



Informationen über Teilnahmemöglichkeiten

5. Anwenderforum Outsourcing 2007 Strategie und Praxis

20.-21. November 2007

Börsenplatz 4, Konferenzzentrum der **IHK Frankfurt am Main**
60313 Frankfurt am Main

Schirmherrschaft:

Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM)
Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI)
Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)
Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main (IHK)



Ideeller Sponsor:



Veranstalter:

Bitkom Servicegesellschaft mbH



Organisation

Marketing

Durchführung:

CMP-WEKA Verlag GmbH & Co. KG, Events & Services



Medienpartner:

IHK-Zeitschrift Wirtschaftsforum
InformationWeek



Inhalt

1. Allgemeine Informationen.....	2
1.1. Basisdaten – 5. Anwenderforum Outsourcing 2007	2
1.2. Struktur des Anwenderforums Outsourcing 2007 und Leitthemen	6
1.2.1. <i>Next Generation Outsourcing</i>	6
1.2.2. <i>Messung des Beitrags von Outsourcing-Projekten zum Business Erfolg</i>	6
1.2.3. <i>Bewertung und Vergleichbarkeit von Angeboten unterschiedlicher Provider</i>	6
1.2.4. <i>SLA-Vereinbarungen und Management von Service Levels</i>	7
1.2.5. <i>Benchmarking in Outsourcing-Verträgen</i>	7
1.2.6. <i>Software as a Service</i>	8
1.2.7. <i>On-, Near- und Offshoring</i>	8
1.2.8. <i>Erfolgreiches Vertragsmanagement</i>	9
1.2.9. <i>Dynamic Services</i>	9
1.2.10. <i>Juristische Aspekte im Outsourcing</i>	10
1.2.11. <i>Total Cost of Security versus Total Risk of Business</i>	10
1.2.12. <i>Gestaltung des Mitarbeiterübergangs</i>	11
1.2.13. <i>SOA in der Outsourcingbeziehung</i>	11
1.3. Sourcing-Treff	12
1.4. Vortragseinladung - Call for Papers	13
1.5. Termine.....	13
1.6. Programmbeirat	14
1.7. Ansprechpartner	14
2. Beteiligungsmöglichkeiten für Sponsoren	15
Informationen über Sponsorenpakete	15
Buchung Veranstaltungspaket	16
3. Erweiterte Sponsoringmöglichkeiten	17
Bestellung Sponsoring.....	18
4. Event-Marketingkampagne	19
Pressehinweise / Veröffentlichungen zum Thema Outsourcing.....	19
Maßnahmen zur Unterstützung der Besucherwerbung / Einladungen durch Sponsoren	19
Aktionen Sponsoren / Partner / Schirmherren.....	19
Anzeigenkampagne	19
Einladungsaktionen	20
Internetpräsenz.....	20



1. Allgemeine Informationen

1.1. Basisdaten – 5. Anwenderforum Outsourcing 2007

Titel	5. Anwenderforum Outsourcing 2007
Motto	Strategie und Praxis
Ort	Börsenplatz 4, 60313 Frankfurt am Main Konferenzzentrum der IHK Frankfurt am Main / Deutsche Börse AG
Datum	20.-21. November 2007
Website	www.bitkom.org/anwenderforum
Positionierung und Mehrwert	<ul style="list-style-type: none"> ■ Das Anwenderforum Outsourcing 2007 ist die fünfte Konferenz einer Veranstaltungsserie und die größte jährliche Konferenz ihrer Art im deutschsprachigen Raum. „Anwender für Anwender“, die Neutralität der Plattform und der Dialog zwischen Experten sind die Markenzeichen des Kongresses. ■ Das Anwenderforum Outsourcing bietet eine attraktive Kombination aus Keynotes, Plenarvorträgen, Foren, Podiumsdiskussionen und speziellen Formaten für den Dialog. ■ „Wir sagen dem Anwender, wie er es besser machen kann“ - im Fokus steht die Vermittlung von Wissen aus der Praxis und Best Practices durch Outsourcing-Anwender, -Anbieter, -Berater und Wissenschaftler. Dafür steht die von BITKOM, BDI, DIHK und IHK Frankfurt am Main in Zusammenarbeit mit den Medien sowie mit den Partnern entwickelte neutrale Plattform. ■ Für die Vermittlung von Praxiswissen stehen drei Plattformen zur Verfügung: <ul style="list-style-type: none"> ○ Im Plenum I kommen vorrangig Experten aus Anwenderorganisationen zu Wort und stellen verallgemeinerungswürdige Erfahrungen aus der Praxis vor. ○ Im Plenum II werden - ergänzend zum Plenum I - Vorträge über neue Technologien und Lösungen angeboten und Informationen über Marktentwicklungen gegeben. Neben Anwenderbeiträgen sind hier auch Beiträge von Beratern, Anbietern und Wissenschaftlern vorgesehen. ○ Foren und Sourcing-Treff geben Möglichkeit für Erfahrungsaustausch und bilaterale Expertengespräche.
Stand	<ul style="list-style-type: none"> ■ Die Nutzung eines breiten Spektrums von Sourcingvarianten und auch des Outsourcings ist längst gängige Praxis und Bestandteil des Business bei der Mehrheit der deutschen Unternehmen. Selektives Outsourcing, kleinere Verträge, Multisourcing und kürzere Laufzeiten sind aktuelle Trends und erhöhen den Wettbewerbsdruck.
Aktuelle Herausforderungen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Die Frage lautet nicht mehr „ob“ bestimmte, nicht zum Kerngeschäft gehörende Prozesse von externen Service-Anbietern bezogen werden, sondern bei welchen Prozessen das auf Dauer sinnvoll ist und wie sich ein Outsourcing-Vertrag besser managen lässt. ■ Die Kunden erwarten deutliche Kostenvorteile und gleichzeitig Innovationen im Outsourcing - Flexibilisierung von Leistung und Abrechnung - sowie Impulse für das Kerngeschäft, zunehmendes Branchen-Know-how der Dienstleister, globale Delivery-Konzepte sowie die Einbindung von Nearshore- oder Offshore-Komponenten. ■ Die professionellen Service-Anbieter haben erkannt: Sie wollen und brauchen den emanzipierten und wissenden Kunden, mit dem sie auf Augenhöhe handeln und verhandeln können - erfahrene Kunden sind eine Voraussetzung für gemeinsamen Erfolg.



