




# 1. Tag Übersicht

## Keynotes




08:00-09:00	<b>Registrierung Fachkongress-Besucher/Aussteller</b>				
09:00-09:15	<b>Begrüßung: "Die Geiseln der mobilen Alltagswelt – Welcome to the M-Days"</b> • Klaus Reinke, Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung und zuständig für New Business, <b>Messe Frankfurt Exhibition GmbH</b> • Carsten Szameitat, Herausgeber GFM Nachrichten und Geschäftsführer, <b>11 Prozent Communication</b> • Jörg Pretzel, Geschäftsführer, <b>GS1 Germany GmbH</b>				
09:15-09:45	<b>Keynote: „Mobile – die nächste Bühne“</b> Axel Springer nimmt das Zepter der Digitalisierung der Medien selbst in die Hand und bereitet sich auf das veränderte Nutzungsverhalten sukzessiv vor. So spricht man darüber, dass Bild.de bereits Gewinne im mobilen Bereich einführt. Der überraschende Mehrheitskauf in 2011 des digitalen Prospekt-Anbieter Kaufda, der Werbeprospekte von stationären Händlern online und über mobile location-based Applikationen verfügbar macht, sortiert somit den klassischen Ansatz des Anzeigenbusiness neu. Auch mit dem aktuellen Projekt "Media Entrepreneurs" öffnen sich charmant die Tore für neue digitale Geschäftsideen beim Berliner Medienkonzern. • Dr. Andreas Wiele, Vorstand BILD-Gruppe und Zeitschriften, <b>Axel Springer AG</b>				
10:00-11:15	<b>Keynote-Panel: „Digitale Alleskönner und das Konsumentenverhalten 2015 – Mobilisierung der Unternehmen – Chancen und Herausforderungen“</b> Im Alltag nimmt das Mobiltelefon und dessen verschiedene Möglichkeiten wie Mobile Web oder Applicationen neue Dimensionen an. Der Markt der Smartphones, der Tablet-Markt und das Mobile Internet wachsen unaufhaltsam, laut Forschern, bis 2015 zum Massenmarkt. Somit verändert sich auch das Konsumverhalten am stationären und digitalen Point of Interest. Beispielsweise haben heute bereits gut ein Drittel der Smartphonebesitzer während des Shoppens im Laden lokal recherchiert. Werbung stößt unter anderem Recherche an und die gefundenen Informationen wirken nachhaltig auf Kaufentscheidungen. Content-Lieferanten gehen anders auf die Nutzergruppen ein. Durch den technischen Fortschritt nehmen die Faktoren wie Informations-, Kommunikations- oder Transaktions-Zuflüsse einen anderen Stellenwert ein. Die Unterhaltungs-, Social- und Multimediadienste spielen ebenfalls eine neue wichtige Rolle. Moderation: Dirk Waasen, Chefredaktion, <b>connect</b> • Uwe Becker, Media Director D/A/CH, <b>Unilever Deutschland GmbH</b> • Andre Lönne, Geschäftsführer DACH, <b>HTC Germany GmbH</b> • Christian Hasselbring, Geschäftsführer, <b>stern.de GmbH</b> • Michael Mücke, CEO/Managing Partner, <b>MÜCKE STURM &amp; COMPANY GmbH</b>				
11:15-11:40	<b>Keynote: „Mobile aus einem anderen Blickwinkel – die Branche unter der Lupe!“</b> • Dr. Jens Wegmann, Entertainer				
ab 11:00	<b>Einlass für Messebesucher (zuvor nur Einlass für Aussteller und Kongressbesucher)</b>				
	<b>Forum 1</b>	<b>Forum 2</b>	<b>Forum 3</b>	<b>Forum 4</b>	<b>Mobile Working</b>
11:40-13:00	Mobile Strategy & mAdvertising	Geräte & Betriebssysteme & Content	The Fine Art of Mobile Marketing 	M-Commerce/Couponsing	Management mobiler Infrastrukturen
13:00-14:00	Lunch Break				
14:00-15:30	User Interface Design/ User Experience	Augmented Reality, LBS & QR Codes	Mobile Use in the Perspective of the CONSUMER 	M-Payment/ Mobile Wallet (NFC)	Apps im Arbeitsprozess/ virtuelle Arbeitswelten
15:30-16:00	Coffee Break				
16:00-17:30	Mobile Media/ M-Publishing	Automotive	Mobile App-Enterprise/ M2M/In-App-Payment 	Mobile Extended Packaging/ POS/Mobile Shopper	Sicherheit/ Trusted Smartphones
17:00-19:30	MobileMonday (ab 17:00 Uhr), MedienMittwoch (ab 18:00 Uhr) & Twittwoch (ab 18:00 Uhr)				
ab 20:00	Mobile Media Night				

