

ANZEIGENGESCHÄFT IN MOBILEN MEDIEN

Mobile Advertising: lessons learned & success factors

PRAXIS- UND EXPERTENBERICHTE VON

- Axel Springer
- Bauer Media Group
- c't
- E-Plus
- eResult
- Gruner+Jahr EMS
- Handelsblatt
- mobilbranche.de
- MVR (DuMont)
- Plan.Net group
- radcarpet
- Spiegel QC
- The Sunday Times
- ZEIT ONLINE



INTERNATIONAL KEYNOTE:

MAKING IT PAY: KEY LEARNINGS



Craig Llewelyn-Williams,
Associate Editor (Digital), The Sunday Times

THEMEN

- Trends, Formate und Player im mobilen Werbemarkt
- Small Screen Design & Mobile Rich Media
- Pricing-Strategien für mobile Anzeigen
- Mobile Werbung im Medienmix
- Hyperlokalität: Advertising am Point-of-Need
- Zielgruppenorientierung für mobile Advertising
- 2 aktuelle Nutzungsstudien & Eye Tracking

Unser Medienpartner:



Nutzen Sie das Potential des Tablet- und
Smartphone-Massenmarktes für Ihr Anzeigengeschäft!

Erster Tag: 3. Dezember 2012

8.30–9.00

Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Tagungsunterlagen

9.00–9.30

Die Entwicklung der Mobile Society und der damit verbundene Wandel des Mediennutzungsverhaltens

- Mobile First: Die mobile Nutzung explodiert – ein Business-Trend, dem sich keiner entziehen kann
- Mobile Experience: Die Erwartungen der Leser und Nutzer an Verlage heute und in Zukunft
- Mobile Display: Das Geld liegt auf der Straße – schöpfen Sie es ab
- Mobile Bridge: Wie „Mobile“ analogen Medien zu frischem Wind verhilft

Florian Gmeinwieser, Head of Mobile, plan.net gruppe für digitale kommunikation gmbh & co. kg

9.30–10.15

Update: Trends, Formate und Player im mobilen Werbemarkt

- Der mobile Werbemarkt im Überblick: Startups vs. etablierte Vermarkter
- Mobile Werbeformate: Text-Ads, Display und Rich Media
- Konkurrenz im mobilen Anzeigenmarkt: Wie sich Facebook, Twitter und Co. positionieren
- Mobile Publishing auf dem Weg zum Massenmarkt: Neue Reichweite für das Anzeigengeschäft

Florian Treiß, Gründer, mobilbranche.de

10.15–10.45 Networking Break mit Referenten und Fachkollegen

10.45–11.30 **PRAXISBERICHT**

Quality meets Innovation – Mobile Advertising in Qualitätsumfeldern

- Der Mobile-Advertising Markt im Überblick
- Ungeahnte Möglichkeiten: Innovative Werbeformen in mobilen Umfeldern
- Mobile wirkt: Mobile Kampagnen führen zum Erfolg
- Performance vs. Premium: Welcher Ansatz sich wofür eignet
- Trends im Mobile-Advertising

Stefan Schumacher, Leitung Mobile, G+J Electronic Media Sales GmbH

11.30–12.30 **INTERNATIONAL KEYNOTE**

Making it pay: Key learnings from the first two years of tablet advertising

- What has worked well across our broadsheet, tabloid and magazine sections
- Beyond display: Classifieds, supplements, advertising features and other commercial products
- Ad specifications: Increasing interactivity, making it scalable
- advertising ecosystem: Working with creative and media agencies
- New devices: Addressing fragmentation

Craig Llewelyn-Williams, Associate Editor (Digital), The Sunday Times

[Vortrag in englischer Sprache]



12.30–13.30 Business Lunch

13.30–14.00

Spotlight-Session

Sie möchten hier Ihr Produkt oder Ihre Lösungen präsentieren? Bitte wenden Sie sich an Manuela Zschocke, Sales-Managerin, Telefon: +49 (0)2 11/96 86–37 15, E-Mail: manuela.zschocke@euroforum.com

14.00–15.00 **STUDIE | PRAXISBERICHT**

Im Auge des Betrachters –

Werbung auf Tablets und Smartphones

- Das Huhn und Ei Problem von Innovationen
- Eye-Tracking: Was dem Nutzer ins Auge fällt
- Ein Leben ohne mobile Werbung?

