

(I)DOOH schafft Nachhaltigkeit - und wirksamere Mediapläne

IDOOH, Düsseldorf, 13. September 2023

Sechs Inspirationen, die unsere Mediapläne verändern werden

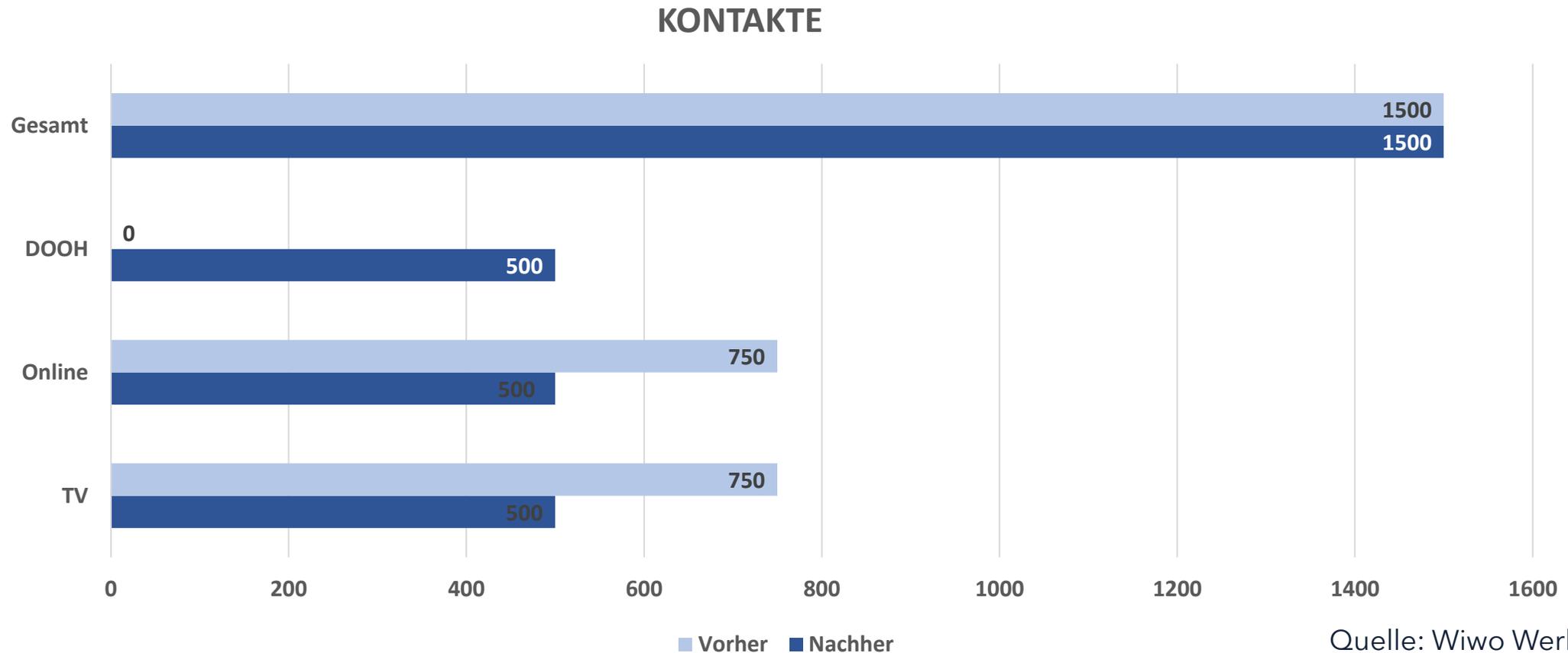


1. Eine Kampagne kämpft gegen Tonnen
2. Fast Food bewegt sich noch faster und sogar vertrauenswürdiger
3. Nachhaltigkeit ist in unserer DNA
4. Software wird softer und effizienter
5. Clevere PKW-Marke wird (Media-)umweltfreundlich
6. TV und DOOH – eine Ehe, die im Himmel geschlossen wurde
7. More to come...

Case 1: „Eine Kampagne kämpft gegen Tonnen“



- Branche: könnte jede sein ...
- Mediaetat: 12 Mio. Euro
- Media-Mix:



Case 1: „Eine Kampagne kämpft gegen Tonnen“



ERGEBNIS

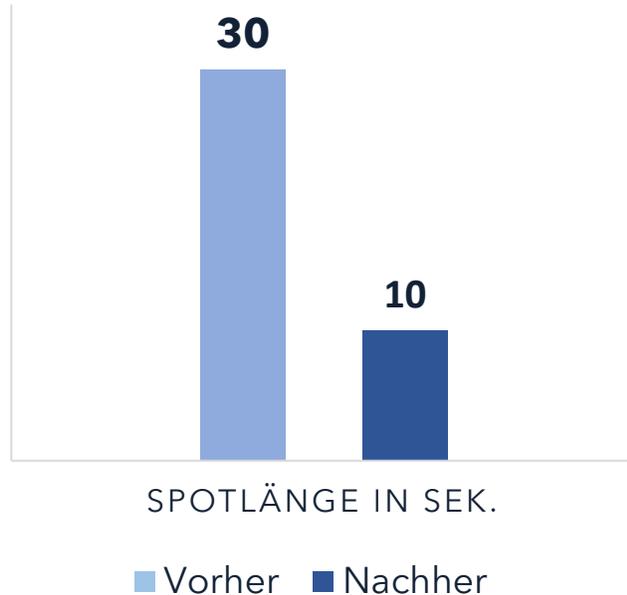


Quelle: Wiwo Werbesprech

Case 2: „Fast Food bewegt sich faster - und vertrauenswürdiger“

- Branche: FMCG (Fast Food)
- Media-Mix:

