23. bis 25. Februar 2015 im Hotel Savoyen in Wien-Landstraße – in unterschiedlichen Formaten mit dem Thema E-Commerce in sämtlichen Facetten befasst. Der auf E-Commerce und die digitale Wirtschaft fokussierte Branchendienst etailment.at ging im Juni in Kooperation mit dem gleichnamigen deutschen Branchendienst der dfv Medien-

gruppe online. Die entsprechende Fachkonferenz ist nun der logische nächste Schritt. Parallel zur Premiere von „etailment Wien“ findet an Ort und Stelle auch die Google-Analytics-Konferenz – ausgerichtet von der Spezialagentur e-dialog – statt. Die Teilnahmegebühr berechtigt zum Besuch beider Veranstaltungen und bietet damit Zugang zu rund 60 Stunden Vortragsprogramm auf zeitweise fünf Bühnen.

## Training, Konferenz, Workshop

Die drei Tage gliedern sich in einen Training Day, an dem Grundlagen vermittelt werden, einen Conference Day mit hochkarätigen Referenten und Podiumsdiskussionen und einen Workshop Day mit in die Tiefe gehenden Programmpunkten. Bernd Platzer, Mastermind von etailment.at und etailment Wien, über die neue Veranstaltung: „Wir wollen dem österreichischen Commerce den ‚Big Bang‘ bieten, den er unserer Meinung nach verdient hat. Die namhaftesten Unternehmen mit exzellentem Know-how stehen dafür auf der Bühne und arbeiten sich inhaltlich entlang der Commerce-Wertschöpfungskette ab – Shoptechnologien, Conversions, Loyalty- und Empfehlungsmanagement, Payment und Logistik als wesentliche Faktoren für Kundenzufriedenheit und Retourenmanagement.“

## Keynote von Forrester Research

Die „etailment Wien“-Konferenz wird mit einer Keynote von Michelle Beeson, ihres Zeichens Analystin bei Forrester Research in London, eröffnet. Ihr Vortrag trägt den Titel „Get ready for a multitouchpoint retail future“ und wirft einen Blick auf das Einkaufsverhalten der europäischen Konsumenten. Die Vortragenden in den

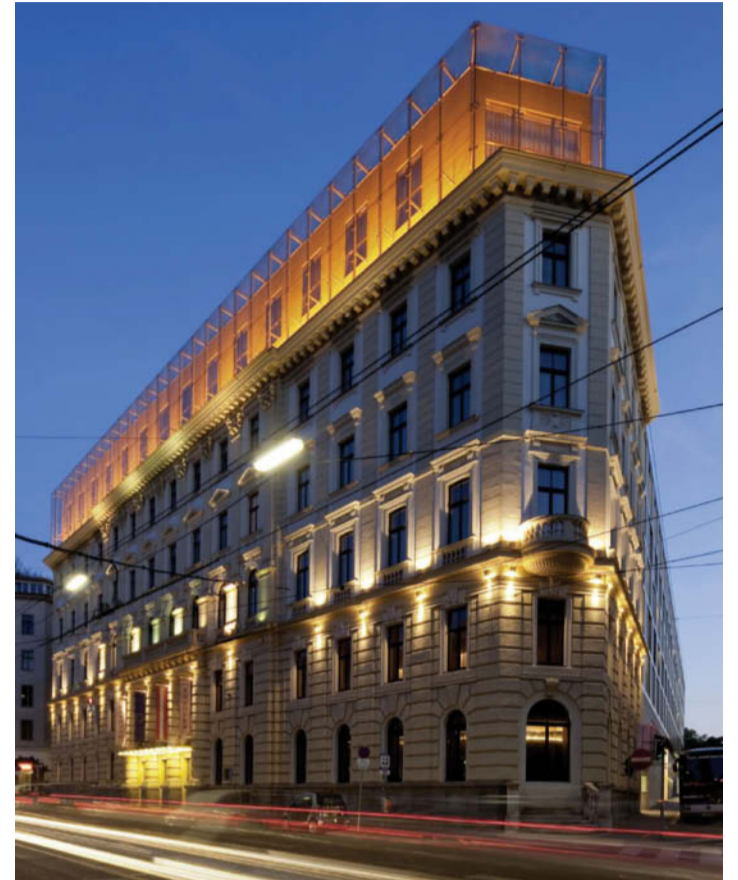
daraufliegenden „etailment Wien“-Programmsessions kommen unter anderem von Hartlauer, kadona, kernpunkt, MasterCard, McDonald's Österreich, Mercateo Austria, Netconomy, Oberthur Technologies, Österreichische Post, Österreichisches Gallup Institut, Palmers, Payback, PayPal, Pfeiffer, pimcore, point of origin, RegioPlan, Thalia Buch & Medien, Unito Versand, Webtrekk und der Wirtschaftskammer Österreich.

