

## Workcamp 2019 „Vom Verlag zur Agentur“

Wie den Umbau klassischer Anzeigenverkaufsstrukturen in crossmedial ausgerichtete Agenturstrukturen erfolgreich meistern

17. Oktober 2019 | Stuttgart

Zeitungsverlagsstrukturen sind historisch hochoptimiert auf die Abwicklung von (zu großen Teilen) Einzelanzeigenaufträgen in Print mit Schaltungen in den eigenen Medien ausgerichtet. Heute verlangen Kunden aber vor allem nach digitalen Produkten und crossmedialen Abfolgen aus z.B. Anzeigen, PR-Strecken, Native Ads, Google, Facebook, Display Ads, Websites, Landingpages und vielem mehr.

Dabei kommen selbst bei Standardaufträgen schnell 3 bis 5 verschiedene Einzelelemente für eine Schaltung zusammen. Und diese gilt es nicht nur in den eigenen Medien, sondern auch in Drittmedien mit unterschiedlichen Laufzeiten und Formaten zu schalten. Zudem verlangen Kunden heute kampagnenübergreifende Reportings über alle Kanäle wie gut ihre Schaltungen gelaufen sind.

All das stellt massive Anforderungen an personelle und operative Strukturen. Dabei geht es nicht mehr nur um die Sicherung der Media-Spendings unserer Kunden, sondern immer mehr auch um deren umfassende laufende digitale Betreuung. Wer diese nicht liefern kann, verliert zunehmend mehr Umsatz im klassischen Anzeigengeschäft. Oft herrscht auch eine verzerrte Sicht zur tatsächlichen Wettbewerbslage und wie viele Gelder vermeintliche Stammkunden bereits an anderer Stelle ausgeben (weil wir sie hier bisher nicht bedienen!).

Wer hier im Wettbewerb mit (Digital-) Agenturen und vor allem gegen Google und Facebook bestehen will, muss mindestens das gleiche Leistungsniveau bieten. Das geht nur mit entsprechend ausgerichteten Strukturen, Mitarbeitern und Know-how.

- Welche strukturellen Veränderungen muss man einleiten, damit man für die Anforderungen des Marktes richtig aufgestellt ist? Wie können unterschiedliche Strategien, Strukturen und Konzepte aussehen?
- Was können wir von Agenturen für unser Geschäft lernen? Welche Strukturen und Prozesse lassen sich adaptieren, welche Rolle spielt Software dabei?
- Welche Marktbearbeitungskonzepte erfordern welches Know-how im Verkauf und im operativen Prozess?
- Wie die operativen Strukturen zur Umsetzung der Aufträge gestalten? Was lässt sich outsourcen und was müssen Sie tatsächlich selbst in der Hand haben?
- Welche Maßnahmen in Richtung Markt und Kunden dürfen bei all dem nicht vergessen werden?

### Agenda

**Termin:** Donnerstag, 17. Oktober 2019  
**Dauer:** 10:00 Uhr bis ca. 17:00 Uhr  
**Leitung:** Thomas Szász

**Zielgruppe:** Geschäftsführer, Anzeigenleiter, Verkaufsleiter, Objektleiter, Key-Accounter, Online-Verantwortliche, Digital-Sales-Verantwortliche, Personalentwickler im Verlag

### Ziel des Workcamps

- Verstehen von Anforderungen und notwendigen Strukturen beim Verkauf crossmedialer und digitaler Media-Sales-Produkte auf Agenturlevel.
- Erkennen von Handlungsoptionen bei stufigen und disruptiven Umbauprozessen.
- Verstehen der Prozesse zur operativen Abwicklung von Eigen- und Fremdmedien im digitalen Kontext.
- Entwicklung erster eigener Ansätze für Umbauprozesse im eigenen Haus.

### Hinweis zum Workcamp

Dieses Format ist als Workcamp mit aktiver Teilnahme angelegt. Die Teilnehmer können ihre Strukturstände mit in das Workcamp einbringen und etwaige Fragen und Wünsche bereits im Vorfeld an den Referenten übermitteln.

