

#printsummit2017 Donnerstag, 28. September 2017

Moderation

Catrin Bialek, Teamleiterin IT und Medien im Ressort Unternehmen & Märkte beim Handelsblatt

Catrin Bialek hat nach dem Abitur 1989 eine Ausbildung zur Werbekauffrau bei der Agentur Frese & Wolff in Oldenburg absolviert. Lieblingsabteilung: Text. Nach der zweijährigen Ausbildung studierte sie Volkswirtschaftslehre an der Carl-von-Ossietzky-Universität in Oldenburg und an der Universität zu Köln. Währenddessen arbeitete sie von 1992 bis 1997 als freie Mitarbeiterin bei der Nordwest-Zeitung in Oldenburg und beim Kölner Stadt-Anzeiger. Nach Erreichen des Diploms begann sie im August 1997 ein 18-monatiges Volontariat an der Georg-von-Holtzbrinck-Schule für Wirtschaftsjournalisten in Düsseldorf. Seit 1999 ist sie Redakteurin beim Handelsblatt. Catrin Bialek schreibt vor allem über Marketing- und Medienthemen. Seit April 2015 ist sie außerdem Teamleiterin IT, Telekommunikation und Medien.

Co-Moderation: Boris Schramm, Geschäftsführer GroupM

Boris Schramm ist gelernter Verlagskaufmann. Nach seinem Studium der Medien- und Kommunikationswirtschaft startete er seine berufliche Laufbahn als Mediaplaner bei Carat Deutschland. Über weitere Stationen als Leiter Printplanung bei Initiative Media, wechselte Boris Schramm als Geschäftsführer zur Mediaedge:cia und zeichnete in der Funktion u. a. für Print/Radio/Kino verantwortlich. Seit über 10 Jahren ist er nun Geschäftsführer der GroupM und unter anderem für das Printgeschäft der Gruppe verantwortlich.

Speaker

Prof. Dr. Dr. Manfred Spitzer, deutscher Neurowissenschaftler

Herr Prof. Dr. Dr. Manfred Spitzer studierte in Freiburg Medizin, Psychologie und Philosophie. Nach seiner Promotion in Medizin und Philosophie und seiner Habilitation für das Fach Psychiatrie war er als Oberarzt an der Psychiatrischen Universitätsklinik Heidelberg tätig. Drei Forschungsaufenthalte in den USA an der Harvard University und der University of Oregon prägten das weitere wissenschaftliche Werk von Manfred Spitzer an der Schnittstelle von Neurobiologie, Psychologie und Psychiatrie. Seit 1997 ist Manfred Spitzer ärztlicher Direktor der Psychiatrischen Universitätsklinik in Ulm. 2004 gründete er das Transferzentrum für Neurowissenschaften und Lernen (ZNL), das im Bildungsbereich sowohl Grundlagenforschung betreibt als auch Bildungseinrichtungen evaluiert und sie bei der Weiterentwicklung ihrer pädagogischen Arbeit begleitet. Manfred Spitzer ist Autor zahlreicher Bestseller.

Dr. Ulf Poschardt, Chefredakteur Welt

Herr Dr. Ulf Poschardt ist Chefredakteur von WELT. DIE WELT, WELT AM SONNTAG, WELT.de, N24. Geboren 1967, studierte Ulf Poschardt Journalistik an der Universität München und der Deutschen Journalistenschule. Zudem studierte er Philosophie an der Hochschule für Philosophie S.J. und promovierte 1995 bei Friedrich Kittler über „DJ Culture“ an der HU Berlin. Von 1996 bis 2000 war er Chefredakteur des Magazins der Süddeutschen Zeitung und arbeitete im Anschluss als Creative Director für WELT AM SONNTAG. Von 2005 bis 2008 war er Gründungschefredakteur von Vanity Fair, bevor er als Stellvertreter des Chefredakteurs zu WELT zurückkehrte. Seit 2016 ist er in seiner derzeitigen Position tätig. Dr. Ulf Poschardt lebt und arbeitet in Berlin.

#printsummit2017 Donnerstag, 28. September 2017

Frank Vogel, Sprecher der Geschäftsleitung G+J e|MS

Frank Vogel verantwortet mit dem Bereich Sales Solutions + Services die Felder Digitalvermarktung, Crossmediale Markenlösungen, Direct Sales und die Marktforschung. 1973 in Giessen geboren, studierte Vogel von 1993 bis 1999 an der Universität Hamburg Psychologie. Nach Stationen in der Mediaplanung bei CARAT Hamburg und in der Marktforschung bei Warner Music Germany, wechselte er 2005 in die Medienbranche, um bei Bauer Media die Themen Medien- und Trendforschung sowie das Media Marketing weiterzuentwickeln. 2006 erfolgte der Wechsel zu Gruner + Jahr, wo er insbesondere das Thema Werbewirkungsforschung vorantrieb. 2011 wurde Frank Vogel zum Director Marketing und Media Research Services ernannt. Seit September 2013 ist er Mitglied der Geschäftsleitung und seit August 2015 ihr Sprecher.

PD Dr. Tino Meitz, Friedrich-Schiller-Universität Jena, Institut für Kommunikationswissenschaft, Lehrbereich Kommunikations- und Medienpsychologie

Tino Meitz promovierte und habilitierte an der Universität Münster. Schwerpunkte seiner Forschungstätigkeit sind Fragestellungen der kognitiven Informationsverarbeitung medienvermittelter Kommunikation und der Medienwirkungsforschung. Nach Forschungsaufenthalten in Großbritannien arbeitete Tino Meitz in den vergangenen Jahren in Tübingen; zuletzt am Leibniz WissenschaftsCampus „Bildung in Informationsumwelten“. Seit 2017 ist Tino Meitz an der Universität Jena tätig, wo er die Professur für Kommunikations- und Medienpsychologie am Institut für Kommunikationswissenschaft vertritt.

