



Between the ages

Wie sich die Mediennutzung im Alter zwischen 8 und 13 Jahren verändert
am 29. November 2006 im Literaturhaus München

Konferenzprogramm

Tweenager – Analyse einer Zielgruppe im Wandel

■ **Key Note: Von Felix zu Tokio Hotel**

WOLFGANG FOERSTER, *Verlagsleitung, Copenrath*

■ **Die Lebenswelt der Tweenager – Wie sie sind, was sie bewegt**

AXEL DAMMLER, *Geschäftsführender Gesellschafter, iconkids & youth international research*

■ **Länger relevant sein – Was Medienmacher tun, um junge Zielgruppen zu halten**

BIRGIT GUTH, *Leiterin Medienforschung / Jugendschutzbeauftragte, Super RTL*

Tweenager – Ein eigenes Segment zwischen Kinder- und Jugendmarkt

■ **Zwischen Wendy und Popcorn – Gibt es das perfekte Zeitschriftenformat für Tweenager?**

MAX BOEDDEKER, *Editor-in-Chief, Wendy Magazine, Egmont Ehapa Verlag*

■ **Authentizität als Erfolgsrezept: Tweenager abholen, wo sie sind**

GABI STROBEL, *Programmleitung, Baumhaus Verlag*

■ **Gewusst wo? Welche Rolle spielt das Buch als Informationsquelle für Kinder und Jugendliche?**

ULLA BEHRENDT-RODEN, *Verlagsleitung Kinder- und Jugendbuch, Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus*

■ **Zwischen Bravo, Google und Popstars – Welche Medien bevorzugen Tweenager und: Gibt es ein Leitmedium? (Podiumsdiskussion)**

HARALD KIESEL (MODERATION), *Fachjournalist, Autor und Lektor*

DR. HOLGER ZIMMERMANN, *Lehrer und Lehrbeauftragter der Ludwig-Maximilians-Universität*

MAX BOEDDEKER, *Editor-in-Chief, Wendy Magazine, Egmont Ehapa Verlag*

STEFAN KASTENMÜLLER, *Geschäftsführer, Jetix Europe*

MARKUS NIESEN, *Geschäftsführer Programm, Oetinger Verlag*

■ **Jungs schießen, Mädchen striegeln? – Geschlechtsspezifische Unterschiede bei der Nutzung digitaler Medien**

MIL THIERIG, *Geschäftsführer, MultiMediaManufaktur*

■ **Am Anfang war das Wort – Zurück in die Zukunft: Kinder hören via Internet**

KARL HEINZ PÜTZ, *Geschäftsführer, Random House Audio*

Resümee und Ausblick

Moderation

RENÉ WAGNER, *Fachjournalist*

Kosten: € 690,-

Bis zum 15. 10. 2006 buchen Sie zum Vorzugspreis von € 590,-

Zielgruppe: Die Konferenz richtet sich an Fach- und Führungskräfte der Buch-, Hörbuch-, Zeitschriften-, Film & TV-, Musik-, Gaming- und Internetbranche, Programmverantwortliche sowie Marketing- und Vertriebsverantwortliche von Markenartiklern und Handelsunternehmen.

Weitere Informationen zum Programm erteilt Ihnen gerne

Judith Horsch, Akademie des Deutschen Buchhandels,

Tel.: 089 / 29 19 53 - 65, E-Mail: judith.horsch@buchakademie.de

Änderungen vorbehalten



Between the ages

Wie sich die Mediennutzung im Alter zwischen 8 und 13 Jahren verändert
am 29. November 2006 im Literaturhaus München

Im Mittelpunkt der 6. Kinder- und Jugendmarktkonferenz steht die Zielgruppe der Tweenager, die sich im Alter von 8 bis 13 „between the ages“, d. h. zwischen Kindheit und Jugend, befinden. In dieser Übergangsphase ändern und verfestigen sich die Mediennutzungsgewohnheiten.

Branchenexperten diskutieren und analysieren, mit welchen Formaten es Medienmachern gelingen kann, die jungen Kunden zu halten, wenn sie aus dem Kindermarkt herauswachsen. Denn wer nicht rechtzeitig reagiert, hat die Kinder verloren, bevor aus ihnen Teenager geworden sind.

Die Schwerpunkte der Konferenz

- Was bewegt Kinder und Jugendliche im Alter zwischen 8 und 13?
- Tweenager sind wertvolle Kunden. Aber wie kann man sie halten?
- Authentizität als Erfolgsfaktor
- Welche Leitmedien haben Tweenager?
- Besonderheiten der TV-Formate in der Zielgruppe der Tweenager
- Wie wichtig sind Zeitschriften, wie attraktiv Hörmedien?
- Tweenager nutzen zunehmend digitale Medien. Welche Rolle spielt das Buch noch als Unterhaltungs- und Informationsmedium?

Die Referenten der Konferenz

ULLA BEHRENDT-RODEN, *Verlagsleitung Kinder- und Jugendbuch, Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus*

MAX BOEDDEKER, *Editor-in-Chief, Wendy Magazine, Egmont Ehapa Verlag*

AXEL DAMMLER, *Geschäftsführender Gesellschafter, iconkids & youth international research*

WOLFGANG FOERSTER, *Verlagsleitung, Copenrath*

BIRGIT GUTH, *Leiterin Medienforschung / Jugendschutzbeauftragte, Super RTL*

STEFAN KASTENMÜLLER, *Geschäftsführer, Jetix Europe*

HARALD KIESEL, *Fachjournalist, Autor und Lektor*

MARKUS NIESEN, *Geschäftsführer Programm, Oetinger Verlag*

KARL HEINZ PÜTZ, *Geschäftsführer, Random House Audio*

GABI STROBEL, *Programmleitung, Baumhaus Verlag*

MIL THIERIG, *Geschäftsführer, MultiMediaManufaktur*

DR. HOLGER ZIMMERMANN, *Lehrer und Lehrbeauftragter der Ludwig-Maximilians-Universität*

Fax-Antwort

Ich möchte mich für die Konferenz anmelden.

Bitte senden Sie mir Ihr Jahresprogramm 2007 zu.

Akademie des Deutschen Buchhandels
Salvatorplatz 1, 80333 München
Tel.: (089) 29 19 53 - 0, Fax (089) 29 19 53 - 69
E-Mail: info@buchakademie.de
www.buchakademie.de

Name - Vorname

PLZ - Ort

Firma - Funktion

Telefon - Fax - E-Mail

Straße - Haus-Nr.