

E-Day: Das Programm

	Saal 3 Kostenlose Checks	Saal 1	Saal 4 Pro-Serie (für IT, Druck, Werbung, Tech. Büros)
09:00-12:00	IT-Security-Check ▪ Notebooks ▪ Wireless-Geräte ▪ Mobiltelefone Website-Check ▪ Design		Seminar Dr. Hans Eicher: Die geheimen Spielregeln im Verkaufsgespräch
11:00-12:00	▪ Technik ▪ Werbewirksamkeit Internet-Rechts-Check	Smart & Safe - mobiles Arbeiten mit Hosted Exchange Martin Held, Andreas Jelinek, UPC Austria GmbH	
12:00-13:00	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Imbiss ▪ one-to-one Expertengespräche ▪ Besuch der Aussteller 		
	Saal 2 E-Marketing (für alle Unternehmer)	Saal 1 IT-Organisation (für alle Unternehmer)	Saal 4 Pro-Serie (für IT, Druck, Werbung, Tech. Büros)
13:00-14:00	Web 2.0: Was bieten die neuen Möglichkeiten im Internet? Arne Schönleben	Tipps für sicheres E-Banking Mag. Claudia Nitschke DHI Chris Kampmüller	itlaw:update Wichtige IT-Rechts-Änderungen in den vergangenen 3 Monaten Mag. Peter Harlander
14:00-15:00	Web 2.0: RSS Newsfeed, Podcast & Co machen für Sie die Arbeit Michael Kohlfürst	Entdecken Sie die Möglichkeiten Ihrer IT Thiemo Sammern	Podiumsdiskussion mit DI Wilfried Seyruck, Michael Mrazek, Dr. Manfred Tscheligi, FH-Prof. DI Dr. Gerhard Jöchtl Moderation: Mag. Bernhard Bauer
15:00-16:00	Web 2.0: Online-Communities als Marketing-Phänomen Michael John	Von VoIP zur Internettelefonie Kurt Krenn	Die Daten-Gesellschaft. Welche Anforderungen kommen 2008 auf die IT- und Web-Branche zu?
16:00-18:00	Saal 2: Werbung in virtuellen Welten: Noch mehr Erfolg durch ein zweites Leben Eröffnung: KommR Julius Schmalz Vortragende: Mag. Peter Harlander, Martin Sternberger Moderation: Dr. Andreas Windischbauer		
Ab 18:00	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Imbiss ▪ one-to-one Expertengespräche ▪ Besuch der Aussteller 		

E-Day am 1. März präsentiert aktuelle Trends

Werbung in virtuellen Welten

Online-Spiele und Communities im Internet eröffnen neue Geschäftsfelder für kreative Unternehmer. Am diesjährigen E-Day erklären Experten, was es für Unternehmen bringt, in Online-Spiele zu investieren.

Online-Computerspiele sind nicht nur bei jungen Leuten beliebt, sie öffnen auch immer neue Geschäftsfelder für kreative Unternehmer. Vor allem eines dieser neuen „Spiele“ macht derzeit von sich reden: „Second Life“. Beinahe vier Millionen Spieler spielen zumindest zeitweise Second Life, das von der US-Firma Linden Labs programmiert wurde.

Beinahe täglich liest man von großen Firmen, dass sie jetzt auch „dabei“ sind: Mercedes, BMW, Adidas oder Nike. Doch nicht nur die, seit zwei Wochen ist auch das WIFI Salzburg mit einer eigenen Dependence in Second Life vertreten. Diese Unternehmen haben eines gemeinsam: Sie haben den Trend erkannt, Werbung im Internet zu machen.

Mit Mag. Peter Harlander und Martin Sternberger kommen zwei Experten zu diesem Thema aus der Fachgruppe UBIT. Am bereits siebten E-Day werden die beiden bei der großen Abendveranstaltung zeigen, warum Werbung in Online-Computerspielen auch für kleine und mittlere Unternehmen von Interesse sein kann. Mag. Peter Harlander zum neuen Trend: „Second Life ist nicht nur Computerspiel, sondern eine zukunftsweisende Web-2.0-Community, welche sich hervorragend für Marketingkampagnen eignet. Beim Durchlesen einer Website hat der

Leser in der Regel eine ähnliche Distanz zum Produkt wie bei der Betrachtung eines gedruckten Folders. Bei Beschäftigung mit einem Produkt über Second Life hingegen lernt der Spieler das Produkt in einer Form kennen, die dem unmittelbaren Anfassern in einem Verkaufsraum schon sehr nahekommt“ (Siehe dazu auch das Interview auf Seite 21).

Zwei große Schwerpunkte prägen den diesjährigen E-Day: Web 2.0 und IT-Sicherheit bzw. IT-Büroorganisation.

