WAN IFRA KONFERENZ

World Association of Newspapers and News Publishers

Jetzt anmelden zum Frühbucherpreis. Sparen Sie **200 EUR** gegenüber dem Normaltarif!

21. Internationale Konferenz Anzeigen und Werbung

24. – 25. Februar 2011, Malta

It's money time!

Zentrale Themen:

- Marktwissen – Der Schlüsselfaktor für den Anzeigenverkauf 2011
- Printwerbung – Zukunftssicherung in einer vom Digital-Hype geprägten Welt
- Crossmedia-Strategien – Starke Ideen für Werbekonzepte mit Mehrwert
- Neu im Spiel – Tablet-Werbung
- Zeitungswerbung von morgen – Trends und kreative Konzepte

www.wan-ifra.org/advertising2011

21. Internationale Konferenz Anzeigen und Werbung

24. – 25. Februar 2011, Malta

Zauberhaftes Malta

Die bezaubernde Insel Malta, einstmals Sitz der Ordensritter des Johanniterordens, vereint auf einzigartige Weise die vielfältigen Vorzüge eines Mittelmeer-Standortes: Sonne und tiefblaues Meer, eindrucksvolle Landschaft, prachtvolle Architektur und eine faszinierende 7000-jährige Geschichte.

Malta liegt zwischen Sizilien und Nordafrika. Die Insel ist nur wenige Flugstunden von den meisten europäischen Großstädten entfernt und verfügt über ausgezeichnete Interkontinentalverbindungen.

Konferenzprogramm

Donnerstag, 24. Februar 2011

Willkommen in Malta
***Tonio Fenech**, Minister für Finanzen, Wirtschaft und Investitionen, Malta*

Begrüßung durch die Moderatoren
***Ann Lown**, Head of Digital Partnerships, Archant Regional, Großbritannien*

***Dr. Dietmar Schantin,** Executive Director, Publishing, Editorial & General Management, WAN-IFRA, Deutschland*

Thema 1: Marktwissen – Der Schlüsselfaktor für den Anzeigenverkauf 2011

Mehr Besucher und mehr Business anziehen! Wie Malta sich international vermarktet
***Mario de Marco,** Parlamentarischer Staatssekretär für Tourismus, Umwelt und Kultur, Malta*

Wie Leser „ticken" – Entscheidende Einblicke in die Psychologie der Marktteilnehmer
***Lindsay Zaltman,** Managing Director, Olson Zaltman Associates, USA*

Wollen Werbeagenturen das Gleiche wie wir? – Die Sicht der Agenturen
***Fabrice Dekerf,** Managing Partner der Agentur Germaine, Belgien*

Thema 2: Printwerbung – Zukunftssicherung in einer vom Digital-Hype geprägten Welt

Printanzeigen – lebendiger denn je!
***Suzanne Raitt,** Vice President Marketing und Innovation, Kanadischer Zeitungsverband, Kanada*

Die große Digitalumsatz-Blase und echte Multimedia-Möglichkeiten
***Eamonn Byrne,** Geschäftsführer, The Byrne Partnership, Großbritannien*

Fallstudie 1: Steigerung der Printerlöse. Erfahrungsbericht der Hindustan Times
***Benoy Roychowdhury,** Executive Director – Marketing, Hindustan Times, Indien*

Fallstudie 2: Steigerung der Print- und Online-Erlöse. Erfahrungsbericht von Aftonbladet
Anders Berglund, *Verkaufsleiter, Aftonbladet, Schweden*

Fallstudie 3: Das Online-Werbemodell – Vom Verlag via Anzeigennetzwerk zur marktbestimmenden Größe
Andy Mitchell, *Anzeigen- und Werbeleiter, MailOnline, Associated & Northcliffe Media, Großbritannien*

Thema 3: Crossmedia-Strategien – Starke Ideen für Werbekonzepte mit Mehrwert

Faszinierend wie ein Automobilsalon – ein leistungsstarkes Paket für Kfz-Anzeigenkunden
Altuğ Acar, *Stellv. Anzeigenleiter, Hürriyet-Gruppe, Türkei*