Konzept	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wenn in der Vergangenheit im Fokus stand, mit verschiedenen Sourcingvarianten bei einzelnen Prozessen Erfahrungen zu sammeln, so steht aktuell als Aufgabe, ganze Wertschöpfungsketten und -Netzwerke zu optimieren. <p>In zwei Plenarveranstaltungen, sechs Foren, einer Podiumsdiskussion und speziellen Formaten für Dialog und Vernetzung werden umfassende Informations- und Diskussionsangebote für Anwender, Multiplikatoren und Anbieter von Outsourcing geboten. Der Schwerpunkt liegt im besseren Management von Outsourcing-Verträgen.</p> <p>Auf Wunsch der Teilnehmer sollen Austausch und Vernetzung einen deutlich höheren Stellenwert einnehmen als bisher.</p>
Zielsetzung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entscheidungsträger bei der Lösung strategischer, unternehmerischer, wirtschaftlicher, organisatorischer und juristischer Fragen zu den verschiedenen Varianten des Sourcings speziell bei IT und Geschäftsprozessen unterstützen, ▪ Erkenntnisse und Erfahrungen über erfolgreiche Implementierungen von Sourcing-Strategien präsentieren und austauschen, ▪ praxisorientiertes Wissen für Entscheidungsfindung bereitstellen, ▪ neutrale und nachhaltige Plattform für Meinungs- und Erfahrungsaustausch unter Entscheidern sowie mit weiteren Experten (anderen Anwendern, führende Anbietern, Wissenschaftlern, Analysten) auf der Basis von Best Practice Lösungen entwickeln, ▪ Auswirkungen von Sourcingvarianten auf Unternehmen, Mitarbeiter (Qualifikation, Skills, Weiterbildung) und Volkswirtschaft thematisieren, ▪ öffentliche Diskussion versachlichen und mitgestalten.
Schirmherrschaft	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) ▪ Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI) ▪ Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK) ▪ Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main (IHK)
Ideeller Sponsor	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Münchner Kreis übernationale Vereinigung für Kommunikationsforschung e.V.
Veranstalter	BITKOM Servicegesellschaft mbH
Organisation Marketing Durchführung	CMP-WEKA Verlag GmbH & Co. KG Events & Services
Medienpartner	<ul style="list-style-type: none"> ▪ InformationWeek ▪ IHK-Zeitschrift Wirtschaftsforum
Zielgruppen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entscheidungsträger - Vorstände, Geschäftsführungen und weitere Führungspersönlichkeiten - aus mittelständischen und größeren Unternehmen sowie aus Verwaltungen der Bundes-, Landes- und der kommunalen Ebene, die sich auf einer neutralen Plattform umfassend über Varianten des Sourcing informieren und austauschen wollen, ▪ Multiplikatoren (Wirtschaftsverbände, Wirtschaftspresse, Fachzeitschriften, Medien, Beratungsunternehmen) sowie ▪ Vertreter aus Lehre und Forschung ▪ Anbieter von IT-Outsourcing-Lösungen (Begrenzung der Teilnehmerzahl).
Teilnehmerzahl	Das 4. Anwenderforum verzeichnete bereits über 430 Teilnehmer.
Sponsoren	Für Sponsoren werden attraktive Pakete angeboten.



- Plenarvortrag und Präsenz im „Sourcing-Treff“
- Impulsvortrag 10 Minuten in einem Forum und Präsenz im „Sourcing-Treff“
- Präsenz im „Sourcing-Treff“
- Begleitende Werbemöglichkeiten

Konferenzsprache

Deutsch (Vorträge in englischer Sprache sind möglich)

Anwenderforum Outsourcing-Management

Dr. Mathias Weber
Tel.: +49 30 27576-121, m.weber@bitkom.org

Anwenderforum Outsourcing-Team-Assistenz

Monika Kreisel
Tel.: +49 30 27576-246, m.kreisel@bitkom.org

Organisation, Marketing, Durchführung

CMP-WEKA Verlag: Franziska Simon
Tel.: +49 8121 95-1614, franziska.simon@events-services.de

Sponsoring-möglichkeiten

Katrin Bauer, 08121/95-1233, katrin.bauer@events-services.de

Teilnahmegebühren

Teilnahmegebühren:

2-Tages-Ticket	390,00 €
2-Tages-Ticket (Frühbucherpreis bis 30.09.2007)	290,00 €

Sonderkonditionen für Teilnahmegebühren:

Für Kongress-Partner:

2 Ausweise für 2 Tage	kostenfrei
Zusätzlicher Ausweis für 2 Tage	150,00 €

Für Besucher:

2-Tages-Ticket bei Einladung durch Sponsor	200,00 €
--	----------

Kostenfreie 2-Tages-Tickets für VIP-Kunden sind in den Sponsorpaketen enthalten (2, 3 oder 5 Kombi-Tickets)

Alle Preise verstehen sich zzgl. der zum Zeitpunkt der Leistungserbringung gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Hotelbuchung

Abrufkontingent für Übernachtungen 19.11. – 22.11.2007

Hinweise zur Buchung von Hotelzimmern

In den folgenden Hotels sind Abrufkontingente für alle Teilnehmer reserviert. Bitte reservieren Sie Ihre Zimmer mit dem Stichwort direkt in den Hotels. Nicht gebuchte Zimmer fallen nach Ablauf des Kontingents zurück an den freien Verkauf und sind nur je Buchungssituation im Hotel zu diesem Preis verfügbar.

Buchungsschluss: 22.10.2007

Alle Übernachtungs- und Nebenkosten sind vom Besteller vor Ort zu bezahlen.

Hotel Miramar e.K.

Berliner Straße 31
60311 Frankfurt am Main
Tel. +49 69 920 397-0
Fax +49 69 920 397-69
info@miramar-frankfurt.de
www.miramar-frankfurt.de



Preis EUR 130,00 Einzelzimmer inkl. Frühstück und MwSt.

Das Abrufkontingent läuft am **22.10.2007** ab.
Das **Stichwort** lautet „**BITKOM**“.

RAMADA® Hotel / Frankfurt City Center

Weserstraße 17
60329 Frankfurt am Main
Tel. +49 69 310 81-0
Fax +49 69 310 81-555
ramada-frankfurt@t-online.de
www.ramada.com/hotel/15316

Preis EUR 130,00 Standard Einzelzimmer inkl. Frühstück und MwSt.
EUR 150,00 Business Einzelzimmer inkl. Frühstück und MwSt.

Das Abrufkontingent läuft am **22.10.2007** ab.
Das **Stichwort** lautet „**BITKOM**“.

Weitere Buchungsmöglichkeiten über www.hrs.de

1.2. Struktur des Anwenderforums Outsourcing 2007 und Leitthemen

1.2.1. Next Generation Outsourcing

- Sie die Möglichkeiten bereits ausgereizt, mit traditionellem IT-Outsourcing Mehrwerte für das Business zu erzeugen?
- Transformation und Outsourcing – Marketing-Gag oder wertschöpfender Ansatz?
- Wie lassen sich IT-Infrastrukturen, -Anwendungen und Geschäftsprozesse besser miteinander abstimmen?
- Kerngeschäft und Kernkompetenz - wie konzentrieren sich Unternehmen auf die richtigen Tätigkeiten?
- Welches Vorgehen ist sinnvoll - erst Optimierung, dann Outsourcing oder erst Outsourcing und dann Optimierung mit Unterstützung des Dienstleisters?
- Neues Rollenverständnis der IT in der Praxis - der CIO als Sourcing-Broker?
- Vom Service Level Agreement zum Key Performance Indicator als Maßstab der Outsourcing-Beziehung?