Clarissa Moughrabi, Leiterin Marktforschung,

Axel Springer AG

Simone Loesch, Head of Mobile Marketing,

Axel Springer Media Impact

15.00–15.45 **PRAXISBERICHT**

Marke statt Gattung:

Mobile Vermarktung aus einer Hand

- Preisstrategien für mobile Werbung – Maßstab Print, Online oder TV?
- Auslastung vs. eTKP – Was nimmt man mit und was lässt man liegen?
- Crossmediale Pricing-Ansätze

Martin Moritz Rieß, Leiter Digital und Business Development,

SPIEGEL QC, SPIEGEL Verlag

15.45–16.15 Networking Break mit Referenten und Fachkollegen

16.15–17.00 **PRAXISBERICHT**

Werbung auf mobilen Medien:

Neue Chancen, neue Risiken

- Mobile wächst – aber was bedeutet das für das Anzeigengeschäft?
- Web, Mobile Web und App: Unterschiedliche Werbeansätze für unterschiedliche Formate
- Wie kann man der zunehmenden Fragmentierung begegnen – „Responsive Design“ als Lösung?

Enrique Tarragona, Mitglied der Geschäftsleitung,

ZEIT ONLINE GmbH



Gmeinwieser,
Plan.Net



Treiß,
mobilbranche.de



Schumacher,
Gruner + Jahr



Llewelyn-Williams,
The Sunday Times



Moughrabi,
Axel Springer



Loesch,
Axel Springer

17.00 – 18.00

WORLD CAFÉ: NETWORKING & INNOVATION**Werbung auf mobile Devices:****Konzepte und Strategien für die Zukunft**

Wohin geht der Weg? Was erwartet die Branche?

Tauschen Sie sich hierzu an moderierten Thementischen mit Referenten und Fachkollegen aus.

Bringen Sie Ihre eigenen Projekte weiter.

Interaktiv:

Bringen Sie sich ein – Direkte Rückmeldung zu Ihren Anmerkungen

Kreativ:

Neue Ideen und Ansätze – Kollektives Wissen erweitert die Perspektive aller

Innovativ:

Die Zukunft im Blick – Gemeinsam mit anderen Experten Konzepte weiterentwickeln

Dynamisch:

Wechseln Sie zwischen den Thementischen – Tragen Sie Ihre Ideen weiter



18.00

Get Together

Im Anschluss sind Sie herzlich zu einem gemeinsamen Umtrunk eingeladen. Nutzen Sie die Gelegenheit zu vertiefenden Gesprächen mit Referenten und Teilnehmern, um neue Kontakte zu knüpfen und Ihr Netzwerk zu erweitern.

Zweiter Tag: 4. Dezember 20129.00 – 9.45 **KEYNOTE****Mobile First! – 5 Trends & Thesen zur MOBILisierung der Wertschöpfung**

- Technologien konvergieren zu neuen Anwendungen
- Die neue Rolle des Konsumenten (und seiner Daten)
- Missverständnisse rund um das mobile Bezahlen
- Wertschöpfung wird vernichtet und entsteht nicht immer neu
- Eine Skizze der Zukunft

Ulrich Coenen, Chief Innovation Officer, E-Plus Gruppe

9.45 – 10.30 **PRAXISBERICHT****Reichweite und Kundenakzeptanz mobiler Werbung im Medienmix**

- Sinkende Einnahmen aus Print: Was kann Mobile Advertising kompensieren?
- Beigabe oder Verkaufsargument: Zur Rolle mobiler Werbung im Anzeigengeschäft
- (Wie) lässt sich die Reichweite mobiler Werbung messen?

Marco Morinello, Geschäftsführer

MVR Media Vermarktung Rheinland GmbH, DuMont

10.30 – 11.00 Networking Break mit Referenten und Fachkollegen

11.00 – 11.45

Hyperlokalität: Mobil = Ort = Relevanz.**Alles andere ist online!**

- Warum das Handy eine so wichtige Rolle im Marketing spielt
- Warum ortsbasierte Werbung die Relevanz für den Rezipienten wesentlich erhöht
- Wie dies zu höheren Clickraten und besseren Conversions führt
- Wie die Verlagsbranche ihre Zukunft durch eine mobile Strategie monetarisieren kann!