	Forum 1	Forum 2
11:40	<p>Mobile Strategy &amp; mAdvertising <b>„Gesamtstrategien über dem Tellerrand: Advertising hört bei Online und Print nicht auf!“</b> Unternehmen sind sich unsicher auf welche Werbeformen sie zurückgreifen sollen. Um eine kreative Gesamtstrategie auf die Beine zu stellen, ergeben sich häufig viele Fragen: Crossmedia Marketing - Welche Plattform ist für meine Firma richtig? Ist der Einsatz einer App die richtige Wahl oder doch lieber ein mobile Banner? Kundenansprache über soziale Netzwerke - Welche Dos and Don'ts gibt es? Wie nutze ich App-Adwords am besten? Wie berate ich bestmöglich meinen Kunden? Nutzungszahlen und Cases aus der Branche. Antworten geben Experten.</p> <p>Moderation: Dr. Torsten Schwarz, Geschäftsführer, <b>ABSOLIT Dr. Schwarz Consulting</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Brand Enlargement via Mobile Marketing: Warum Mehrwert &amp; Relevanz entscheidend sind?</b> Uwe Storch, Stellv. Direktor Head of Media, <b>FERRERO Deutschland GmbH</b> Dr. Thomas Wolf, CEO, <b>conVISUAL AG</b></li> <li>• <b>Multiscreen-Strategien: Die Bedürfnisse der Konsumenten</b> Markus Frank, Director Sales &amp; Marketing, <b>Microsoft Deutschland GmbH</b></li> <li>• <b>Mobilizing Brands (Strategy + Cases)</b> Burkhard Leimbrock, Managing Director, <b>iconmobile GmbH</b></li> </ul>	<p>Geräte &amp; Betriebssysteme <b>„Mobile Dschungel: Die neuen Herausforderungen der Gerätefragmentierung“</b> Das mobile Ökosystem wird derzeit unter Featurephones, Smartphones und Tablets unterteilt, indem jedes Gerät seine Nische besetzt und die Bedürfnisse eines bestimmten Nutzerkreises abdeckt. Doch die Gerätefragmentierung geht noch viel weiter über diese drei Kategorien hinaus und stellt die Entwickler von Betriebssystemen vor eine unübersichtliche Vielfalt von Geräten, die unterschiedlichste Funktionen mit sich bringen. Wie wirkt sich das heute auf den Markt aus? Welche künftigen Entwicklungen sind wahrscheinlich? Wie werden Nutzer und Betriebssysteme-Anbieter mit dieser Situation umgehen? Antworten auf diese und andere Fragen werden in diesem Panel diskutiert.</p> <p>Moderation: Stephanie Renda, Managing Director, <b>match2blue holding GmbH</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Marktüberblick Smartphone und Tablet PC</b> Dr. Florian Kerkau, Geschäftsführer, <b>Goldmedia Custom Research GmbH</b></li> <li>• <b>Die mobile Multikanal-Strategie von Audi - Mobile Innovationskonzepte als Teil der Marketingkommunikation von Pre-Sales bis After-Sales</b> Bettina Rühle, Projektmanagerin Mobile Marketing, <b>AUDI AG</b></li> <li>• <b>Gerätefragmentierungen</b> Oliver Scheffert, Audience Marketing Manager, <b>Microsoft Deutschland GmbH</b> Michael Meyer, B2B Marketing Manager, <b>Samsung Electronics GmbH</b></li> </ul>
13:00	Lunch Break	
14:00	<p>User Interface Design/User Experience <b>„Der Kunde ist König – Design mit großen Ansprüchen“</b> Die Gestaltung von Benutzeroberflächen zwischen Mensch und Maschine gehört zum alltäglichen Business. Ziel des User Interface Designs ist eine Anwenderschnittstelle zu erschaffen, die so gestaltet ist, dass ein möglichst breiter Kreis von Nutzern eine optimale Wunsch-, Bedürfnis- und Zielerfüllung erfährt. Daneben ist es vor allem für größere Unternehmen schwierig, ihr Corporate Design flächendeckend umzusetzen. Lernen Sie aus den Erfahrungen der Experten.</p> <p>Moderation: Alexander Birnkammerer, Partner, emgress - Beratung und Konzeption für mobile Lösungen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Apps - die größten Rockstars unserer Zeit</b> Christoph Kolb, Geschäftsführer, <b>widjet GmbH</b></li> <li>• <b>Motivations Design</b> Vadim Neklyudov, Masterstudent, <b>FH Düsseldorf</b></li> <li>• <b>Professional Mobile Web: Speed, Quality &amp; Reach</b> Thorsten Deutrich, General Manager D/A/CH, <b>Cotendo Inc.</b></li> <li>• <b>Apps, HTML oder etwas dazwischen? Die Antwort: Response Web Design</b> Dirk Krause, Technical Director, <b>Pixelpark AG</b></li> <li>• <b>User Experience: Zwischen Design und Brauchbarkeit</b> Christian Kammler, CEO, <b>Bassier, Bergmann &amp; Kindler Mobile Sp. GmbH</b></li> <li>• <b>Event Inszenierung mit Mobile bei Audi</b> Joachim Bader, Director, <b>SapientNitro - Sapient GmbH</b></li> </ul>	<p>Augmented Reality, LBS &amp; QR Codes <b>„Entertainment und Services begeistern Millionen – der Weg über Barcodes, LBS und Couponing“</b> Mit Hilfe des smarten Hosentaschen-Begleiters eröffnen sich für Unternehmen neue Möglichkeiten bei der Werbung und Nutzung von Out of Home Anwendungen. QR-Codes, Barcodes und Augmented Reality lassen den Kunden hinter das Produkt oder den Hinweis blicken. Die Interaktion wird greifbar und bietet dem Verbraucher mehr Informationen. Bei Location Based Services wird der Nutzer beflügelt, aktiv direkt zum Ziel zu gelangen. Während die Motivation zum Einchecken in Zukunft möglicherweise in der Ausnutzung von Rabatt-Coupons zu sehen ist, geht es in der Gegenwart auch um den Social-Charakter. Wie können Kunden unterhalten und gebunden werden? Was wünschen sich die Kunden?</p> <p>Moderation: Alexander Felsenberg</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Augmented Reality im Praxiseinsatz</b> Thomas Balduff, Sales Director D/A/CEE, <b>Total Immersion</b> Matthias Hunecke, Geschäftsführer, <b>Brille24 GmbH</b></li> <li>• <b>Augmented Reality im Einsatz von Smartphones</b> Thomas Nindl, Global Business Development, <b>Qualcomm CDMA Tech.</b></li> <li>• <b>Places into Spaces – wie Orte zu Kommunikationsräumen werden</b> Kerstin Clessienne, Director Digital Strategy, <b>Universal McCann GmbH</b></li> <li>• <b>QR-Code Out of Home Netz</b> Guido Bliss, Geschäftsführer, <b>planus media GmbH</b></li> </ul>
15:30	Coffee Break	
16:00	<p>Mobile Media/M-Publishing <b>„Digitale Zukunft: Verlage bewerten Lese-Nutzungsverhalten neu! Vernetzung mit Print, Social, Entertainment, Ads und Mobile – Erlösmodelle?“</b> Medienunternehmen stehen in Zeiten zunehmender Digitalisierung vor der Herausforderung, die Verknüpfung Digital- und Print-Publishing neu zu überdenken. Die Synergien zwischen dem neuen, aufbereiteten Content interaktiver Magazine und den mobilen Tablet-Geräten hat der mPublishing-Branche einen neuen Impuls gegeben. Welches Geschäftsmodell – free, premium oder freemium – ist die beste Wahl im Einzelfall? Wie Social Media und LBS gekonnt im Mix eingesetzt werden, stellt die Verlagswelt vor neue zu bewältigende Hürden.</p> <p>Moderation: Olav A. Waschkies, Managing Director, Pixelpark AG</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Digitale Erlösmodelle Reloaded: Paid Content, Mobile Advertising, Crossmedia.</b> Oliver v. Wersch, Geschäftsführung, <b>G+J Wirschnic Media Sales GmbH</b> Angela Broer, GL Electronic Media, <b>G+J Wirtschaftsmedien AG &amp; Co. KG</b></li> <li>• <b>Zeitschriftennutzung auf den mobilen Medien</b> Dr. rer. oec. Marco Olavarria, Geschäftsführer, <b>Kirchner &amp; Robrecht</b></li> <li>• <b>Plattformübergreifende Strategien für digitales Publishing</b> Jascha Samadi, Geschäftsführer, <b>apprupt GmbH</b> Andreas Mauch, Leiter Produktmanagement Digital Business, <b>Verlagsgruppe Milchstrasse</b></li> </ul>	<p>Automotive <b>„Willkommen in der Zukunft – mobile Anwendungen im Fahrzeug“</b> Interaktion auf der Fahrbahn ist keine Zukunftsmusik mehr. Kaum ein Auto verlässt heutzutage das Werk ohne diese Fähigkeiten. Nicht nur, dass damit neue Möglichkeiten der Steuerung und Navigation eröffnet werden, auch die Logistik der neuen Nutzungsmodelle wie das Car-Sharing werden erleichtert. Neue Anwendungen im Bereich Sicherheit, aber auch Billing und Transaktionen – Stichwort „pay for use“ – treten auf den Plan. Die Automobilhersteller denken an eigene App Stores mit Anwendungen, die den Fahrern mehr Komfort und Mobility bieten. Zeit- und ortsunabhängige Services gehören zu den Anforderungen. Wie entwickelt sich das Thema weiter? Welche neuen Ideen werden den Markt fluten? Experten aus dem Automotive-Bereich und der mobilen Branche geben Auskunft über die vielen neuen Möglichkeiten von vernetzten Fahrzeugen.</p> <p>Moderation: Dirk O. Evenson, Leiter Kommunikation, <b>Verband der Automobilindustrie e.V.</b> (VDA)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Horst Leonberger, Leiter des Konzerngeschäftsfeld Vernetztes Fahrzeug, Deutsche Telekom AG</b></li> <li>• <b>Michael Würtenberger, Hauptabteilungsleiter ConnectedDrive, BMW AG</b></li> <li>• <b>Richard Malley, Partner, M-Way Solutions GmbH</b></li> </ul>
17:30		
17:00-19:30	MobileMonday (ab 17:00 Uhr), MedienMittwoch (ab 18:00 Uhr) & Twittwoch (ab 18:00 Uhr)	
20:00	Mobile Media Night	