### Referent

Thomas Szász ist Experte für die Entwicklung und Implementierung erfolgreicher Vermarktungsstrategien und der Erschließung neuer und vorhandener Potentiale und Märkte. Er ist Gründer und Managing Director der Unternehmen Smartshop Strategies (Beratung/Strategie/Prozesse/Sales) und der Digitalagentur Flux&Volt und verfügt über 25 Jahre Verkaufserfahrung über alle Mediengattungen und Führungsebenen (Online, Mobile, TV, Radio, Print).



# ANMELDUNG

## Workcamp „Vom Verlag zur Agentur“

Donnerstag, 17. Oktober 2019

Bitte digital ausfüllen und an [sek@zmg.de](mailto:sek@zmg.de) senden  
oder ausdrucken und faxen an **(0 69) 97 38 22-51**

Sie erhalten eine Anmeldebestätigung per E-Mail.

### Workcamp „Vom Verlag zur Agentur“

Den Umbau klassischer Anzeigenverkaufsstrukturen in crossmedial ausgerichtete Agenturstrukturen erfolgreich meistern.

#### ■ Referent

Thomas Szász

[www.smartshopstrategies.com](http://www.smartshopstrategies.com)

#### ■ Veranstalter

ZMG Zeitungsmarktforschung Gesellschaft mbH  
Darmstädter Landstraße 125, 60598 Frankfurt/M.  
E-Mail: [sek@zmg.de](mailto:sek@zmg.de), Tel. (0 69) 97 38 22-19

#### ■ Kosten

ZMG-Partnerverlage: **590,- €** zzgl. MwSt.

Ansonsten: **1180,- €** zzgl. MwSt.

Tagungsgetränke und ein Mittagsbuffet sind im Preis enthalten.

#### ■ Veranstaltungsort

Arcotel Camino Stuttgart  
Heilbronner Str. 21  
70191 Stuttgart

[Hotel & Anreiseinformationen](#)

#### ■ Mindestteilnehmerzahl

6 Personen

**Stornierung, Rücktritt:** *Kostenfreie Stornierungen* sind schriftlich bis vier Wochen vor Beginn der Veranstaltung möglich. Stornierungen bis 14 Tage vorher werden unter Berechnung einer Bearbeitungsgebühr von 50% entgegengenommen. Bei späteren Stornierungen oder Nichterscheinen sind die vollen Teilnahmegebühren zu entrichten. Selbstverständlich können Sie sich vertreten lassen, bitte nennen Sie uns vorher schriftlich (per E-Mail an [sek@zmg.de](mailto:sek@zmg.de)) den/die Ersatzteilnehmer.

**Absage von Veranstaltungen:** Die ZMG kann die Veranstaltung aus wichtigem Grund, insbesondere bei zu geringer Teilnehmerzahl, bei Ausfall bzw. Erkrankung von mehreren Referenten, Hotelschließung oder höherer Gewalt, absagen. Im Fall einer zu geringen Teilnehmerzahl kann die Absage bis vierzehn Tage vor Beginn der Veranstaltung erfolgen. In allen anderen Fällen einer Absage aus wichtigem Grund sowie bei Änderungen des Programms wird die ZMG die Teilnehmer so rechtzeitig wie möglich informieren. Muss eine Veranstaltung abgesagt werden, wird die bereits gezahlte Teilnahmegebühr erstattet. In diesem Fall bestehen keine Ersatz- oder Ausfallansprüche an die ZMG.

#### ■ Teilnehmer/in 1

-----  
Name, Vorname

-----  
Funktion/Position

-----  
E-Mail

#### ■ Teilnehmer/in 2

-----  
Name, Vorname

-----  
Funktion/Position

-----  
E-Mail

#### ■ Teilnehmer/in 3

-----  
Name, Vorname

-----  
Funktion/Position

-----  
E-Mail

#### ■ Ansprechpartner/in

-----  
Name, Vorname

-----  
Durchwahl

-----  
E-Mail

#### ■ Rechnungsanschrift

-----  
Firma

-----  
Straße

-----  
PLZ, Ort

#### ■ Datum, Unterschrift

-----