

# Mediaplanung und Zielgruppenforschung: Ansätze, Modelle, Zukunft

3. Tagung  
der Fachgruppe Werbekommunikation  
der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft  
Münster, 16.-18.11.2016

Mittwoch, 16.11.2016

Veranstaltungsort: agora am Aasee, Bismarckallee 5, 48151 Münster

11:00 bis 19:00 **PRE-CONFERENCE-WORKSHOP** ‚Mediaplanung und Zielgruppenforschung – Wie sieht die Zukunft aus?‘ und **POSTERPRÄSENTATIONEN** ‚Studien und Projektideen von KommunikationswissenschaftlerInnen‘

ab 19:00 **GET TOGETHER** (A2 am See, Annette-Allee 3, 48149 Münster)

Donnerstag, 17.11.2016

Veranstaltungsort: Alexander von Humboldt-Haus, Hüfferstraße 61, 48149 Münster

09:30 bis 10:00 **BEGRÜSSUNG**

Tino Meitz (Sprecher der FG Werbekommunikation) und Johannes Knoll (stellvertr. Sprecher der FG Werbekommunikation)

Panel 1: **Theorie und Empirie zielgruppenspezifischer Mediaplanung** (Moderation: Johannes Knoll)

10:00 bis 10:30 **Zielgruppenspezifische Mediaplanung im Rahmen eines Social CRMs**  
Christian Wiencierz und Julia Niebergall (Universität Münster)

10:30 bis 11:00 **Wirkung von Product Placement bei unbekanntem Marken**  
Alisa Haberer (Hochschule der Medien Stuttgart)

11:00 bis 11:30 **Hauptsache Bio – oder doch nicht? Zielgruppenspezifische Effekte von grüner Werbung**  
Linda Mummer, Constanze Rossmann (Universität Erfurt) und Doreen Reifegerste (Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover)

11:30 bis 12:15 – Pause –

12:15 bis 13:00 **BERICHT AUS DEN PRE-CONFERENCE-WORKSHOPS**  
Dirk Engel (Akademie für Marketing-Kommunikation e.V.) und Jens Woelke (WWU  
Münster)

13:00 bis 14:30 – Mittagspause –

Panel 2: **Kontexte zielgruppenspezifischer Mediaplanung: Wissen, soziale Vorstellungen und Erleben über und von Werbekommunikation** (Moderation: Jens Woelke)

14:30 bis 15:00 **Babylonische Verhältnisse. Eine systematische Analyse bestehender Konzeptionen von Werbekompetenz und die Frage: Was fangen wir damit an?**  
Nils Borchers (Universität Leipzig)

15:00 bis 15:30 **Die Perspektive der Eltern zur Werbepaxis von Produktplatzierungen. Zu Regulierungsmaßnahmen eingebetteter Werbeformen**  
Brigitte Naderer, Agnes Obereder, Ines Spielvogel und Jörg Matthes (Universität Wien)

15:30 bis 16:00 – Pause –

16:00 bis 16:30 **Journalistic Quality and Online Advertising Success**  
Ingo Knuth (HMKW Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft, Berlin) und Christian M. Wellbrock (Universität Hamburg)

16:30 bis 17:00 **Entwicklung eines Instruments zur Erhebung und Beschreibung des empfundenen Musikausdrucks in Audio Branding Szenarien**  
Steffen Lepa, Martin Herzog (Technische Universität Berlin) und Hauke Egermann (University of York, UK)

17:30 bis 18:30 **FACHGRUPPENSITZUNG**  
anschließend **GEMEINSAMES ABENDESSEN (RESTAURANT LUX, DOMPLATZ 10)**

Freitag, 18.11.2016

Veranstaltungsort: Alexander von Humboldt-Haus, Hüfferstraße 61, 48149 Münster

Panel 3: **Handlungsfelder zielgruppenspezifischer Werbekommunikation** (Moderation: Nils Borchers)

09:30 bis 10:00 **Content Marketing: Begriffsabgrenzung, Forschungsstand und Expertenanalyse**  
Lisa-Charlotte Wolter (Hamburg Media School, Hamburg) und Sven Pagel (Hochschule Mainz)

10:00 bis 10:30 **Romane als Medium der Werbekommunikation: Positionen und Potenzial**  
Franziska Horn (Sasserath Munzinger Plus, Berlin), Andreas Baetzgen (Hochschule der Medien, Stuttgart) und Amelie Zimmermann (Universität Passau)

10:30 bis 11:00 – Pause –

11:00 bis 11:30 **Darstellung und Einbindung von Produktplatzierungen in deutschen Kinderfilmen**  
Brigitte Naderer, Ines Spielvogel, Agnes Obereder und Jörg Matthes (Universität Wien)

11:30 bis 12:00 **Kommunizierter und wahrgenommener Nutzen von nachhaltigem Konsumentenverhalten**  
Friederike Vinzenz (Universität Zürich)

12:00 **ABSCHLUSS**  
Tino Meitz, Johannes Knoll