

Christine Antlanger-Winter, Mindshare: „Werden den Trends im Bereich Visual Content nachgehen“

Christine Antlanger-Winter, Chief Digital Officer der Mediaagentur Mindshare in Wien, tritt im Rahmen des Werbeplanung.at SUMMIT 2016 am 13. Juli im Panel „The Rise of Visual Content“ als Moderatorin auf. Werbeplanung.at wollte von Antlanger-Winter wissen, was die SUMMIT-Besucher von ihrem Panel erwarten dürfen

16
el



Christine Antlanger-Winter, Chief Digital Officer der Mediaagentur Mindshare in Wien, tritt im Rahmen des Werbeplanung.at SUMMIT 2016 am 13. Juli im Panel „The Rise of Visual Content“ als Moderatorin auf: „Erwarten Sie Case Studies, Impulse und innovative Ideen!“ © Christoph Breneis

Werbeplanung.at: Sie moderieren im Rahmen des [Werbeplanung.at SUMMIT 2016](#) das Panel Panel „[The Rise of Visual Content](#)“. Was können sich die Besucher des SUMMIT von

Ihrem Panel erwarten?

Christine Antlanger-Winter: Wir werden den Fragen nachgehen, welche Trends es im Bereich Visual Content gibt und wie man diese nutzen kann.

Werbeplanung.at: *Welche Key-Learnings werden Besucher Ihres Panels mit nachhause nehmen können?*

Antlanger-Winter: Wie können österreichische Marken die Trends rund um Visual Content nutzen? Erwarten Sie Case Studies, Impulse und innovative Ideen.

Werbeplanung.at: *Was sind aus Ihrer Sicht die größten Missverständnisse in Zusammenhang mit Video Content?*

Antlanger-Winter: Die Missverständnisse entstehen daraus, dass der Paradigmenwechsel, der durch die veränderte Mediennutzung stattfindet nicht erkannt und berücksichtigt wird. Der User, die Experience und sein Mehrwert sind die zentralen Elemente. Vieles ist noch in der reinen Broadcasting-Welt verhaftet. Es ist aber auch nach der digitalen Transformation nicht alles on demand und ein YouTube-Video.

Werbeplanung.at: *Was erwarten Sie sich von den Vorträgen der anderen Teilnehmer in ihrem Panel?*

Antlanger-Winter: Die Zusammenstellung der Panelgäste ist wirklich hervorragend. Mit Torsten Pedit, Marketingleiter von Stiegl, der neue und mutige Schritte in einer stark durch den Handel und große Konzerne geprägten Branche gewagt hat, Patrick Swanson, der die ZIB 100 als neues Konzept in einer sehr traditionellen Umgebung gestartet hat und Gisela Geweßler, die vor allem auch die globalen Auswirkungen und Chancen für Österreich steuert freue ich mich schon auf die vielseitigen Perspektiven der Panelteilnehmer. Ich erwarte mir Digital Transformation in der Realität, mutige Projekte und inspirierende Ideen.

Werbeplanung.at: *Wenn Sie sich das [Programm des Werbeplanung.at SUMMIT 2016](#) so*

anschauen: Auf welche anderen Programmpunkte freuen Sie sich da ganz besonders?

Antlanger-Winter: Ich freue mich schon auf die [Keynote von Sree Sreenivasan über Tech, Culture & Entrepreneurship](#). Das sind meines Erachtens sehr wichtige Disziplinen, die es zur Zeit zu verknüpfen gilt.

Werbeplanung.at: *Was verbinden Sie generell mit dem [Werbeplanung.at SUMMIT](#)?*

Antlanger-Winter: Der Werbeplanung.at Summit ist eine wichtige Plattform um über Status-Quo und Trends im Bereich digitaler Werbung und digitalem Marketing zu sprechen. Ein wichtiger Diskurs für die Branche in Österreich und über die Grenzen hinaus.

Das komplette Programm des Werbeplanung.at SUMMIT 2016 und die Möglichkeit, sich für die zweitägige Konferenz in der Aula der Wissenschaften in Wien anzumelden, finden Sie hier: [summit.werbeplanung.at](#).

 Christine Antlanger-Winter

 MindShare

 Mindshare

 Werbeplanung.at SUMMIT 2016

Das könnte Sie auch interessieren