

Wie können Media-Design & -Promotion von der Medienforschung profitieren? 19. & 20. September 2002 in München

Für Kreative ist die Medienforschung oftmals ein rotes Tuch: Wie sollen ganz neue, nie zuvor gesehene oder gehörte Wege bei der Gestaltung von aufmerksamkeitsstarken 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 Medienforschung? Wo sind ihre Grenzen? Welche Aussagen, welche Bewertungen lassen sich mit Hilfe verschiedener Untersuchungsmethoden zum Themenkomplex Medien-Design, Programm- bzw. Content-Promotion und audiovisuelle Markenkommunikation gewinnen? Und welche Schlüsse können Design-, Promotion- und Markenverantwortliche im Bereich der audiovisuellen Medien daraus ziehen? Kurz: wie kann man von der Medienforschung profitieren?

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

Die Veranstaltung richtet sich an feste und freie Mitarbeiter von Sendern, (Post-)Produktionshäusern, Design-Studios und Agenturen. Auch Volontäre, Hospitanten, Praktikanten und Studenten, die sich für die Medien interessieren, sind angesprochen. Die Teilnehmerzahl ist auf **maximal 20 Personen** begrenzt.

Anmeldeschluss: 12. September 2002

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

Donnerstag, 19. September 2002

- 11.30 **Begrüßung**
Wolfram Winter, Geschäftsführer
Universal Studios Networks Deutschland,
München
- Programm & Moderation**
Wout Nierhoff,
Geschäftsführendes Vorstandsmitglied
Eyes & Ears of Europe, Köln
- 11.45 **Vorstellung der Teilnehmer**
- 12.00 **TV-Sender sind Marken**
Dipl. Psychologe Jörg Korff, Geschäftsführer
SKOPOS – Institut für Markt- und
Sozialforschung GmbH, Hürth bei Köln
- 12.45 Diskussion
- 13.00 Mittagspause
- 14.30 **Die Wirkung der TV-Marke in Trailern –
Ergebnisse einer empirischen Studie**
Dr. Swantje Quoos, Training & Beratung für
Markenführung, München
- 15.15 Diskussion
- 15.30 Pause
- 15.45 **Trailer-Tracking in der Praxis**
Dr. Claudia Zellerhoff, Senior Product Manager
Sat.1, Berlin
- 16.30 Diskussion
- 16.45 Pause
- 17.00 **Verschränkung quantitativer & qualitativer
Daten in der Medienforschung**
Kerstin Kropp, Manager Research Universal
Studios Networks Deutschland, München
Gerhard Graf, Geschäftsführer media research
GmbH & Co. KG, München
- 17.45 Diskussion
- 18.15 Ende des Veranstaltungstages

Freitag, 20. September 2002

- 09.30 Get together
- 10.00 **Alles nur schöner Schein? Design &
Gestaltung aus psychologischer Sicht**
Alex Hefter, Leiter Corporate Design ZDF,
Mainz
Dipl. Psychologe Frank Szymkowiak,
Branchengruppenleiter Rheingold – Institut für
qualitative Markt- und Medienanalysen, Köln
- 10.45 Diskussion
- 11.00 Pause
- 11.30 **Optimierung der Design- & Promotion-
maßnahmen durch Focus-Gruppen**
Birgit Guth, Leiterin Medienforschung Super
RTL, Köln
- 12.15 Diskussion
- 12.30 Mittagspause
- 14.00 **Audience Relationship: Wirkung &
Akzeptanz von E-Mailings im Senderumfeld**
Susanne Röber, Creative Director
BBDO InterOne, Köln
- 14.45 Diskussion
- 15.00 Pause
- 15.30 **Methoden & Möglichkeiten
websiteadäquater Wirkungs- &
Nutzungsforschung**
Dr. Christian Scheier, Geschäftsführer
MediaAnalyzer, Hamburg
Dieter Reigber M.A., Head of Research
MediaAnalyzer, Hamburg
- 16.15 Abschlussdiskussion
- 16.45 Seminauswertung
- 17.00 Ende der Veranstaltung

Teilnahmebedingungen

Bitte senden Sie für Ihre verbindliche Teilnahme die Anmeldeunterlagen bis spätestens 12. September 2002 an:

Eyes & Ears of Europe

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

Eyes & Ears Academy

Studienleitung
Wout Nierhoff
Veranstaltungsorganisation
Ina Braun

Geschäftsstelle

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

Kostenbeitrag

€ 250,- für Eyes & Ears-Mitglieder; € 125,- für Schüler, Studenten oder Auszubildende, die Mitglieder sind. € 900,- für Nichtmitglieder; € 450,- 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 HBF München die U-Bahn-Linie U2 (Richtung Messestadt Ost) oder die U-Bahn-Linie U8 (Richtung Neuperlach Zentrum) bis zur Haltestelle Sendlinger Tor. Dort umsteigen in die U-Bahn-Linie U3 (Richtung Olympiazentrum) bis zur Haltestelle Universität. Dort aussteigen, rechts halten und die Rolltreppe nach oben nehmen. Mit Blick auf das Siegestor befindet sich die Schackstrasse auf der rechten Seite.

Mit dem PKW

Vom Autobahnring um München nehmen Sie die Ausfahrt München-Schwabing und biegen rechts ab in die Ungererstrasse. Diese fahren Sie geradeaus und biegen dann links ab in die Leopoldstrasse. Diese fahren Sie bis zum Siegestor. Am Siegestor biegen Sie links ab in die Schackstrasse.

Veranstaltungsort

Universal Studios Networks,
Schackstrasse 1,
D-80539 München.