

**Sparen Sie
100 EUR**
mit dem Früh-
bucherrabatt bis
zum 10. Februar
2012!

Anzeigengeschäft im Umbruch

13. – 14. März 2012, Berlin

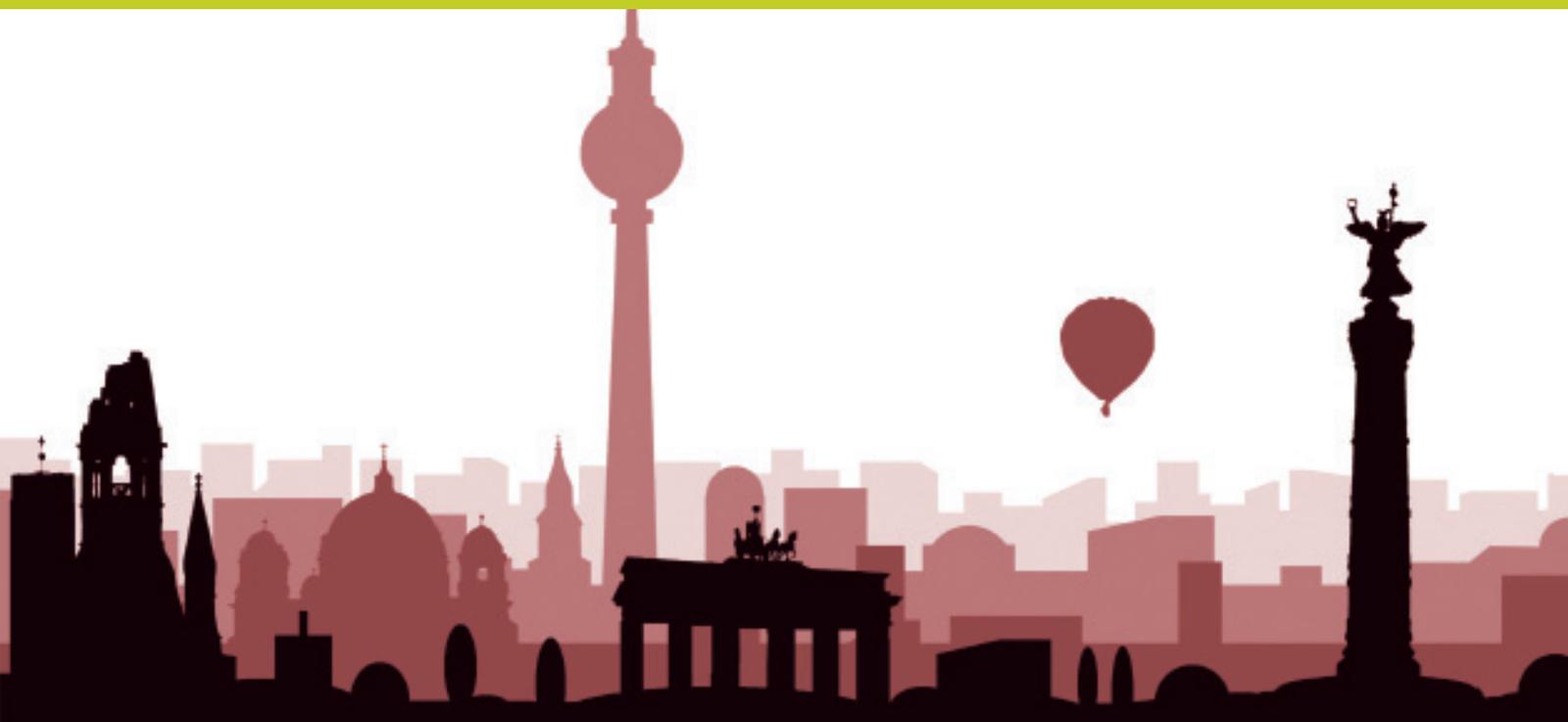
Geschäftsmodelle für den Anzeigenmarkt

- Der Verlag als Agentur
- Nationale Vermarktung
- Innovative Werbeformate
- Erfolgsgeschichten aus der Region

www.wan-ifra.org/anzeigengeschaeft

www.bdzv.de

www.zv-online.de



Anzeigengeschäft im Umbruch

13. – 14. März 2012, Berlin



Geschäftsmodelle für den Anzeigenmarkt

Der Werbemarkt ist so umkämpft wie nie zuvor. Die zunehmende Segmentierung der Werbeträger und neue Konkurrenten verlangen von den Zeitungen noch kundenspezifischere Angebote. Hierbei haben die Verlage einen großen Vorteil – ihre verschiedenen Vertriebskanäle.

