

MULTISCREEN

25. MÄRZ 2014
STARTPLATZ KÖLN

*The future of marketing and commerce
in a connected world*



CROSS PLATTFORM (S)HOPPING

Wie sich Mediennutzung
und Shoppingverhalten
fundamental verändern

PING-PONG ZWISCHEN DEN BILDSCHIRMEN

Wie Marken und TV-
Sender das Zusammen-
spiel screenbasierter
Medien optimal nutzen

CONNECTED CONSUMER JOURNEY

Welche neuartigen
Businessmodelle und
Werbemöglichkeiten für
Online Shops bestehen

SOCIAL TV ALS DIGITALES ÖKOSystem

Wer von der Interaktion
mit den Zuschauern in
Echtzeit profitiert

RESPONSIVE DESIGN, USABILITY & CO.

Was bei der Entwicklung
erfolgreicher Kampagnen
und Onlineshops zu
beachten ist

VOM FIRST SCREEN ZUM EVERYWHERE SCREEN

Welche Perspektiven die
Screen-Ära für Marken,
Handel und TV bietet

DER NEUE TRENDTAG FÜR MARKEN, HANDEL UND TV

VERBANDSPARTNER:



Wir sind das Netz



inspirato
KONFERENZEN

INSPIRIEREND. FACETTENREICH. INTERAKTIV.

MULTISCREEN

The future of marketing and commerce
in a connected world



FACETTENREICH DAS THEMA

Die parallele Nutzung von TV und Online verändert den Umgang mit Medien und damit die Werbe- und Handelslandschaft fundamental. Die Kommunikation über internetfähige Endgeräte steht weltweit hoch im Kurs und Fakt ist schon jetzt: Multiscreen, das neue Second Screen, ist längst keine Zukunftsmusik mehr sondern Alltag vieler Nutzer. Immerhin sind laut BVDW 49 Prozent der Deutschen zeitweise online, während sie TV schauen. Die Gerätenutzung findet heute überwiegend auf vier Screens simultan statt, wobei diese unterschiedliche Funktionen erfüllen: Das Smartphone als permanenter Begleiter, das Tablet als „Couch-Companion“, das Notebook als Informationsdienstleister und der Fernseher zur Unterhaltung.

Viele Screens bedeuten viele Optionen sowohl für die Zuschauer als auch für Marketingentscheider und Fernsehmacher – verbunden mit dem Kampf um Aufmerksamkeit. So heißt es für Marken, Händler und TV Sender, die mediale und kreative Werbeansprache sowie die bisherigen Kommunikations- und Mediapläne in Frage zu stellen. Das Zusammenspiel der Bildschirme bietet enormes Potenzial für crossmediale Konzepte und bringt neue Chancen für Werbung und Commerce:

- Wie lässt sich der Second Screen werblich und kommerziell optimal nutzen?
- Mit welchen Inhalten und Formaten spricht man Parallelnutzer verschiedener Bildschirme richtig an?
- Welche Anforderungen für Markenstrategie und Design sind mit der veränderten Mediennutzung verbunden?
- Wie gelingt im Social TV die Interaktion mit den Zuschauern in Echtzeit?
- Wie muss die Customer Journey über alle Devices bei Online Shops gestaltet werden?

Tauchen Sie ein in die dynamische Multi-Screen-Welt und nehmen Sie Impulse, wertvolle Erkenntnisse und hilfreiche Handlungsempfehlungen für Ihre digitale und konvergente Kommunikations- und Handelsstrategie mit.

ABSOLUT INSPIRIEREND DIE REFERENTEN (U.A.)



