



# IDOOH Konferenz 2022

East Hotel, Hamburg

27. April 2022

# Agenda IDOOH Konferenz 27.04.2022



## Teil 1

- **Begrüßung** 14:00-14:20  
Frank Goldberg (IDOOH)
- **Werben, wo die Action ist -  
DOOH als konsequentes Konvergenz-Medium** 14:20-14:40  
Dirk Engel (Berater und Marktforscher)  
Was ist eigentlich Digital Out-of-Home? Plakate ohne Klebstoff, Bannerwerbung auf der Straße, Fernsehen im Laden? Das Medium ist vielschichtig und konvergent, deshalb bietet es viele Möglichkeiten, die allerdings noch nicht konsequent ausgeschöpft werden. Die Erwartungen der Werbekunden sind für den Erfolg von DOOH-Angeboten maßgebend. Deshalb will IDOOH auch eine Plattform sein, die im Dialog verschiedene Perspektiven auf das Medium aufzeigen möchte.
- **Creative Corner: Programmatic DOOH State of the Art** 14:40-15:00  
Julian Simons (Mediascale)  
Drei Cases aus der Praxis, die die Stärken von Digital Out of Home im Zusammenspiel von Multichannel-Screens, Daten und dynamischer Kreation aufzeigen.
- Pause

# Agenda IDOOH Konferenz 27.04.2022



## Teil 2

- **Smart City ist etwas anderes als DOOH** 15:20-15:40  
Christian von den Brincken (Ströer)  
Das Web3, die langsame Abkehr von Plattformen, bietet auch für Städte, die sich als Manager eines responsiven Systems verstehen, neue Perspektiven.
- **Wachstum durch Zusammenarbeit**  
**Wie OoH-Organisationen weltweit die Zukunft der Gattung gestalten** 15:40-16:00  
Gunnar Ritzmann (Executive Channel Network)  
In vielen Ländern weltweit sehen die jeweiligen Verbände die Zukunft von DooH in seiner Eignung, Teil eines umfassenden Multi-Channel-Planungsansatzes zu werden. Voraussetzungen dafür sind die anbieterübergreifende Standardisierung der Planungs- und Einkaufsstrukturen sowie deren Vergleichbarkeit mit anderen Media-Gattungen. In Australien haben sich dafür alle Marktteilnehmer zusammengeschlossen, der Vortrag erläutert die Vorgehensweise.
- Pause

# Agenda IDOOH Konferenz 27.04.2022

## Teil 3



- **Willkommen in Virtual Out of Home-Welten (VOOH)**

16:20-16:40

Hendrik Menz (anzu.io)

Das Metaverse ist in aller Munde und das, obwohl wir laut Experten wohl noch 5-10 Jahre Zeit haben bis zur breiten Adaption einer hoffentlich schönen, neuen, virtuellen Welt. Marken bringen sich jetzt bereits massiv in Stellung, um keinesfalls den Anschluss zu verlieren und dabei die Innovationsbereitschaft ihrer Organisationen zu unterstreichen. Mit Best Cases und über den Anfang dieser Reise.



Ansprechpartner: Frank Goldberg  
Institute for Digital Out of Home Media  
Theatinerstr. 11  
80333 München

[frank.goldberg@idooh.media](mailto:frank.goldberg@idooh.media)  
<https://idooh.media>