	Forum 3	Forum 4
11:40	<p>Mobile Marketing <b>“The Fine Art of Mobile Marketing”</b> Mobile Marketing offers brands and agencies the most personalized marketing communication channel possible to individual customers or select target groups. But with this comes great responsibility to select the right targets, respect and protect their privacy and avoid spam while trying to build a lasting and on-going dialogue with consumers. This session takes a look at the key technologies and techniques available and provides best and worst practice examples for anyone who would like to know more about mobile marketing.</p> <p>Chair: Paul Skeldon, <b>Editor in Chief, MobileDotComms</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Digital Business Strategies</b> Jason Warnes, General Manager Berlin, <b>AKQA</b></li> <li>• <b>Mobile Messaging? Keeping the Channel Clean</b> Alan Ranger, Vice President Mobile, <b>Cloudmark Inc.</b></li> <li>• <b>Mobile as the Bridge to True Multi-Channel Experiences</b> FK Funderburke, Director Digital Merchandising and Mobile Strategy, <b>SapientNitro - Sapient Inc.</b></li> <li>• <b>Which mobile app campaigns really pay out? - Tracking in-app-actions and revenues</b> Ravi Kamran, CEO, <b>Trademob GmbH</b></li> <li>• <b>Monetizing the Mobile Internet</b> Fredrik Hallberg, Global Head of Digital &amp; Innovation, <b>GfK Retail and Technology GmbH</b></li> </ul>	<p>M-Commerce/Couponsing - GS1 Germany <b>„Rabattheft ADE - Mobile Couponsing mit Aktionsformen von morgen“</b> Mit einem Blick auf das Smartphone kann der Kunde Gutscheinangebote checken und einlösen, während der Händler durch ein modernes, innovatives Image neue Kundengruppen erschließt und von zusätzlichen Spontankäufen profitiert. Welche Lösungen existieren bereits am Markt und wie praktikabel sind diese? Warum haben sich Akteure für den Einsatz von Mobile Couponsing entschieden und wie hoch ist die Akzeptanz seitens der Kunden? Ersetzt Mobile gar das klassische Couponsing oder stellt die digitale Rabattmarke lediglich einen Trend dar? Hier erfahren Sie, wo Anwender aus Industrie und Handel sowie Verbraucher noch Verbesserungspotenzial sehen.</p> <p>Moderation: Ercan Kilic, Leiter Strategie “MobileCom”, <b>GS1 Germany GmbH</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Innovation im Lebensmittelhandel</b> Christoph Thye, Geschäftsführer, <b>acardo technologies AG</b></li> <li>• <b>Artikelstammdaten im weltweiten Daten-Pool</b> Rolf Stark, Executive Director, <b>SA2 Worldsynchron GmbH</b></li> <li>• <b>360° Mobile Loyaltätsystem</b> Stefan Krüger, Geschäftsführer, <b>Valuephone GmbH</b></li> <li>• <b>Grouponing: Auf und Ausbau mobiler Angebote – Ideen und Ansätze</b> Sebastian Schmidt, Managing Director, <b>Groupon GmbH</b></li> <li>• <b>Einlösung mobiler Coupons mit Hilfe von NFC-Technologie</b> Felix Schul, Geschäftsführer, <b>COUPIES GmbH</b> Olaf Becker, Director IT &amp; Operations, <b>Valassis GmbH</b></li> </ul>
13:00	Lunch Break	
14:00	<p>Mobile Solutions <b>“Mobile Use in the Perspective of the CONSUMER”</b> M-advertising and internet are not the only ways to present brands or media on the mobile channel. This session covers all the different aspects of mobile solutions, from mobile commerce through to mobile socials or entertainment facts. In the near future, rather than e-retail and e-commerce, it is clear that m-commerce and s-commerce will become primary channels for customer relationship and transactions. In addition to these commercial aspects, mobile and social networks are already the key ways to keep in touch, connect and socialize, so understanding them and tracking the impact is truly important. What possibilities are opened by mobile to transport its strategy on this channel? How can a successful online strategy be translated into mobile? How can mobile enrich a strategy and what is important in doing so? Our experts will present cases and discuss all key facts and opportunities.</p> <p>Chair: Vishal Jain, Analyst, <b>The 451 Group New York</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Technology meets creative talents</b> Scott Seaborn, Head of Mobile Technologies, <b>Ogilvy Group UK</b></li> <li>• <b>Toonity - How to get an online community into Mobile</b> Daniel Haida, International Marketing CRM Executive, <b>Stabilo International</b></li> <li>• <b>Palace of Forethought! Foresights for digital, mobile, tablets and social media</b> Darren Mark Noyce, Founder &amp; Managing Director, <b>SKOPOS market insight &amp; consultancy UK</b></li> <li>• <b>Mobile industry and Japanese success story of NFC ticketing</b> Kei Shimada, Director Bus. Dev., Future Communications Dpt, <b>Dentsu Inc.