



Online News vom 29. Juli 2010

MEDIENTAGE MÜNCHEN 2010

Von "Analog in den Cyberspace" bis "Zielgruppe Frauen" - das detaillierte Kongressprogramm der MEDIENTAGE MÜNCHEN geht online

Das ausführliche Kongressprogramm mit allen Referenten der **MEDIENTAGE MÜNCHEN 2010** ist auf www.medientage.de veröffentlicht. Die 24. MEDIENTAGE finden vom 13. bis 15. Oktober 2010 im Internationalen Congress Center München (ICM) statt.



Prof. Dr. Klemens Skibicki

wiss. Direktor, DIKRI
Deutsches Institut für
Kommunikation und
Recht im Internet

Mit dem Motto der diesjährigen Veranstaltung "Wert(e) der Medien in der digitalen Welt" beschäftigt sich auch eines der ersten Panels der Schiene Werbung am 13.10. um 14 Uhr: [Welchen Wert hat die Werbung in der digitalen Welt?](#) **Frank Dopheide**, Geschäftsführer der Agentur Grey, dazu: "Die digitale Welt verhält sich gegenüber der Klassik wie der pubertierende Sohn - voller fröhlicher Selbstüberschätzung, Ahnungslosigkeit und Lebensfreude hält er alles, was erwachsen ist, für uncool und altmodisch. Dabei hat die Klassik 50 Jahre Lebenserfahrung auf dem Buckel und jede Menge Wissen im Aufbau und Umgang mit Marken aufgebaut. Wenn der digitale jugendliche Leichtsinn das ignoriert, werden er und die Marken in seiner Nähe sich die Finger verbrennen. Die Klassik hat etwas, das der digitalen Welt fehlt - die Beweise, dass sie Markenführung kann." Prof. Dr. **Klemens Skibicki**, wissenschaftlicher Direktor des DIKRI, ist hingegen der Ansicht: "Man kann mit altem Denken in neuen Welten nicht mehr erfolgreich sein! Aber die Menschen haben sich gar nicht so stark geändert, sie fragen ihre Freunde, was gut ist - nur nicht 10, sondern Millionen, keiner muss heute mehr dafür die Werbung fragen!"

Die Werbebranche muss sich dahingehend ändern oder sie wird geändert oder verschwinden!" An dieser spannenden Auseinandersetzung nehmen außerdem teil **Christof Baron**, CEO von Mindshare Deutschland, **Andreas Schilling**, Managing Director des Burda Community Network und **Thomas Wagner**, Vorsitzender der Geschäftsführung von SevenOne Media.

Eine mit dem Thema stark verwandte Frage lautet: [Wie kann man die Jugend noch mit Werbung erreichen?](#) Denn die Kernkonsumenten klassischer Unternehmen kommen langsam in die Jahre, während der Nachwuchs seit der Internet-Revolution nicht mehr automatisch nachwächst. **Axel Dammler**, Geschäftsführer iconkids & youth international research, meint dazu: "Werbung ist cool – wenn sie gut gemacht ist und überhaupt bei der jungen Zielgruppe ankommt. Mädchen kann man dabei noch gut über klassische Medien wie Print und TV erreichen, bei Jungs sieht es dagegen zunehmend düster aus."

Weiterhin diskutieren im gleichnamigen Panel am 15.10. um 10 Uhr **Joel Berger**, Managing Director MySpace, **Florian Haller**, Hauptgeschäftsführer SERVICEPLAN, und **Christopher Schering**, Geschäftsführer cobra youth communications.

Die **Anmeldung zum Kongress** ist [online](#) oder per Fax möglich.

Der Besuch der begleitenden Medienmesse ist kostenfrei. [Hier](#) finden Sie Informationen zur Standbuchung sowie weitere Beteiligungsmöglichkeiten.

Herzliche Grüße

Ihre
Medientage München GmbH