

### Werbung mit Mehrwert?

## Was können Agenda Setting und Content Marketing?

Wie wirksam sind die exzessiv gepriesenen Werkzeuge Content Marketing und Agenda Setting wirklich? Wie stellt sich ein Markenartikel als Publisher auf? Kann ich online Inhalte noch steuern oder überantworte ich die Markenführung Algorithmen und Zielgruppen? Wir wollen darüber diskutieren, wie Agenda Setting und Content Marketing von Parteien, von Medien und von Unternehmen eingesetzt werden und welche Wirkung nachgewiesen werden.

**DATUM UND UHRZEIT** Donnerstag, 09. Juni 2016, 13:00 Uhr Ende offen

**GASTGEBER UND ORT** Der Tagesspiegel, Askanischer Platz 3, 10963 Berlin

**ANTWORT** Verbindliche Anmeldungen via Mail an [kontakt@muenchner-gespraech.de](mailto:kontakt@muenchner-gespraech.de) erbitten wir **bis zum 20. Mai 2016**

**PARTNER UND FÖRDERER** Wir danken dem Partner und Gastgeber Der Tagesspiegel und der quirin bank AG für ihre Förderung.

13:00 Uhr	Begrüßung, Sebastian Turner, Herausgeber Tagesspiegel (Moderation) anschließend Lunch
14:00 Uhr	<b>Medien – Unternehmen: Content als Kugel für den Marketing-Flipper</b> Prof. Dr. Thorsten Hennig-Thurau, Lehrstuhl für Marketing und Medien, Universität Münster
15:00 Uhr	<b>Wie die SPD Politik vermittelt</b> Dr. Katarina Barley, Generalsekretärin der SPD
16:00 Uhr	Pause
16:30 Uhr	<b>Axel Springer SE: Content is king and the medium is ....</b> Christoph Keese, Executive Vice President für die Axel Springer SE
17:30 Uhr	<b>Roundtable, Frage an alle: Wie werben Sie mit Mehrwert?</b> Diskussion über Content Marketing und Agenda Setting
18:30 Uhr	Fahrt zum Boros Bunker
18:45 Uhr	<b>Sonderführung: Boros Bunker</b> Reinhardtstraße 20, Berlin Mitte. In dem umgebauten Bunker ist eine bedeutende Privatsammlung zeitgenössischer Kunst zu sehen.
20:15 Uhr	Abendessen in einem nahe gelegenen Restaurant