</b></li> <li>• <b>The consumer perspective, smartphone user on mobile shopping &amp; commerce</b> Rob Jonas, VP &amp; Managing Director, Europe and Middle East, <b>InMobi Inc.</b></li> </ul>	<p>M-Payment/Mobile Wallet (NFC) - GS1 Germany <b>„Elektronischer Geldbeutel am POS: Mobile Payment in der Praxis“</b> Unter dem Stichwort „Mobile Wallet“ werden technische Möglichkeiten für mobile Transaktionen erprobt, die bereits in den Startlöchern stehen. Der kontaktlose Austausch von Daten am Point of Sale via Smartphone ist bereits heute möglich (Near Field Communication). Die Voraussetzung dafür wären Anpassungen der Hardware am Point of Sale. Das Ökosystem „Mobile Payment“ ist komplex, viele Anbieter arbeiten an individuellen Lösungen. Wer sind die Player, welche Lösungen und Leistungen bieten Sie an und wohin entwickeln sich die mobilen Geldbörsen?</p> <p>Moderation: Ercan Kilic, Leiter Strategie “MobileCom”, <b>GS1 Germany GmbH</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>“Wie MasterCard als einer der führenden Anbieter von Zahlungsverkehrsdienstleistungen zum Wachstum des Mobile Payment beiträgt“</b> Arne Pache, Head of Emerging Payments Central Europe, <b>MasterCard Europe</b></li> <li>• <b>Mobile Payment - die Rolle der Mobilfunkunternehmen</b> Jochen Bornemann, Leiter Wholesale Marketing, <b>Vodafone D2 GmbH</b></li> <li>• <b>Die nächste Evolutionsstufe im Zahlungsverkehr – ist sie bereits Realität?</b> Lars Bischoff, Senior Product Manager Payment Solutions, <b>First Data Corp.</b></li> <li>• <b>Tücken und Vorteile des mobilen Zahlens</b> Holger Spielberg, Head of Mobile Payments, <b>PayPal Deutschland GmbH</b></li> <li>• <b>Der TSM Ansatz im NFC Ecosystem</b> Dr. Andreas Schauer, Secure Devices, <b>Giesecke &amp; Devrient GmbH</b></li> <li>• <b>Strategie der Sparkassen-Finanzgruppe bei kontaktlosen Bezahlfahrern</b> Oliver Hommel, Abteilungsleiter Kartenstrategie und -produkte, <b>Deutscher Sparkassen- und Giro-Verband e.V. (DSGV)</b></li> </ul>
15:30	Coffee Break	
16:00	<p>M2M <b>“Mobile app-enterprise – M2M – in-app payment”</b> This session covers all the different aspects of the mobile enterprise, from mobile commerce and mobile payment to using M2M technologies. Our panellists will look at how mobile will come to dominate daily business, the need for customer experience and how to gain full acceptance of the mobile channel.</p> <p>Chair: Paul Skeldon, Editor in Chief, <b>MobileDotComms</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Study: Focus Enterprise App Market Worldwide</b> Grace Gair, Research Director, <b>research2guidance UG</b></li> <li>• <b>How the iPad conquered the enterprise</b> Vishal Jain, Analyst, <b>The 451 Group New York</b></li> <li>• <b>The M2M – rise of the machines – market overview</b> Hamid Reza-Nazeman, Country Manager for Germany and Central Europe, <b>Qualcomm CDMA Technologies GmbH</b></li> <li>• <b>In-App-Payment and M2M for commerce</b> Martin Tiberg, Entrepreneurial Product Manager, <b>Ericsson M-Commerce</b></li> <li>• <b>Mobile &amp; M2M</b> Joachim Dressler, Board Member Finance, <b>M2M Alliance</b></li> </ul>	<p>Mobile Extended Packaging/POS/Mobile Shopper - GS1 Germany <b>„Laktose- und Fruktosefrei? Geführt durchs Warensortiment mit dem Handy Zusatzinformationen - beeinflussen Kaufentscheidungen“</b> Ob Nährwerte, Herkunft oder Informationen für Allergiker: zusätzliche Informationen über Handy-Scan-Funktionen sind ein Mehrwehrt für den Konsumenten – wenn diese aus verlässlicher Quelle stammen. Woher kommen solche sensiblen Daten also in der Praxis? Auf welcher Basis kann der Austausch gesicherter Daten (Trusted Source of Data) stattfinden und wie positionieren sich App-Anbieter, Hersteller und Handel in diesem Umfeld? Welche Rolle spielt der Gesetzgeber im Bereich Trusted Data?</p> <p>Moderation: Arne Dicks, Senior Project Manager eBusiness, <b>GS1 Germany GmbH</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>barcoo - der 360° Produktguide</b> Tarik Tokic, Geschäftsführer, <b>checkitmobile GmbH</b></li> <li>• <b>fTrace - Per App die Herkunft von Fleischprodukten erfahren</b> Heiko Riffeler, Geschäftsführer, <b>gjuce GmbH</b></li> <li>• <b>APP-Baukastensystem - der Erfolg liegt in Innovationen</b> Rainer Rentschler, Inhaber, <b>Lebensmittelmärkte Rentschler Adam R. e.K.</b> Volker Wissmann, Geschäftsführung, <b>BrandLogistics.NET GmbH</b></li> <li>• <b>Wie kann Trusted Source of Data funktionieren?</b> Burkhard Lorry, Regional Director D-A-C-H, <b>SA2 Worldsynchron GmbH</b></li> <li>• <b>Renata Fischer-Slisuric, Senior Manager iMarketing, Coca Cola GmbH</b></li> </ul>
17:30		
17:00-19.30	MobileMonday (ab 17:00 Uhr), MedienMittwoch (ab 18:00 Uhr) & Twittwoch (ab 18:00 Uhr)	
20:00	Mobile Media Night	

