

TV-Marketing – Vom Programmangebot zur Markenwelt? 10. & 11. Mai 2001 in München

Das Verständnis von Fernsehanbietern als Marken im klassischen Sinne ist auch heute noch nicht selbstverständlich. Im Wettbewerb um den Zuschauer wurden in den vergangenen Jahren die unterschiedlichen Senderpositionierungen bzw. die jeweiligen Programmstrategien schärfer konturiert. Auch die kommunikationspolitischen On-Air und Off-Air-Instrumente werden heute erheblich intensiver genutzt. Die Möglichkeiten zur Ausschöpfung von Markenwerten im Fernsbereich stehen jedoch im Kontext der Entwicklung hin zu crossmedialen Kommunikationsplattformen noch am Anfang.

Im Rahmen dieser Veranstaltung zum Thema TV-Marketing stellen führende Medien-Marketer im Rahmen von Fallstudien ihre Aufgabengebiete und Tätigkeitsbereiche vor. Sie schildern ihre Einschätzungen und Vorstellungen mit Blick auf die Herausforderungen an das Medien-Marketing im Kontext von Globalisierung und Konvergenz.

Die Veranstaltung richtet sich insbesondere an Mitarbeiter, Volontäre, Hospitanten und Praktikanten von bzw. bei Sendern, Dienstleistern oder Agenturen. Auch Studenten, die sich für die Medien, insbesondere für das Fernsehen interessieren, sind angesprochen. Die Teilnehmerzahl ist auf **maximal 25 Personen** begrenzt.

Anmeldeschluss: 4. Mai 2001

Fragen? Rufen Sie uns an: **+49 (221) 454 3511**

Donnerstag, 10. Mai 2001

- 11.00 **Begrüßung**
Barbara Simon, Leitung Marketing/Art Director ProSieben, Unterföhring
- Programm & Moderation**
Wout Nierhoff,
Geschäftsführendes Vorstandsmitglied
Eyes & Ears of Europe, Köln
- 11.15 **Vorstellung der Teilnehmer**
- 11.30 **ProSieben: Sender-Positionierung & Kommunikationsstrategie**
Barbara Simon, Leitung Marketing/Art Director ProSieben, Unterföhring
Imke Deigner, Leitung Marketing ProSieben, Unterföhring
- 12.15 Diskussion
- 12.30 Mittagspause
- 14.00 **Wie können Markenkommunikation, Programm-Promotion & TV-Design von der Medienwirkungsforschung profitieren?**
Dr. Bernward Frank, Leiter Marketing ZDF, Mainz
- 14.45 Diskussion
- 15.00 Pause
- 15.15 **Marketing Pay-TV – Status quo & Perspektiven bei PREMIERE WORLD**
Zeljko Karajica, Creative Director & Head of Promotion PREMIERE WORLD, Unterföhring
- 16.00 Diskussion
- 16.15 Pause
- 16.30 **Globale Marken im europäischen Kontext – 13TH STREET/STUDIO UNIVERSAL**
Vanessa Vigar, Director Communications Universal Studios Networks, München
Kyra Weiss, Leiterin Marketing Universal Studios Networks, München
- 17.15 Diskussion
- 17.30 Pause
- 17.45 **Disney Channel – Eine Weltmarke begeistert deutsche Kids**
Maja Overbeck, Marketing Direktorin Buena Vista TV Deutschland, Ismaning
- 18.30 Diskussion
- 19.00 Ende des Veranstaltungstages