Freitag, 25. Februar 2011

Thema 4: Neu im Spiel – Tablet-Werbung

Aus den unendlichen Möglichkeiten schöpfen: Erschließung neuer Einnahmen in einer Werbewelt im Umbruch, Marketingdienste als Nachfolger der klassischen Zeitungswerbung und der Aufstieg der Tablets
Ken Doctor, *Branchenanalyst und Autor von „Newsonomics: Twelve New Trends That Will Shape the News You Get", USA*

Eine strategische Roadmap für das Jahrzehnt der Digitalisierung
Gregor Waller, *Leiter Strategie und Innovation, Mitglied der Geschäftsführung Zeitungsgruppe WELT, Axel Springer AG, Deutschland*

Geänderte Spielregeln: Neue Messgrößen für Print, Online, Mobile und Media-Tablets
Staffan Hultén, *Vice President / Gründer, RAM (Research and Analysis of Media), Schweden*

Von digitalen Werbemöglichkeiten profitieren – Die interaktive Agentur des Jahres
Daniel Rosen, *Leiter Mobile, AKQA, Großbritannien*

Thema 5: Zeitungswerbung von morgen

Die Zukunft der Zeitungsanzeigen – Fünf maßgebliche Zukunftstrends und wie man sie nutzen kann
Eamonn Byrne, *Geschäftsführer, The Byrne Partnership, Großbritannien*

Wettbewerb für junge Leser – Konzeption einer Anzeige für das 21. Jahrhundert
Dr. Aralynn McMane, *Executive Director, Young Readership Development, WAN-IFRA, Frankreich*

YET – Junge Kreative beweisen ihr Können
Robert Ray, *Marketingleiter, Newspaper Society, Großbritannien*

Viral Marketing: Viel Lärm um nichts? Warum sollte uns der Social-Media-Hype etwas angehen?
Nils von Heijne, *Partner/Beratender Kreativdirektor, Pronto Communication, Schweden*

Ausblick: Worauf es jetzt und in Zukunft ankommt!

Weitere Referenten werden noch bekannt gegeben.

Referenten in Ablaufreihenfolge

Tonio Fenech

Dr. Dietmar Schantin

Lindsay Zaltman

Eamonn Byrne

Ann Lown

Mario de Marco

Suzanne Raitt

Benoy Roychowdhury

Vorab-Workshop Multimedia-Werbung

Mittwoch, 23. Februar 2011

Im Mittelpunkt dieses Workshops steht die Frage, wie Zeitungsunternehmen eine Multimedia-Werbeverkaufsstrategie erarbeiten können, mit der sie sich höhere Erlöse sichern und den Werbekunden einen größeren Werbewert bieten können.

Programm

Das eintägige Programm soll den Vertretern von Zeitungsunternehmen ein einfaches, aber wirkungsvolles Planungsinstrumentarium an die Hand geben, das es ihnen gestattet, bereits umgesetzte Strategien für den Verkauf von Multimedia-Werbung zu optimieren bzw. neue Konzepte in dieser Richtung zu entwickeln.

Workshop-Inhalte

- Warum Multimedia-Werbung eine immer größere Rolle spielt und welche Einnahmen-Chancen sich dadurch für Zeitungsunternehmen und Werbekunden ergeben.
- Warum Multimedia-Werbung im Zentrum jeder neuen Geschäftsentwicklungsstrategie stehen sollte.
- Wie Zeitungsunternehmen einzigartige Chancen in diesem großen und zunehmend größer werdenden Markt nutzen können.
- Fallstudien – Beispiele von den führenden Verlagen in diesem neuen Bereich, was ihren Erfolg ausmacht und mit welchen Schwierigkeiten sie konfrontiert waren.
- Aufgabenplanung – Planung und Umsetzung einer Multimedia-Werbestrategie:
  1. Bewertung des eigenen Multimedia-Werbemarktes
  2. Einrichtung einer Multimedia-Verkaufsabteilung
  3. Ermittlung der erforderlichen Kompetenzen für den Verkauf von Multimedia-Angeboten
  4. Konzeption eines Multimedia-Angebots
  5. Preisgestaltung eines Multimedia-Angebots
  6. Bewertung und Vergleich des eigenen Angebotes mit Alternativangeboten
  7. Ermittlung des Schulungsbedarfs für ein Multimedia-Verkaufsteam und Planung von Schulungsmaßnahmen

Wie Sie profitieren

Jeder Teilnehmer wird von diesem Multimedia-Workshop eine Reihe konkreter Anregungen und Präsentationen mitnehmen, die sein Unternehmen dabei unterstützen, eine eigene Strategie zu entwickeln – mithilfe spezieller Checklisten, die eine „Roadmap“ für die Konzeption und Umsetzung einer Multimedia-Verkaufsstrategie bieten.

