

"Vom Monitoring zum Dialog" – °mstreet-Fachtagung

Am 6. Juli thematisiert die °mstreet Strategien der Unternehmenskommunikation unter den Bedingungen des Web 2.0. in einer eintägigen Fachtagung

Berlin, 23 Juni 2009 – Als Kommunikationsmedium hat sich das Internet in den letzten Jahren stark verändert: Inhalte werden zunehmend von Nutzern erstellt, die über Wikis, Blogs und Twitter, über soziale Netzwerkplattformen wie Xing, Facebook oder Myspace in Echtzeit große Mengen sehr dynamischer Contents generieren. Unternehmen, die das Internet als Marketingplattform nutzen, sehen sich mit der Tatsache konfrontiert, dass sich die Kommunikation über Marken oder Produkte nur noch sehr bedingt mit Kampagnen und den klassischen Instrumenten des Brandings steuern lässt. Mit dem Ziel, die produktive Spannung kreativ zu nutzen bringt die °mstreet-Fachtagung am 6. Juli die beiden in diese Entwicklung involvierten "Welten" zusammen: Marketingverantwortliche aus Unternehmen und Agenturen und Experten sowie Akteure aus den Sozialen Medien.

Im ersten Teil der Veranstaltung werden aktuelle Formen des Monitoring diskutiert: Wie kann ein Unternehmen unter den beschriebenen Bedingungen den Diskurs über die eigene Organisation und die eigenen Marken und Produkte im Blick behalten? Welche technischen Möglichkeiten stehen zur Verfügung? Wie werden gewonnene Informationen aufbereitet und weiterverarbeitet?

Der zweite Teil ist der Frage gewidmet, wie sich ein Unternehmen am Diskurs über die eigene Identität und über die eigenen Marken beteiligen kann. Dabei geht es neben technischen und organisatorischen Fragen vor allem um adäquate Kommunikationsstile: Wie tritt ein Unternehmen in Sozialen Medien auf? Wie lassen sich die Ansprüche an professionelle Kommunikation und Authentizität auf einen Nenner bringen? Wie geht man mit Kritik, wie mit der viralen Dynamik der Sozialen Medien um?

Ablauf der °mstreet-Fachtagung am Montag, 6. Juli 2009

- 15:00 Begrüßung: Dr. Christian Hanke, BzBm Mitte von Berlin
- 15:15 Keynote: Alexander Hesse, Sparkassen-Finanzportal GmbH, Berlin
- 16:00 "Monitoring: Wie behalte ich den Überblick in der Welt der Sozialen Medien?"
Oliver Berger, 13. Stock Online Relations Sprecher AG Social Media, Hamburg
- 16:30 "Kampagnen: Marketingstrategien für das Web 2.0."
Christoph Bornschein, TLGG, Berlin
- 17:30 Pause
- 18:00 "Dialog im Netz: Social Media in der Unternehmenskommunikation"
Markus Mayr, Scholz & Fiends Group GmbH, Hamburg
- 18:30 "Reputation Management: "Der Umgang mit Kritik und viralen Effekten"
Jan Heinemann, Marketing & Web 2.0. Mentor, Berlin
- 19:00 Nachgefragt
- 19:30 Zusammenfassung und Ausblick
- 20:00 Get-together

Moderation: Jörn Brunotte und Dr. Michael Müller

Achtung: Da die Teilnehmerzahl auf 60 begrenzt ist, wird um rechtzeitige Anmeldung unter m.mueller@mstreet-berlin.de gebeten.

Ansprechpartner Projekt °mstreet – Medienstandort Potsdamer Straße:

Dr. Michael Müller – Mitglied des Vorstands, m.mueller@mstreet-berlin.de, 030-23003106

Stephan Winkelhöfer – Bezirk Mitte von Berlin, Europabeauftragter, stephan.winkelhoefer@ba-mitte.verwalt-berlin.de, 030-9018 329 61

Organisation & weitere Informationen zur Standortentwicklung °mstreet:

mpr-Unternehmensberatung – Ute Großmann, ug-mpr@ipn.de, 030-2060 739 15

Fachtagung: "Vom Monitoring zum Dialog"

Strategien der Unternehmenskommunikation unter den Bedingungen des Web 2.0

Termin:
Montag, 6. Juli 2009

Ort:
Haus am Lützowplatz
Lützowplatz 9
10785 Berlin

Mehr Informationen:
www.mstreet-berlin.de

Pressekontakt



Donata Meyer
tel.: 030-8855 0642
fax: 030-8855 0756
mail@gopublicberlin.de

°mstreet ist organisiert in der IG
Potsdamer Straße e.V.
www.ig-potsdamer-strasse.de



Vertretungsberechtigter Vorstand:
Axel Drenckhan (Vorsitzender)
Michael Müller, Uta Zech
Registergericht:
Amtsgericht Charlottenburg
Registernummer VR 9284Nz

