

## Trendtagung Neue Werbeformen

Neben dem klassischen Inserat, dem Fernseh- und dem Radiospot sowie dem Internet entwickeln sich permanent neue Werbeformen. An dieser Tagung werden die aktuellen Entwicklungen aufgezeigt. Welche Auswirkungen haben crossmediale Kampagnen und wie wirkt sich die Konvergenz auf die kommerzielle Kommunikation aus? Wie steht es mit dem Trennungsgebot in der Werbung? Welchen Stellenwert hat der «Code of Conduct – Werbung in Medien»? Fachleute aus allen Bereichen präsentieren und diskutieren die Trends im Werbebereich. Folgende Referenten und Themen stehen fest:

- Othmar Fischlin, Head of Marketing Publicitas: Werbetrends
- Dominique von Matt, Geschäftsführer Jung von Matt/Limmat AG: Entwicklung der Medienwelt und die Konsequenzen für die Markenkommunikation
- Manfred Protze, Sprecher Deutscher Presserat: Kreative Schleichwerbung und das Trennungsgebot
- Otto Meier, Medienberater: Das kreative Inserat in Regionalmedien
- Andreas Strehle, Co-Chefredaktor Tages-Anzeiger: Der «Code of Conduct – Werbung in Medien» und seine Konsequenzen
- Ueli Weber, CEO web2com, Präsident IAB Schweiz: Internationale Standards für digitale und interaktive Werbung
- Diskussionsrunde

Termin: Mittwoch, 23. Juni 2010, 2010, ab 13.00 bis ca. 18.00 Uhr mit anschliessendem Apéro

Ort: Medieninstitut, Konradstrasse 14, 8005 Zürich

Tarife: Für Mitglieder Fr. 340.– bzw. Fr. 390.– für Nichtmitglieder (zuzügl. 7,6% MwSt.)

Weitere Informationen und Anmeldungen unter [www.medieninstitut.ch](http://www.medieninstitut.ch)

## **Werbung in publizistischen Medien – aktuelle Entwicklungen und Debatten**

Advertorials, Farbe im Text, Pop-ups, Löcher im Papier, Behavioral Targeting, Advertisement Generated Content... Die Kreativität bei der Entwicklung von neuen Werbeformen ist gross. Dabei gibt es viele Sternschnuppen, die genau so schnell verglimmen wie sie aufgetaucht sind. Alle buhlen sie um Aufmerksamkeit. Deshalb suchen sie mehr denn je die Nähe zu journalistischen Inhalten, die für die Wahrnehmung ihrer Botschaften das beste Umfeld bieten. Die Trennungslinie zwischen redaktionellen und kommerziellen Inhalten wird immer verschlungener oder sie verblasst sogar total.

Im Rahmen dieser Trendtagung werden aus den Perspektiven der Werbung und der Redaktion aktuelle Entwicklungen präsentiert und diskutiert. Auf der Suche nach neuen Geschäftsmodellen bringen alle Mitspieler ihre Ansprüche und Vorstellungen ein. Die Vielfalt der hybriden Erlösmodelle sowie die Entwicklung 360-Grad-Medien fordert die Kommunikationsbranche zur Zusammenarbeit heraus.

Othmar Fischlin, Head of Marketing Publicitas befasst sich mit Markt- und Medienforschung, Preis- und Angebotsgestaltung sowie die Erkennung und Nutzbarmachung von Markttrends in verschiedenen Industrien.

Dominique von Matt, Geschäftsführer Jung von Matt/Limmat AG beschäftigt sich mit der Entwicklung der Medienwelt und die Konsequenzen für die Markenkommunikation. Die grosse Herausforderung ist für ihn die Kreativität: «Das rare Gut ist die starke Idee»

Manfred Protze, Sprecher Deutscher Presserat, befasst sich mit kreativer Schleichwerbung und das Trennungsgebot. Anhand von konkreten Beispielen erläutert er, wo Transparenz herrscht und wo die Grenzen zwischen Redaktion und Werbung verwischt werden.

Otto Meier, Medienberater, präsentiert kreative Werbeformen für Regionalzeitungen. Dabei unterstützen technische Lösungen bei Druck und Ausstattung den Einsatz von effektiven Werbemitteln.

Andreas Strehle, Co-Chefredaktor Tages-Anzeiger, setzte sich ein für den «Code of Conduct – Werbung in Medien». Er reflektiert seine aktuelle Bedeutung vor dem Hintergrund des finanziellen und wirtschaftlichen Drucks auf die Redaktionen.

Ueli Weber, CEO web2com, Präsident IAB Schweiz. Er engagiert sich für die Entwicklung von internationalen Standards für digitale und interaktive Werbung.

### **Zielgruppe**

- Verlagsverantwortliche
- Werbeverantwortliche
- Redaktorinnen und Redaktoren
- Medienfachleute
- An Werbefragen Interessierte

### **Konzept**

Die Tagung bietet den Rahmen für Präsentation von aktuellen Projekten und Positionen. Im Anschluss an die Referate ist Zeit für die Diskussion mit den Anwesenden eingeplant. Die Tagungsunterlagen werden den Teilnehmenden exklusiv in elektronischer Form zur Verfügung gestellt.

## Tagungsprogramm: Neue Werbeformen

Termin: **Mittwoch, 23. Juni 2010**

13.00 Uhr	Eintreffen der Gäste	
13.30 Uhr	Begrüssung	Josefa Haas, Leiterin Medieninstitut
	Entwicklung der Medienwelt und die Konsequenzen für die Markenkommunikation	Dominique von Matt, Geschäftsführer Jung von Matt/Limmat AG
	Das kreative Inserat in Regionalmedien	Otto Meier, Medienberater
	Trends im Werbemarkt	Othmar Fischlin, Head of Marketing, Publicitas AG
	Internationale Standards für digitale und interaktive Werbung	Ueli Weber, CEO web2com, Präsident IAB Schweiz
15.30 Uhr	Kaffeepause	
16.00 Uhr	Kreative Schleichwerbung und das Trennungsgebot	Manfred Protze, Sprecher Deutscher Presserat
	Der «Code of Conduct – Werbung in Medien» und seine Konsequenzen	Andreas Strehle, Co-Chefredaktor Tages-Anzeiger
17.00 Uhr	Diskussion	Referenten und Teilnehmer
17.30 Uhr	Apéro	

Aktuelle Anpassungen bleiben vorbehalten.

## Anmeldung «Trendtagung – Neue Werbeformen»

Termin: Mittwoch, 23. Juni 2010, 13.00 bis ca. 18.00 Uhr mit Apéro

Ort: Medieninstitut, Zürich

Reservieren Sie bitte einen Platz für Fr. 340.– bzw. Fr. 390.– als Nichtmitglied (zuzügl. 7,6% MwSt.)

Name \_\_\_\_\_

Vorname \_\_\_\_\_

Funktion \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Strasse/Nr. \_\_\_\_\_

PLZ/Ort \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_

Fax \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

Datum \_\_\_\_\_

Unterschrift \_\_\_\_\_

Unsere Firma ist (bitte ankreuzen):

Mitglied Verband SCHWEIZER PRESSE

Nichtmitglied

Bitte bis spätestens 11. Juni 2010 einsenden oder faxen an:

MEDIENINSTITUT  
des Verbandes SCHWEIZER PRESSE  
Konradstrasse 14  
Postfach  
8021 Zürich

Telefon 044 318 64 66  
Telefax 044 318 64 62  
info@medieninstitut.ch  
www.medieninstitut.ch

Bitte beachten Sie unsere Geschäftsbedingungen unter [www.medieninstitut.ch](http://www.medieninstitut.ch)