## 2. Tag Übersicht

### Keynotes

08:00-09:00	<b>Registrierung Fachkongress-Besucher/Aussteller</b>	
09:00-09:15	<b>Greeting: "What you should know about the mobile market"</b> • Mark Wächter, Board of Directors Mobile Marketing Association (MMA) and Executive Board MobileMonday Germany	 <b>Forum 5</b>
09:15-09:45	<b>Keynote: "Enjoy the Silence"</b> We live in a world with tremendous and ever growing levels of information that flow into our eyes and ears through an ever increasing number of devices in all sorts of sizes and formats. The hardware and software in modern devices should reside to the background and let information come forward, stand out and be the star of the show. A reinvigorated breed of design, and a new generation of designers founded on fierce reduction principles are enamoring users around the world with daily life products that are giving shape to the 21st century where technology and design itself fade out and become a thin, almost invisible veil between users minds and information, between users hearts and content.. • Arturo Toledo, Senior UX Designer, <b>Microsoft Corporation Redmond</b>	 <b>Mobile Working</b> <b>„Handlungsempfehlungen zur sozialen Gestaltung mobiler Arbeitswelten“</b> • Welf Schröter, DGB Bezirk Baden-Württemberg
10:00-11:20	<b>Keynote-Panel: "Future Scenarios in Mobile"</b> What road will mobile take in the next year and in the near future? How important will social media turn out to be for this channel? Will they become the key driving factor of mobile communication, or will the present hype cool down? What effect will the new devices and connections have on the consumption of digital data and on the mobile web use? How will special regional markets develop and what influence will they have on the rest of the world? Our experts will discuss different future scenarios in the keynote session of the second day of the congress.  Moderation: Mark Wächter, Board of Directors Mobile Marketing Association (MMA) and Executive Board MobileMonday (D) • <b>Social Media and Mobile Convergence Today and in the Future</b> Brad Little, Managing Director, NM Incite, EMEA, <b>Nielsen Research</b> • <b>How Connected Devices are Mobilising a New Revolution in Digital Consumption</b> Jeremy Copp, Vice President Mobile, <b>comScore Inc.</b> • <b>How is the MOBILE culture in Japan?</b> Takashi Yamanaka, Manager First Enterprise System Sector of <b>NTT Data, Cirquent GmbH</b> • Jens Dissmann, Head of EDX (Ecosystem & Developer Experience) North Europe, <b>Nokia GmbH</b> • Hjalmar Winbladh, CEO, <b>Rebtel Inc.</b> • <b>EMV and mobile payments, shaping the future of payments innovation</b> Jorn Lambert, Group Head Emerging Payments Europe, <b>MasterCard Europe</b>	 <b>„Was erwarten die "Digital Natives" vom Arbeitsplatz der Zukunft?"</b>  • Jonathan Imme, Gründer Palomar5 e.V., dem Innovationscamp für die „Arbeitswelt der Zukunft“ der jungen Generation  <b>„Der Social-Media-inspierte Arbeitsplatz“</b>  • Philipp Rosenthal, Future Office Evangelist

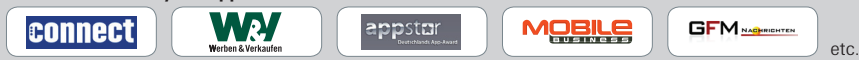
ab 11:00 **Einlass für Messebesucher (zuvor nur Einlass für Aussteller und Kongressbesucher)**

	Forum 1	Forum 2	Forum 3	Forum 4	Mobile Working
11:40-13:00	Bewegtbild (Mobile TV, Video Social Sharing)	Sales Work Mobility/ Mobile Retail/Social	Application Marketing/ Standards/Development 	Mobile Entertainment/ mContent 	Recht/Distance Leadership
13:00-14:00	Lunch Break				
14:00-15:30	App-Strategien/ App-Development/ Marketplace	M-Security/M-Cloud	Mobile Retail	Mobile Business in Scandinavia 	Mobile Learning/ Burn Out Prävention
15:30-16:00	Coffee Break				

16:00-17:30 **Show your App Award 2012**

2012 werden die M-Days zum dritten Mal die besten Mobile Applications prämiieren. Jede Mobile Application kann am Wettbewerb teilnehmen. Alle eingereichten „Show Your App Award“-Beiträge werden in die Präsentation auf die Website als auch vor Ort zur Abstimmung aufgenommen. Zusätzlich zum Consumer Voting bewertet eine Jury die Einreichungen. Die Award Verleihung findet im Auditorium auf der großen Messebühne statt.

