

**Erfolgsfaktor**  
**Bildkommunikation**  
**in Marketing**  
**& Werbung**

**dialogday'07: Trendseminar**

**15. November 2007, 12.30 – 19.00h**

**Sihlcity Zürich**

# Bildkommunikation will gelernt sein



## Sprechen Sie Bildsprache?

Was sind die spannendsten Trends? Mit welchen Bildwelten verstärken Sie den Rücklauf im DM? Wie sieht eine «limbisch korrekte» Verpackung aus, die den Umsatz steigert? Und was können wir von der Hirnforschung lernen?

Nicht nur in der Theorie, sondern anhand von Praxisbeispielen zeigen Topreferenten auf, wie Sie mit Bildern erfolgreich kommunizieren. Ein hochinteressantes Thema und ein Muss für Kommunikationsprofis!

Reinhard Kaupp,  
**pinkup** Dialogmarketing



## Herzlich willkommen

Ich werde Sie als Moderatorin durch den Anlass begleiten und freue mich auf Ihre Teilnahme.

Ece Widmer,  
**pinkup** Dialogmarketing

## Das Programm

- 12.30h **Sandwich-Lunch und Networking**
- 14.00h **Das Bild im Trend**  
Referentin: Renate Risseeuw,  
Bildagentur *kursiv*
- 14.30h **Professionelle Bildkommunikation,**  
ein Praxisbeispiel.  
Referentin: Stephanie Teige, UBS
- 15.00h **Bildwelten im Direktmarketing**  
Referent: Henning Krause
- 15.20h Kaffeepause
- 15.45h **Erfolgsfaktor Bildkommunikation**  
Neuromarketing  
Referent: Prof. Marco Casanova,  
Branding-Institute
- 16.30h **Customer Touchpoints**  
Mehr verkaufen mit limbisch  
designter Verpackung  
Referent: Martin Amann,  
Amann & Partner AG
- 17.15h **Podium**
- 17.45 **Networking-Apéro**
- 19.00h Ende der Veranstaltung

# Unsere Referenten setzen Sie ins Bild

## Das richtige Bild zur richtigen Zeit am richtigen Ort

Nicht für jeden Werbeauftritt wird eigens ein Shooting gemacht. Es gibt unzählige Bildagenturen, die zu jedem Thema eine Flut von Fotos und Illustrationen anbieten – per Mausclick abrufbar und schnell ins Layout eingefügt.

Wie sich die Bildwelten im Lauf der Zeit wandeln, welche Trends sich für 2008 abzeichnen, wie Sie genau das richtige Bild für Ihren Auftritt finden und was Sie über Rechte und Lizenzen wissen müssen: Renate Risseeuw von der Bildagentur *kursiv* informiert Sie kenntnisreich darüber.

***kursiv bildagentur***



## Bildtrends gestern, heute, morgen Bildrechte und -lizenzen

Referat

**Renate Risseeuw**

Quereinstieg in die Marketingbranche als DM-Texterin. Anschliessend tätig in der Erwachsenenbildung und Persönlichkeitsentwicklung. Seit 2005 Verantwortliche für Kommunikation und Marketing bei der Bildagentur *kursiv*.

# Im Blickpunkt: Ihr Erfolg dank Bildkom- munikation

## **Brand Management made by UBS Ein Praxisbeispiel**

Allein an den Bildwelten, ganz ohne Logos, Headlines und Texten erkennen, welches Unternehmen für sich wirbt: Das ist der Idealfall einer gelungenen Visual Identity. Ein gutes Beispiel ist die UBS, deren «look & feel» in den verschiedenen Kommunikationsmitteln unverwechselbar ist.

Brand Management made by UBS: Erfahren Sie von Stephanie Teige, wie die Bildkommunikation dazu beiträgt.



## **Professionelle Bildkommunikation Best Practice**

Referat  
**Stephanie Teige**

Stephanie Teige, Dipl. Mediensoziologin und Volkswirtin, seit 5 Jahren im Brand Management von UBS zuständig für die Entwicklung der Visual Identity.



# Bilder fördern den Dialog

## **Personalisierte Bildkommunikation erhöht den Rücklauf**

Ein Trend 2008 im Direktmarketing sind Texte, die auf das Milieu der jeweiligen Zielgruppe zugeschnitten sind: So müssen nach der Methode «4-Farben-Sprache» von Hans-Peter Förster (Lehrstuhl-Inhaber für Corporate Wording® an der ZfU International Business School) konsumentorientierte Arbeiter vor allem in rationaler «blauer» Sprache, traditionell Bürgerliche in konservativer «grüner» und die modernen Performer in erlebnisreicher «gelber» Sprache angesprochen werden, um einen maximalen Rücklauf zu erreichen.

Und bei den Bildwelten? Reicht hier blosser Intuition? Sind Klischee-Bilder immer schlecht? Gelten im DM andere Regeln als in der klassischen Werbung? Was tun bei homogenen und heterogenen Zielgruppen? Henning Krause beantwortet diese Fragen und wagt einen Ausblick, wie Bildagenturen das Direktmarketing verstärkt unterstützen können.