Dr. Florian Resatsch, CEO, radcarpet (Servtag GmbH)

11.45 – 12.30 **PRAXISBERICHT****Konkurrenz News-Aggregatoren: (Kostenlose) Verwertung von redaktionellem Content**

- Abgrenzung kostenfreies Online-Angebot zur neuen Bezahl-App HB Digital
- Verwendung von Print-Inhalten bei Handelsblatt Online (auch paid) – Pro und Contra
- Wie Newsletter und Apps als Vertriebsshelfer funktionieren können
- Die bisweilen komplizierte Zusammenarbeit zwischen Online- und Printredakteuren
- Handelsblatt: Ein Traditionshaus auf dem Sprung in die digitale Zukunft – ein Statusbericht

Thorsten Giersch, Leiter Handelsblatt Digital, Handelsblatt GmbH

12.30 – 13.30 Business Lunch



13.30 – 14.00

Spotlight-Session

Sie möchten hier Ihr Produkt oder Ihre Lösungen präsentieren?
Bitte wenden Sie sich an Manuela Zschocke, Sales-Managerin,
Telefon: +49 (0)2 11/96 86-37 15,
E-Mail: manuela.zschocke@euroforum.com

14.00 – 14.30

WORLD CAFÉ: ERGEBNISPRÄSENTATION



Präsentation durch die Moderatoren

14.30 – 15.15 **PRAXISBERICHT**

Werbeformate für eMagazine:

zwischen klassischen Anzeigen und innovativen Ansätzen

- Das Potential von Tablets für neue Anzeigenkonzepte nutzen
- Lesegewohnheit: Das Magazin-Look&Feel auf Tablet-Anzeigen
- Advertorials als Verbindung von Werbung und Content

Carsten Schüerhoff, Geschäftsleiter

Digital Brand Solutions & Innovations, Bauer Media Group

15.15 – 16.00

Werbung wirkt! Methoden und Ergebnisse

zur Messung des Erfolgs von In-App Advertising

- So wirkt Werbung in digitalen Ausgaben von Printmagazinen
- Möglichkeiten zur Messung der Wirkung mobiler Werbung
- Ergebnisse und Erkenntnisse aus der Werbewirkungsmessung
- Motivation und Zielsetzung des Verlages und der Werbetreibenden

Simon Tiebel, stellv. Anzeigenleiter, c't-Magazin für computertechnik

Elske Ludewig, Senior UX Consultant & Teamleitung qualitative Forschung, eResult GmbH

16.00 – 16.15 Zusammenfassung der Konferenz durch den Vorsitzenden

16.15 Ende der Konferenz

Infoline

Haben Sie Fragen zu dieser Veranstaltung? Wir helfen Ihnen gerne weiter.

Konzeption und Inhalt:

Dr. Georg Florian Kircher (Konferenz-Manager)

Organisation:

Iris Meidt (Konferenz-Koordinatorin)

E-Mail: iris.meidt@euroforum.com

Telefon: +49 (0)2 11/96 86-34 45

Sponsoring und Ausstellungen

Haben Sie Interesse an Möglichkeiten zu Sponsoring und Ausstellung?

Für nähere Informationen steht Ihnen gerne zur Verfügung:

Manuela Zschocke (Sales-Managerin)

Telefon: +49 (0)2 11/96 86-3715, Fax: +49 (0)2 11/96 86-4715

E-Mail: manuela.zschocke@euroforum.com



Schüerhoff,
Bauer Media



Tiebel,
c't



Ludewig,
eResult

Anzeigengeschäft der Zukunft: Wachstumsmarkt mobile Werbung

Tablets, eReader und Smartphones überschreiten als mobile Lesegeräte die Schwelle zum Massenmarkt. Während in anderen Bereichen die Erlöse sinken, eröffnet sich hier ein rasant wachsendes Feld für Publisher. Denn die Präsenz auf mobilen Plattformen erweitert die Reichweite für das Anzeigengeschäft.

Das Potential mobiler Plattformen nutzen!

Die Experten auf der Konferenz beantworten u. a. folgende Fragen für Ihre mobile Anzeigenstrategie:

- Neue Formate und innovative Cases:
Was ist technisch und gestalterisch möglich?
- Pricing und Standards:
Was ist mobile Werbung im Medienmix wert?
- Limitation Bildschirm:
Wie lassen sich Anzeigenformate auf mobile Medien übertragen?
- Wie wird mobile Werbung wahrgenommen und wie ist die Akzeptanz beim Leser?
- Wie können Probleme des Online Advertisings im Mobile Publishing vermieden werden?

Überlassen Sie dieses Feld nicht anderen!