Partner des Show your App Awards sind:



Forum 1

Forum 2

11:40 Bewegtbild (Mobile TV, Video Social Sharing)  
**„Liest du noch oder schaust du schon?“**  
In Zeiten von Smartphones und Tablet-PCs nutzen die User verstärkt Video-On-Demand-Lösungen. Dabei spielen nicht nur Movies eine Rolle, sondern auch kurze Videoclips und Bewegtbild-Sequenzen, bei denen der Unterhaltungscharakter im Vordergrund steht. Das „situative Mood-Management“ überbrückt Wartezeiten und schafft kleine Erholungsinseln. Der Weg für innovative und attraktive Angebote wird geebnet: interaktive Sendeformate, Multi-Screen-Nutzung, neue Werbeformate und die Einbindung von Social Media. Auf was muss man bei mobilen Bewegtbild-Kampagnen achten? Wo liegt der Unterschied zu online? Welche Möglichkeiten hat man als Unternehmen?

Moderation: Wolfgang Kasper, Partner, **Kasper & Notbohm Unternehmensberater**

- **Bewegtbild von unterwegs**  
Arnd Benninghoff, Geschäftsführer, **ProSiebenSat.1 Media AG**
- **Video Cloud und App Cloud in der Online-Medienbranche**  
Jan Bertil Dahms, Sales Director Central Europe, **Brightcove Inc.**
- **Wie wirkt Mobile Video Advertising? Mobile PreRolls Case Study**  
Stefan Zilch, Managing Director D/A/CH, **madvertise Mobile Advertising GmbH**
- **Konvergenz: Hybrid TV goes Mobile**  
Mirko Nedeljkovic, Managing Director and Founder, **mineus | s.r.o.**

13:00 Lunch Break

14:00 App-Strategien/App-Development/Marketplace  
**„Trends im App-Markt und welches Betriebssystem BITTE?“**  
Die nach wie vor rasante Entwicklung im App-Business ist und bleibt ein zentrales Thema in Technik- und Wirtschaftsnachrichten. Wo bei Smartphones der Fokus auf „Anywhere“- und „Anytime“-Anwendungsfällen liegt, sind Tablets aufgrund Ihres signifikant größeren Screens besonders im Entertainment-Bereich groß im Kommen. Marketplaces und Apps sind mittlerweile keine Fremdwort mehr und Unternehmen als auch Konzerne positionieren sich neu. Welche Schritte führen dabei zum Erfolg? Wie sollte eine geräteübergreifende App-Strategie aussehen oder auf welche Betriebssysteme müssen App-Besitzer setzen? Android, Windows oder iOS wo geht die Reise hin? Dies und mehr erfahren Sie in diesem Panel.

Moderation: Florian Treiß, Gründer, **mobilbranche.de**

- **Aktuelle Studie: Konvergente, geräteunabhängige App-Strategien als Wettbewerbsvorteil der Zukunft**  
Achim Himmelreich, Partner, **Mücke Sturm & Company GmbH**
- **The Smartphone App Market Monitor und der App Entwickler Markt**  
Ralf-Gordon Jahns, Managing Director, **research2guidance UG**
- **Cloud-Funktionen und die wachsende Fragmentierung bei mobilen Geräten und Betriebssystemen**  
Michael Neidhöfer, CEO, **Netbiscuits GmbH**
- **Strategische Entwicklung einer M-Commerce-Lösung**  
Michael Härle, Leiter eCommerce, **EURONICS Deutschland eG**

15:30 Wolfram Herzog, Geschäftsführer, **SIC! Software GmbH**

16:00 Coffee Break

17:30 **Show your App Award 2012**

Juryprämierung: am 2. Februar 2012      Consumer-Voting: von 16. Januar - 1. Februar 2012

2012 werden die M-Days zum dritten Mal die besten Mobile Applications prämiieren. Jede Mobile Application kann am Wettbewerb teilnehmen. Alle eingereichten „Show your App Award“-Beiträge werden in die Präsentation auf die Website als auch vor Ort zur Abstimmung aufgenommen. Zusätzlich zum Consumer Voting bewertet eine Jury die Einreichungen.

**Die Award Verleihung findet im Auditorium auf der großen Messebühne statt.**

Mobile Enterprise/Mobile Retail/Social  
**„Der mobile Kundenlebenszyklus – neue Potenziale am Point of Sale“**  
Smart Shopper erwarten die intelligente Verknüpfung von Produkt- und Kontextinformation vor Ort mit dem Internet und informieren sich gegenseitig über alle Kanäle. So konkurriert z.B. die Empfehlung des Verkäufers mit der Empfehlung der Community in einem sozialen Netzwerk. Aber auch Vertriebsmannschaften können mit klugen CRM- und Mobile-App-Anbindungen schneller und besser auf Kundenwünsche reagieren.

