

## MAZ-Kommunikationstagung: Native Advertising

### Programm

(Raum 42, 4. Stock)

- |                        |   |
|------------------------|---|
| <b>13.15 Uhr</b>       | <b>Begrüssung und Einführung ins Thema</b><br><b>Beatrice Brenner</b> , Stellvertretende Direktorin MAZ<br><b>Beat Rüdt</b> , Studienleiter MAZ   |
| <b>13.30-14.10 Uhr</b> | <b>Gioia Porlezza</b> , Verantwortliche Produkte-PR und Social Media bei Proviande <ul style="list-style-type: none"><li>• Warum Proviande für die «Schweizer Fleisch»-Kampagnen auf Native Advertising setzt</li><li>• Beispiele für Formen in verschiedenen Publikationen</li><li>• Welche Formate waren erfolgreich, welche nicht</li><li>• Aufwand und Kosten im Vergleich zu herkömmlichen Werbemassnahmen</li><li>• Fazit und Ausblick</li></ul>                        |
| <b>14.20-14.50 Uhr</b> | <b>Remo Baumeler</b> , Leiter audienzz und Vermarktung NZZ <ul style="list-style-type: none"><li>• Warum der NZZ-Verlag Native Advertising anbietet</li><li>• Formen und Formate für Native Advertising in Print und Online</li><li>• Was Kunden von einer Zusammenarbeit erwarten können – und was nicht</li><li>• Erfolgreiche Kampagnen und was sie ausmacht</li><li>• Welche Bedeutung Native Advertising für den NZZ Verlag hat</li></ul>                                |
|                        | <b>Pause</b>  |
| <b>15.10-15.50 Uhr</b> | <b>Remo Brunner</b> , Geschäftsführer nueva <ul style="list-style-type: none"><li>• Hype oder neues Wundermittel? Das kann Native Advertising</li><li>• Chancen und Risiken von Native Advertising-Kampagnen</li><li>• Der Erfolg von Native-Advertising-Kampagnen im Vergleich zu anderen Werbeformen</li><li>• Wie ein Agentur Native Advertising Kampagnen unterstützen und begleiten kann</li><li>• Was gute Kampagnen ausmacht und was sie zum Scheitern bring</li></ul> |
| <b>16.00-16.15 Uhr</b> | <b>Nick Lüthi</b> , Redaktor medienwoche.ch und Spezialist für Medienpolitik <ul style="list-style-type: none"><li>• Welchen Einfluss Native Advertising auf die Glaubwürdigkeit des Journalismus hat</li><li>• Täuschung oder Mehrwert? Doe's und Don'ts anhand von Beispielen</li></ul>   |
| <b>16.15-16.40 Uhr</b> | <b>Schlussrunde</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Podium mit den Referentinnen und Referenten</li></ul>   |
| <b>Ab 16.30 Uhr</b>    | <b>Apéro riche</b>  |