

Presentation '99

**Eyes & Ears Sessions
im Rahmen der EBU-Tagung
am 6. & 7. Oktober 1999
beim ZDF in Mainz**



Mittwoch, 6. Oktober 1999

19:30 Uhr Empfang im Hotel Nassauer Hof, Wiesbaden

Donnerstag, 7. Oktober 1999

08:30 Uhr Bus-Tansfer von Wiesbaden zum ZDF, Mainz

09:15 Uhr Eröffnung der "Presentation 99"

Herausforderung TV-Design – Beispielhafte Fallstudien

Begrüßung & Moderation

Joachim Krischer, Head of On-Air Promotion ZDF, Mainz;
Vorstandsmitglied, Eyes & Ears of Europe

Wout Nierhoff, Geschäftsführer Eyes & Ears of Europe, Köln

09:30 Uhr Wie TV Marken-Kommunikation gestaltet wird...

Im Zeitalter der dualen Systeme hat sich der Wettbewerb um Zuschaueranteile verschärft. Immer wichtiger für den Erfolg von Rundfunkunternehmen ist in den letzten Jahren neben dem Programmangebot selbst die positionierungsspezifische Unverwechselbarkeit durch Corporate-Design-Maßnahmen On Air geworden. Wie sehen aktuelle wegweisende Strategien in diesem Bereich aus? Wie sind sie motiviert? Wie aufwendig sind sie und was setzen sie voraus?

CNN – Ein Fall für sich

Matthias Zentner & Christian Tyroller, Velvet, München

DW-tv: Jetzt ist alles klarer

Claus Grimm, DW-tv, Berlin

SWR: Der Local Hero

Oliver Geiss & Holger Gericke, X-tension, Köln

Presentation 99

**Eyes & Ears Sessions
im Rahmen der EBU-Tagung
am 6. & 7. Oktober 1999
beim ZDF in Mainz**



10:15 Uhr "Audience Flow, Programm-Design & Programm-Promotion"

Audience Flow ist die Zauberformel für erfolgreiche Zuschauerbindung. Doch wie können Programm-Design und Programm-Promotion erfolgreich dazu beitragen, daß der Zuschauer an den prekären Punkten - Werbeunterbrechung, Programm-Promotion-Sequenzen u.ä. - nicht aussteigt?

Hiergeblieben!

Armin Künstler & Frank Sziegoleit, CRAXX, Köln

Programm-Marken etablieren und neu definieren: "Toon Time" & "Nach Acht" bei Super RTL

Harry Thiel & Uwe Wiesemann, phaze two, Köln

11:15 Uhr Welche Bedeutung hat das Audio Design für die erfolgreiche Zuschauerbindung?

Der Begriff "Fern-Sehen / Tele-Vision" ist insofern irreführend, als die Audio-Komponente unter dem Gesichtspunkt sich verändernder Nutzungsgewohnheiten beim Zuschauer in vielen Fällen mehr als 50 % der Wahrnehmung ausmacht. Welche Konsequenzen resultieren aus dieser Feststellung für die Eigenwerbung der Rundfunkunternehmen? Welche Audio-Aufgaben stehen den Rundfunkanbietern noch bevor?

Audio Design & Branding für das Fernsehen

Maximilian Kock & Andi Gleichmann, SevenSenses, Unterföhring

Unterscheiden durch Audio Design

Olaf Mierau, Giesing-Team, München

Attila Çiftçi, TV Musik, Köln

Akustische Corporate Identity: Das Audio-Logo

John Groves & Florian Bliesch, John Groves Music, Hamburg

14:30 Uhr Millenium Workshop mit Eyes & Ears of Europe

Lassen Sie uns über Design, Promotion und Marketing für TV, Radio und Multimedia sprechen. Themen: Ihre Ideen, Ihre Fragen, Ihre Aufgaben und Ihre Visionen. Die Experten aus den Sessions am Morgen halten ihre Augen & Ohren nur für Sie offen !

15:30 Uhr Ende der Veranstaltung