Das traditionelle IT-Outsourcing zielt aus Kundensicht häufig auf Kosteneinsparungen. Outsourcing kann aber deutlich mehr. Verbesserungen in der Prozess- und Servicequalität bis hin zur Rolle der Outsourcing-Dienstleister als Innovator und Change-Agent wirken weit über die Kostenseite hinaus. „Next Generation Outsourcing“ muss strategische Unternehmensziele wie Wachstum durch Innovationen unterstützen, ein Höchstmaß an Flexibilität gewährleisten und konfrontiert die Dienstleister mit erhöhten Anforderungen: Sie benötigen ein Tiefenwissen über die Geschäftsprozesse und müssen ihre Beratungskompetenz ausbauen. An Praxisbeispielen wird im Forum gezeigt, wie Kunden und Dienstleister im Outsourcing neue Geschäftsmodelle umsetzen.

Konzept:

Wolfgang Skötsch (wskoetsch@de.ibm.com)

1.2.2. Messung des Beitrags von Outsourcing-Projekten zum Business Erfolg

- Welche Kriterien eignen sich zur Messung des Beitrages von Outsourcing-Projekten zum Geschäftserfolg, und wie lassen sich verschiedene Einflussfaktoren auf den Business-Erfolg so voneinander trennen, dass der Beitrag von Outsourcing bestimmt werden kann?
- Ist es sinnvoll und praktikabel, die Bezahlung des Outsourcing-Dienstleisters am Business-Erfolg auszurichten? Welche Modelle haben sich dabei in der Praxis bewährt, und welche Erfahrungen liegen vor?
- Welche Kooperationsmodelle werden der Beteiligung des Outsourcing-Dienstleisters am Geschäftserfolg gerecht, und wie sieht es mit der Beteiligung an Misserfolgen aus?

Die Entwicklungen im Outsourcing zu Business Process Outsourcing, Business Transformation Outsourcing oder gar Wertschöpfungspartnerschaften bedingen neue Geschäfts- und Vertragsmodelle. Dabei ist schon die Messung der Kostensenkungen im dynamischen IT-Umfeld nicht ganz einfach. Noch deutlich schwieriger ist die Messung des Beitrages zum Geschäftserfolg. Im Forum werden Ansätze und Praxiserfahrungen vorgestellt.

Konzept:

Prof. Dr. Eberhard Schott (eberhard.schott@fh-aschaffenburg.de)

1.2.3. Bewertung und Vergleichbarkeit von Angeboten unterschied-

- Welche Bewertungsmaßstäbe haben sich bewährt?
- Kann eine Vergleichbarkeit der Angebote bereits durch die Ausschreibung



<p>licher Provider</p>	<p>beeinflusst werden? Wie umfangreich und detailliert muss ausgeschrieben werden, um dies zu ermöglichen?</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Welche allgemeinen Richtlinienwerke oder Preisverzeichnisse können zu Rate gezogen werden? ■ Wer kommt als Bewerber bzw. Auswerter auf Anwenderseite in Frage? ■ Welche Rolle spielt "Vertrauen"? <p>Komplexe Outsourcingangebote der Service-Provider umfassen oft hunderte Seiten Text. Das auslagernde Unternehmen muss zwischen mehreren Angeboten entscheiden. Die Angebote von einzelnen Providern sind aber nicht "ge-normt", sondern ganz im Gegenteil mit eigenem "Stil & Schwerpunktsetzung" ausgestattet. Die sich hieraus ergebende Frage nach Bewertung und Vergleichbarkeit soll im Forum erörtert werden.</p> <p>Konzept: Andreas Wartenberg (andreas.wartenberg@psdgroup.com)</p>
<p>1.2.4. SLA-Vereinbarungen und Management von Service Levels</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Welche Anforderungen werden an gute SLA-Management-Systeme gestellt und worauf muss geachtet werden? ■ Welche Service-Level-Methode wird den Kundenbedürfnissen gerecht und ist parallel für Dienstleistungsanbieter fair? ■ Wie können Veränderungen in der Anzahl, der Qualität und der Gewichtung von Service Levels rasch, methodisch sicher und für den Dienstleister umsetzbar implementiert werden? ■ Warum ist ein „Service Level Credit“ besser als ein „Service Level Penalty“? ■ Welche Vorteile bekommt man wenn zwei Kennlinien (Service Level) pro Service festgelegt werden? ■ Wo liegt der Unterschied zwischen kritischen Services Levels, kritischen einmaligen Lieferkomponenten und Key Measurements? ■ Wie kann man den technologischen Fortschritt durch eine automatische und kontinuierliche Anhebung der Service Level Prozentwerte bereits im Vertrag vereinbaren? <p>Das Ziel des Forums liegt in der Darstellung eines „Best Practice“ Service-Level-Management-Systems als flexibles Instrument zur Steuerung der Qualität der Services und in der administrativen Umsetzung im Bereich Service Management/Governance.</p> <p>Konzept: Bernd Schäfer (bernd.schaefer@tpi.net)</p>
<p>1.2.5. Benchmarking in Outsourcing-Verträgen</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wo liegen für Kunden oder Service-Provider die Gründe und Motive, einen Benchmark zu verlangen? ■ Welche Benchmark-Varianten gibt es, wie ist der Ablauf eines Benchmarks, und welche rechtlichen Aspekte sind zu beachten? ■ Welche wichtigen Punkte sollten vor Beginn eines Benchmarks zwischen Kunden, Lieferanten und Benchmarkern abgestimmt sein? ■ Wie selektiert man einen Benchmarkern? Auf welcher vertraglichen Basis wird er beauftragt? ■ Was ist die Peer-Selektion und was sind die wichtigsten Punkte bei der Peer-Selektion? ■ Was ist bei der Normalisierung zu beachten? ■ Wie sieht das Governance-Model des Benchmark-Projektes aus?



- Wie sollten die Benchmark Ergebnisse umgesetzt werden?

Outsourcing-Kunden gehen verstärkt dazu über, lang laufende Verträge mit dem Instrument des IT-Preis-Benchmarks in bestimmten Zeitabständen auf Marktkonformität zu überprüfen. Dabei wird zunehmend deutlich, dass der Ansatz „Einer-passt-für-alle“, bei dem eine einmal definierte Standard-Vorgehensweise unkritisch auf andere Situationen angewendet wird, nicht zu befriedigenden Ergebnissen führt.

Benchmarks müssen gemeinsam zwischen Kunde, Dienstleister und Benchmarker auf die spezielle Vertragsumgebung angepasst werden. Durch eine klare Festlegung von Projektzielen, Inhalten und Vorgehensweise erreichen sowohl Kunde als auch Dienstleister einen strukturierten Projektverlauf und verbesserte, von beiden Seiten akzeptierbare Ergebnisse. Die rechtzeitige Festlegung von Verantwortlichkeiten und Spielregeln reduziert darüber hinaus die Wahrscheinlichkeit, dass sich durch ein Benchmark-Projekt negative wirtschaftliche Auswirkungen oder Missverständnisse in der partnerschaftlichen Beziehung entwickeln.

Konzept:

Gerald Münzl (muenzl@de.ibm.com)

1.2.6. Software as a Service

- Für welche Unternehmen (Betriebsgrößen, Branchen, ...) und Anforderungen (unternehmenskritische Anwendungen, ...) eignet sich Software as a Service (SaaS)?
- Wie sieht es bei SaaS mit Kosten, Abrechnung, Kündigungsfristen und Datensicherheit aus?
- Sind SaaS-Lösungen in andere Anwendungen integrierbar, und inwieweit sind individuelle Anpassungen möglich?
- Unter welchen Bedingungen ist es für Unternehmen sinnvoll, von einer Lizenz-basierten Lösung auf SaaS zu migrieren?

