



Die parallele Nutzung von TV und Online verändert den Umgang mit Medien und damit die Werbe- und Handelslandschaft fundamental. Die Kommunikation über internetfähige Endgeräte steht weltweit hoch im Kurs und Fakt ist schon jetzt: Multiscreen, **das neue Second Screen**, ist längst keine Zukunftsmusik mehr, sondern Alltag vieler Nutzer. Immerhin sind laut BVDW 49 Prozent der Deutschen zeitweise online, während sie TV schauen. Die Gerätenutzung findet heute überwiegend auf vier Screens simultan statt, wobei diese unterschiedliche Funktionen erfüllen: Das Smartphone als permanenter Begleiter, das Tablet der "Couch-Companion", das Notebook als Informationsdienstleister und der Fernseher zur Unterhaltung.

Viele Screens bedeuten viele Optionen, sowohl für die Zuschauer als auch für Marketingentscheider und Fernsehmacher – verbunden mit dem **Kampf um Aufmerksamkeit**. So heißt es für Marken, Händler und TV Sender, die mediale und kreative Werbeansprache sowie die bisherigen Kommunikations- und Mediapläne in Frage zu stellen. Das Zusammenspiel der Bildschirme bietet enormes Potenzial für crossmediale Konzepte und bringt neue Chancen für Werbung und Commerce:

Tauchen Sie am **25. März 2014** im **Startplatz Köln** ein in die dynamische Multi-Screen-Welt und nehmen Sie Impulse, wertvolle Erkenntnisse und hilfreiche Handlungsempfehlungen für Ihre digitale und konvergente Kommunikations- und Handelsstrategie mit.

Die Themen des Trendtages im Überblick:

- **Cross Plattform (S)Hopping** – Wie sich Mediennutzung und Shoppingverhalten fundamental verändern
- **Ping-Pong zwischen den Bildschirmen** – Wie Marken und TV Sender das Zusammenspiel screenbasierter Medien optimal nutzen
- **Connected Consumer Journey** – Welche neuartigen Businessmodelle und Werbemöglichkeiten für Online Shops bestehen
- **Social TV als digitales Ökosystem** – Wer von der Interaktion mit den Zuschauern in Echtzeit profitiert
- **Responsive Design, Usability & Co.** – Was bei der Entwicklung erfolgreicher Kampagnen und Onlineshops zu beachten ist
- **Vom firstscreen zum everywhere screen** – Welche Perspektiven die Screen-Ära für Marken, Handel und TV bietet

Der Trendtag startet gleich am Vormittag mit zwei Highlights:

Markus Frank (Mitglied der Geschäftsführung, Microsoft Deutschland) präsentiert in seiner Keynote neue Möglichkeiten für Werbetreibende im Multiscreen-Zeitalter. **Julias van de Laar** (Kampagnen- und Strategieberater) weicht die Teilnehmer in die Grundlagen und Geheimnisse des digitalen Storytelling ein.

Anerkannte Branchenexperten teilen ihre Learnings zu **Best Practices**, u.a. von BMW TV, XING, RTL interactive und Opel Adam. In der interaktiven **Roundtable Session** diskutieren die Teilnehmer an moderierten Thementischen über innovative Businessmodelle und die Werbe- und Vertriebspotentiale von Multiscreen-Konzepten.

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. unterstützt den Trendtag als Verbandspartner.

Teilnahmegebühr: 895,- Euro (bis 25. Februar 2014 200,- Euro Rabatt)

Programm und Anmeldung: www.inspirato.de/multi-screen

Kontakt: Stefanie Kurz, Projektleitung, inspirato KONFERENZEN

Tel. +49 6171 981 96 81, E-Mail: s.kurz@inspirato.de