## **Zielgruppenspezifische Bildwelten im Direktmarketing**

Referat

### **Henning Krause**

Er war bei MetaDesign Deutschland verantwortlich für das Corporate Design der Berliner Verkehrsbetriebe und entwarf das Informations- und Wegeleitsystem der Deutschen Bahn. Gemeinsam mit FontShop Deutschland gestaltet er seit 15 Jahren exklusive Schriftenlösungen für Unternehmen wie Dr. Oetker oder IKEA.

# Das Schlüsselbild positioniert die Marke

## Hirnforschung und Bildkommunikation

Visuell, akustisch, haptisch, olfaktorisch und gustatorisch – in dieser Reihenfolge nehmen wir unsere Umwelt wahr. Dabei ist der visuelle der mit Abstand einflussreichste unserer fünf Sinne. Auf Bilder reagieren wir ungleich stärker als auf das geschriebene Wort. Mit nonverbalen, bildhaften Eindrücken wird das Bild, das wir von einer Marke haben, geprägt.

## Die Königsdisziplin «reduced to the max»

Wie Sie Markenpositionierung erkennen- und erlebbar durch ein Schlüsselbild verdichten: Prof. Marco Casanova vom Branding-Institute weiss alles darüber.



## Erfolgsfaktor Bildkommunikation

Referat

**Prof. Marco Casanova**

Executive Director Branding-Institute, Professur an der Berner Fachhochschule für Corporate Brand Management, Lehrtätigkeit an der Universität Bern.

# Die Limbik bestimmt den Erfolg

## Mit Methodik nah am Kunden

Der Mensch wird massgeblich durch sein limbisches System gesteuert. Martin Amann arbeitet nach der auf dieser Erkenntnis basierenden wissenschaftlichen Methodik «Limbic Cube», welche Prof. M. Casanova entwickelt hat.

## Neuromarketing und Verpackungsdesign

Am Referat von Martin Amann erfahren Sie, wie Sie diese Methodik einsetzen – und mit limbisch korrekten Verpackungen mehr Umsatz machen. Das anspruchsvolle Thema wird nicht nur theoretisch erörtert, sondern anhand praktischer Beispiele (point of sale-Erlebnis) transparent gemacht.



## Customer Touchpoints entscheiden über den Erfolg von Kundenstrategien

Referat  
**Martin Amann**

Ausbildung in BWL und Marketing. Über 20 Jahre bei der Designagentur Schmidlin & Partner, damals europaweit führend in Packungs- und Corporate Design, zuletzt als Mehrheitsaktionär.

Seit 2004 Mitinhaber der Agentur Amann & Partner AG in Reinach. Sie arbeitet für grosse Kunden im In- und Ausland.

## Anreise Sihlcity

Geniessen Sie das Seminar am neusten, modernsten und exklusivsten Tagungsort der Schweiz!

Lunch und Seminar:

**Four Points By Sheraton Sihlcity**  
**Kalandergasse 1**  
**8045 Zürich**

Apéro:

**platins**  
**Kalanderplatz 7**  
**8045 Zürich/Sihlcity**



Medienpartner/Sponsoren

werbewoche

suisse  
**emex**



**SDV**  
Mitglied des SDV



# Anmeldung

**Wann: Donnerstag,  
15. November 2007**

12<sup>30</sup> – 14<sup>00</sup> Sandwich-Lunch  
14<sup>00</sup> – 17<sup>45</sup> Seminar  
17<sup>45</sup> – 19<sup>00</sup> Networking-Apéro

**Wo: Four Points By Sheraton,  
Sihlcity Zürich**

**Anmeldung auch per FAX an:  
+41 (0)44 202 60 67  
oder online:  
[www.pinkup.ch](http://www.pinkup.ch)**

**Ja**, ich/wir nehme(n) am Trendseminar teil  
CHF 280 pro Person (exkl. 7,6% MwSt.)  
CHF 230 für Mitglieder des SDV

**Frau**    **Herr**    **Ich bin Mitglied des SDV**

**Firma**

\_\_\_\_\_

**Vorname**

\_\_\_\_\_

**Name**

\_\_\_\_\_

Weitere Teilnehmer

Vorname/Name

\_\_\_\_\_

Vorname/Name

\_\_\_\_\_

**Strasse**

\_\_\_\_\_

**PLZ/Ort**

\_\_\_\_\_

**E-Mail**

\_\_\_\_\_

Rechnungsadresse (falls abweichend)

Strasse

\_\_\_\_\_

PLZ/Ort

\_\_\_\_\_

**Datum**

**Unterschrift**

**pinkup**  
Dialogmarketing

Rüdigerstr. 10 • 8045 Zürich  
+41 (0)44 202 60 65 • [info@pinkup.ch](mailto:info@pinkup.ch) • [www.pinkup.ch](http://www.pinkup.ch)

Nicht frankieren  
Ne pas affranchir  
Non affrancare

Geschäftsantwortsendung    Invio commerciale-risposta  
Envoi commercial-réponse

**Pinkup Dialogmarketing**  
**Rüdigerstr. 10**  
**8045 Zürich**