Software as a Service (SaaS) bedeutet Nutzung von Software als Web-basierte Dienstleistung im On-Demand-Modell und nutzungsabhängige Bezahlung. SaaS entlastet die Unternehmen von zeit- und kostenintensiven Prozessen der Implementierung, Wartung, Pflege oder Weiterentwicklung von IT-Anwendungen. Vorabinvestitionen in Hardware oder Software-Lizenzen sind in der Regel nicht notwendig. Die Verantwortung für Verfügbarkeit und Sicherheit der Anwendung übernimmt der Provider. SaaS-Lösungen können heute auch als Ergänzung und in Verbindung mit anderen Anwendungen eingesetzt werden. Das Forum bietet eine Plattform zur Präsentation von Best Practices beim Einsatz von SaaS sowie zur Diskussion von Markttrends und -angeboten.

Konzept:

Gerald Münzl (muenzl@de.ibm.com)

1.2.7. On-, Near- und Offshoring

- Für welche Unternehmen ist Nearshoring / Offshoring eine mögliche Sourcingalternative, und wie können mittelständische Unternehmen davon profitieren?
- Wie lassen sich durchgängige Prozesse praktikabel in einen Nearshoring / Offshoring- und einen Onshore-Teil aufsplitten, und welche Betriebsmodelle leiten sich daraus ab? Wie kann ein Deliver Center Netzwerk effizient genutzt werden?
- Wie können in den verschiedenen Projektphasen und unter Beachtung der Bedingungen im Land des Nearshore- / Offshore-Partners (kulturelle Besonderheiten, Kostenentwicklung, Mitarbeiterfluktuation) die Prozesse des Austauschs von Wissen nachhaltig und effektiv gestaltet werden?
- Welche Prozesse und Regelungen sind für die Schnittstelle zu einem Nearshoring- / Offshoring-Partner notwendig, um eine erfolgreiche Leistungserbringung zu ermöglichen? Wie muss sich der Kunde organisatorisch aufstellen und welche Funktionen aufbauen?

- Welche Praxiserfahrungen liegen bei der Steuerung von Offshore- / Nearshore- Partnern über die Vertragslaufzeit vor?
- Wie unterscheiden sich die Angebote etablierter, weltweit agierender Dienstleister von den indischen Anbietern?
- Wie wird in langjährigen Verträgen mit wirtschaftlichen Risiken in einigen Offshore-Ländern umgegangen?

Ziel der Forums ist es, Aspekte der Prozessgestaltung und der organisatorischen Auswirkungen bei Nearshoring- / Offshoring Projekte vertiefend zu diskutieren und Unternehmen für die Elemente einer erfolgreichen Übergangsphase zu sensibilisieren. Mit dem Leitthema Nearshoring / Offshoring sprechen wir Unternehmen an die diese Sourcingalternative in Erwägung ziehen oder bereits ein konkretes Vorhaben planen.

Konzept:

Dr. Ralph Jahnke (ralph.jahnke@accenture.com)

1.2.8. Erfolgreiches Vertragsmanagement

- Wie schafft man in der Vorbereitungsphase eines Outsourcing-Vertrages die richtige Vertragsbasis?
- In der Transitionsphase muss der Übergang in eine neue Phase gestaltet werden - wie lassen sich Pragmatismus und Vertragstreue austarieren?
- Wie kann angesichts ständig neue Rahmenbedingungen ein agiles Vertragsmanagement aussehen (Mikro- vs. Makrosteuerung)?
- Outsourcing-Vertragsbeziehungen sind Beziehungen zwischen Organisationen und Beteiligten - wie kann ein Vertragsmanagement bei der Konfliktlösung hilfreich sein?
- Wie kann man den Erfolg des Vertragsmanagements messen - oder bleibt am Ende nur die Rolle des „Sündenbocks“?

Das Vertragsmanagement fängt bereits vor der Unterschrift unter einen Outsourcing-Vertrag an. Die besondere Schwierigkeit bei Outsourcing-Verträgen liegt in den widersprüchlichen Anforderungen und in den ständig wechselnden Rahmenbedingungen. Im Forum wird erörtert, wie diese Anforderungen in der Praxis unter einen Hut zu bringen sind.

Konzept:

Joachim Depper (jde@mediaanabs.de)

1.2.9. Dynamic Services

- Wie können Unternehmen ihre Organisation so aufstellen, dass sie flexibel auf neue Marktanforderungen und –möglichkeiten reagieren und Freiräume für ihr Kerngeschäft schaffen können?
- Lassen sich IT- und TK-Services künftig so einfach und zuverlässig wie Wasser und Strom beziehen?
- Wie werden Partnerschaften zwischen Kunden und Dienstleistern so gestaltet, dass die ITK-Gesamtkosten signifikant verringert werden und die ITK-Systeme den Anforderungen im Wettbewerb entsprechen?
- Welche Lösungen unterstützen Unternehmen dabei, ihre ITK-Prozesse zu optimieren, die Komplexität der ITK-Systeme zu vermindern und Risiken gemeinsam mit Dienstleistern zu teilen?
- Mit welchen Mitteln ist es möglich, fixe in variable Kosten umzuwandeln?

Das Management in allen Unternehmen steht vor der Herausforderung, für die Geschäftsprozesse bedarfsgerecht ITK-Ressourcen zur Verfügung zu stellen, ohne dabei Kapazitäten für die wenigen Zeiten einer Maximallast vorzuhalten. Hier setzt das Konzept der Dynamic Services an. Im Forum wird an Praxisbeispielen erörtert, wie sich dieses Konzept bewährt und welche Vorteile es den Kunden wirklich bringt.

Konzept:

Dr. Stephan Verclas (Stephan.Verclas@t-systems.com)

1.2.10. Juristische Aspekte im Outsourcing

- Was ist bei der Vorbereitung von Outsourcing-Vorhaben aus juristischer Sicht und aus der Sicht des Datenschutzes zu beachten, und wie wird geistiges Eigentum im Rahmen von Outsourcing-Verträgen geschützt?
- Wie sind Outsourcing-Verträge sinnvollerweise zu strukturieren, und welche Gestaltungsmöglichkeiten bieten sich aus gesellschaftsrechtlicher und steuerrechtlicher Sicht?
- Wann liegt ein Betriebsübergang nach § 613a BGB vor und was bedeutet dies für das Outsourcing-Vorhaben?
- Wie werden Service Level Agreements rechtssicher formuliert?
- Welche Flexibilisierungsinstrumente bieten sich aus juristischer Sicht für Outsourcing-Beziehungen an?
- Welche Probleme ergeben sich bei grenzüberschreitendem Outsourcing?
- Welche Fragen stellen sich beim Outsourcing im Banken- und Versicherungsbereich?

