

# Mediennutzung 2020 und die Konsequenzen für Tageszeitungen heute

**Dr. Marco Olavarria, Kirchner + Robrecht management consultants**



## ZUR PERSON

Die Expertise von Dr. Marco Olavarria erstreckt sich auf Print, Online und Cross Media. Seit über zehn Jahren berät er Verlage in den Kompetenzfeldern Strategieentwicklung, Marketing und CRM sowie Organisation.

Dr. Marco Olavarria ist seit 1998 für Kirchner + Robrecht management consultants tätig, seit 2001 als Geschäftsführender Gesellschafter.

Er war Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Konsumgüter- und Dienstleistungsmarketing der Freien Universität Berlin und hat hier zum Thema "Erfolgreiche Marketingstrategien für Business to Consumer-Dienstleistungen" promoviert.

## ZUM VORTRAG

Technologie und Angebotsvielfalt verändern die Mediennutzung und so wird diese im Jahr 2020 eine andere sein. Doch welche strategischen Ansätze bieten sich hier für Tageszeitungen? Wie sieht die Zukunftsreise aus? Wie wirken sich beispielsweise das mobile Internet und neue Endgeräte aus? Wie wird sich die Mediennutzung in unterschiedlichen Zielgruppen zukünftig entwickeln? Dr. Marco Olavarria stellt Thesen zu dieser Zukunftsreise auf und formuliert mögliche Flugrouten und damit die Konsequenzen für Tageszeitungen heute. Er zeigt auf, wie Tageszeitungen im Zeitalter von medialen Erlebniswelten die Relevanz ihrer Marken stärken und ihren Fokus stärker auf den Kunden verlagern können. Welche Rolle dabei Innovationsmanagement spielt, wird Dr. Marco Olavarria anschaulich vermitteln.

## Notizen

**Bremer  
Verlagstreffen**



**9. November 2010**

**9:45 Uhr**

powered by **MSP** Medien  
Systempartner