Moderation: Oliver Köth, Executive Architect, **Cirquent GmbH**

- **Mobile Retail - neue Medien als Treiber für den stationären Handel**  
Benjamin Burghardt, Innovation Services, **METRO SYSTEMS GmbH**
- **Social Media und Banking: Wie können Banken den mobilen Kanal zur Kundenkommunikation nutzen?**  
Dr. Michael Maier, Vorstand, **Fidor Bank AG**  
Bernd Drösel, Geschäftsführer, **Fidor Payment Services GmbH**
- **Welche für zusätzliche Chancen bringt das mobile Internet**  
Verena Fink, Director Customer Focus, **QVC Deutschland Inc. & Co. KG**
- **Mobility im Unternehmen – Die richtige Strategie für Unternehmen finden**  
Michael Böhnke, Strategic Business Development, **SAP Deutschland AG & Co. KG**
- **Mobile Commerce 2.0**  
Jan Webering, Geschäftsführer, **Sevenval GmbH**

M-Security/M-Cloud  
**„Hinter Gittern - was das mobile Web mit sich bringt“**

Moderation: Markus Huber, Leiter Innovation und Mobilitätsmanagement, **Rhein-Main-Verkehrsverbund GmbH**

- **Wie (un-)sicher sind Android, iPhone, Blackberry & Co.?**  
Anhand von unterschiedlichen Szenarien wie SAT (Application Toolkits), Early Media Angriffe, Call-ID-Spoofing, Abhören von Nachrichten, Mitlauschen von Gesprächen, Handy Trojanern, Bluetooth- und WLAN-Hacking. Verschiedene Angriffsszenarien und Erfahrungsberichte aus verschiedenen Feldversuchen.  
Marco Di Filippo, Geschäftsleitung Deutschland, **Compass Security AG**
- **Chancen und rechtliche Risiken der Werbung im M-Web**  
Die Platzierung von Werbung innerhalb mobiler Applikationen, in Social Media und anderweitig im Mobile Web bieten immenses wirtschaftliches Potenzial. Für den erfolgreichen Einsatz von Werbemaßnahmen im Web 2.0 müssen allerdings einige wichtige rechtliche Aspekte beachtet werden.  
Jan Schneider, Rechtsanwalt, **SKW Schwarz Rechtsanwälte**

Forum 3

Forum 4

11:40

Application Development  
**“Application marketing, standards and development”**  
 What does data from the different apps stores tell us about what consumers want? This session delivers data from the customer point of view backed up by solid market research. What is state-of-the-art in the application development? The session also provides the developers’ point of view about how the apps stores attract the innovators to keep their customers satisfied.

Moderation: Peggy Anne Salz, Founder and Chief Analyst, **MSearchGroove**

- **Digital Jugglers: What the 99 Euro Smartphone means for digital services**  
Yasmina Haryono, Service Design Lead, **FJORD Berlin**
- **Mobile Trends - Promise of the Magic Wand**  
Mobile Apps and Mobile Website Development for mCommerce with Augmented Reality and Cloud Services  
Siddharth Jhunjhunwala, CEO, **Web Spiders Ltd. UK**
- **Enabling One Click Billing for Application Providers and App Stores**  
Andrew Kaufmann, Operator Relationship Manager, **MACH**
- **Milestones for a successful startup in App Business**  
Meik-M. Lindberg, Managing Director and Founder, **vukee**

Mobile Entertainment/mContent  
**“Let Mobile Entertain You!”**  
 Mobile has many facets when used to entertain. Smartphones and tablets bring to us mobile social media, mobile magazines, videos, games, news, reality entertainment and gamification and many more. What are the latest trends in the content area? What awaits us in the near future? Will our world be covered by a second layer out of the augmented reality as some futurists predict? Experts and market researchers tell us.

Moderation: Paul Skeldon, Editor in Chief, **Mobiledotcomms**

- **Why is Social Media so important for digital music?**  
Tim Hadley, Director, **Rara/Omniphone Ltd. UK**
- **Trends of Mobile Entertainment**  
Neil Marshall, Sales Director Mobile, **comScore Europe**
- **Mobile Gaming in Europe**  
Alex Dale, Chief Marketing Officer, **King.com**
- **Michael Novikov, CEO & Founder, ADMIN Ltd.** and Founder of the **MobileMonday St. Petersburg**

13:00

Lunch Break

14:00

Mobile Retail - GS1 Germany  
**“Mobile in Retail” im Fokus von Handel und Konsumenten**  
 Egal ob digitale Coupons, detaillierte Produktinformationen, mobiles Bezahlen oder virtuelle Treuepunkte: Das Handy ist omnipräsent und beeinflusst das Kaufverhalten – vor, während und nach dem Einkauf. Sieht so das Shopping-erlebnis der Zukunft aus? Für den Handel bieten die technischen Entwicklungen großes Verkaufspotential – aber ist man bereit für die notwendigen Investitionen in die eigenen Systeme? Welche Anforderungen haben die Kunden an Mobile Payment-Lösungen - darf es preislich dann auch ein bisschen mehr sein? Welche Rolle spielen die Anbieter von Zusatzdiensten wie Couponing oder Loyalty an dieser Stelle? Die erstmals auf den M-Days vorgestellte Studie von GS1 Germany „Mobile in Retail“ verrät: Mobile ist für 80 Prozent der Händler von strategischer Bedeutung. Das Panel diskutiert, unter welchen Voraussetzungen eine breite Akzeptanz von Mobile bei Handel und Konsument entstehen kann.

- Moderation: Ercan Kilic, Leiter Strategie “MobileCom”, **GS1 Germany GmbH**
- Christian von Hammel, VP Telecommunications, **WireCard AG**
  - Dr. Stefan Eulgem, VP Content und Business Development, **Deutsche Telekom**
  - Klaus von den Hoff, Global Head TIME, **Arthur D. Little GmbH**
  - Frank Rehme, Head of Innovation METRO Systems, **METRO SYSTEMS GmbH**
  - Marco Atzberger, Mitglied der Geschäftsleitung, **EHI Retail Institute GmbH**
  - Wolfgang Seibert, Leiter Expert Sales für Deutschland und die Alpenregion, **MasterCard Europe**

Monetizing on Apps & Mobile Web Services  
**“Monetizing on Apps & Mobile Web Services”**  
 The mobile channel is all about sales and conversion. Over and over again, it has been proven that end users are much more prone to act on marketing campaigns and sales offerings. During this session, the delegates will hear some of the most interesting monetization cases and best practices from the most talented entrepreneurs in the business.