IT-Outsourcing-Verträge zählen zu den wohl komplexesten IT-Vertragswerken. Mängel in der juristischen Vorbereitung von Outsourcing-Vorhaben sowie in der vertraglichen Gestaltung haben unmittelbare kaufmännische und technische Implikationen, die nicht selten zu Schwierigkeiten in der Durchführung und im Extremfall zum Scheitern von Outsourcing-Beziehungen führen. Im Rahmen dieses Forums werden die aus Anwendersicht wichtigsten Rechtsfragen behandelt, die bei der Planung und Vorbereitung von Outsourcing-Vorhaben zu berücksichtigen sind.

Konzept:

Dr. Jan Geert Meents (Jan.Meents@cms-hs.com)

1.2.11. Total Cost of Security versus Total Risk of Business

- Wie viel Security wird im IT-Betrieb verlangt, und welche Kosten sind für Security akzeptabel?
- Welche Risikobewertungsmethoden für operationale Risiken (inkl. der Security-Risiken) sind praktikabel?
- Wie werden die Kosten, mögliche Auswirkungen auf Funktion und Performance und die Wirksamkeit von Security-Maßnahmen bewertet?
- Welchen Stellenwert hat Security im Unternehmen, und wie lassen sich die unterschiedlichen Sichten von Technikern und Geschäftsleuten in Übereinstimmung bringen?
- Welches Sicherheitsniveau ist angemessen, um Compliance-Anforderungen zu erfüllen, ohne das Kerngeschäft zu gefährden?

Bisher wurde Security meist als "Managed Security Services" im Outsourcing thematisiert. Mehr und mehr setzt sich jedoch eine ganzheitliche Betrachtung der Lieferprozesse im Sinne von "Secure Managed Services" durch. Hierbei spielt die Umsetzung von Compliance-Anforderungen durch Security-Methoden vor allem im Bereich der Integrität von Transaktionen und Geschäftsvorfällen eine wesentliche Rolle. Wegen der Integration von Security in die traditionellen IT-Betriebs- und Lieferprozesse lassen sich die Security-spezifischen Kosten kaum noch separieren. Jedoch ist Security ein wesentlicher Faktor bei der Bewertung der mit einem Outsourcing-Projekt verbundenen Risiken für das Geschäft des auslagernden Unternehmens. Im Mittelpunkt des Forums stehen die Relevanz von Security bei der Risikobewertung durch Kunden und Serviceanbieter und die Möglichkeiten ihrer Einbeziehung in die Enterprise Risk Management Prozesse.



Konzept:

Reinhard Bertram (reinhard.bertram@siemens.com)

Dr. Franz-Peter Heider (Franz-Peter.Heider@t-systems.com)

**1.2.12. Gestaltung des
Mitarbeiterübergangs**

- Welche rechtlichen Rahmenbedingungen regeln den Mitarbeiterübergang bei Outsourcing-Projekten, und wie bereite ich den Übergang korrekt vor?
- Wie wird das übergehende Personal für das Vorhaben gewonnen, und was passiert, wenn die Mitarbeiter dem Übergang widersprechen?
- Worauf ist aus Sicht des Personalmanagements bei der Providerauswahl zu achten?
- Personalmanagement bei auslaufendem Servicevertrag – wie ist zu verfahren?

In Outsourcing-Projekten ist das Personalkonzept für Kunden und Service-Provider gleichermaßen ein erfolgskritischer Faktor. Die Sicherung des Know-hows und der Motivation der Mitarbeiter sind hierbei besonders wichtig – sowohl bei den zum Provider wechselnden Mitarbeitern, als auch in der verbleibenden Kunden-Organisation.

Konzept:

Susanne Dietrich (sdietrich@t-systems.com)

**1.2.13. SOA in der Outsour-
cingbeziehung**

- Welchen Beitrag kann die Umsetzung von Outsourcing-Projekten im Rahmen einer SOA zur Einhaltung von Compliance-Vorgaben leisten?
- Reduziert eine SOA die Abhängigkeit der Kunden vom Outsourcing-Dienstleister – welche Praxiserfahrungen liegen vor?
- SOA vor Outsourcing oder umgekehrt? In welcher Reihenfolge sollten Kunden Projekte aufsetzen?
- Welche Voraussetzungen müssen Kunden und Dienstleister erfüllen und welche Vorarbeiten leisten, um Outsourcing-Projekte auf Basis einer SOA umzusetzen? Sind dafür zusätzliche organisatorische Rollen/Schnittstellen erforderlich?
- Wie meistern Outsourcing-Anbieter die heterogenen Anforderungen verschiedener Kunden an die Granularität von Services unter Beibehaltung der Wiederverwendbarkeit?
- Was muss bei Definition und Monitoring von Service Level Agreements beachtet werden, wenn Outsourcing auf Basis einer SOA umgesetzt wird? Reichen die vorliegenden Standards aus?

Eine Service-orientierten Architektur (SOA) stellt den Rahmen für die Entwicklung modularer Business Services dar, die sich leicht integrieren und wiederverwenden lassen. SOA ist in erster Linie ein fachlich getriebener, dezentraler, Service-getriebener Ansatz – und nicht nur ein technologisches Konzept. Das Forum bietet eine Plattform zur Diskussion von Möglichkeiten und Herausforderungen von SOA an Outsourcing-Kunden und –Dienstleister.

Konzept:

Rolf Schumann (rolf.schumann@sap.com)

Claus Frühwein (claus.fruehwein@sap.com)

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Leitthemen des Anwenderforums Outsourcing 2007 und die Relevanz der Themen in den einzelnen Lebenszyklus-Phasen eines Outsourcing-Projektes.

Tabelle 1: Beziehung der Leitthemen des Kongresses zu den Lebensphasen

Leitthema	Phase im Lebenszyklus eines Outsourcing-Projektes			
	Sourcing-Strategie	Vorbereitung / Abschluss Vertrag	Übertragung an Provider	Erbringung Service
■ 1 Next Generation Outsourcing	X			
■ 2 Messung des Beitrags von Outsourcing-Verträgen zum Business Erfolg	X			
■ 3 Bewertung und Vergleichbarkeit von Angeboten unterschiedlicher Provider		X		
■ 4 SLA-Vereinbarungen und Management von SLA		X	X	X
■ 5 Benchmarking in Outsourcing-Verträgen				X
■ 6 Software as a Service	X			
■ 7 Nearshoring / Offshoring	X			
■ 8 Erfolgreiches Vertragsmanagement		X	X	X
■ 9 Dynamic Services	X			
■ 10 Juristische Aspekte im Outsourcing		X		
■ 11 Total Cost of Security versus Total Risk of Business		X	X	X
■ 12 Gestaltung des Mitarbeiterübergangs		X	X	X
■ 13 SOA in der Outsourcingbeziehung	X			

1.3. Sourcing-Treff

Für den Dialog steht ein Sourcing-Treff zur Verfügung. Hier werden für individuelle Gespräche separierte Kommunikationsinseln mit Kaffeeversorgung eingerichtet. Großer Wert wird auf eine angenehme Gesprächs-Atmosphäre und Diskretion gelegt.

Sponsoren können einheitlich gestaltete (Standardisierung weckt Vertrauen) Demopunkte mit einem Firmenschild in genormter Größe und besonderen Kommunikationsmöglichkeiten erhalten. Auf traditionelle Ausstellungsstände und werbliche Präsenz wird hingegen verzichtet.

