

Future Advertising –

Strategien und Trends im Anzeigenmarketing von Fach- und Special Interest-Verlagen
am 12. November 2008 im Literaturhaus München



Das Anzeigengeschäft ist als Einnahmequelle für Verlage wichtiger denn je. Zwar kann die klassische Druckwerbung mit innovativen Print-Specials ihre tragende Rolle noch behaupten. Doch mit der voranschreitenden Digitalisierung von Verlagsinhalten kommt der Online-Werbung eine immer größere Bedeutung zu. Darüber hinaus werden mit Mobile Advertising und Bewegtbild zwei weitere neue Vermarktungskanäle erschlossen. Sichtbares Zeichen dieses Trends ist die zunehmende Verschiebung von Budgets von klassischen in digitale Kanäle.

Angesichts dieser Vielfalt an Advertising-Möglichkeiten sind die Kundenansprüche deutlich gestiegen. Verlage müssen daher immer öfter als kommunikationsstarke Media-Beratung agieren und individuellen Kundenwünschen flexibel Rechnung tragen. Ein breites Angebotsspektrum unterschiedlicher Anzeigenmodelle, die zu crossmedialen Paketen kombiniert werden können, ist dabei von entscheidender Bedeutung. Doch welche innovativen Modelle und Strategien gibt es auf dem Print-, Online- und Mobile-Anzeigenmarkt und wie werden sie sinnvoll miteinander verbunden?

Im Mittelpunkt des ersten Anzeigen-Gipfels der Akademie des Deutschen Buchhandels stehen neue Trends und Entwicklungen im Anzeigenmarketing. Anhand branchenübergreifender Fallbeispiele werden skalierbare Geschäftsmodelle präsentiert und ihre Anwendbarkeit in Fach- und Special Interest-Verlagen diskutiert.

Die Schwerpunkte der Tagung

- Veränderte Kundenansprüche im Anzeigenmarketing
- Best Practices: Erfolgsmodelle für Verlage
- Wirkung von Print in crossmedialen Kampagnen
- Die Rolle von Ad Specials im Anzeigenmix
- Crossmedia mit zeitgemäßen Kommunikationsstrategien
- Konzeption und Pricing von Crossmedia Paketen
- Mobile Advertising – Wachstumsperspektiven und Marktprognosen
- Expansion unlimited – Über Wachstum und Sackgassen im Online-Business
- Überzeugende Ansprache von Kunden und Agenturen
- Erfahrungsaustausch mit führenden Vertretern aus Fach- und Special Interest-Verlagen

Die Referenten der Tagung

MICHAEL BEILFUß, *Verlagsleiter, Computerwoche CIO*

JÖRG BLUMTRITT, *Head of Community Research, Burda Community Network*

DR. MICHAEL HALLEMANN, *Leiter Mediaforschung & Service, Gruner + Jahr*

MICHAEL HÖFLICH, *Geschäftsführer, FCP*

MARTIN KOROSEK, *Geschäftsführer, Europa-Fachpresse-Verlag*

MARKUS LETZNER, *Director Sales, Chip Xonio Online*

CHRISTIAN SCHMITT, *Marketing Manager Online, Vogel Industrie Medien*

NORBERT STAHL, *Geschäftsführer, Büro für Medien Norbert Stahl*

THOMAS SZÁSZ, *Managing Director, Smartshop Strategies*

DR. ALEXANDER TROMMEN, *COO, Minick Group*

PROF. PETER WIPPERMANN, *Gründer des Trendbüro*

Mit freundlicher Unterstützung von



Fax-Antwort

Ich möchte mich für die Tagung anmelden.

Bitte senden Sie mir Ihr Jahresprogramm 2009 zu.

Akademie des Deutschen Buchhandels
Salvatorplatz 1, 80333 München
Tel.: (089) 29 19 53 - 0, Fax (089) 29 19 53 - 69
E-Mail: info@buchakademie.de
www.buchakademie.de

Name · Vorname

PLZ · Ort

Firma · Funktion

Telefon · Fax · E-Mail

Straße · Haus-Nr.