Damit werden wieder aktuelle Trends der IT-Welt aufgegriffen und für die Bedürfnisse Salzburger KMU und EPU aufbereitet. Mag. Herbert Ehart, Obmann der Fachgruppe UBIT zum siebten E-Day: „Es war uns wieder ein Anliegen, das Programm speziell auf die Salzburger Unternehmensstruktur auszugleichen.“

Salzburger Experten vor den Vorhang bitten

Fachgruppenobmann Ehart: „Denn was haben die Salzburger davon, wenn sie hören, wie große E-Marketing-Kampagnen von Global Playern funktionieren, die sie sich dann doch nicht leisten können? Unsere Philosophie ist außerdem, besonders Salzburger IT-Experten vor den Vorhang zu bitten, denn hier schlummert einiges an Potenzial und Know-how. Die Universität und die Fachhochschule in

FORTSETZUNG AUF SEITE 21

sponsored by





Auch das WIFI der WKS ist bereits Teil der Internet-Community „Second Life“: eine weitere neue Vertriebs-schiene für das WIFI. Foto: Second Promotions

E-Day: Plattform für Salzburger Know-how

FORTSETZUNG VON SEITE 20

Urstein bringen jedes Jahr hervorragenden Nachwuchs auf den Markt. Mit dem E-Day bieten wir auch eine Plattform für diese Experten.“

Unter www.eday-salzburg.at kann man sich für die Veranstaltung anmelden und genauer über die Inhalte und die einzelnen Vorträge informieren. Außerdem kann man auf der Website zum E-Day am großen Gewinnspiel teilnehmen. Wer sich anmeldet und die drei Gewinnfragen beantwortet, kann Preise ab 250 € gewinnen. Vom WIFI- und UBIT-Bildungsgutschein über Internetmarketing-Workshops, IT-Rechtsberatungen oder auch Programmierleistungen für Online-Banner warten sehr schöne Gewinne auf die Sieger.

Eigene Professional-Reihe geht noch mehr in die Tiefe

Neben den beiden Schwerpunkten IT-Büroorganisation und Web 2.0 wird es eine dritte Vortragsreihe ausschließlich für IT-Profis geben, wie etwa die Mitglieder der Fachgruppen UBIT, Druck, Werbung und Marktkommunikation und Technische Büros.

Abschluss des diesjährigen E-Day wird wieder die von Dr. Andreas Windischbauer (ikp) moderierte große Abendveranstaltung sein, bei der speziell über den aktuellen Trend „Werbung in virtuellen Welten“ gesprochen wird. Im Anschluss an den diesjährigen E-Day besteht die Möglichkeit, in Einzelgesprächen am Buffet mit den Experten zu diskutieren.



IT- und „Second Life“-Experte Martin Sternsberger Foto: AGENTUR.NET



Was macht Unternehmen erfolgreich?

Konzentrieren Sie sich ganz aufs Wesentliche? In der Fachgruppe UBIT finden Sie genau jene Expertinnen und Experten, die Ihren Erfolg unterstützen. Mehr über die Leistungen der Unternehmensberater, Informations-technologien und Buchhalter in Stadt und Land Salzburg erfahren Sie auf www.ubitsalzburg.at oder unter 0662 / 8888 – 638.

Wir unterstützen Ihren Erfolg!
Fachgruppe UBIT Salzburg

www.ubitsalzburg.at



Werbung im Web 2.0: Der Marke näherkommen – virtuell!

Web 2.0 ist im Moment das Schlagwort Nummer eins in der IT-Branche. Wie man die neuen Entwicklungen im Internet für das eigene Unternehmen nützen kann und warum man schon heute dabei sein sollte, wird am diesjährigen E-Day erläutert. Martin Sternsberger ist einer der Experten zum Thema Web 2.0 und E-Marketing. Er referiert auch am E-Day.

SW: Herr Sternsberger, was versteht man unter Werbung in virtuellen Welten?

Sternsberger: In erster Linie meint man damit Werbung in „Second Life“. Es gibt zwar mehrere Online-Spiele, die ähnlich funktionieren, „Second Life“ ist aber das bekannteste. Wenn man Werbung darin macht, hat man die Möglichkeit, sehr einfach und mit wenig Kosten eine sehr breite Zielgruppe zu erreichen. Und das weltweit.

SW: Ist das für Klein- und Mittelbetriebe ein relevantes Thema?

Sternsberger: „Second Life“ ist für Unternehmen wichtig, die international agieren. Unabhängig von ihrer Größe. Das betrifft z. B. den kleinen Hersteller von Lederhosen, der diese weltweit exportiert, aber ganz sicher alle Tourismusbetriebe, hierbei natürlich speziell die Tourismusverbände oder Tourismusregionen. Außerdem ist es im Moment noch so, dass sich ein Auftritt in „Second Life“ alleine durch die zusätzliche Publizität rechnet. Ich lese jeden Tag von der einen oder anderen Firma, die eine Zweigstelle in Second Life eröffnet hat.

SW: Was ist der Vorteil dieser Art von Werbung?

Sternsberger: Der Vorteil ist, dass wir den potenziellen Käufer noch näher am Produkt haben. Näher ist er nur mehr,

wenn er ins Geschäft geht und sich dort informiert. In „Second Life“ wird man durch eine Spielfigur, den so genannten Avatar, vertreten. Nach den ersten zehn Minuten, in denen man dieses Spiel spielt, wird eine starke Identifikation mit der Spielfigur aufgebaut. Man lebt ein zweites Leben mit diesem Avatar.

SW: Und was bringt das fürs Marketing?

Sternsberger: Marken werden – auf virtuelle Weise – erlebbar gemacht. Ich kann mich auf einer Website eines Unternehmens über dessen Leistungen und Produkte informieren, ich kann mir einen Folder durchlesen oder einfach in ein Geschäft gehen. Oder aber, ich gehe in das virtuelle Geschäftslokal dieses Unternehmens. Das ist quasi ein Zwischenschritt zwischen realer und virtueller Welt. Somit bin ich der Marke deutlich näher.