Der Dialog wird groß geschrieben, und über die Plattform Xing werden bereits lange vor dem Kongress Dialogmöglichkeiten entwickelt.

1.4. Vortragseinladung - Call for Papers

Praxisorientierte Vortragsangebote zum Anwenderforum Outsourcing sind herzlich willkommen und werden an das Sekretariat des Anwenderforums Outsourcing (Frau Monika Kreisel, Tel.: +49 30 27576-246, m.kreisel@bitkom.org) erbeten.

Besonders willkommen sind Beiträge von Anwendern sowie gemeinsame Vortragsangebote von Anbietern und Anwendern von Outsourcing-Lösungen.

Einreicher erhalten umgehend eine Bestätigung des Einganges des Vortragsangebotes. Die geplante Vortragsdauer beträgt ca. 30 Minuten inkl. Diskussion - bei Impulsvorträgen 10 und bei Kurzbeiträgen in Foren 5 Minuten.

Die Vortragsangebote sollten eine aussagekräftige Zusammenfassung beinhalten und sich an den Leitthemen der Konferenz orientieren. Der Programmbeirat wird jedoch auch Angebote prüfen, die außerhalb der Leitthemen liegen. Benötigt werden der Vortragstitel und die Kontaktinformationen der Autoren. Die Zusammenfassung sollte nach Möglichkeit die Problemstellung, ggf. den konzeptionellen und methodischen Hintergrund, das Vorgehen, den praktizierten Einsatz von Outsourcing in Unternehmen bzw. Organisationen, Aussagen über die beim Einsatz erzielten Effekte sowie Schlussfolgerungen (Praxiserfahrungen, Handlungsempfehlungen, Best Practices, ...) umfassen.

Die Entscheidung über die Annahme von Vortragsangeboten trifft der Programmbeirat. Da ausschließlich Entscheidungsträger und Experten an der Veranstaltung teilnehmen, werden hohe Anforderungen an die Vortragsangebote und ihren Informationsgehalt für die Zielgruppen gestellt.

Für die vom Programmbeirat bestätigten Vorträge werden folgende Unterlagen für die Webpräsentation und das Vortragsprogramm benötigt: Abstract des Vortrags, Kurzvita sowie ein Foto des bzw. der Referenten.

Der Abstract sollte nicht mehr als max. 500 Zeichen inkl. Leerzeichen umfassen.

Die Kurzvita sollte als Fließtext mit max. 500 Zeichen inkl. Leerzeichen abgefasst sein. Das Foto der Referenten sollte als Porträtaufnahme von einem professionellen Fotografen gemacht und auf jeden Fall in Farbe sein. Dateiformat tif, 300 dpi, Darstellungsgröße 1:1.

Die Präsentationsunterlagen sollen für die Veröffentlichung auf der Konferenz-CD für alle Teilnehmer vor der Veranstaltung im PDF oder MS-PowerPoint-Format eingesandt werden. Über weitere Details werden die Vortragenden mit der Bestätigung des Vortragsangebotes durch den Programmbeirat informiert.

1.5. Termine

- 30.06.07** Deadline für Vortragsangebote an
- 13.07.07** Beratung Programmbeirat in Frankfurt am Main (BITKOM-Geschäftsstelle)
- 16.07.07** Information der Vortragenden
- 31.08.07** Abstracts der Vorträge im Internet
- 21.09.07** Pressekonferenz zum Anwenderforum Outsourcing in Frankfurt am Main
- 19.10.07** Deadline Präsentationen über BITKOM an Programmbeirat (für CD zum Kongress)
- 20.-21.11.07** **5. Anwenderforum Outsourcing in Frankfurt am Main**

1.6. Programmbeirat

Den Programmbeirat bilden ausgewiesene Experten aus der Praxis des Outsourcings, aus dem Consulting und der Wissenschaft. Der Programmbeirat trägt umfassend zum Erfolg der Veranstaltung bei. Er

- berät die Veranstalter bei der fachlichen Profilierung des Anwenderforums Outsourcing,
- gibt Empfehlungen zur Gewinnung von Vortragenden,
- begutachtet die Vortragsangebote,
- unterstützt die Veranstalter im Qualitätsmanagement der Präsentationen sowie bei der Werbung in Interessenten-Netzwerken.

Den Programmbeirat bilden:

- Dr. Ludwig Hennicke, Swiss Re Frankona Management Service GmbH, München
- Holger von Jouanne-Diedrich, Universität St. Gallen
- Dr. Dirk Olufs, DHL Verwaltungs GmbH, Bonn
- Andreas Wartenberg, PSD Group, Frankfurt am Main
(Moderator des Forums Outsourcing der Business-Plattform Xing)

1.7. Ansprechpartner

BITKOM e.V.

Dr. Mathias Weber
Bereichsleiter, IT Services & Knowledge Management
Tel: +49 30 27576-121
Fax: +49 30 27576-400
E-Mail: m.weber@bitkom.org

BDI e.V.

Dr. Carsten Rolle
Referent, Abteilung Energiepolitik / Telekommunikationspolitik
Tel: +49 30 2028-1595
Fax: +49 30 2028-2595
E-Mail: c.rolle@bdi-online.de

IHK Frankfurt am Main

Matthias Müller
Unternehmenskommunikation
Stellvertretender Geschäftsführer
Tel: +49 69 2197-1496
Fax: +49 69 2197-1488
E-Mail: m.mueller@frankfurt-main.ihk.de

CMP-WEKA Verlag GmbH & Co. KG

Franziska Simon
Eventmanager
Events & Services
Tel: +49 8121 95-1614
Fax: +49 8121 95-1598
E-Mail: franziska.simon@events-services.de

DIHK Deutscher Industrie- und Handelskammer

Dr. August Ortmeyer
Leiter des Fachbereiches Dienstleistungen, Infrastruktur und Regionalpolitik
Tel +49 30 20308 2100
Fax: +49 30 20308 2111
E-Mail: ortmeyer.august@berlin.dihk.de

Münchener Kreis

Übernationale Vereinigung für Kommunikationsforschung e.V.
Prof. Dr. Heinz Thielmann
Tel.: +49 89-223238
Fax: +49 89-225407
E-Mail: heinz.thielmann@sit.fraunhofer.de



2. Beteiligungsmöglichkeiten für Sponsoren

Informationen über Sponsorenpakete

Grundleistungen bei Buchung eines der Pakete

- Logopräsenz auf allen Marketingmaterialien im Aktionszeitraum
- Werbekampagne über einen Zeitraum von mehreren Monaten mit Anzeigenkampagne, Web-Banner, Direktmailing und E-Mail-Newsletter Juli – Ende November 2007, vgl. 4.
- Logopräsenz auf www.bitkom.org/anwenderforum mit Verlinkung zu Ihrer Webpage
- Umfangreiche Logopromotion auf dem Event (Poster, Aufsteller, Programmhandzettel, Trailer)
- Logopräsenz im Sourcing Treff mit Tischreservierung und Prospektcontainer
- Berichterstattung über die Schwerpunktthemen der Veranstaltung in allen Publikationen der beteiligten Partner
- Bereitstellung der Kontaktdaten der Teilnehmer