Future Advertising –

Strategien und Trends im Anzeigenmarketing von Fach- und Special Interest-Verlagen
am 12. November 2008 im Literaturhaus München



Lukrativ und kreativ – Die neuen Kundenansprüche

■ **Attention Feedback: Warum geteilte Anerkennung gewinnt und gekaufte Aufmerksamkeit verliert**

PROF. PETER WIPPERMANN, *Gründer des Trendbüro*

■ **Die neue Qualität der Kundenbeziehungen – Marketing mit Social Media**

JÖRG BLUMTRITT, *Head of Community Research, Burda Community Network*

Printwerbung versus Online Advertising

■ **Print wirkt. Wirkungsdimensionen von Anzeigen in sich verändernden Medienmärkten**

DR. MICHAEL HALLEMANN, *LEITER MEDIAFORSCHUNG, G + J*

■ **Herausforderung Integration – Wie die Computerwoche ihre Kunden durch Integration erfolgreicher macht**

MICHAEL BEILFUß, *Verlagsleiter, Computerwoche CIO*

■ **Print-Newsletter, Corporate Blogs, Communities und Web-TV – Wirksame Crossmedia-Pakete für erfolgreiche Kundenkommunikation**

CHRISTIAN SCHMITT, *Marketing Manager Online, Vogel Industrie Medien*

Mehr Kundennähe mit Online und Mobile Advertising

■ **Erfolgreiche Online- und Bewegtbild-Vermarktung – Formate, Trends und Instrumente für den eigenen Angebotsmix**

THOMAS SZÁSZ, *Geschäftsführer, Smartshop Strategies*

■ **Online als große Chance für Printhäuser – W&V auf dem Weg zum integrierten Multimedia Verkauf**

MARTIN KOROSEK, *Geschäftsführer, Europa-Fachpresse-Verlag*

■ **Online Media und Performance Marketing – Kundenindividuelle Kommunikationskonzepte bei Chip Xonio Online**

MARKUS LETZNER, *Director Sales, Chip Xonio Online*

■ **Mobile Advertising – Versuch einer Standortbestimmung für Verlage**

DR. ALEXANDER TROMMEN, *COO, Minick Group*

Change Management: Anforderungen der Zukunft

■ **Anzeigenverkauf 2.0: Wie sich der Markt und die Anforderungen an das Anzeigenmarketing ändern**

NORBERT STAHL, *Geschäftsführer, Büro für Medien Norbert Stahl*

Moderation

MICHAEL HÖFLICH, *Geschäftsführer, FCP*

Zielgruppe: Die Tagung richtet sich an Geschäftsführer sowie Fach- und Führungskräfte aus Fach- und Special Interest-Verlagen, insbesondere aus den Bereichen Vertrieb und Marketing, Anzeigenleitung und Online-Management, die neue Ansätze und Strategien für ihr Anzeigenmarketing suchen.

Wann: 12. November 2008, 9:30 - 17:30 Uhr

Wo: Literaturhaus München

Wieviel: € 690,- (10 % Rabatt für Mitglieder der Deutschen Fachpresse)

Bis zum 10.10.2008 buchen Sie zum Vorzugspreis von € 590,-
(Keine Anwendung von Rabatten auf den Vorzugspreis)

Seminarnummer: 10089

Weitere Informationen zum Programm erteilt Ihnen gerne
Jacqueline Hoffmann, Akademie des Deutschen Buchhandels,
Tel.: (089) 29 19 53 - 56,
E-Mail: jacqueline.hoffmann@buchakademie.de

Änderungen vorbehalten

Fax-Antwort

Ich möchte mich für die Tagung anmelden.

Bitte senden Sie mir Ihr Jahresprogramm 2009 zu.

Akademie des Deutschen Buchhandels
Salvatorplatz 1, 80333 München
Tel.: (089) 29 19 53 - 0, Fax (089) 29 19 53 - 69
E-Mail: info@buchakademie.de
www.buchakademie.de

Name - Vorname

PLZ - Ort

Firma - Funktion

Telefon - Fax - E-Mail

Straße - Haus-Nr.