Sehen Sie, wie Sie sich im Anzeigengeschäft für mobile Medien positionieren können. Erleben Sie innovative Ansätze und Strategien beim Blick über die Branchengrenzen. Tauschen Sie sich mit den Referenten und Ihren Fachkollegen im exklusiven Kreis aus.

„Im mobilen Werbemarkt herrscht eine Goldgräberstimmung: Das Geschäft gewinnt rasant an Geschwindigkeit und die Claims werden schon jetzt abgesteckt.“

Florian Treiß, mobilbranche.de

Zielgruppe

Leiter und Produktmanager aus den Bereichen

- Anzeigengeschäft und Werbung
- Mobile-/Tablet-/Digital-Publishing
- Neue Medien und digitale Strategien
- Corporate Publishing
- Unternehmensentwicklung
- Marketing und Vertrieb

sowie Verlagsleiter, Geschäftsführer,
Berater und Agenturen



Vorsitz:

Florian Gmeinwieser,
Head of Mobile, Plan.Net group

[Kenn-Nummer]

schriftlich: EUROFORUM Deutschland SE
Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf
anmeldung@euroforum.com
per E-Mail:
per Fax: +49 (0)2 11/96 86-40 40
telefonisch: +49 (0)2 11/96 86-34 45 [Iris Meidt]
im Internet: www.euroforum.de/mobile-Anzeigen

Teilnahmebedingungen. Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken pro Person zzgl. MwSt. ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

Datenschutzinformation. Die EUROFORUM Deutschland SE verwendet die im Rahmen der Bestellung und Nutzung unseres Angebotes erhobenen Daten in den geltenden rechtlichen Grenzen zum Zweck der Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen postalisch Informationen über weitere Angebote von uns sowie unseren Partner- oder Konzernunternehmen zukommen zu lassen. Wenn Sie unser Kunde sind, informieren wir Sie außerdem in den geltenden rechtlichen Grenzen per E-Mail über unsere Angebote, die den vorher von Ihnen genutzten Leistungen ähnlich sind. Soweit im Rahmen der Verwendung der Daten eine Übermittlung in Länder ohne angemessenes Datenschutzniveau erfolgt, schaffen wir ausreichende Garantien zum Schutz der Daten. Außerdem verwenden wir Ihre Daten, soweit Sie uns hierfür eine Einwilligung erteilt haben. Sie können der Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung oder der Ansprache per E-Mail oder Telefax jederzeit gegenüber der EUROFORUM Deutschland SE, Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf widersprechen.

Zimmerreservierung. Im Tagungshotel steht Ihnen ein begrenztes Zimmerkontingent zum ermäßigten Preis zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung direkt im Hotel unter dem Stichwort „EUROFORUM-Veranstaltung“ vor.

Ihr Tagungshotel.
Am Abend des ersten Veranstaltungstages lädt Sie das Hotel Sheraton Frankfurt Airport Hotel & Conference Center herzlich zu einem Umtrunk ein.



ANZEIGENGESCHÄFT IN MOBILEN MEDIEN

Mobile Advertising: lessons learned & success factors

3. und 4. Dezember 2012, Sheraton Frankfurt Airport Hotel & Conference Center
Flughafen/Terminal 1, 60549 Frankfurt/Main, Telefon: +49 (0) 69/69 77-0

Bitte ausfüllen und faxen an: +49 (0)2 11/96 86-40 40

- Ja, ich nehme am 3. und 4. Dezember 2012 teil
zum Preis von € 2.049,- p.P. zzgl. MwSt. [P1105886M012]
[Ich kann jederzeit ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer benennen.
Im Preis sind ausführliche Tagungsunterlagen enthalten.]
- Ich kann nicht teilnehmen. Senden Sie mir bitte die Tagungsunterlagen
zum Preis von € 399,- zzgl. MwSt. [P1105886M700]
[Lieferbar ab ca. 2 Wochen nach der Veranstaltung.]
- Ich interessiere mich für Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten.
- Ich möchte meine Adresse wie angegeben korrigieren lassen.
[Wir nehmen Ihre Adressänderung auch gerne telefonisch auf: +49(0)2 11/96 86-33 33.]

Name	
Position/Abteilung	
Telefon	Fax
E-Mail	
Die EUROFORUM Deutschland SE darf mich über verschiedenste Angebote von sich, Konzern- und Partnerunternehmen wie folgt zu Werbezwecken informieren: Zusendung per E-Mail: <input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein Zusendung per Fax: <input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein	
Firma	
Anschrift	
Branche	
Ansprechpartner im Sekretariat	
Datum, Unterschrift	