



PRESSEMITTEILUNG

„Marken stärken – Werte schaffen“: IP Deutschland und SevenOne Media laden zum 3. TV-Wirkungstag nach Frankfurt ein / Neue Studien, größere Location und Paralleforum für TV-Newcomer

Köln/München, 8. Februar 2006. Am 5. April 2006 laden die TV-Vermarkter SevenOne Media und IP Deutschland zum 3. TV-Wirkungstag nach Frankfurt ein. Das Motto lautet in diesem Jahr: „Marken stärken – Werte schaffen“. Im Mittelpunkt steht die Bedeutung von TV-Werbung für die Markenpflege. Exklusiv präsentieren die Veranstalter hierzu gemeinsam mit der GfK eine Grundlagenstudie zur mittelfristigen Wirkung von Fernsehwerbung auf die Markenstärke. Eine neue qualitative Studie der beiden TV-Vermarkter rundet das Schwerpunktthema ab. Key Note Speaker sind Dr. Peter Haller (Serviceplan) und Ralf Langwost (Idea Management).

Erstmals wird es in diesem Jahr eine 90-minütige Parallelveranstaltung zum Hauptprogramm geben, die sich mit Basiswissen und Case Studies speziell an TV-Newcomer richtet. Die Einladungen werden im Laufe des Februars an Werbetreibende und Agenturen verschickt. Aufgrund der großen Resonanz im letzten Jahr mit über 600 Fachbesuchern zieht der TV-Wirkungstag in das größere „Palais im Zoo“. Weitere Informationen gibt es ab sofort unter www.tv-wirkungstag.de.

Jan Isenbart, Bereichsleiter Mediaforschung & Services bei der IP Deutschland: „Werbewirkungsforschung bleibt ein zentrales Mediathema und eine Bringschuld der großen Vermarkter. Die überwältigende Resonanz auf die TV-Wirkungstage in den letzten beiden Jahren hat uns darin bestätigt, diese Bringschuld gemeinsam und mit relevanten Studien einzulösen. In diesem Jahr richten wir den Blick vor allem auf TV-Werbung als unverzichtbarer Treiber für den Aufbau und nachhaltigen Erfolg von Marken.“

Daniel Haberfeld, Director Research bei der SevenOne Media: „Marken entstehen im kollektiven Bewusstsein der Konsumenten – das ist die Kernfunktion der klassischen Werbung. Um die Loyalität bei Markenkäufern zu sichern und gleichzeitig neue Kunden zu gewinnen, ist TV-Werbung die effektivste Maßnahme. Dass die Fernsehwerbung in den letzten Jahren nichts von ihrer Zugkraft verloren hat, werden wir auf dem 3. TV-Wirkungstag anhand neuer Forschungsergebnisse belegen.“

Bei Rückfragen:

Marcus Prosch, SevenOne Media

Tel. 089/95004-139, E-Mail: marcus.prosch@sevenonemedia.de

Zarifa Schmitt, IP Deutschland

Tel. 0221/5886-401, E-Mail: zarifa.schmitt@ip-deutschland.de