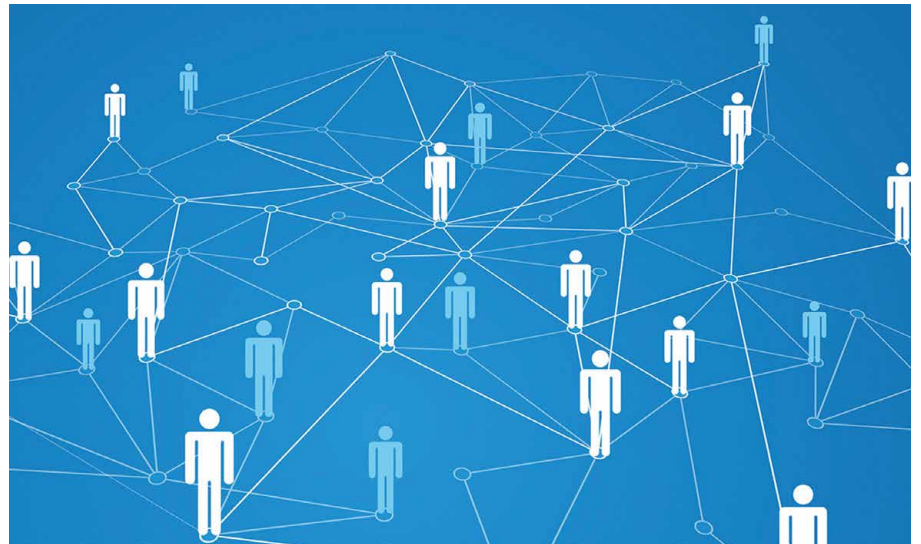


Crossmedia-Tagung: Mittwoch, 20. Mai 9.30–17.00 Uhr

Wo die Grenzen der automatischen Werbung liegen

Die Medienproduktion bildet heute die Schlüsselstelle in der multimedialen Kommunikation, weil hier die besten Möglichkeiten zu den nötigen Kostenreduktionen liegen. Wer den digitalen Workflow beherrscht und diesen geschickt mit einer Text- und Bilddatenbank verknüpft, kann nicht nur die Werbebotschaft einfach für die gebräuchlichsten Medien (Print, Web und Mobile) aufbereiten, sondern auch verschiedene Werbemittel automatisch erstellen. Doch wie weit lässt sich die Kommunikation industrialisieren, ohne dass sie ihre Wirkung verliert? An dieser Tagung zur effizienten Umsetzung multimedialer Kampagnen zeigen erfahrene Fachleute anhand von Praxisbeispielen auf, wie weit sie gehen können und wo die Grenzen der automatischen Werbung liegen.



Referenten



Dr. Matthias Ackeret
Chefredaktor und Verleger
der Fachzeitschrift «persönlich»/persoenlich.com.
Buchautor (u. a. «Das
Blocher-Prinzip» und «Elvis»)



Thomas Röthlisberger
CEO und Partner der
55 weeks ag / in flagranti-
Gruppe, Lyss



Michael Gassler
Managing Director,
Leo Burnett Schweiz,
Zürich



Thomas Deneke
Client Director von
Millward Brown Germany,
Frankfurt a. M.



Philipp Skrabal
Creative Director, Farner
Consulting, Zürich



Georg Obermayr
Fachautor (Agiles
Publishing) und Leiter
Crossmedia,
Adverma, München



Othmar Krienbühl
Leiter Marketingkommuni-
kation, Mitglied der
Geschäftsleitung Linkgroup,
Zürich



Oliver Frank
Leiter Media Consulting,
Goldbach Audience,
Küsnacht



René Teiler
Leiter Technik, Verband
der Schweizer Druckindustrie,
Sekretär publishingNETWORK,
Bern

Eine Veranstaltung von

publishing NETWORK
Fachverband für digitale Medienproduktion

Programm

- 9.30 Begrüssung durch den Veranstalter publishingNETWORK
- 9.40 Einführung: **Wie viel Technik braucht der kreative Mensch**
Dr. Matthias Ackeret
- 10.00 Keynote: **Programmatic Advertising – von der Nervensäge zum «Brand Builder»**
«Wie eine Zusammenarbeit von Werbetreibenden, Kreativ- und Mediaagenturen Programmatic Marketing auf eine neue Ebene heben kann»
Thomas Deneke
- 10.45 Pause
- 11.15 Parallele Seminare:
Case 1/Auftraggeber: Orchestrierung der Marketingmassnahmen als zentrales Anliegen
Othmar Krienbühl
Case 2/Dienstleister: Von Big Data zu Big Challenge – wie können wir diesen Herausforderungen begegnen
Thomas Röthlisberger
Case 3/Agentur: Skalierbare Kreativkonzepte
Philipp Skrabal
- 12.15 Mittagessen
- 14.00 **Automatisierung und Standardisierung in Grenzen**
Zusammenfassung der parallelen Seminare durch Dr. Matthias Ackeret
- 14.15 Leitlinien 1: **Die moderne Technik als Treiber**
«Der Online-Werbemarkt entwickelt sich rasant hinsichtlich Technologien und Dienstleistungen und stellt somit kontinuierlich neue Anforderungen an Technologie und Fachspezialisten.»
Oliver Frank
- 14.45 Leitlinien 2: **Markenführung und Automatisierung**
Michael Gassler
- 15.15 Leitlinien 3: **Responsive Content – Intelligente Inhalte**
«Uhren, Autos, Fernseher, Smartphones ...: Durch die Explosion an Marketingkanälen braucht es Inhalte, die sich selbstständig, eben responsiv, an das jeweilige Medium anpassen – future-ready ist das Ziel.»
Georg Obermayr
- 15.40 Pause
- 16.00 Talk mit Referenten: **Wo die Grenzen der Automatisierung liegen**
moderiert von Dr. Matthias Ackeret
- 16.45 Ausblick: **Auf dem Weg zum professionellen CM-Management**
Zusammenfassung und Blick vorwärts durch Veranstalter: René Theiler und Hannes Zaugg
- 17.00 Schluss der Veranstaltung

INFOBOX

Anmeldung

online auf www.publishingnetwork.ch

publishingNETWORK
Schosshaldenstrasse 20, 3006 Bern
Tel.: 031 351 15 11, Fax: 031 352 37 38
Mail an: info@publishingnetwork.ch



Direkt zur Website mit
Online-Anmeldeformular.

Datum/Zeit

Mittwoch, 20. Mai 2015, 9.30–17.00 Uhr

Ort

Hotel Belvoir, Säumerstrasse 37,
8803 Rüschiikon (gut erreichbar via
Autobahn A3)

Zielgruppe

Marketing- und Kommunikationsverantwortliche auf Auftraggeberseite, denen die effiziente Umsetzung von multimedialen Werbekampagnen ein wichtiges Anliegen ist, Geschäfts- und Produktionsleiter aus Kommunikationsagenturen sowie die

Direktoren und Entwicklungsleiter von crossmedialen Produktionsfirmen, die sich im Gebiet der Realisation von multimedialen Umsetzungen profilieren und positionieren wollen.

Preis

CHF 380.– für Mitglieder publishingNETWORK und Abonnenten Werbewoche;
CHF 480.– für übrige Teilnehmer inkl. Verpflegung und Parkplatz, Annullationskosten ab 14 Tagen, vgl. Website

publishingNETWORK freut sich,
Sie zu begrüssen!