

Presseinformation/Kurzversion

Neue Einsatzfelder, Methoden und die Evolution in der Nutzung von Social Media für Marketing und Innovation stehen im Mittelpunkt der Vorträge und Diskussionen auf der Netnography08.

Die Teilnehmer der Netnography08 erwarten Einblicke in aktuelle Entwicklungen der Welt der Communities, Foren, Blogs und Online-Portale. Im Rahmen von Vorträgen und Workshops werden Potentiale und Herausforderungen, die sich dadurch für die Disziplinen Marketing, Medien und Innovationen eröffnen, aufgezeigt.

Interessierte können sich unter <http://www.netnographyinsights.com> zu dieser Veranstaltung anmelden und registrieren.

Presstext/lange Version:

„Social Media“ gehört zu den derzeit meistdiskutierten Entwicklungen im Internet.

Ob Blogs, Foren, Podcasts, Wikis oder Social Bookmarking, der gegenseitige Austausch von Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen im Web boomt. YouTube, MySpace, Sevenload oder FaceBook, StudiVZ, MyVideo oder die Lokalisten, neue Social Media-Plattformen gehören national und international zu den meistgenutzten Angeboten im Web.

Wie Social Media für Marketing und Innovation genutzt werden kann, diskutieren prominente Referenten erstmals auf dem neuen Branchenevent

„Netnography08“ am 12. Juni 2008 in München.

So referiert Keynote-Speaker Rob V. Kozinets, Professor für Marketing an der Universität Toronto und Urheber des Begriffs Netnography, über das Thema „Online Communities: Eine ethnographische Betrachtung“, Dr. Stephan Ruppert von Beiersdorf spricht über „Netnography bei Nivea“. Weitere Vorträge zu Inhalten wie beispielsweise Community Marketing oder User Generated Advertising halten unter anderem Jörg Blumtritt (Head of Marketing Services & Research des Burda Community Network), Dr. Michael Bartl und Michael Schmidt (Vorstände Hyve), Michael Trautmann (Inhaber kempertrautmann) sowie Michael Frank (Sprecher der Geschäftsführung von PlanNet).

Moderiert wird die Veranstaltung von Hans Georg Stolz, dem Vorstandsvorsitzenden der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

Das ausführliche Programm finden sie unter <http://www.netnographyinsights.com> .

Was die Netnography08 von den zahlreichen bereits existierenden Web 2.0 Veranstaltungen unterscheidet, ist die ganzheitliche Betrachtung des Social Media Phänomens. Die Schwerpunkte der aktuellen Auseinandersetzung mit dem Thema Social Media liegen zumeist auf Überlegungen zur Werbeschaltung in bestehenden Social Networks oder auf dem Aufbau eigener Brand Communities als exklusiven Kommunikationskanal. Vernachlässigt wird dabei in der Regel die Betrachtung des wachsenden User Generated Content als wertvollen Konsumenteninput für den Bereich Consumer Research und Innovation.

Die enge Zusammenarbeit von HYVE als Innovationsagentur und Burda als Medienunternehmen hat dazu geführt die verschiedenen Blickwinkel zusammenzubringen. Die Netnography08 möchte durch das Zusammenführen von Experten aus den Bereichen Medien, Marketing und Innovation ein ganzheitliches Verständnis für das Thema Social Media und Community Marketing schaffen.

Die ganztägige Veranstaltung findet in München im Hotel Sofitel Munich Bayerpost statt.