Paket 1

7.500,00 €

- Grundleistungen
- Vortrag im Plenum (vorzugsweise Kunde oder Kunde gemeinsam mit Anbieter)
- Beteiligung an Moderation einer Plenumsveranstaltung (vorzugsweise Kunde)
- 3 Kongresspässe für Ihre Mitarbeiter
- 5 kostenfreie Kombi-Tickets für Ihre Kunden im Wert von je 780 €*

Paket 2

5.000,00 €

- Grundleistungen
- Kurzbeitrag in einem Forum (vorzugsweise Kunde oder Kunde und Anbieter gemeinsam)
- Beteiligung an Moderation eines Forums
- 2 Kongresspässe für Ihre Mitarbeiter
- 3 kostenfreie Kombi-Tickets für Ihre Kunden im Wert von je 780 €*

Paket 3

3.000,00 €

- Grundleistungen
- 1 Kongresspass für einen Mitarbeiter
- 2 kostenfreie Kombi-Tickets für Ihre Kunden im Wert von je 780 €*

Ihr Nutzen

- Neutrale Plattform für den Dialog zwischen Anwendern und mit Anbietern
- Austausch zwischen Experten über Praxiserfahrungen, Best Practices, Chancen, Probleme, Risiken, Lösungen
- Benchmarking eigener Lösungen und Konzepte
- Weiterentwicklung der Experten-Community

* Wichtiger Hinweis: Die kostenfreien Kombi-Tickets (Anwender + Betreuer) ermöglichen, dass Anwender durch ihren Betreuer beim Provider begleitet werden können. Bei Nutzung der kostenfreien Kombi-Tickets ausschließlich durch Mitarbeiter der Service-Provider wird die Teilnahmegebühr in Rechnung gestellt.



Buchung Veranstaltungspaket

per Fax an +49 8121 95-1598 bis 15. Juni 2007

Vollständige Firmenbezeichnung

Abteilung

Ansprechpartner

Straße

Telefon

PLZ/Ort

Telefax

Land

E-Mail

Bestellnummer

Homepage

Abweichende Rechnungsanschrift

Bitte ankreuzen	Paket / Beschreibung	Preis in €
<input type="checkbox"/>	Paket 1 Grundleistungen, Vortrag im Plenum (vorzugsweise Kunde oder Kunde gemeinsam mit Anbieter), Beteiligung an Moderation einer Plenumsveranstaltung (vorzugsweise Kunde), 3 Kongresspässe für Ihre Mitarbeiter, 5 kostenfreie Kombi-Tickets (Anwender + Betreuer)	7.500,00
<input type="checkbox"/>	Paket 2 Grundleistungen, Kurzbeitrag in einem Forum (vorzugsweise Kunde oder Kunde und Anbieter gemeinsam), Beteiligung an Moderation eines Forum, 2 Kongresspässe für Ihre Mitarbeiter, 3 Kombi-Tickets (Anwender + Betreuer)	5.000,00
<input type="checkbox"/>	Paket 3 Grundleistungen, 1 Kongresspass für einen Mitarbeiter, 2 Kombi-Tickets (Anwender + Betreuer)	3.000,00

Die inhaltliche Gestaltung des Konferenzprogramms sowie die Planung des Sourcing-Treffs obliegen dem Veranstalter. Der Veranstalter wird soweit als möglich die Wünsche der Sponsoren berücksichtigen. Ein rechtlicher Anspruch hinsichtlich der Platzierung entsteht daraus für den Sponsor nicht.

Das Vertragsverhältnis kommt durch die schriftliche Bestätigung der Anmeldung durch den Veranstalter zustande. Alle Preise verstehen sich zzgl. der zum Zeitpunkt der Leistungserbringung gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer. Zahlungsbedingungen: 50 % des Gesamtbetrages 14 Tage nach Auftragsannahme durch den Veranstalter. Restliche 50 % des Gesamtbetrages 30 Tage vor Veranstaltungsbeginn. Restbetrag ggf. mit der Schlussabrechnung nach der Veranstaltung

Datum

Stempel / rechtsverbindliche Unterschrift

Veranstalter:

Bitkom Servicegesellschaft mbH

Organisation, Marketing und Durchführung:

CMP-WEKA Verlag GmbH & Co. KG, Events & Services



3. Erweiterte Sponsoringmöglichkeiten

5. Anwenderforum Outsourcing, 20.-21. November 2007

Als Sponsor und Partner des Anwenderforums Outsourcing 2007 bieten wir Ihnen für Ihre Kampagnen und Promotions verschiedene Sponsoringmöglichkeiten an. Sie können diese mit nachhaltiger Wirkung kombinieren und so maßgeblich den Erfolg Ihrer Marketingaktivitäten beeinflussen.

Nutzen Sie die angebotenen Leistungen vor, während und nach der Veranstaltung und profitieren Sie über einen langen Zeitraum von der kompetenten Berichterstattung der InformationWeek und der Marketingkampagne rund um das Anwenderforum Outsourcing 2007.

Sponsoren des Anwenderforums Outsourcing stehen einige dieser Sponsoringmöglichkeiten kostenfrei zur Verfügung!

Für den optimalen Nutzen der Veranstaltung empfehlen wir Ihnen, Ihre Dienstleistungen, Technologien oder Lösungen im Vorfeld in der Zielgruppe zu bewerben und die Besucher mit Aktionen an Ihrem Demopoint anzusprechen.

Ihre kostenfreien Sponsoringmöglichkeiten:

- ➔ Besucherflyer und VIP-Tickets für die Einladung Ihrer Kunden inklusive Postversand
- ➔ Einladungsmaillings per E-Mail im Veranstaltungsdesign mit Ihren individuellen Texten
- ➔ Ihr Unternehmenslogo auf allen Werbemitteln zu Veranstaltung, in Mailings und auf der Veranstaltungswebsite
- ➔ Ihre Präsentation auf der Konferenz CD (bei Annahme eines Vortrages durch den Programmbeirat)

Und so könnte Ihre Marketingkampagne zu einer Produkteinführung aussehen:

Anzeige in InformationWeek	2.000,00
Einladungsaktion	kostenfrei
VIP-Tickets für Ihre Kunden	kostenfrei
Sponsoring Konferenztasche	800,00
Gewinnspiel mit Demopoint-Rallye	Preise oder 500,00
Follow-Up E-Mailing	540,00

