

Motto 2011 „Alle lieben Fernsehen!“

8. TV-Wirkungstag nimmt komplexe Wirkungsfacetten des TV ins Visier / Exklusive Studien zeichnen Bild der TV-Nutzung heute und in Zukunft

München, 10. März 2011. In neuer Location in Düsseldorf heißt es auf dem diesjährigen TV-Wirkungstag ganz selbstbewusst „Alle lieben Fernsehen!“. Denn TV spielt nach wie vor eine zentrale Rolle im Alltag der Menschen und ist das Medium mit der stärksten emotionalen Bindung. Dieser emotionalen Bindung widmet sich auch die gemeinsame Gattungsstudie der Veranstalter, die Nutzungsmotive und Zukunftstechnologien im Alltag genauer beleuchtet. Studienleiter Olaf Rüsing, Mitbegründer und Geschäftsführer des Marktforschungsunternehmens Rich Harvest, präsentiert die Ergebnisse der Studie „Alle lieben Fernsehen“ erstmals auf dem 8. TV-Wirkungstag der Öffentlichkeit. Neben einem innovativen Forschungsansatz, der quantitative und qualitative Verfahren kombiniert, dürfen sich die Besucher dabei auch auf direkte Einblicke in das Verhalten von Zuschauern vor dem Fernsehschirm freuen.

Seite 1 von 2

Pressestelle TV-Wirkungstag
c/o SevenOne Media

Miriam Friedmann
Referentin Konzernkommunikation
Tel. +49 [89] 9507 - 4139
Miriam.Friedmann@sevenonemedia.de

Den Auftakt des 8. TV-Wirkungstages, der erneut von Wolfram Kons moderiert werden wird, bilden zwei Keynote-Themen. Dr. Silke Borgstedt, Leiterin der Sozialforschungs-Unit des Sinus-Instituts, und Sozioökonom Dr. Christian Wenger von der Gesellschaft für innovative Marktforschung (GIM) greifen die wichtigsten Treiber des gesellschaftlichen und medialen Wandels in Deutschland auf. Ein Aspekt wird dabei der Konflikt zwischen dem Wunsch nach zunehmender Autonomie und dem Bedürfnis nach Strukturen sein. Anschließend stellt Dr. Horst Stipp von der Advertising Research Foundation in New York in seiner Keynote dar, warum Fernsehen in einem komplexen Medienumfeld seine Rolle als Leitmedium behauptet und bietet spannende Einblicke in den US-Markt.

Nach der Mittagspause liefert Prof. Dr. Christian Blümelhuber, Gründer der Agentur ideenparc, unter dem Titel „Meine Medien und ich“ weitere exklusive Forschungsergebnisse. Die qualitativ angelegte Studie wirft einen Blick in die Zukunft und stellt bewusst die Mediennutzer-Generation in den Mittelpunkt, für die Flexibilität eine zentrale Rolle spielt. Herausgekommen ist ein vielschichtiges Bild der modernen Mediennutzer, das die Wirkungsmechanismen sowie die Rollen von TV und Internet herausstellt. Hierfür wurden die Probanden mit einer innovativen Kopfkamera in ihrem Medienalltag begleitet.

Ebenfalls auf die Zukunft gerichtet ist der Vortrag von Martin Winkler, Mitglied der Geschäftsführung Sony Deutschland GmbH. Er zeigt aktuelle Trends auf und spricht über Möglichkeiten und Grenzen der Technik von morgen. Für internationales Flair sorgen zum Abschluss des Plenumsprogramms Alan Boyd, Gründer von Alan Boyd Productions, sowie Mike Parker, Head of Strategic Sales beim englischen TV-Sender Channel 4. Sie referieren über internationale Trends in der Programmproduktion sowie über innovative Werbekommunikation.

Im Anschluss an den Vortragsteil im Plenum finden insgesamt fünf parallele „Working Sessions“ statt, in denen die Vortragsthemen des Tages vertieft und weitere Wirkungsthemen geboten werden. An den Working Sessions nehmen neben den Referenten der Plenumsvorträge rund 20 Markenexperten teil, darunter Monika Baldauf (Aegis Media Resolutions), Stephan Rebbe (Kolle Rebbe), Thomas Koch (tk-one), Dirk Ziems (concept m) und Jörg Blumtritt (Mediacom). Begleitend dazu besteht nachmittags die Gelegenheit, moderne Fernsehtechnik live zu erleben. In Showcases zu den Themen 3D, HDTV und Hybrid-TV können die Besucher in die Fernsehwelt von morgen eintauchen und erleben, wohin die technologische Reise führt.

Der 8. TV-Wirkungstag wird von den sechs Vermarktern IP Deutschland, SevenOne Media, EL CARTEL MEDIA, VIACOM Brand Solutions, DISCOVERY NETWORKS Deutschland sowie Constantin Sport Marketing ausgerichtet. Hinter den sechs Veranstaltern stehen insgesamt 16 TV-Sender, die rund 90 Prozent des TV-Werbemarktes repräsentieren. Der mittlerweile 8. TV-Wirkungstag findet am 31. März 2011 im Maritim Hotel Düsseldorf statt. Abgerundet wird der Tageskongress durch die Abendveranstaltung im futuristischen „Station Airport“ am Flughafen Düsseldorf.

Über den TV-Wirkungstag

Der TV-Wirkungstag wurde 2004 ins Leben gerufen und hat sich seither zum zentralen Gattungsevent entwickelt. Auf dem jährlich stattfindenden Kongress bieten die Veranstalter der Fernseh-, Werbe- und Mediabranche originäre Forschungsergebnisse rund um den Werbeträger Fernsehen sowie zum Thema TV-Werbung. Die Besucherzahlen sind in den vergangenen Jahren stetig gestiegen und erreichten 2010 mit über 1.000 Gästen einen neuen Rekord. Der TV-Wirkungstag wird veranstaltet von IP Deutschland, SevenOne Media, EL CARTEL MEDIA, VIACOM Brand Solutions, DISCOVERY NETWORKS Deutschland und Constantin Sport Marketing. Weitere Informationen rund um die Veranstaltung stehen im Internet unter <http://wirkstoff.tv/de/tv-wirkungstag/>