

Wie können TV-Design und Programm-Promotion von der Zuschauerforschung profitieren? 12. & 13. Oktober 2000 in Mainz

Für Kreative ist die Zuschauer- bzw. Marktforschung oftmals ein rotes Tuch: Wie sollen neue, nie zuvor gesehene oder gehörte Wege bei der Gestaltung von Kommunikations- und Werbeinstrumenten eingeschlagen werden, wenn die Vergangenheit - oder bestenfalls der Status quo - als Referenzgröße herangezogen werden? Aber ist dem wirklich so? Welche Erkenntnisse bietet die Zuschauerforschung? Wo sind ihre Grenzen? Welche Aussagen, welche Bewertungen lassen sich mit Hilfe bewährter Untersuchungsmethoden zum Themenkomplex TV-Design, Programm-Promotion und audiovisuelle Markenkommunikation gewinnen? Und welche Schlüsse können Design-, Promotion- und Markenverantwortliche im Bereich der audiovisuellen Medien aus diesen ziehen? Kurz: wie können letztere von der Zuschauerforschung profitieren?

Im Rahmen dieser zweitägigen Veranstaltung von Eyes & Ears of Europe und dem ZDF gehen profilierte Researcher und Marketer auf diese Fragen aus den Blickwinkeln ihrer unterschiedlichen professionellen Erfahrungen ein und stellen sich der Diskussion.

Die Veranstaltung richtet sich an Mitarbeiter von Sendern, Produktionshäusern und Agenturen. Auch Volontäre, Hospitanten, Praktikanten und Studenten, die sich für die Medien, insbesondere für das Fernsehen interessieren, sind angesprochen. Die Teilnehmerzahl ist auf **maximal 40 Personen** begrenzt.

Anmeldeschluss: 6. Oktober 2000

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

Donnerstag, 12. Oktober 2000

- 11.30 **Begrüßung**
Dr. Bernhard Frank, Leiter Marketing ZDF, Mainz
Joachim Krischer, Leiter On-Air-Promotion ZDF, Mainz
Programm & Moderation
Wout Nierhoff, Geschäftsführer Eyes & Ears of Europe, Köln
- 11.45 **Vorstellung der Teilnehmer**
- 12.00 **Forschung für die Praxis – Ausgewählte Fallbeispiele für den Einsatz qualitativer Forschungsmethoden in der Werbewirkungsforschung**
Wolfgang Schlünzen, Geschäftsführer Monheimer Institut GmbH, Monheim
- 12.45 Diskussion
- 13.15 Mittagspause
- 14.45 **TV-Werbung: Wie beeinflussen verschiedene Gestaltungselemente den Zuschauer?**
Dr. Peter Haller, Hauptgeschäftsführer ServicePlan Werbeagentur, München
- 15.30 Diskussion
- 16.00 **Die Geschichte hinter der Oberfläche aus Bildern & Erzählungen, oder: Was die Forschung in 30-Sekunden-Spots entdecken kann**
Dipl. Psychologe Frank Szymkowiak, Head of Unit 3, Rheingold – Institut für qualitative Markt- und Medienanalysen, Köln
- 16.45 Diskussion
- 17.15 Pause
- 17.45 **Das Programm als Marke – Konsequenzen der Formatanalyse für TV-Design & Programm-Promotion**
Dipl. Psychologe Jörg Korff, Geschäftsführer Skopos – Institut für Markt- und Sozialforschung GmbH, Hürth
- 18.30 Diskussion
- 19.00 Ende

Freitag, 13. Oktober 2000

- 09.00 Get Together
- 09.30 **Welches Gesicht brauche ich als Sender? Das Beispiel RTL**
Dipl. Psychologe Georg Stark, Geschäftsführer Steinweg Institut / Media Monitoring GmbH, Köln
- 10.15 **Die Wirkung von TV-Marken in Trailern**
Swantje Quoos, M.A., Doktorandin LMU München
- 10.45 Diskussion
- 11.15 Pause
- 11.45 **TV-Design & Programm-Promotion des ORF aus Sicht der Medienforschung**
Magistra Eva Sassmann, Stv. Leiterin der Medienforschung ORF, Wien
- 12.30 Diskussion
- 13.00 Mittagspause
- 15.00 **Die Bedeutung von Research für die Gestaltung integrierter Sender- & Programm-Kommunikation bei Super RTL**
Florian Ruckert, Marketingdirektor Super RTL, Köln
- 15.45 Abschlussdiskussion
- 16.30 Ende der Veranstaltung

Teilnahmebedingungen

Bitte senden Sie für Ihre verbindliche Teilnahme die Anmeldeunterlagen bis spätestens 6. Oktober 2000 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.

Stadtsparkasse 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 Hauptbahnhof nehmen Sie entweder die Buslinie 54 Richtung Lerchenberg-Brucknerstrasse oder die Buslinie 68 Richtung Lerchenberg-Hindemithstrasse. Beide Endhaltestellen befinden sich in unmittelbarer Nähe des ZDF.

Mit dem PKW

Von der A 60 - Anschlussstelle Mainz-Lerchenberg - abfahren. Ab der A 60 ist der Weg zum ZDF ausgeschildert.

Veranstaltungsort

ZDF –
Zweites Deutsches Fernsehen
ZDF-Str. 1
D-55110 Mainz