Bestellung Sponsoring

per Fax an +49 8121 95-1598 bis 30. Juni 2007

Vollständige Firmenbezeichnung

Abteilung

Ansprechpartner

Straße

Telefon / Telefax

Land / PLZ / Ort

E-Mail

Bitte ankreuzen	Sponsoringmöglichkeiten	Preis in €
<input type="checkbox"/>	Einladungsaktion für Ihre Kunden - Postversand 300 Besucherflyer inkl. Postversand (weitere Flyer auf Anfrage) <input type="checkbox"/> Wir senden Ihnen 300 Adressen zum Versand der Flyer zu. <input type="checkbox"/> Bitte senden Sie uns die Flyer zu. Wir versenden selbst.	kostenfrei
<input type="checkbox"/>	Einladungsaktion für Ihre Kunden - E-Mailshot Template im Veranstaltungsdesign für Ihre Einladung per E-Mail <input type="checkbox"/> Wir senden Ihnen einen Text und die Adressen zum Versand des E-Mailshots zu. <input type="checkbox"/> Bitte senden Sie uns das Template zu. Wir versenden selbst.	kostenfrei
<input type="checkbox"/>	Einladungsaktion für Ihre Kunden - kostenfreie VIP-Tickets Entsprechend Ihrer Buchung eines Sponsoringpaketes erhalten Sie eine bestimmte Anzahl von kostenfreien VIP-Tickets für Ihre Kunden. Mit diesen Tickets haben Ihre Kunden freien Eintritt an allen Veranstaltungstagen.	kostenfrei
<input type="checkbox"/>	Einladungsaktion für Ihre Kunden - Tickets zu Sonderkonditionen Ihre Kunden erhalten 150 € Rabatt auf alle Eintrittskarten zur Veranstaltung. <input type="checkbox"/> Bitte senden Sie uns die Daten zur Online-Anmeldung für Tickets zu Sonderkonditionen für unsere Kunden zu. <input type="checkbox"/> Bitte senden Sie uns 50 Gutscheine für Tickets zu Sonderkonditionen für unsere Kunden zu.	kostenfrei
<input type="checkbox"/>	Anzeige in InformationWeek 1/1 4c Anzeige in InformationWeek im Zeitraum vor der Veranstaltung	2.000,00
<input type="checkbox"/>	Sponsoring Konferenztaschen Ihr Material in den Konferenztaschen für alle Besucher der Veranstaltung	800,00
<input type="checkbox"/>	Lunch Sponsoring Wir platzieren Ihr Logo auf den Tischkarten im Cateringbereich und kündigen Sie in den Trailern als exklusiven Sponsor des Lunches an.	3.500,00 pro Tag
<input type="checkbox"/>	Videoprojektion auf Infoterminals Auf Infoscreens im Sourcing-Treff zeigen wir aktuelle Programmhinweise. Schalten Sie Ihr Video dazwischen. Format: 16:9, avi oder mpeg, Dauer: max. 30 Sekunden ohne Ton	1.000,00
<input type="checkbox"/>	Follow-Up E-Mailshot (nach der Veranstaltung) Ein Mailing an alle angemeldeten Besucher des Events sichert Ihnen die Aufmerksamkeit der Leser. Sie liefern den Text, wir übernehmen die Gestaltung und das Handling.	540,00
	weitere Sponsoringleistungen siehe Sponsoringmappe	

Hiermit buchen wir verbindlich die oben aufgeführten Leistungen zum **Anwenderforum Outsourcing 2007** zu den allgemeinen Teilnahmebedingungen.

Datum

Stempel / rechtsverbindliche Unterschrift

Veranstalter:

Bitkom Servicegesellschaft mbH

Organisation, Marketing und Durchführung:

CMP-WEKA Verlag GmbH & Co. KG, Events & Services

4. Event-Marketingkampagne

Maßnahmen & Erscheinungstermine

Pressehinweise / Veröffentlichungen zum Thema Outsourcing

- | | |
|--|------------------------------------|
| → IHK WirtschaftsForum
Auflage 80.000 | September 2007 |
| → InformationWeek Special Sourcing Solutions
Auflage 42.000 | 24.05.07, 02.08.07
und 02.11.07 |

Maßnahmen zur Unterstützung der Besucherwerbung / Einladungen durch Sponsoren

- Sponsoren erhalten je 300 Besucherflyer kostenfrei zur Verteilung
- Sponsoren erhalten eine bestimmte Anzahl VIP-Tickets für Geschäftspartner zum kostenlosen Besuch
- Sponsoren erhalten Ticket-Gutscheine und Online-Anmeldedaten für Tickets zu Sonderkonditionen
- Sponsoren erhalten auf Abruf Banner für ihre Website zum Hinweis auf ihre Teilnahme bei der Veranstaltung und zur Einladung ihrer Kunden
- Events & Services stellt für Mailings firmenspezifische HTML-Vorlagen zur Verfügung
- Events & Services übernimmt kostenfrei den Versand von Mailshots (zur Verfügung gestellte Adressen werden einmalig und nur zu diesem Zweck verwendet)
- Events & Services unterstützt Sponsoren beim Versand von Postmailings

Aktionen Sponsoren / Partner / Schirmherren

- | | |
|---|----------|
| Versand der Besucherflyer an Sponsoren / Partner / Schirmherren
- je 300 Flyer kostenfrei | KW 32/33 |
| VIP-Tickets für VIP-Kunden der Sponsoren
- Anmeldung per Internet oder Fax (Vorlage wird gestellt) | KW 32/33 |
| Ticket-Gutscheine für Kunden / Partner der Sponsoren
- Anmeldung per Internet oder Fax (Vorlage wird gestellt) | KW 32/33 |

Anzeigenkampagne

- | | |
|--|----------------|
| Veranstaltungsanzeige 1/1 Seite in InformationWeek mit Logo-Präsenz der Sponsoren | Aug - Sep 2007 |
| Veranstaltungsanzeige 2/1 Seite in InformationWeek inkl. Programm und Logo-Präsenz der Sponsoren | Sep 2007 |
| Stopper und Inselanzeigen in InformationWeek | Aug - Sep 2007 |



Einladungsaktionen

Besucherflyer 4-Seiter, Druck-Auflage 30.000	Druck: KW 31
Einladung durch BITKOM, BDI, DIHK und IHK per E-Mail - ca. 8.000 Adressaten	Aug 2007
Einladung durch InformationWeek per E-Mail - über 7.000 Adressaten	Aug – Sep 2007 4 E-Mailings
Versand des Besucherflyers an InformationWeek Bezieher per Post - über 8.000 Adressaten	KW 32/33
Versand des Besucherflyers an IHK-Mitglieder per Post - ca. 2.000 - 4.000 Empfänger	KW 32/33
Veranstaltungshinweis im Events & Services Newsletter etwa 14-tägig	Start: Aug 2007
Veranstaltungshinweis im IHK Newsletter ca. 4.000 Empfänger	Start: Aug 2007 1 - 2 E-Mailings
Veranstaltungshinweis im InformationWeek Newsletter wöchentlich, ca. 26.000 Empfänger	Start: Aug 2007

Internetpräsenz

Veranstaltungswebsite www.bitkom.org/outsourcing	ab KW 10
Veranstaltungshinweis auf Events & Services Website Terminübersicht auf www.events-services.de	ab KW 10
Veranstaltungshinweis auf Website der IHK Frankfurt Terminübersicht auf www.frankfurt-main.ihk.de	ab KW 10
Veranstaltungshinweis auf Website des Münchner Kreises Terminübersicht auf www.muenchner-kreis.de	ab KW 10
Banner für Partner / Sponsoren Partner / Sponsoren können bei Events & Services Banner in drei Größen abrufen und diese auf ihrer Website einbinden Größen in pixel: 120 x 120, 234 x 60 (halfsize), 468 x 60 (fullsize)	ab KW 25
Banner auf (Auswahl) → www.informationweek.de → www.networkcomputing.de → www.crn.de	ab KW 32