Milva Becker-Fahr,
Consultant
Projektmanagement,
denkwerk



Sebastian Blum,
Director Product &
Development,
Omnicom Media Group
Germany



Markus Frank,
Director Advertising & Online
Microsoft Advertising &
Mitglied der Geschäftsführung,
Microsoft Deutschland



Florian Heister,
Gründer und
Geschäftsführer,
Zappic



Achim Himmelreich,
Vizepräsident,
Bundesverband Digitale
Wirtschaft (BVDW)



Karsten Jentsch,
Leiter TV Sites & Verticals,
RTL interactive



Wolfram Nagel,
UX Designer und Konzepter/
Head of Design and Corporate
Communication,
digiparden



Gerald Neumüller,
Director Research,
SevenOne Media



Claudia Petzer,
Business Development
Startups & Innovation,
UFA Lab



Alexander Ringsdorff,
Geschäftsführer,
CouchCommerce



Dr. Andreas Schroeter,
Co-founder & COO,
wywy



Julius van de Laar,
Kampagnen- und
Strategieberater



Vorsitz und Moderation:

Achim Himmelreich, Vizepräsident,
Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

AB 09:00 ANREISE UND ICEBREAKER BREAKFAST

Die Teilnehmer, Referenten und Partner werden zur Einstimmung auf die Konferenz mit Kaffee und Frühstücks-Snacks in entspannter Atmosphäre empfangen, fotografiert und auf einer Pinnwand mit Ihren Visitenkarten vorgestellt. Networking leicht gemacht.

CROSS PLATTFORM (S)HOPPING

Wie sich Mediennutzung und Shoppingverhalten fundamental verändern

09:45 – 10:00 ERÖFFNUNG DER KONFERENZ UND EINFÜHRUNG IN DAS THEMA DURCH DEN MODERATOR

10:00 – 10:30 KEYNOTE

Neue Möglichkeiten im MULTISCREEN-Zeitalter

- Welche digitalen Trends prägen die veränderte Medienlandschaft und Mediennutzung
- Herausforderung in der Ansprache von Konsumenten
- Vorstellung einiger Fallbeispiele von Werbungtreibenden, die Multiscreen-Lösungen effektiv umgesetzt haben

Markus Frank, Director Advertising & Online Microsoft Advertising & Mitglied der Geschäftsführung, Microsoft Deutschland GmbH

Die veränderte Mediennutzung und die technologische Entwicklung stellen neue Herausforderungen in der Ansprache der Konsumenten dar. Anhand von Fallbeispielen wird Markus Frank aufzeigen, wie Konsumenten effektiv erreicht werden können.

10:30 – 11:00 OUT OF THE BOX

Digital Storytelling, Data und Deutungshoheit

- Wie gelingt es mit Hilfe von Storytelling Kampagnen zu emotionalisieren?
- Wie erreichen wir relevanten Zielgruppen mit unseren Inhalten?
- Welche Faktoren sind entscheidend um Menschen zu mobilisieren und zum Handeln zu bewegen?

Julius van de Laar, Kampagnen- und Strategieberater

Im überfluteten 24/7 News-Cycle kommen konventionelle Marketing-Maßnahmen an ihre Grenzen. Eine der ältesten und effektivsten Methoden, wenn es darum geht, komplexe Inhalte verständlich zu machen und Botschaften zu verbreiten, ist das Storytelling. Inhalte müssen so verpackt werden, dass die Zielgruppe bereit ist, sie zu verinnerlichen. Julius van de Laar zeigt anhand von Best-Practice Beispielen die Möglichkeiten des transmedialen Storytellings und Content Marketings.

PING-PONG ZWISCHEN DEN BILDSCHIRMEN

Wie Marken und TV Sender das Zusammenspiel screenbasierter Medien optimal nutzen

11:00 – 11:30 BEST PRACTICE

Mythos Multiscreen? – Mögen die Medien mit Euch sein!

- Multiscreen – Hype oder Alltag?
- Werbewirkungsrelevante Aspekte am Praxisbeispiel der Sponsoring- und Product Placement-Kampagne für den Opel Adam bei der letztjährigen Staffel von Germany's Next Top Model

Gerald Neumüller, Director Research, SevenOne Media GmbH

Wie Parallelnutzung in der Realität verbreitet ist, wie sie abläuft, welche (Aus-)wirkungen sie hat und welche Rolle Fernsehen und Werbung dabei spielen, zeigt Gerald Neumüller anhand von Befunden verschiedener Studien.

