

Wien wird zum Zentrum der internationalen Fernseh-und Radiowelt

ID: LCG18012 | 16.01.2018 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

egta Market Intelligence Meeting bringt auf Einladung von ORF-Enterprise und IP Österreich führende Medienmanager nach Wien, um aktuelle Themen zu diskutieren.

Wien (LCG) – Am 1. Februar 2018 rückt Wien in den Fokus der internationalen Fernseh-und Radiowelt, wenn die egta (association of television and radio sales houses) zum Market Intelligence Meeting in das Grand Hotel Wien lädt. In der Organisation, die bereits 2014 ihr 40-jähriges Jubiläum in Wien gefeiert hat, sind 140 Medienvermarktungsunternehmen vereint.

Fernsehwerbung ist der König in einem wachsenden Königreich

Das Fernseh-Panel eröffnen egta-Director General **Katty Roberfroid**, ORF-Enterprise-Geschäftsführerin **Beatrice Cox-Riesenfelder** und IP Österreich-Geschäftsführer **Walter Zinggl**.

Les Binet, Head of Effectiveness der vielfach ausgezeichneten Agentur Adam & Eve DDB (UK), gibt beim Fernseh-Panel einen kurzen Ausblick auf eine aktuelle Studie über die branchenübergreifende Effizienz und Langzeitwirkung von Fernsehen im Markenaufbau und der Markenaktivierung. National Advertising Alliance-Analystin **Anna Vorontsova** und -Marketingleiterin **Nataliya Rummyantseva** (Russland) widmen sich den Möglichkeiten der Effizienzsteigerung durch die Kombination von klassischem Fernseh-und Over-the-Top-Content und zeigen auf, wie Vermarktungsunternehmen ihr Inventar besser nutzen, Agenturen effizientere Kampagnen liefern und werbetreibende Unternehmen ein besseres Verständnis für das Kundenverhalten entwickeln können. Ebiquity-Chief Strategy Officer **Nick Manning** (UK) präsentiert eine neue Studie über die kurz-und langfristige Effizienz von Werbekampagnen und zeigt auf,

wie sich das Medium Fernsehen optimal im Mediamix positioniert. Dem Geheimnis, was einen Werbespot zu einem wirklich guten Spot macht, geht SevenOne Media-Research Director **Gerald Neumüller** (Deutschland) auf den Grund.

Channel 4-Head of Data Science **Sanjeevan Bala** (UK) zeigt anhand konkreter Beispiele auf, wie öffentlich-rechtliche Fernsehsender ihre Einnahmen auf On-Demand-Plattformen durch den gezielten Einsatz von First-Party-Data steigern können. TV4 group-Verkaufsdirektor **Mikael Ekelöf** (Schweden) setzt sich mit den Herausforderungen der Reichweitenmessung auseinander und thematisiert den Wert von „Zero Ratings“. Neustar-Manager **Isaac Weber** (USA) stellt eine Langzeitstudie von Turner vor, die über den Zeitraum von sieben Jahren verdeutlicht, dass Fernseh-Werbung effizienter als Digital-Werbung ist und stellt seine Keynote unter das Thema „Fernsehwerbung ist der König in einem wachsenden Königreich“. Centre of Amplified Intelligence-Executive Director **Karen Nelson-Field** (Australien) stellt die weltweit erste auf Artificial Intelligence basierende Studie vor, die das Nutzerverhalten in Bezug auf Visibility auf unterschiedlichen Devices und Plattformen analysiert.

Viacom-Senior Vice President **Christian Kurz** erklärt die Rolle und Relevanz des Fernsehens im Leben der Konsumenten und in einer sich stark verändernden Medienlandschaft.

IP Österreich-Geschäftsführer **Walter Zinggl** (Österreich) präsentiert aktuelle Ergebnisse vom TELETEST (AGTT) Innovation Day und widmet sich dem Videokonsum der Österreicher. Data + Math-CEO **John Hactor** (USA) stellt die aktuelle Studie aus dem „Projekt THOR“ vor, die konkrete Auswirkungen von Fernsehwerbung auf das Konsumentenverhalten analysiert und die hohe Effizienz von Fernsehwerbung untermauert. Abschließend erklärt MTM-Managing Partner **Jon Watts** (UK) wie sich Fernsehen in einem datengetriebenen Marketingumfeld entwickeln muss und zeichnet ein Bild von künftigen Wachstumsmöglichkeiten durch die Nutzung von Daten.

Bilder im Kopf: Das Erfolgsmedium Radio

Das Radio-Panel wird von ORF-Enterprise-Prokurist **Heinz Mosser** eröffnet.

Zum Thema „Durch die Ohren direkt ins Herz: Die emotionale Kraft des Radios in der Markenbildung“ diskutieren AS&S-CEO **Jan Isenbart** (Deutschland) und RMS Germany-Werbeleiter **Uwe Domke** (Deutschland). Wie positiv sich Radio auf das Online-Suchverhalten auswirkt, erklärt RCS Media Monitors-CEO **Philippe Generali** (USA), anhand einer Studie des U.S. Radio Advertising Bureaus. RAB FM-Managing Director **Liedewij Hentenaar** zeigt auf, wie Cross-Media Fernseh- und Radiokampagnen den Traffic im Web steigern.

RAI Pubblicità-Researchmanagerin **Elena Nigra** (Italien) stellt gemeinsam mit einem Vertreter des Neuromarketing Research Centre - Behavior and Brain Lab (Italien) den „Radiocompass 2017“ vor, eine Neuromarketing-Studie über den Einfluss des Radios auf das Konsumverhalten. Die RMS Germany-Manager **Uwe Domke** und **Philipp Schulte** (Deutschland) präsentieren eine neue Studie über visuelle Effekte des Radios anhand von FMCG-Brands. AS&S-CEO **Jan Isenbart** (Deutschland) hat die erste umfassende Studie zum stetig wachsenden deutschen Podcast-Markt und seinen Werbemöglichkeiten im Gepäck.

EMG-Marketingleiterin **Ekaterina Eroshkina** (Russland) widmet sich in ihrem Vortrag innovativen Methoden zur Recall-Messung am Tag nach der Ausstrahlung mittels strukturierten Telefon- und computergestützten Interviews. Einen Blick auf den wachsenden Audio-Streaming-Markt in den Vereinigten Staaten wirft Triton-Managing Director **Benjamin Masse** und nutzt dabei Erkenntnisse aus dem \$2B-Markt sowie Audience-Daten von Webcast Metrics, der weltweit einzigen vom Media Rating Council (MRC) geprüften Datenquelle für digitale Audio-Streaming Dienste.

DAX-Verkaufsleiter **David Cooper** (UK) erklärt neue Messmethoden auf Big Data-Basis, um das Verhalten der User und die Effizienz von

Online-Audio-Kampagnen zu evaluieren. Zum Abschluss erklärt Primedia Broadcasting Western Cape-CEO **Trish Taylor** (Südafrika) anhand von Fallstudien, wie Radio mittels Data Mining und Matching neue Datenquellen für Werbekunden erschließt.

egta Market Intelligence Meeting

Datum: Donnerstag, 1. Februar 2018

Beginn: 8.30 Uhr

Ort: Grand Hotel Wien

Adresse: 1010 Wien, Kärntner Ring 9

Lageplan: <https://goo.gl/maps/Y54H3GQduHm> Website: <http://www.egta.com>

+++ BILDMATERIAL +++

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf <https://www.leisure.at>. (Schluss)