Zusätzlich zum Vortragsprogramm gibt es alles, was man für erfolgreichen E-Commerce braucht: Die Expo zur Konferenz ist als One-Stop-Shop für professionelles Commerce-Business konzipiert. Hier präsentieren die wichtigsten E-Commerce-Player ihre innovativen Produkte und Dienstleistungen. Zu den Ausstellern zählen unter anderem Digital Analytics Association (DAA), Euro-Label – Österreichisches E-Commerce-Gütezeichen, lunapark, MaTelSo, Österreichische Post, PayLife, pimcore und Webtrekk.

Das detaillierte Programm ist ab sofort auf der Event-Website <http://wien.etailment.at/abrufbar>. **red**



Bernd Platzer (Werbeplanung.at), Gründer von etailment.at, startet nach dem Online-Dienst nun auch die Fachkonferenz.



„Alles E-Commerce“ lautet das Motto zwischen 23. und 25. Februar 2015 bei der neuen Konferenz „etailment Wien“ im Austria Trend Hotel Savoyen am Wiener Rennweg. © Austria Trend Hotels

Bezahlte Anzeige

## Trainingdays des IAB

Der neue Basislehrgang für Digital Marketing des IAB startet im Jänner, sowie im Mai und September

Seit Februar 2014 bietet der IAB Austria mit dem „IAB Basislehrgang Digital Marketing“ einen praxisorientierten Diplomaltegang an, wo in 6,5 Unterrichtstagen innert eines Quartals Branchenprofis alles rund um digitales Marketing professionell vermitteln. Der Kurs richtet sich an Neu-, Um- und Quereinsteiger in der Branche der Onlinewerbung sowie Marketingverantwortliche. Die Themen reichen vom Marktüberblick über technische und wirtschaftliche Grundlagen bis hin zu Kreation und Planungsstrategie. Start ist am 16. Jänner sowie am 11. September 2015. Kurstag ist jeweils Freitag im Intervall von zwei Wochen. Im Mai 2015 gibt es einen Kompaktkurs, bei dem die Ausbildungstage in zwei Blöcken an unmittelbar aufeinanderfolgenden Tagen stattfinden. „Die Digitalmarketing-Branche wächst rasant. Daraus ergeben sich ständig neue Berufsbilder. Bewerber, die bereits Digitalmarketing-Erfahrung haben, sind

rar und gesucht“, erläutert IAB-Präsidentin Martina Zadina. Die Schulungsblöcke werden jeweils bei den mitarbeitenden Unternehmen, wie adbalancer, Addition technologies, comScore, derstandard.at, Goldbach Audience, Google, Hutchison Drei, Quisma, styria digital one, Styria Multi Media Corporate, Tunnel23, VivaKi Group Austria und willhaben.at durchgeführt. Dadurch erhalten die Kursteilnehmer Einblick in die verschiedenen Firmen. Nach einer Abschlussprüfung wird das Diplom vergeben. Der IAB-Einsteigerkurs soll durch mehr Onlinewissen die Lust für den Interneteinsatz und damit Potenzial der Onlinewerbung fördern. Vorkenntnisse sind keine notwendig. Teilnahmegebühr: 950 Euro (inkl. Ust.). IAB Mitglieder können bei Buchung von mindestens fünf Plätzen rund 50 Prozent Ermäßigung in Anspruch nehmen. Details finden Sie unter: [www.iab-austria.at/ausbildung/iab-austria-trainingdays](http://www.iab-austria.at/ausbildung/iab-austria-trainingdays) **red**

## Salzburger Markenforum und European Change Communications Award 2014



Am 26. November 2014 ging das Salzburger Markenforum im außergewöhnlichen Ambiente von Schloss Klessheim bei Salzburg über die Bühne und begeisterte die 150 Teilnehmer mit spannenden Praxisvorträgen. Im Anschluss wurde der „Fleggy“ an die Gewinner des European Change Communications Award 2014 übergeben.