Trainer

Eamonn Byrne, *Geschäftsführer,*
The Byrne Partnership, Großbritannien

Preise für den Vorab-Workshop

WAN-IFRA-Mitglieder	450 EUR + MwSt.
Mitglieder nationaler Verbände der WAN-IFRA	650 EUR + MwSt.
Nichtmitglieder	750 EUR + MwSt.

Die Preise beinhalten die Workshop-Teilnahme, ein Mittagessen sowie Pausengetränke.

Anders Berglund

Altuğ Acar

Gregor Waller

Daniel Rosen

Robert Ray

Andy Mitchell

Ken Doctor

Staffan Hultén

Dr. Aralynn McMane

Nils von Heijne

Allgemeine Informationen

Konferenzort und Hotel

The Westin Dragonara Resort
Dragonara Road, St. Julian's, STJ02, Malta

Zimmerreservierungen können online oder bei Frau Anna Ellul Sullivan vorgenommen werden.
Tel.: +356.21.38-1000, Fax: +356.21.38-1347
E-Mail: sales.dragonara@westin.com

Einzelzimmer	75,00 EUR / Nacht inkl. Frühstück
Doppelzimmer	104,00 EUR / Nacht inkl. Frühstück

Reservierungen nach dem 25. Januar 2011 werden nur nach Zimmerverfügbarkeit entgegengenommen und können nicht zum hier genannten Vorzugspreis garantiert werden.

Konferenzgebühren

Frühbucherpreis bis 21. Januar 2011

WAN-IFRA-Mitglieder	890 EUR + MwSt.
Mitglieder nationaler Verbände der WAN-IFRA	1.090 EUR + MwSt.
Nichtmitglieder	1.290 EUR + MwSt.

Standardpreis

WAN-IFRA-Mitglieder	1.090 EUR + MwSt.
Mitglieder nationaler Verbände der WAN-IFRA	1.290 EUR + MwSt.
Nichtmitglieder	1.490 EUR + MwSt.

Die Preise beinhalten die Teilnahme an der Konferenz, Begrüßungsempfang, Galadiner, Mittagessen und Pausengetränke.

Veranstaltungszeiten

Mittwoch, 23. Februar 2011

10.00 – 16.00 Uhr	Vorab-Workshop
20.00 Uhr	Begrüßungscocktail

Donnerstag, 24. Februar 2011

10.00 – 18.00 Uhr	Konferenz
20.00 Uhr	Galadiner

Freitag, 25. Februar 2011

09.00 – 15.00 Uhr	Konferenz

Die Expo

liefert aktuelle Informationen zu neuesten Technologien und Innovationen für die Zeitungsbranche. Führende Branchenanbieter präsentieren ihre Medienlösungen auf dieser Fachausstellung.

Ansprechpartnerin für interessierte Aussteller:
Sabine Lafon, Sales Executive
Tel.: +49.6151.733-784, Fax: +49.6151.733-802,
E-Mail: sabine.lafon@wan-ifra.org

Hauptsponsor

TIMESOF MALTA.COM

Sponsor

alfamedia

protecmedia
Software & Services for Media Companies

Official Carrier

AIR MALTA
Official Carrier

Medienpartner

ArabAd

Newspaper technology Publication production
gx
gxpress.net

ICMA
Making classified media work better
International Classified Media Association

La Prensa

print and Publishing europe

WAN IFRA KONFERENZ
World Association of Newspapers and News Publishers

21. Internationale Konferenz Anzeigen und Werbung

24. – 25. Februar 2011, Malta

Anmeldeformular

Bitte kopieren, ausfüllen und faxen oder schicken an:

WAN-IFRA GmbH & Co. KG · Washingtonplatz 1 · 64287 Darmstadt, Deutschland · Tel. + 49.6151.733-6 · Fax +49.6151.733-802 · events@wan-ifra.org

Zuname _____

Vorname _____

Firma _____

Position _____

Straße _____

Postleitzahl, Stadt _____

Land _____

E-Mail _____

Telefon _____

Fax _____

WAN-IFRA-Mitglied ☐ ja ☐ nein

Mitglied nationaler Verbände der WAN-IFRA ☐ ja ☐ nein

Ich nehme teil an:

☐ Vorab-Workshop am 23. Februar

☐ Begrüßungsempfang am 23. Februar

☐ Konferenz am 24. und 25. Februar

☐ Galadiner am 24. Februar

Zahlungsmodalitäten (bitte wählen Sie eine Möglichkeit aus):

☐ Bitte senden Sie mir die Rechnung

☐ Bitte belasten Sie den Betrag meinem Kreditkartenkonto

☐ American Express ☐ Visa ☐ Euro-/Mastercard ☐ Diners

Kartennr. ____ ____ ____ ____

gültig bis ____ Kartenprüfnummer ____

Karteninhaber _____

Unterschrift _____

Name in Druckbuchstaben _____

Bitte schicken Sie die Rechnung an _____

_____

Die Teilnahmegebühr ist sofort nach Erhalt der Rechnung zu begleichen, spätestens jedoch 4 Wochen vor Veranstaltungsbeginn.

Der Vertrag über die Veranstaltungsteilnahme kommt unter ausschließlicher Geltung der Allgemeinen Konferenzbedingungen der WAN-IFRA zustande, die unten auszugsweise aufgeführt sind.

_____

Unterschrift, Stempel

Auszug aus den Allgemeinen Konferenzbedingungen der WAN-IFRA GmbH & Co. KG

Dieser Auszug aus den Allgemeinen Konferenzbedingungen gilt nur gegenüber solchen Teilnehmern, die als Unternehmer im Sinne des § 14 BGB angesehen werden.

§ 1 Anmeldung, Gebühren und Fälligkeit

1.1 Die Anmeldung zu den Veranstaltungen muss schriftlich erfolgen.

1.2 WAN-IFRA GmbH & Co. KG wird dem Teilnehmer die Anmeldung schriftlich bestätigen.

1.3 Mit Erhalt der Rechnung wird die Teilnahmegebühr zur Zahlung fällig.

§ 2 Stornierung, Rücktritt des Kunden

2.1 Stornierungen sind schriftlich bis vierzehn Tage vor Beginn der Konferenz möglich und werden unter Berechnung einer nicht erstattungsfähigen Bearbeitungsgebühr von 10 % entgegengenommen. Bei Stornierungen danach müssen wir auf Zahlung der vollen Teilnahmegebühr bestehen.

2.2 Es ist jederzeit möglich, sich durch einen „Ersatzteilnehmer" vertreten zu lassen soweit dies WAN-IFRA GmbH & Co. KG vorab schriftlich unter Nennung des Stellvertreters mitgeteilt wird.

§ 3 Absage von Veranstaltungen

3.1 WAN-IFRA GmbH & Co. KG kann die Veranstaltung aus wichtigem Grund, insbesondere bei zu geringer Teilnehmerzahl, bei Ausfall bzw. Erkrankung eines Referenten, Hotelschließung oder höherer Gewalt, absagen.

3.2 Im Fall einer zu geringen Teilnehmerzahl kann die Absage bis 3 Wochen vor Beginn der Veranstaltung erfolgen.

3.3 In allen anderen Fällen einer Absage aus wichtigem Grund sowie in Fällen notwendiger Änderungen des Programms wird WAN-IFRA GmbH & Co. KG die Teilnehmer so rechtzeitig wie möglich informieren.

3.4 Muss ausnahmsweise eine Veranstaltung abgesagt werden, wird die bereits gezahlte Teilnahmegebühr erstattet.

…

§ 6 Anwendbares Recht / Gerichtsstand

Der Vertrag unterliegt deutschem Recht. Gerichtsstand ist Darmstadt.