11:30 – 12:00 BEST PRACTICE

INSIDE – Der 2nd Screen der

Mediengruppe RTL Deutschland

- Second Screen und Social TV – Begrifflichkeiten und Markt
- INSIDE – Das Second Screen Angebot von RTL und VOX – Beschreibung und Ziele
- Anwendungsbeispiele für den 2nd Screen

Karsten Jentsch, Leiter TV Sites & Verticals, RTL interactive GmbH

Der Vortrag von Karsten Jentsch umfasst eine Einführung in die Welt des 2nd Screens aus Sicht der Mediengruppe RTL Deutschland und gibt anhand von Beschreibungen des Angebotes INSIDE die Erfahrungen und Ziele von 2nd Screen bei der Mediengruppe RTL Deutschland wieder. Praxisbeispiele speziell aus dem RTL Programm dienen zur Veranschaulichung.

12:00 – 12:30 BEST PRACTICE

BMW TV, das erfolgreichste Branded-Entertainment-Angebot der Automobilbranche

- BMW TV wurde bisher in 36 Länder ausgestellt
- Ein individuell entwickeltes Backend verwaltet alle Videos und verteilt sie in die verschiedenen Kanäle
- Alle Videos und Bilder werden vollautomatisiert in jeweils 30 Formate konvertiert, sodass sie für die Multiscreen-Nutzung optimal dargestellt werden.

Milva Becker-Fahr, Consultant Projektmanagement, denkwerk GmbH

Für BMW entwickelte denkwerk die internationale Markenplattform BMW TV, inkl. YouTube Channel, iPhone App, Facebook App und Seeding in die verschiedensten Kanäle. Mit der Website entstand das erfolgreichste Branded-Entertainment-Angebot der Automobilbranche.

Milva Becker-Fahr stellt in ihrem Beitrag dieses Erfolgsbeispiel von BMW TV vor.

12:30 – 13:00 BEST PRACTICE

„Für alle die arbeiten. Und leben.“ Wie XING mit Werbung auf dem first screen auf dem second screen Nutzer gewinnt.

Idee und Erfolg der XING TV-Kampagne

Marc Schwieger, CEO/Inhaber, PUSHH – Agentur für digitale Konsumwelten NN, Xing (in Abstimmung)

Marc Schwieger, Gründer und CEO von PUSHH – Agentur für digitale Konsumwelten zeigt gemeinsam mit einem Vertreter von XING, wie ein konsistentes Markenversprechen im Multiscreen-Environment formuliert und kommuniziert werden muss.

13:00 – 14:00 KOMMUNIKATIVE MITTAGSPAUSE

CONNECTED CONSUMER JOURNEY

Welche neuartigen Businessmodelle und Werbemöglichkeiten für Online Shops bestehen

14:00 – 14:30 IMPULSVORTRAG

Aus Points-of-Interest werden Points-of-Sale.

Strategien für den Everywhere Commerce

- Das Zusammenwachsen der Kanäle. Aus Multi-Channel wird Everywhere Commerce
- Die Erwartung des Konsumenten, von jedem Screen, jedem Device alle Transaktionen tätigen zu können
- Multi-Touchpoint-Analyse als Grundlage einer Multi-Screen-Strategie

Achim Himmelreich, Vizepräsident,

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Der Konsument erwartet heute zunehmend, dass er von jedem Gerät, von jedem Screen aus, alle Transaktionen tätigen kann. Während Händler früher Maßnahmen ergriffen haben, um die Kunden in den Shop zu bringen, müssen sie heute selbst nach „draußen gehen“ und bei jedem relevanten Touchpoint präsent sein. Achim Himmelreich skizziert die Kernelemente dieser Entwicklung und zeigt, wie Händler & Brands diese Herausforderung erfolgreich meistern können.

14:30 – 15:00 POST PC COMMERCE

Welche Rolle Connected TVs im e-Commerce spielen werden!