## Salzburger MARKENFORUM

Die Vorträge erfüllten durchwegs die hohen Erwartungen: Der Impulsvortrag des Gastgebers Symbiosis erörterte den Aufbau und das konsequente Management aller Kunden- und Mitarbeiterkontaktpunkte mit der Touchpoint-Management-Scorecard®. Dr. Sascha Dornbusch, Dorma GmbH, war mit einem Beitrag zum Thema erklärte, wie die Marke DORMA von innen heraus gestärkt wurde, wie Mitarbeiter für die Bedeutung der Marke sensibilisiert werden und dabei zu engagierten Markenbotschaftern wurden. Im Anschluss erläuterte Ralph Fürther, Sky Deutschland AG, wie man eine Marke erfolgreich am Markt repositioniert. Gerald Krenn, Bank Austria AG, thematisierte, wie ein Kunden- und Mitarbeiterforum und die Entwicklung von Social Media Plattformen auf die Verbesserung der Leistungen und des Markenimages einzahlen. Johannes Burr, Axel Springer SE, stellte den Change vom traditionellen Medienunternehmen zum führenden digitalen Verlag vor und erläuterte die Rolle von Employer Branding.

## AWARD 2014 EUROPEAN CHANGE COMMUNICATIONS

Die Internal Branding Academy (IBA) und das Strategy Communication Institute (SCI) verliehen zum mittlerweile fünften Mal die begehrte Trophäe „Flying Egg“ für beispielhafte Projekte in den Bereichen Branding und Strategy:

### Kategorie „Branding small“:

**Gold:** Volkshilfe Oberösterreich: „Ich bin verloren. Wer hat mich zuletzt gesehen?“  
**Bronze:** Mona Naturprodukte GesmbH: JOYA Yoga Convention  
**Bronze:** Avira Operations GmbH & Co. KG SOMMERFESTIVAL – Avira gibt Gas!

### „Branding medium“:

**Gold:** Verkehrsbetriebe Zürich: Employer Branding à la VBZ  
**Silber:** Sky Deutschland AG: Sky – die Rolle deines Lebens.  
**Bronze:** FACC AG: „On Board“ – Employer Branding bei FACC

### „Branding large“:

**Gold:** SBB AG: „Unterwegs zuhause“: Integrierte Kommunikation 2012 - 2016  
**Silber:** Flughafen München GmbH: „Welcome the Brand“ Markenrelaunch Flughafen München  
**Silber:** SOS Children's Villages International: A revolutionary approach to global brand strengthening  
**Bronze:** Clariant SE: You are precious to us! – Trucktour 2013  
**Bronze:** Metro AG: Employer Branding „Die ganze Geschichte hinter einer simplen Taglinie“

### Strategy small“:

**Gold:** Mast-Jägermeister SE: Das Jägermeister Leitbild – Führungsinstrument für Langfriststrategie SPIRITS2020  
**Silber:** Lifest Kabelmedien GmbH: SEP 2.0 The Movie – vom „Kabelbeamten“ zum kundenzentrierten Multimedia-Anbieter  
**Silber:** Europe Direct, Junge Europäische Föderalisten und Europäische Bewegung Österreich gemeinsam mit BMBF & BMFJ: EU2014.at – Wahlinformation und -mobilisierung durch Peer-to-Peer Journalism  
**Bronze:** Eurofunk Kappacher GmbH: EFolution

### „Strategy medium“:

**Gold:** voestalpine AG: GO WEST: Internationale Medienarbeit in den USA  
**Silber:** sanofi-aventis GmbH: Internes Change Management Programm „ZIB – Zukunft im Blick“  
**Silber:** A1 Telekom Austria AG: A1 wird grün. Nachhaltigkeits-Positionierung eines Telekommunikationsanbieters

### „Strategy large“:

**Gold:** Axel Springer SE: move – Dialog. Wissen. Machen.  
**Gold:** Henkel CEE GmbH: Henkel Strategy 2016 – Integr.Communications Campaign  
**Silber:** OSRAM GmbH: OSRAM Identity  
**Silber:** ThermeWien GmbH & Co KG: Change-Freizeitdestination  
**Silber:** Airbus Defence and Space: Pioneering the future together  
**Bronze:** STRABAG SE: TEAMS WORK  
**Bronze:** Bundesdruckerei GmbH: „Full ID Management“, die 360° Kampagne

