



1. IDOOH Konferenz 2023

Ruder-Club « Allemannia von 1866 », Hamburg

27. April 2023

Agenda 1. IDOOH Konferenz 27.04.2023



Teil 1

Begrüßung

Frank Goldberg + Nadia Abou-El-Ela (IDOOH)

14:00-14:20

Markt:

DOOH - Potenzial in bewegten Zeiten

Carina Specht (Bahlsen)

Die USP's von DOOH noch stärker nutzen: Wie das Medium DOOH der FMCG-Branche in Zeiten von verändertem Konsumverhalten, dynamischen Kostenentwicklungen und Herausforderungen zwischen Handel und Hersteller kurzfristig helfen kann.

14:20-14:40

Markt:

Wie KMUs von DOOH-Werbung profitieren können

Dirk Jawurek (Goldbach Germany)

Mit spezifischen Targeting-Optionen und/oder ausgewählten Standorten können auch KMUs mit lokal angepasstem Budget ihren Umsatz steigern: Wie Werbung im Digital-Out-of-Home durch regionale Aussteuerung für den Klein- und Mittelstand zu Erfolg führen kann.

14:40-15:00

Agenda 1. IDOOH Konferenz 27.04.2023



Teil 2

Pause

Werbewirkungsforschung:

15:20-15:40

Nutze deine Chance: Mit Mini-Stories Emotionen triggern - mobil im öffentlichen Raum

Cornelia Krebs (september Strategie & Forschung)

Digital OOH ist die Chance, das Stadtbild mit snackigen Geschichten zu versorgen. Wie können Mini-Stories Wartezeiten oder das Vorbeischlendern unterhaltsam gestalten? Was ist zu beachten in der Gestaltung, um DOOH-Kontakten für Emotion Loading zu sorgen?

Creative Corner:

Don't design for DOOH! (design for people)

15:40-16:00

Thomas Knüwer (Accenture Song)

AI, NFC, Omnichannel und Mobile Integration - neue Technologien vervielfachen die Möglichkeiten moderner Außenwerbung. Das inspiriert Marken und Kreative gleichermaßen, verführt jedoch schnell zum Selbstzweck. Wie schaffen wir es, bei Innovationen die Menschen ins Zentrum zu stellen, statt der Technologie? Wie kann DOOH Städte und Leben bereichern, statt nur LinkedIn?

Agenda 1. IDOOH Konferenz 27.04.2023



Teil 3

Pause

Best Case:

Wie Programmatic DOOH nachweislich zur Optimierung der Buchungsauslastung beitragen kann

16:20-16:40

Helen Schütt (GroupM OOH)

DOOH wird seit der Möglichkeit des programmatischen Einkaufs längst nicht mehr nur als Awareness-Medium eingesetzt. Die Kampagne von TUI Cruises zeigt, wie die datenbasierte Ansprache der Zielgruppe über DOOH im Mediamix eine zentrale Rolle spielt und nachweislich zur Optimierung der Buchungsauslastung beitragen kann.

Pause

Get together

ab 18:00

Food & Drinks zum Sun Down an der Alster

Special Guests: The Fabulous Ballads Boyz (Hartwig Keuntje & Band)



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

frank.goldberg@idooh.media
<https://idooh.media>