Werbevermarktung – das heißt heute in Print, Online, Mobil und in Events zu denken, medienübergreifend zu verkaufen und in Paketen zu präsentieren. Bewährte Werbeformen mit innovativen Lösungen zu kombinieren, verspricht langfristigen Erfolg.

Moderation



Rüdiger Kruppa,
Leitung Marketing & Anzeigen,
„Lübecker Nachrichten“

Dienstag, 13. März 2012

Begrüßung durch BDZV und WAN-IFRA

Der Kunde hat das Wort!

Keynote

**Potenziale ausschöpfen! – Die richtige
Preisstrategie im Anzeigenmarkt**

Dr. Florian Bauer, Vorstand, Vocatus, Gröbenzell

**Der Königsweg? – Zentrale Vermarktung
bei den Privatradios**

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer, Radiozentrale, Berlin

**Neue Zeitungspower durch nationale
Anzeigenkooperation**

Expertendiskussion

**Neue Themen, frisches Geld? –
5 Vermarktungsprojekte im Faktencheck**

Matthias Faller, Mitglied der Geschäftsleitung –
Bereich Anzeigen, „Main-Post“, Würzburg

Der Verlag als Event- und Medienagentur

Bernd Koslowski, Mitglied der Geschäftsleitung,
Verlagsgruppe Rhein Main, Mainz

**Der Kunde ist der Partner –
Kampagnenmanagement bei der
„Neuen Westfälischen“**

Michael-Joachim Appelt, Anzeigenleiter,
Zeitungsverlag Neue Westfälische, Bielefeld

Get-Together

Wir laden Sie zu einem Abendessen und vielen
interessanten Gesprächen ein.

Mittwoch, 14. März 2012

Print gewinnt – Mit neuen Produkten und Ideen begeistern

Marcelo Benez, Anzeigenleiter, „Folha de Sao Paulo“, Brasilien

Mehr als nur geklebt – Exklusiv und interaktiv auf der Titelseite

Hartmut Döhl, Anzeigenleiter, „Pforzheimer Zeitung“

Regio Mag – Die andere Art der Beilagenwerbung

Christian Gulden, Geschäftsführung, Direktwerbung Bayern, Augsburg

Print goes Event – Reiff Medien Dome

Christian Kaufeisen, Vertriebs- und Marketingleiter, Reiff Verlag, Offenburg

Der „Rubrikendesk“ – Erfolg mit Methode

Dr. Eduard Hüffer, Geschäftsführer, Aschendorff Medien, Münster

Nur die Besten gewinnen – Coaching als Erfolgsgarant

Thomas Deicke, Verlagsgeschäftsführer, Saarbrücker Zeitung Verlag und Druckerei, Saarbrücken

Best Practice – Digitale Anzeigenerlöse

Kristin Reitan Husebo, Marketing Director, Stavanger Aftenbladet, Norwegen

Abschließendes Lunchbuffet

www.wan-ifra.org/anzeigengeschaeft
www.bdzv.de
www.zv-online.de

Praktische Informationen

Konferenzort

Pullman Berlin Schweizerhof

Budapester Straße 25

10787 Berlin

Tel.: +49 (0)30 / 2696 -0 oder -2922

Fax: +49 (0)30 / 2696 -1000

E-Mail: H5347@accor.com

Ein Zimmerkontingent zu Vorzugskonditionen (1 EZ 140,00 € inkl. Frühstück) ist bis zum 10. Februar 2012 für Sie reserviert. Buchungscode: BDZV-WAN-IFRA.

Konferenzzeiten

Dienstag, 13. März, 11.30 – 17.30 Uhr

ab 11.30 Uhr Registrierung & Lunchbuffet

ab 19.30 Uhr Get-Together

Mittwoch, 14. März, 09.00 – 13.30 Uhr

ab 13.30 Uhr abschließendes Lunchbuffet

Zielgruppe

Geschäftsführer, Verlags- und Anzeigenleiter sowie Anzeigenverkaufsleiter der Zeitungsverlage und Verantwortliche im Bereich Online-Sales

Teilnahmegebühr

BDZV und WAN-IFRA Mitglieder EUR 890 + MwSt.

Nichtmitglieder EUR 1.290 + MwSt.

Sparen Sie 100 EUR mit dem Frühbucherrabatt bis zum 10. Februar 2012!