- 95% aller e-Commerce Einkäufe erfolgen von zu Hause aus
- Der Fernseher läuft größtenteils parallel zur Tablet-Nutzung
- Wie können Marken, Hersteller und Händler die Brücke vom TV in den Shop schlagen?

Alexander Ringsdorff, Geschäftsführer, CouchCommerce GmbH

Smartphones & Tablets haben die „Post PC Commerce“-Welle angestoßen. Bereits heute erfolgen bis zu 50 Prozent aller Zugriffe auf Online-Shops via Tablet oder Smartphone. Dabei ist auffällig, dass ca. 95 Prozent aller Einkäufe von zu Hause erfolgen und so gut wie immer im Wohnzimmer der Fernseher parallel dazu läuft. Der Vortrag von Alexander Ringsdorff beschäftigt sich damit, wie Smart TVs als second oder first screen im e-Commerce eingesetzt werden und zeigt erste Trends und Möglichkeiten auf.

DAS KONFERENZPROGRAMM DIENSTAG, 25. MÄRZ 2014



15:00 – 15:30 CONTENT

AIDA gilt weiterhin. Aber welcher Screen sorgt wofür?

- Unterschiedliche Bildschirme führen zu unterschiedlicher Nutzung von Content
- Kann unterhaltender Content verkaufen?
- Der Second Screen wird gerade wegen immer smarteren TVs weiter verbreitet sein und zu aufeinander abgestimmten Nutzungsszenarien führen.

Florian Heister, Gründer, Zappic uG & Blogger, Branded Entertainment Online und Claudia Pelzer, Business Development Startups & Innovation, UFA Lab

Die unterschiedlichen Screens werden in ihrer Nutzung immer stärker aufeinander abgestimmt. Dabei wird die Nutzung der Screens weitestgehend eine unterschiedliche sein. Die Frage, welche es zu beantworten gilt: Wo und wie gewinne ich die Aufmerksamkeit, wecke Interesse, löse Wünsche aus und bringe den User zur Action? Am Besten in einem fließenden Prozess, den Florian Heister und Claudia Pelzer aufzeigen.

15:30 – 16:30 ROUNDTABLE SESSION

In dieser interaktiven Session diskutieren die Teilnehmer an von Branchenexperten moderierten **Thementischen** über innovative Businessmodelle und die Werbe- und Vertriebspotentiale von Multiscreen-Konzepten.

Sie haben Interesse, einen Roundtable aktiv mitzugestalten?

Gern können Sie im Vorfeld bereits Themen und Fragestellungen einreichen! Wenden Sie sich einfach mit Ihren Vorschlägen an Stefanie Kurz unter: s.inspirato@inspirato.de

16:30 – 17:00 KOMMUNIKATIVE KAFFEEPAUSE

RESPONSIVE DESIGN, USABILITY & CO.

Was bei der Entwicklung erfolgreicher Kampagnen und Onlineshops zu beachten ist

17:00 – 17:30 DESIGN

Multiscreen Experience Design – Strategieentwicklung und Konzeption für verschiedene Endgeräte

- Multiscreen, Cross Device und Multi-Plattform
- Smart Content, Adaptive Content, Content Strategy, Responsive Design
- User Experience Design, User Centered Design, User Research

Wolfram Nagel, UX Designer und Konzepter / Head of Design and Corporate Communication, digiparden GmbH

Heute muss jedes (digitale) Projekt für verschiedene Medien und Kanäle gedacht und konzipiert werden. In dem Vortrag stellt Wolfram Nagel die wichtigsten Faktoren, Prinzipien und Herangehensweisen vor, die man bei der Konzeption von digitalen Services (App, Website) für verschiedene Endgeräte berücksichtigen sollte.

