

Eyes & Ears TV-Marketing Summit im Rahmen des BLM-Rundfunkkongreß München



**am Donnerstag, 15. Oktober 1998
im Apollo-Kino, Forum der Technik, München**

Veranstaltet von der Bayerischen Landeszentrale für Neue Medien (BLM) und Eyes & Ears of Europe (EEE) in Zusammenarbeit mit der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing (BAW) und der Bayerischen Akademie für Fernsehen (BAF) sowie großzügiger Unterstützung durch ProSieben und PREMIERE

Kaum ein anderer TV-Markt dürfte zur Zeit und in Zukunft so heiß umkämpft sein wie der deutschsprachige. Im Verdrängungswettbewerb der kommenden Jahre wird die richtige Senderpositionierung immer wichtiger. Sie ist zentraler Ausgangspunkt für die zielgruppenadäquate Zuschaueransprache und -bindung mit den Instrumenten der Marken-Kommunikation, On-Air-Promotion und des TV-Designs auf der Basis ausgefeilter Marketing- und Kommunikationskonzepte. Grund genug, die Voraussetzungen, den Status quo und die Perspektiven im Zusammenhang mit diesen Herausforderungen detailliert zu analysieren und zu erörtern.

In Kooperation mit der Bayerischen Landeszentrale für Neue Medien (BLM), der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing (BAW) und der Bayerischen Akademie für Fernsehen (BAF) veranstaltet Eyes & Ears of Europe daher am 15. Oktober 1998 im Rahmen des BLM-Rundfunkkongresses in München mit dem TV-Marketing Summit eine eintägige Fachtagung zu diesen Zukunftsfragen im Bereich der TV-Wirtschaft.

Experten von privaten Rundfunkunternehmen (werbefinanziert und Pay-TV) und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland und Europa gehen aus ihren unterschiedlichen Blickwinkeln auf die spezifische Marktsituation sowie gegenwärtige Marketing-Lösungen ein und stellen sich der Diskussion.

Die Veranstaltung richtet sich insbesondere an Mitarbeiter von TV-Anbietern, Mediendienstleistern, Aus- und Weiterbildungsinstitutionen und an Medienverantwortliche in Politik, Verwaltung und Wirtschaft.

Ziel des TV-Marketing Summit ist die Schärfung des Bewußtseins für die unterschiedlichen Positionierungen von TV-Marken und ihrer Programmangebote im deutschen und europäischen Fernsehmarkt.

Die Veranstaltung wird von ProSieben und PREMIERE großzügig unterstützt.

**Eyes & Ears TV-Marketing Summit
im Rahmen des
BLM-Rundfunkkongreß München**



Donnerstag, 15. Oktober 1998-----

- 09:00 Uhr **Moderation**
Hans Dieter Maier, Direktor der Bayerischen Akademie für
Werbung und Marketing (BAW), München
- Begrüßung**
Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring,
Präsident Bayerische Landeszentrale für Neue Medien (BLM),
München
- 09:15 Uhr **Grußworte**
Manfred Becker, Creative Director - Head of Presentation RTL,
Köln; Präsident Eyes & Ears of Europe
Marcel Mohaupt, Leiter Marketing/Präsentation ProSieben;
Unterföhring, Vizepräsident Eyes & Ears of Europe
Patricia Poelk, Art Director Premiere Hamburg;
Vorstandsmitglied Marketing Eyes & Ears of Europe
- 09:45 Uhr **Keynote**
**Die strategische Positionierung als
Voraussetzung erfolgreicher Markenkommunikation**
Hans Dieter Maier, Direktor der Bayerischen Akademie für
Werbung und Marketing (BAW), München
- 10:30 Uhr **Gute Unterhaltung & 100%ige Zuschauerorientierung –
Positionierungen werbefinanzierter TV-Anbieter**
Präsentationen & Diskussion
Marcel Mohaupt, Leiter Marketing/Präsentation ProSieben,
Unterföhring
Marko Tomazin, Stv. Marketingdirektor SAT.1, Berlin
- 11:45 Uhr Pause
- 12:15 Uhr **Zuschauergewinnung & dauerhafte Bindung für Pay-TV**
Präsentationen & Diskussion
Uli Iven, Leiter Marketing Premiere, Hamburg
Zeljko Karajica, Leiter On-Air-Promotion Premiere, Hamburg
- 13:30 Uhr Mittagspause

**Eyes & Ears TV-Marketing Summit
im Rahmen des
BLM-Rundfunkkongreß München**



- 15:00 Uhr **Positionierung trotz oder wegen Grundversorgungsauftrag? Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten im Wettbewerb**
Präsentationen & Diskussion
Wolfgang Hofmann, Gesamtleitung Kommunikation ARD, München
Ulrike Krieg, Leiterin Design & Präsentation ARD, München
Dr. Thomas Königstorfer, Leiter Marketing ORF, Wien
- 16:15 Uhr **Chancen & Grenzen beim Marketing von Sparten-TV**
Präsentationen & Diskussion
Florian Ruckert, Marketing Direktor Super RTL, Köln
Lothar Eckstein, Leiter Marketing & Verkauf DSF, Ismaning
- 17:30 Uhr Pause
- 18:00 Uhr **Der Markt für internationale Programmanbieter in Deutschland & Europa**
Keynote
Thomas H. Deissenberger, Geschäftsführer EUROSPOORT, Unterföhring
Panel
Christiane zu Salm, Geschäftsführerin MTV Central Europe, Hamburg
Paul Maglione, President Marketing CNN International Europe, London
Jürgen Vahlberg, Direktor Marketing Deutschland EURONEWS, Kirchheim
- 19:00 Uhr Ende des Eyes & Ears TV-Marketing Summit
- ab 19:30 Uhr **Eyes & Ears Excellence Award 1998**
Erster Europäischer Preis für herausragende Leistungen in den Bereichen Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien
- ca. 24:00 Uhr Ende der Veranstaltung