

WIRTSCHAFTSFAKTOR WERBUNG

WERT DER WERBUNG IN BEWEGTEN ZEITEN

Vor 20 Jahren fiel die Mauer. Bewegende Zeiten für jeden Menschen in Deutschland, aber auch für Unternehmen und Marken. Doch haben sich die mit dem Mauerfall verbundenen Erwartungen der Unternehmen erfüllt? Was waren Faktoren für den Erfolg? Existieren Ost-West Differenzen? Und welchen Beitrag hat die Werbung zum Erfolg von Unternehmen und Marken im vereinten Deutschland geleistet?

Die globale Wirtschaftskrise hat in vielen Bereichen zu gravierenden Veränderungen geführt. Relevante Branchen und Unternehmen sind betroffen. Aber hat es alle gleich getroffen? Oder gibt es doch Unternehmen und Marken, die in ihrem Segment trotz schwieriger Zeiten erfolgreich agieren? Und worin bestehen die erfolgreichen Strategien in der Krise?

Auch der Werbemarkt bleibt nicht von der Wirtschaftskrise verschont. Einige Unternehmen haben ihre Marketinginvestitionen deutlich reduziert, die Werbeeinnahmen der Medien gehen zurück. Der Wettbewerb zwischen allen Beteiligten nimmt zu, der Druck auf die Konditionen ebenfalls. Wohin geht nun die Reise? Verliert der Wirtschaftsfaktor Werbung gar an Relevanz? Und müssen sich alle Beteiligten langfristig auf eine neue Realität einstellen?

Die OWM als der Verband der Werbung treibenden Unternehmen in Deutschland bietet mit der 14. Fachtagung erneut ein meinungsbildendes Forum, auf dem hochkarätige Vertreter aus Unternehmen, Agenturen und Medien der Werbe- und Marketingbranche wichtige Denkanstöße für die Herausforderungen von morgen liefern werden.

Wir danken unseren Sponsoren:



axel springer
media impact



ANMELDUNG

Um Anmeldung mit beiliegendem Rückmeldebogen wird bis spätestens **28. Oktober 2009** gebeten. Die Teilnahme ist begrenzt. Rechnungen werden nach Reihenfolge der Anmeldungen ausgestellt. Eine Teilnahmebestätigung erhalten Sie nach Eingang der Teilnahmegebühr.

Teilnahmegebühr: 495,- Euro (inkl. MwSt.)

OWM-Mitglieder: 340,- Euro (inkl. MwSt.)

Die Teilnahmegebühr schließt das Get together, Tagungsgetränke und das Buffet ein. Bei Stornierungen nach dem 28. Oktober 2009 stellen wir Ihnen die Hälfte des Rechnungsbetrages in Rechnung.

In dem folgenden Hotel steht Ihnen ein begrenztes Zimmerkontingent zur Verfügung. Bitte rufen Sie es unter Stichwort **OWM** bis zum **21. Oktober 2009** selbstständig ab.

HOTEL

MARITIM proArte, Friedrichstraße 151, D-10117 Berlin

Preise pro Nacht: EZ € 163,-, DZ € 174,-

KONTAKT UND ADRESSEN

ewerk Berlin

Eingang Wilhelmstraße 43, gegenüber Finanzministerium
D-10117 Berlin, Web: www.ewerk.net

MARITIM proArte, Friedrichstraße 151, D-10117 Berlin

Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM)

Unter den Linden 42, D-10117 Berlin

Tel.: 030. 20 61 68 - 0, Fax: 030. 20 61 68 - 777

E-Mail: info@owm.de, Web: www.owm.de

14. FACHTAGUNG

WIRTSCHAFTSFAKTOR WERBUNG

WERT DER WERBUNG IN
BEWEGTEN ZEITEN

12. NOVEMBER 2009

09.30 BIS CA. 16.30 UHR

HOTEL MARITIM PROARTE

BERLIN

gestaltung: fazit-design.com



Organisation
Werbungtreibende im
Markenverband

GET TOGETHER 11. NOVEMBER 2009

20.00 Uhr

ewerk Berlin

Eingang Wilhelmstraße 43, (gegenüber dem Finanzministerium), Berlin

FACHTAGUNG 12. NOVEMBER 2009

Moderation

Wolfram Kons

RTL

Beginn

BEGRÜSSUNG UND EINLEITUNG

09.30 Uhr

Uwe Becker

Media Direktor D.A.CH.
Unilever Deutschland GmbH
Vorsitzender der OWM

09.45 Uhr

WERBUNG IM VEREINTEN DEUTSCHLAND:
MARKENERFOLG MIT WERBUNG

Beispiel Spee:

Thomas Tönnesmann

Vice President Marketing
Henkel AG & Co. KGaA

Beispiel Rotkäppchen-Mumm:

Peter O. Claußen

Marketingdirektor
Rotkäppchen-Mumm Sektellereien GmbH

Es diskutieren:

Peter O. Claußen

Marketingdirektor
Rotkäppchen-Mumm Sektellereien GmbH

Prof. Thomas Heilmann

Mitgründer und Gesellschafter Commarco Gruppe
u.a. Scholz & Friends

Amir Kassaei

Chief Creative Officer
DDB Group Germany

Ulrich Klenke

Leiter Konzernmarketing
DB Mobility Logistics AG

Thomas Tönnesmann

Vice President Marketing
Henkel AG & Co. KGaA

Die Fragen stellt: **Wolfram Kons**

11.30 Uhr

KAFFEEPAUSE

12.00 Uhr

ERFOLGREICH IN DER KRISE

Beispiel Braun:

Susanne Kunz

Media & Communications Director D/A/CH
Procter & Gamble Services GmbH
Mitglied im Vorstand der OWM

Beispiel Carglass:

Torsten Müller

Director Marketing & Communications
CARGLASS Deutschland GmbH

Es diskutieren:

Susanne Kunz

Media & Communications Director D/A/CH
Procter & Gamble Services GmbH
Mitglied im Vorstand der OWM

Peter John Mahrenholz

Chief Executive Officer
Dräffcb Deutschland GmbH
Präsident des GWA

Dr. Nicolaus Müller

Geschäftsführer Marketing
HR Group Verwaltungs GmbH

Torsten Müller

Director Marketing & Communications
CARGLASS Deutschland GmbH

Jens-Uwe Steffens

Geschäftsführender Gesellschafter
pilot media GmbH und Co. KG

Die Fragen stellt: **Dr. Jochen Kalka** (w&v)

13.30 Uhr

MITTAGESSEN

14.30 Uhr

NEUE REALITÄT:
WOHIN GEHT DIE REISE IM WERBEMARKT?

Fünf Thesen:

Martin Krapf

Geschäftsführer
IP Deutschland GmbH

Peter Würtenberger

Chief Marketing Officer
Axel Springer AG

Matthias Ehrlich

Vorstand
United Internet Media AG

Es diskutieren:

Jürgen Blomenkamp

Chief Executive Officer
GroupM Germany GmbH

Matthias Ehrlich

Vorstand
United Internet Media AG

Thomas Gries

Marketing Director
Coca-Cola GmbH

Martin Krapf

Geschäftsführer
IP Deutschland GmbH

Andreas Nassauer

Leiter Konzern Media
Deutsche Telekom AG

Peter Würtenberger

Chief Marketing Officer
Axel Springer AG

Die Fragen stellt: **Jürgen Scharrer** (HORIZONT)

16.15 Uhr

ABSCHLUSS UND FAZIT

Uwe Becker

Media Direktor D.A.CH.
Unilever Deutschland GmbH
Vorsitzender der OWM