17:30 – 18:00 ERFOLGSMESSUNG

Online-Erfolgsmessung von TV-Kampagnen

- Einfluss von TV-Werbung auf Website KPIs
- Optimierung des TV-Mediaplans

Dr. Andreas Schroeter, Co-founder & COO, wywy GmbH

Online bereits gang und gäbe, erhält das Tracking jetzt auch bei TV-Kampagnen Einzug. Durch die automatische Erkennung des Werbespots kann der Einfluss der Ausstrahlung auf Webseite KPIs in Echtzeit gemessen werden. Dr. Andreas Schroeter zeigt anhand von Praxisbeispielen, wie dies dann die kontinuierliche Optimierung des TV-Mediaplans ermöglicht.

FIRST SCREEN, SECOND SCREEN, EVERYWHERE SCREEN

Welche Perspektiven die Screen-Ära für Marken, Handel und TV zukünftig bietet

18:00 – 18:30 AUSBLICK

Mehr Screens = mehr Werbung? Trends, Chancen und Risiken der Multiscreen-Zukunft

- Multiscreen ist in aller Munde, aber was bedeutet die zunehmende Parallelnutzung verschiedener Bildschirme am Ende tatsächlich für die werbetreibende Wirtschaft?
- Erreicht dadurch mittel- und langfristig wirklich mehr Werbung den Zuschauer?

Sebastian Blum, Director Product & Development, Omnicom Media Group Germany

Wenden sich Fernsehzuschauer künftig in Scharen vom klassischen linearen Programm ab und beschäftigen sich in der Primetime lieber mit Smartphone und Tablet? Oder ist der etablierte Entertainmentmodus zum Feierabend aus dem Alltag der Menschen einfach nicht mehr wegzudenken und wollen sie weiterhin abends passiv und unkritisch Content konsumieren, frei von Entscheidungen? Welche Implikationen haben VoD-Angebote für die Senderlandschaft? Unterbrechen Smart-Ads in Zukunft das laufende Programm eigenmächtig, um getargetete Werbung zielgruppengenaue darüber zu legen? Sicher ist laut Sebastian Blum: **Die Zukunft wird bunt und bewegt.**

18:30 ZUSAMMENFASSUNG DES TAGES UND ENDE DER KONFERENZ

IM ANSCHLUSS: NETWORKING BEI DRINKS & SNACKS UND FÜHRUNG DURCH DEN STARTUP- UND GRÜNDER-INKUBATOR STARTPLATZ

powered by

STARTPLATZ



SAVE
THE
DATE

Preview
**inspirato KONFERENZEN
2014**

WORKLAB | 19. MÄRZ 2014
BETAHAUS BERLIN

MASS CUSTOMIZATION

MASSENWARE WAR GESTERN –
INDIVIDUALISIERUNG IST TRUMPF!

The Next Big Thing
in eCommerce

26. MAI
2014
MICROSOFT
- ATRIUM -
BERLIN

mobile meets POS
(POINT OF SALE)

FRANKFURT
VILLA KENNEDY

02. + 03.
JUNI 2014

PHARMA
MARKETING

inspirato f
in search of excellence
PHARMA
MARKETING
02. + 03. JUNI 2014
FRANKFURT

THINK TANK
NEXT GENERATION

9.+10. OKTOBER 2014 // BERLIN

Save the Date!

#FOOD

Genuss, Gesundheit, Convenience, Nachhaltigkeit

Weitere Informationen: www.inspirato.de



MULTISCREEN

The future of marketing and commerce
in a connected world



**AUFMERKSAMKEIT GARANTIERT
AUSSTELLUNG & SPONSORING**

Wir bieten Ihnen eine Auswahl attraktiver Präsenz- und Werbeformen, mit denen Sie vor und während der Veranstaltung publikumsstark auf sich aufmerksam machen können.

Entscheiden Sie, wie Sie sich der Branche vorstellen möchten. Präsentieren Sie Ihr Unternehmen mit deutlicher Logopräsenz – als Contentpartner oder Gastgeber der Veranstaltung!