Moderation: Tomas Bennich, Founder of the **Swedish Mobile Association**

- **Next generation business models**  
Andreas Bernstrom, CEO, **RebTel Networks AB**
- Stina Lantz, CMO, **Aurora Innovation AB**
- **Monetize with mobile advertising**  
Patrik Fagerlund, CEO, **Widespace AB**
- **Will HTML5 bring economy into mobile?**  
Alex Johnsson Founder & CTO, **MoSync**
- Thomas Gärdängen, CEO, **Crunshfish**

15:30

Coffee Break

16:00  
17:30

**Show your App Award 2012**

Juryprämiierung: am 2. Februar 2012      Consumer-Voting: von 16. Januar - 1. Februar 2012

2012 werden die M-Days zum dritten Mal die besten Mobile Applications prämiieren. Jede Mobile Application kann am Wettbewerb teilnehmen. Alle eingereichten „Show your App Award“-Beiträge werden in die Präsentation auf die Website als auch vor Ort zur Abstimmung aufgenommen. Zusätzlich zum Consumer Voting bewertet eine Jury die Einreichungen.

**Die Award Verleihung findet im Auditorium auf der großen Messebühne statt.**

Forum 5 - Mobile Working, 1. Februar 2012

11:40 **„Deutschland digital: Initiativen für mehr Innovationen, Wachstum und Beschäftigung“**

- Initiativen zur Integration von mobilen Lösungen in Geschäftsprozesse
- Projekterfahrungen für die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle

Dr. Andreas Goerdeler, Leiter der Unterabteilung „Informationsgesellschaft, Medien“, **Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie**

**Mobility 2015: Auswirkungen auf heutige und zukünftige Arbeitswelten**

- Vernetzte Wertschöpfung als globaler Trend
- Prozesssicherheit durch schnelle und zeitgerechte Kommunikation
- Regeln für performante Mobility

Dr. Wilhelm Bauer, stellv. Institutsleiter, **Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO**

13:00

Lunch Break

14:00 **„Mit Change Management 3.0 Mitarbeiter auf neue Mobility-Systeme systematisch vorbereiten“**

- Richtige Kommunikation neuer Prozesse und Situationen
- Systematisches Anforderungs-Management
- Roll-Out neuer Arbeitsprozesse gezielt steuern

Oliver Hein, Dipl. Händler, Managing Partner, **Baumgartner & Co. Business Consultants GmbH**

**„Management mobiler Infrastrukturen zwischen Convenience- und Compliance-Anforderungen“**

- Sicherheit als Voraussetzung für mobiles Arbeiten
- Cloud-Strategien und –Services im Überblick
- Vertrag, Datenschutz und Compliance-Anforderungen

Dr. Wilhelm Bauer, stellv. Institutsleiter, **Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO**

**„Mobile Apps systematisch in bestehende Arbeitsprozesse integrieren“**

- Wissen, was Ihre Nutzer machen: die mobile Landschaft steuern
- Richtige Kommunikation: Akzeptanz = Effizienz
- Eine Checkliste für systematische Vorbereitung

15:30

Tom Little, Gründer und Geschäftsführer, **Business Applications Factory UG**

Coffee Break

16:00 **„Die Rolle des CIOs in virtuellen Arbeitswelten“**

- Support und Services für Mobile Workers
- Mobiles Sicherheitskonzept
- Corporate Network: Wie wird die Mobile Working-Kultur bei Microsoft gelebt?

Alexandra Isherwood, CIO Central & Eastern Europe (CEE), **Microsoft Deutschland GmbH**

Special: Mit Live-Hacking!

**„Der Mobile Mitarbeiter als Sicherheitsrisiko?“**

**Wege zu Trusted Smartphones“**

- Welche Sicherheitsrisiken gibt es im Alltag des mobilen Mitarbeiters?
- Sichere und unsichere Smartphone-Anwendungen
- Gefahrenquelle WLAN: Verhalten in fremden Netzen
- Mobile Malware: Trojaner für Smartphones

Oliver M. Achten, Projektleiter Mobile Security & Cloud Computing, **Institut für Internet-Sicherheit if(is) - FH Gelsenkirchen**

17:30

Forum 5 - Mobile Working, 2. Februar 2012

**„Immer erreichbar – arbeitsvertragliche und betriebsverfassungsrechtliche Risiken in der mobilen Arbeitswelt“**

- Brennpunkt Arbeitszeitregelungen, Vergütungsanspruch und Erreichbarkeit im Urlaub
- Mitbestimmungsrechte des Betriebsrats bei Telearbeit
- Betriebsvereinbarungen: Darauf sollten Sie achten!
- Datenschutz bei Privatgebrauch mobiler Dienstgeräte

Daniel Hartmann, Fachanwalt für Arbeitsrecht, **Rechtsanwälte Ulrich Weber & Partner GbR**

**„Distance-Leadership: Mobile Mitarbeiter richtig führen“**

- Aufbau von Vertrauens- und Leistungskulturen
- Teamentwicklung über Distanz
- Kommunikationsregeln über Distanz

Prof. Dr. Sabine Remdisch, Director Institute for Performance Management, **Leuphana Universität Lüneburg**

Lunch Break

**„Mobile-Learning bei der E-Plus-Gruppe“**

- Lernen via Smartphone: Einfach, individuell und unabhängig
- Die TRAININGSAKADEMIE App: Inhalte und Medienformate
- Didaktische Anforderungen an Mikro-Lerninhalte

Frank Stefan Ali, Referent Trainingsmanagement, **E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG**

**„Mental Fit für turbulente Zeiten – Burn-Out-Prävention und richtiger Umgang mit Technik-Stress“**

- Mobile Working – eine mentale Typologie
- Wie Unternehmen ihre Mobile Worker gegen Überlastung schützen
- ERFOLGS-Ressource: ICH

Klaus Rempe, Wirtschaftspsychologe & Mentalcoach, **Institut für Selbstmanagement Klaus Rempe**

Coffee Break

**Show your App Award 2012**