Dr. Hans Hamer, Vorsitzender der Geschäftsführung Media Impact

Herr Dr. Hans Hamer wird zum 1. Oktober 2017 Vorsitzender der Geschäftsführung von Media Impact und leitet künftig die Geschäfte der gemeinsamen Vermarktungsorganisation von Axel Springer und der Funke Mediengruppe. Bisher verantwortete er bei Axel Springer als Verlagsgeschäftsführer der Verlagsgruppe Auto, Computer & Sport die drei marktführenden Medienmarken AUTO BILD, COMPUTER BILD und SPORT BILD. Bevor Dr. Hans Hamer 2001 zu Axel Springer wechselte, arbeitete er zehn Jahre für das Verlagshaus Gruner + Jahr. Gestartet hat er seine Karriere 1990 bei der Werbeagentur BBDO.

Clarissa Moughrabi, Leiterin Marktforschung Media Impact

Clarissa Moughrabi verantwortet seit 2011 die Marktforschung von Media Impact, einem Unternehmen der Axel Springer SE und Funke Mediengruppe. Schwerpunkt ihrer Arbeit ist die intensive Ausrichtung der Marktforschungsaktivitäten an den Marktbedürfnissen sowie an der Digitalentwicklung der Medienmarken. Die Kommunikationswissenschaftlerin leitete zuvor den Bereich Marketing & Research der Bauer Media Group und war u. a. bei der Agentur Mediacom als stellvertretende Geschäftsführerin tätig.

#printsummit2017 Donnerstag, 28. September 2017

Catherin Anne Hiller, Geschäftsführerin GIK (b4p/best for planning, b4t/best for tracking), Leiterin Marktforschung Bauer Media Group

Catherin Anne Hiller widmet sich den Wirkungszusammenhängen von Kommunikation, Mensch, Markt und Produkterlebnis. In ihren Ansätzen übersetzt sie aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse in marketing-alltagstaugliche Forschungs-Tools, um den Weg des Konsumenten bestmöglich planbar und den Erfolg messbar zu machen. Sie greift dabei auf einen vielfältigen Perspektivenschatz zurück, den sie auf Agentur-, Instituts-, Unternehmens- sowie Medienseite gewinnen konnte.

Dr. Hans-Georg Häusel, Vorstand Gruppe Nymphenburg, Dipl. Psychologe und Neuromarketing-Experte

Dr. Hans-Georg Häusel ist Diplom-Psychologe und zählt international zu den führenden Experten in der Marketing-, Verkaufs- und Management- Hirnforschung. Er ist Autor vieler Wirtschaftsbestseller. Sein Buch „Brain View – Warum Kunden kaufen“ wurde 2010 zum besten deutschen Marketing-Buch und von einer internationalen Jury zu einem der 100 besten Wirtschaftsbücher aller Zeiten gewählt. Dr. Häusel ist Mitinhaber und Senior Partner bei der Gruppe Nymphenburg Consult AG und Dozent an der Hochschule für Wirtschaft in Zürich. Durch seinen faszinierenden Ansatz und seinen unterhaltsamen Vortragsstil ist Dr. Häusel auf vielen nationalen wie internationalen Veranstaltungen ein gefragter Keynote-Speaker. Von „Unternehmen Erfolg®“ wurde Dr. Häusel mit dem Excellence Award als einer der besten Redner im deutschsprachigen Raum ausgezeichnet.

Location

Lofthaus Düsseldorf, Reisholzer Werftstraße 27, 40589 Düsseldorf

#printsummit2017 Donnerstag, 28. September 2017

AGENDA

Moderation:

Catrin Bialek – Teamleiterin IT und Medien im Ressort Unternehmen & Märkte beim Handelsblatt

Uhrzeit	Aktion
09:00 – 10:00 Uhr	Eintreffen/Frühstück & Kaffee
10:00 – 10:05 Uhr 	Boris Schramm „Begrüßung der Gäste“
10:05 – 11:00 Uhr 	Prof. Dr. Dr. Manfred Spitzer „Kommunikation und Wissen im Zeitalter der Digitalisierung“
11:00 – 11:30 Uhr 	Dr. Ulf Poschardt „Die Zukunft von Print in einer digitalen Welt: substantiell, kritisch und unparteiisch“
11:30 – 11:45 Uhr	PAUSE
11:45 – 12:15 Uhr 	Frank Vogel „Das Aufmerksamkeitsmedium – Was Magazine im Zeitalter der Digitalisierung leisten“
12:15 – 13:00 Uhr CONDÉ NAST	PD Dr. Tino Meitz „More than words – Kognitive Content-Verarbeitung text- und bildbasierter Medien“
13:00 – 14:30 Uhr	PAUSE & Companion Deck „Werbewirkung optimieren“ „Werbeforschung und Tools kennenlernen, erleben und ausprobieren“
14:30 – 15:15 Uhr 	Media Impact (Dr. Hans Hamer / Clarissa Moughrabi) “News Impact-Studie – Wahrnehmung und Bedeutung von Medien aus Nutzer-/Lesersicht“
15:15 – 16:45 Uhr  BCN.	Catherin Anne Hiller / Dr. Hans-Georg Häusel “Data Science meets Neuro Science: Wie und warum Printkontakte im Mediamix einzigartige Wirkbeiträge leisten.“ - Kurze Pause voraussichtlich gegen 16 Uhr geplant -
16:45 – 17:00 Uhr 	Boris Schramm „Schlussworte“