DIE GUTEN GRÜNDE

- Nutzen Sie den neuen Trendtag „MULTISCREEN“ als Marketing- und Networking-Plattform und signalisieren Sie Ihre Kompetenz und Vorreiterrolle im Bereich „Multi Screen Advertising“ und „Multi Screen Commerce“.
- Stärken Sie Ihre Geschäftsbeziehungen zu Ihren Kunden und knüpfen Sie neue Kontakte zu Marketingentscheidern und Innovationsmanagern aus Handel und Industrie.
- Präsentieren Sie Ihr Unternehmen in einem exklusiven Umfeld und treffen Sie auf Entscheidungsträger und Budgetverantwortliche – ohne Streuverluste!
- Nutzen Sie das attraktive Rahmenprogramm und die Networking Area für Ihre Positionierung sowie inspirierende Gespräche auch abseits des offiziellen Programms.

Wir freuen uns, Ihnen die verschiedenen Optionen für die Positionierung Ihres Unternehmens vorzustellen und helfen Ihnen gern bei der Planung und Umsetzung!

Ihr Ansprechpartner für Ihr individuell auf Sie abgestimmtes Angebot:

Stefanie Kurz
inspirato KONFERENZEN
Telefon: +49 6172 981 96-81
E-Mail: s.kurz@inspirato.de

VERBANDSPARTNER



Wir sind das Netz

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. Wir sind das Netz. www.bvdw.de

DIE MEDIENPARTNER



www.marketing-boerse.de



INFORMATIONEN

ZEIT & ORT

25. März 2014

STARTPLATZ

Im Mediapark 5
50670 Köln

www.startplatz.de



ÜBERNACHTUNG

Motel One Köln-Mediapark
(Eröffnung Ende Februar 2014)
Am Kümpchenshof, Maybachstraße, 50670 Köln
E-Mail: koeln-mediapark@motel-one.com

Weitere Hotелеmpfehlungen:
www.inspirato.de/multi-screen

MULTISCREEN

The future of marketing and commerce
in a connected world



KONTAKT

inspirato KONFERENZEN
Projektleitung: Stefanie Kurz
Siemensstraße 27 · 61352 Bad Homburg
Telefon: +49 · 6172 · 981 96-81
Fax: +49 · 6172 · 981 96-89
E-Mail: s.kurz@inspirato.de
www.inspirato.de/multi-screen

ANMELDUNG



KONDITIONEN (alle Preise pro Person zzgl. Ust.)

Normalpreis 895,- Euro
Early Bird Special (gültig bei Ticketkauf bis 25.02.2014) 695,- Euro

ONLINE

www.inspirato.de/multi-screen

ODER MIT DIESEM FAXFORMULAR
+49 - 6172 - 981 96-89

JA, ich/wir nehme(n) an der inspirato Konferenz **MULTISCREEN**
am **25. März 2014** teil und melde mich/uns an.

JA, ich bin an **Sponsoring und Ausstellungsmöglichkeiten** interessiert.
Bitte senden Sie mir unverbindlich Informationsmaterial zu.

ANMELDEBEDINGUNGEN

Die Anmeldung kann per E-Mail, Fax, Online oder per Post erfolgen.

Die Teilnahmegebühr ist innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Rechnung fällig, spätestens jedoch vor Kongressbeginn.
Die Bezahlung erfolgt auf Rechnung. Kreditkartenzahlungen können nur online bei Anmeldung über Xing Events getätigt werden. Die Teilnahmegebühr beinhaltet die Tagungskosten, Teilnehmerunterlagen, sowie Speisen und Getränke im Rahmen der Veranstaltung.

Die AGBs im Detail: www.inspirato.de/agb

.....
1. Name, Vorname

.....
Position

.....
Firma

.....
Straße

.....
PLZ/Ort

.....
Telefon

.....
E-Mail*

.....
Datum

.....
Unterschrift

.....
2. Name, Vorname

.....
Position

.....
Firma

.....
Straße

.....
PLZ/Ort

.....
Telefon

.....
E-Mail*

*Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse erkläre ich mich einverstanden, dass ich per E-Mail über weitere Veranstaltungen von inspirato KONFERENZEN informiert werde.



inspirato
KONFERENZEN