

## 2. Passauer Digital-Marketing-Konferenz



Personalisierung im Digital Marketing

11. März 2016

IT-Zentrum, Universität Passau

# Herzlich willkommen zur

## 2. Passauer Digital-Marketing-Konferenz!

---



Prof. Dr. Jan H. Schumann  
Lehrstuhl für Marketing  
und Innovation  
Universität Passau

Die diesjährige Konferenz steht unter dem Motto „Personalisierung im Digital Marketing“. In Forschungsvorträgen und Praxisberichten werden am Beispiel von unterschiedlichen Branchen, Medien und Werbeformen die Wirkung von Personalisierungsansätzen untersucht, Voraussetzungen für ihren Erfolg diskutiert sowie rechtliche Rahmenbedingungen aufgezeigt. Wir hoffen, dass Ihnen diese Beiträge Anregungen für Ihre eigene Tätigkeit liefern.

Unser Ziel ist es, mit dieser Konferenzreihe den Dialog zwischen Wissenschaft und Praxis im digitalen Marketing anzuregen. Wir haben daher auch ausreichend Zeit für Diskussion und Austausch eingeplant.

Wir freuen uns auf interessante Vorträge und einen produktiven Austausch!

# Programm

08:50 – 09:00 Uhr

**Begrüßung durch Prof. Dr. Jan H. Schumann und den Vizepräsidenten für Forschung  
Prof. Dr. Harry Haupt**

09:00 – 09:25 Uhr

**Keynote Praxis** – It's about the user (and automation!) – Der Handel von heute, kundenzentriertes Einkaufserlebnis und Automatisierung als kritische Wettbewerbsfaktoren  
*Google, Matthias Cada*

09:25 – 09:50 Uhr

**Keynote Praxis** – Der Kampf um die Vormachtstellung im Netz – Wer hat die besten Karten, Gatekeeper unserer digitalen Leben zu werden?  
*crealytics, Torsten Christ*

09:55 – 10:45 Uhr

## Session I

### Track I – Kundenwert (R 1)

Wieso der Akquisitionskanal Kundenwert und -verhalten beeinflusst  
*Prof. Dr. Christian Schulze*

Valuable Zombies: Wie Abokunden zum Kundenlebenswert nach ihrem „Tod“ beitragen  
*Prof. Dr. Christian Schlereth*

### Track II – Mobile Behavior (R 2)

Der Einfluss von Mobile Payment auf Kunden im deutschen Lebensmitteleinzelhandel  
*Prof. Dr. Werner Kunz*

Der Einfluss von mobilen Push-Nachrichten auf das Bietverhalten von Auktionsteilnehmern  
*Michael Lachner*

### Track III – Social Media (R 4)

Der Einfluss von Selbstbestimmung auf User Engagement – Die Rolle von Zielgruppenkriterien  
*Welf Weiger*

Mehr als Worte: Der Einfluss von affektivem Content und Übereinstimmungen im linguistischen Stil bei Online Reviews auf Conversion Rates  
*Dr. Stephan Ludwig*

# Programm

10:45 – 11:15 Uhr

**Kaffeepause**

11:15 – 12:05 Uhr

**Session II**

**Track I – Social Media (R 1)**

Der Zusammenhang zwischen Konsumentenreaktionen auf Marketingaktivitäten in sozialen Medien und Markenwahrnehmung  
*Prof. Dr. Sascha Raithel*

**Track II – E-Commerce (R 2)**

Retourenvermeidung im E-Commerce – Empirische Befunde und Empfehlungen  
*Prof. Dr. Gianfranco Walsh & Michael Möhring*

**Track III – Multichannel (R 4)**

Dynamisches Preismanagement im komplexen Mehrkanalsystem  
*Prof. Dr. Dirk Totzek*

Der Einfluss von Firmenaktivitäten in sozialen Netzwerken auf den Unternehmenserfolg  
*Prof. Dr. Michael Paul*

Die Entwicklung von Kunden-Retourenquoten über die Zeit  
*Siham El Kihal*

Wie kann der stationäre Handel in einer digitalen Welt überleben? Empirische Erkenntnisse zur Rettung der Innenstädte  
*PD Dr. André Marchand*

12:05 – 13:15 Uhr

**Mittagspause**

13:15 – 13:40 Uhr

**Keynote Wissenschaft** – Mobile Marketing und Location-Based Services  
*Prof. Dr. Martin Spann*

13:40 – 14:05 Uhr

**Keynote Praxis** – Holistisches Datenmanagement in Echtzeit  
*nugg.ad, Christoph Klemann*

14:05 – 14:35 Uhr

**Kaffeepause**

# Programm

14:35 – 15:50 Uhr

## Session III

### Track I – Personalisierung 1 (R 1)

Die Wahl des Werbemediums in der Online Display-Werbung  
*Prof. Dr. Nadia Abou Nabout*

Personalisierte Empfehlungen mit präferenzbasierten Erklärungen  
*Jun.-Prof. Dr. Paul Marx*

Jetzt wird's persönlich – Personalisierung und User Experience  
*FELD M, Matthias Böck & Mathias Wrba*

### Track II – Personalisierung 2 (R 2)

Personalisierte Onlinewerbung und das Online Shopping  
Momentum  
*Isabelle Kes*

B2B-Webscoring – Ein innovativer Ansatz zur datenbasierten Identifizierung qualifizierter Leads  
*MarAnCon & DDV, Meinert Jacobsen*

Verhaltensbasierte Online-Werbung, Tracking und Opt-out  
*Alexander Eiting*

### Track III – Personalisierung 3 (R 4)

Herausforderungen in der Cross-Channel-Kampagnen-orchestrierung  
*CrossEngage, Dr. Markus Wübben*

Eine Cross-Channel Analyse personalisierter Facebook-Werbung  
*Asst.-Prof. Dr. Alexander Bleier*

Being First isn't Always Best – Personalisierung im Suchmaschinenmarketing  
*Sebastian Schubach*

15:50 – 16:15 Uhr

**Keynote Wissenschaft** – Einheitliches Recht für Personalisierungen – Die neue EU-Datenschutz-Grundverordnung und Digital Marketing  
*Prof. Dr. Kai von Lewinski*

16:15 – open end

**Verabschiedung und Get Together**



Universität Passau  
Innstraße 27  
94032 Passau

Lehrstuhl für Marketing und Innovation  
Prof. Dr. Jan H. Schumann  
[www.digital-marketing-konferenz.uni-passau.de](http://www.digital-marketing-konferenz.uni-passau.de)