Freitag, 11. Mai 2001

- 09.00 Get together
- 09.30 **Europäische Integration als Wachstumspotential: H.O.T. Marketing for Home Order Television**
Malte Hildebrandt, Direktor Marketing & Sales/ Programm H.O.T. Home Order Television AG, Ismaning
- 10.15 Diskussion
- 10.30 Pause
- 10.45 **Programme, Märkte & Margen: Aufmerksamkeitspotenziale & Wertschöpfung im crossmedialen Kontext**
Florian Ruckert, Director Sales & Marketing Super RTL, Köln
- 11.30 Diskussion
- 11.45 Pause
- 12.00 **Vom Mangel zur Navigation – Werbung für RTL**
Michael Hajek, Geschäftsführer hop_agentur für marketing, promotion und design gmbh, Köln
- 12.45 Diskussion
- 13.00 Mittagspause
- 14.30 **Das Event als Auge im Orkan – Kommunikationsstrategische Akzente & Maßnahmen**
Dr. Conrad Heberling, Leitung Marketing & Kommunikation RTL II, Grünwald
Andreas Uiker, Leiter On-Air-Promotion RTL II, Grünwald
- 15.15 Diskussion
- 15.30 Pause
- 15.45 **DW-tv: Marketing für Deutschlands weltweiten Informationssender**
Claus Grimm, Leiter Programm-Marketing DW-tv, Berlin
- 16.30 Diskussion & Seminarwertung
- 17.00 Ende der Veranstaltung

Teilnahmebedingungen

Bitte senden Sie für Ihre verbindliche Teilnahme die Anmeldeunterlagen bis spätestens 4. Mai 2001 an:

Eyes & Ears of Europe

Vereinigung für
Design, Promotion und Marketing
der audiovisuellen Medien e.V.

Eyes & Ears Academy

Studienleitung
Wout Nierhoff

Geschäftsstelle

Tel.: +49 (221) 454 3511
Fax: +49 (221) 454 3512
eMail: academy@eeofe.org
Internet: www.eeofe.org

Kostenbeitrag

250,- EURO für Eyes & Ears-Mitglieder; 125,- EURO für Schüler, Studenten oder Auszubildende, die Mitglieder sind. 750,- EURO für Nichtmitglieder; 375,- EURO für Schüler, Studenten oder Auszubildende, die keine Mitglieder sind. Der Tagungsbeitrag muss innerhalb einer Woche nach Erhalt der schriftlichen Teilnahmebestätigung mit Verrechnungsscheck oder per Überweisung beglichen werden.

Unterkunft und Verpflegung sind durch den Tagungsbeitrag nicht gedeckt.

Eyes & Ears of Europe e.V.

Stadtparkasse Köln
BLZ 370 501 98
Konto 101 308 2688

Ihre Anmeldung ist verbindlich

Sagen Sie nach Ihrer Anmeldung die Teilnahme an der Veranstaltung ab, behalten wir uns vor, eine Ausfallgebühr zu erheben. Bei Absage innerhalb der letzten 8 Tage vor Veranstaltungsbeginn müssen wir den gesamten Tagungsbeitrag einbehalten bzw. einfordern. In jedem Fall können Sie jedoch eine(n) Ersatzteilnehmer(in) nominieren. Ermäßigte Kostenbeiträge können Ersatzteilnehmer(innen) jedoch nur bei eigener Mitgliedschaft beanspruchen.

Programmänderungen behält sich die Studienleitung vor.

So kommen Sie zur Veranstaltung

Mit dem ÖPNV

Vom Flughafen München fahren Sie mit der S-Bahnlinie 8 in Richtung München bis zur Station Unterföhring.

Vom Hauptbahnhof München fahren Sie mit der S-Bahnlinie 8 in Richtung Flughafen bis zur Station Unterföhring.

Mit dem PKW

Fahren Sie die A9 bis zum AB-Kreuz München Nord in Richtung München. Nehmen Sie die Ausfahrt München Frankfurter Ring/Föhringer Ring. Auf dem Föhringer Ring fahren Sie bis zur Abfahrt Unterföhring. An der Ampel biegen Sie links in die Münchener Straße. Am „Gewerbepark Fernsehen“ biegen Sie rechts ab in die Mitterfeldallee. Am Kreisverkehr biegen Sie links ab in die Dieselstraße und fahren bis zur Medienallee.

Veranstaltungsort

ProSieben Television
Medienallee 7
D-85774 Unterföhring