

Strategie und Vermarktung von crossmedialen Angeboten

- Strategische Ansätze
- Konzepte
- Vermarktungsmodelle
- Erfolgsbeispiele

Berlin, 14. und 15. Februar 2008

REFERENTEN

Dr. Christian Bachem

Partner der Strategieberatung .companion

Axel Burkert

New Media Consultant und ehemaliger Chefredakteur von ‚Chip Online‘

Michael Konitzer

Principal Consultant Ray Sono

Christoph Schuh

Vorstand Marketing und Vertrieb Tomorrow Focus AG

WER SOLLTE TEILNEHMEN

Mitarbeiter von Zeitschriftenverlagen (vornehmlich journalistische Mitarbeiter) sowie Freie Journalisten, die strategische Crossmedia-Kompetenz erwerben möchten.

DAS SEMINAR

Neue Kanäle, neue Zielgruppen

Print war gestern, crossmedia ist heute. Daher müssen Zeitschriftenverlage ihre Angebote über vielerlei Kanäle vernetzen, um auf die veränderten Nutzerbedürfnisse reagieren zu können. So stärken sie ihre klassischen Medienmarken und erreichen über neue Angebote neue Nutzer.

Die große Frage: Wie sehen die strategischen Optionen für die Entwicklung von Crossmedia-Angeboten aus? Im Seminar stehen daher die folgenden

Themenfelder im Mittelpunkt:

- Welche strategischen Ansätze gibt es für Crossmedia-Aktivitäten?
- Wie konzipiert man Crossmedia-Angebote?
- Wie vermarktet man Crossmedia-Angebote?
- Welche nationalen und internationalen Erfolgsmodelle gibt es?

Das Seminar ist Teil des Zertifikatskurses ‚Expert of Crossmedia Production‘

(siehe www.zeitschriften-akademie.de)

DAS THEMA

Jederzeit, an jedem Ort und über alle Kanäle

Kein Zeitschriftenverlag kann heute mehr darauf verzichten, seine Inhalte auf mehreren Kanälen anzubieten: Zum Printprodukt treten Websites hinzu, es gibt auf diesen Websites Audio- und Video-Elemente, und zunehmend gehören auch mobile Angebote zum Angebotsspektrum der Medienhäuser.

Gründe für diese Entwicklung gibt es viele: Die Nutzer verlangen, dass sie Medieninhalte jederzeit, überall und auf allen Kanälen abrufen können. Die Werbekunden verlangen vermehrt nach einer crossmedialen Vernetzung ihrer Marketingaktivitäten. Die rapide Entwicklung von Bandbreiten und Speicherkapazitäten schließlich führt zu immer neuen technischen Möglichkeiten.

All das stellt die Verlage vor große strategische Herausforderungen - zumal Sie sich einer neuen Wettbewerbssituation ausgesetzt sehen. Die Konkurrenten kommen nicht mehr nur aus der eigenen Branche; heute heißen sie Google und YouTube, Nokia und Apple, Telekom und Permira. Das bedeutet: Es gibt nicht mehr länger die eine, zwingende Strategie. Verlage müssen aus der Vielzahl möglicher Optionen die für sie passende auswählen.

DAS PROGRAMM

Donnerstag, 14. Februar 2008

10:00 - 11:00 Uhr

Michael Geffken

Leiter Journalistenfortbildung der VDZ Zeitschriften Akademie
- Einleitung in das Thema

11:15 - 12.45 Uhr

Dr. Jens Müffelmann

Axel Springer AG
- Strategische Optionen im Crossmedia-Bereich

13:45 - 15:15 Uhr

Dr. Christian Bachem

Strategieberatung .companion
- Multichannel-Management im Marketing-Prozess und die Auswirkungen auf die Medien

15:30 - 17:30 Uhr

Christoph Schuh

Tomorrow Focus AG
- Aufbau und Vermarktung erfolgreicher Crossmedia-Angebote

Freitag, 15. Februar 2008

09:00 - 10.45 Uhr

Michael Konitzer

Ray Sono
- Social Media-Angebote als Kernelemente zukünftiger (Medien-)Kommunikation

11:00 - 12.30 Uhr und 13:30 - 17:00 Uhr

Axel Burkert

Kommunikationsberater
" Online-Strategien für Verlage - Erfolgsbeispiele und Strategieansätze

Termin und Ort

14. Januar 2008, 10:00 bis 17:30 Uhr

15. Januar 2008, 09:00 bis 17:00 Uhr

Jolly Hotel Vivaldi

Friedrichstraße 96
10117 Berlin
Telefon: 030 20 62 66-0
Fax: 030 20 62 66-999

Konditionen

Tagungsbeitrag: für **VDZ-Mitglieder 660,00 €** (zzgl. MwSt.)
für **andere Teilnehmer 840,00 €** (zzgl. MwSt.)

Der Seminarbeitrag enthält pro Tag ein Mittagessen sowie die Pausen- und Seminargetränke. Teilnehmerabsagen sind bis zwei Wochen vor Seminarbeginn kostenfrei. Bei späterer Absage wird die gesamte Seminargebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.

Anmeldung

Sie könne sich online anmelden oder die im PDF enthaltene Fax-Anmeldung an uns senden:

Bettina Heiroth
VDZ Zeitschriften Akademie GmbH
Markgrafenstraße 15
10969 Berlin
Telefon: 030. 72 62 98 - 113 / Fax 030. 72 62 98 - 114
E-Mail: b.heiroth@vdz.de

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme!

(c) VDZ Zeitschriften Akademie GmbH