TV, ONLINE, SOCIAL

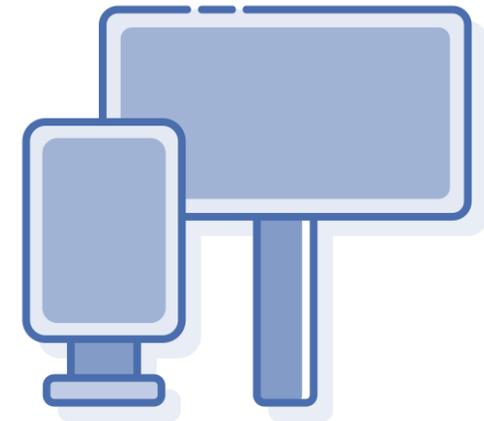


PRINT



UMSTELLUNG AUF
RECYCLING-PAPIER

+ OOH/DOOH

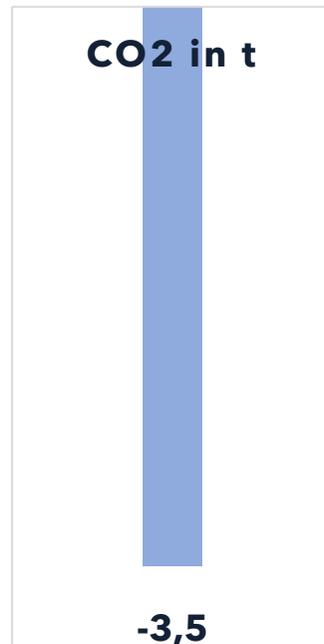


Quelle: wird abgestimmt

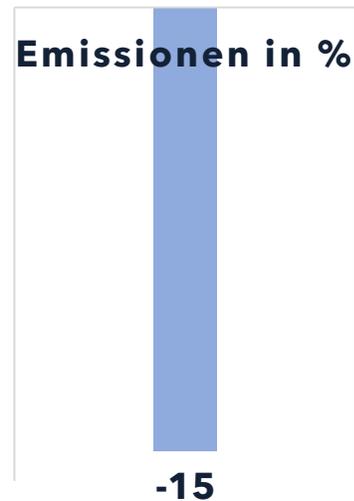
Case 2: „Fast Food bewegt sich faster - und vertrauenswürdiger“

ERGEBNIS

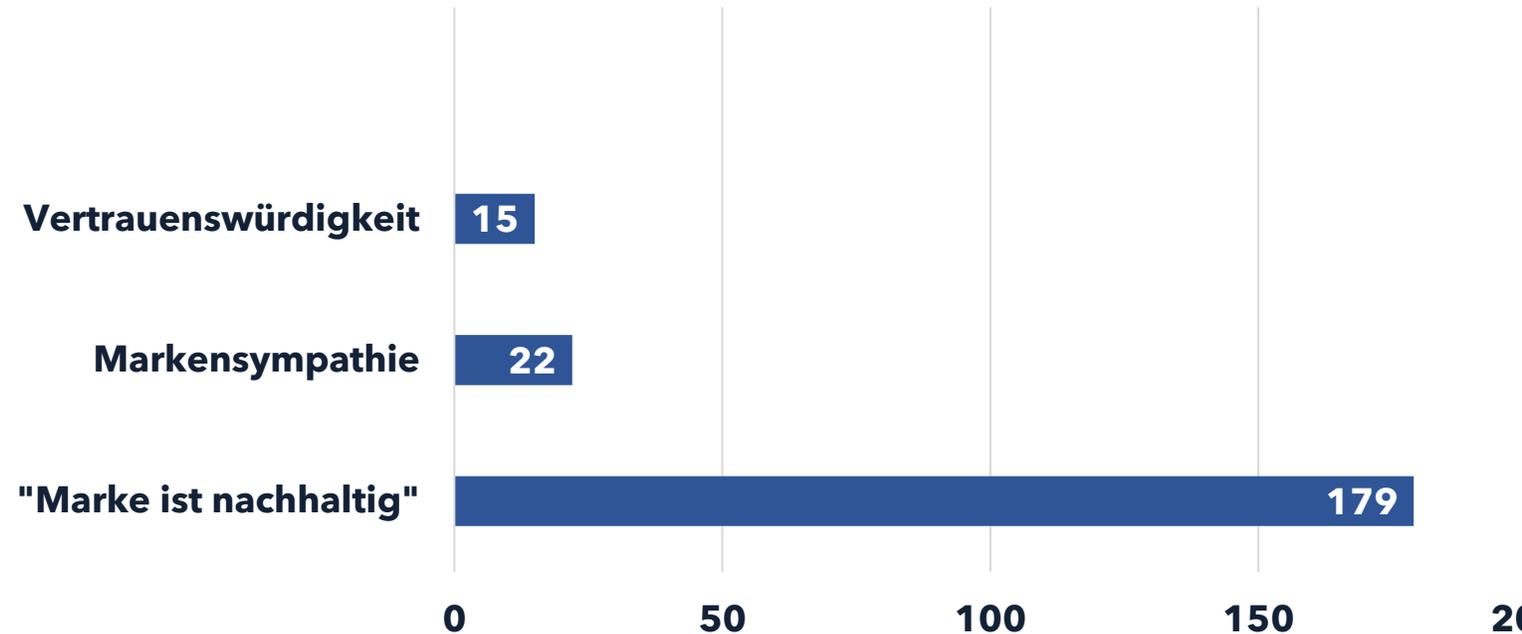
Kürzung
Spotlänge



Recycling-
Papier



Zunahme Markenwerte in %



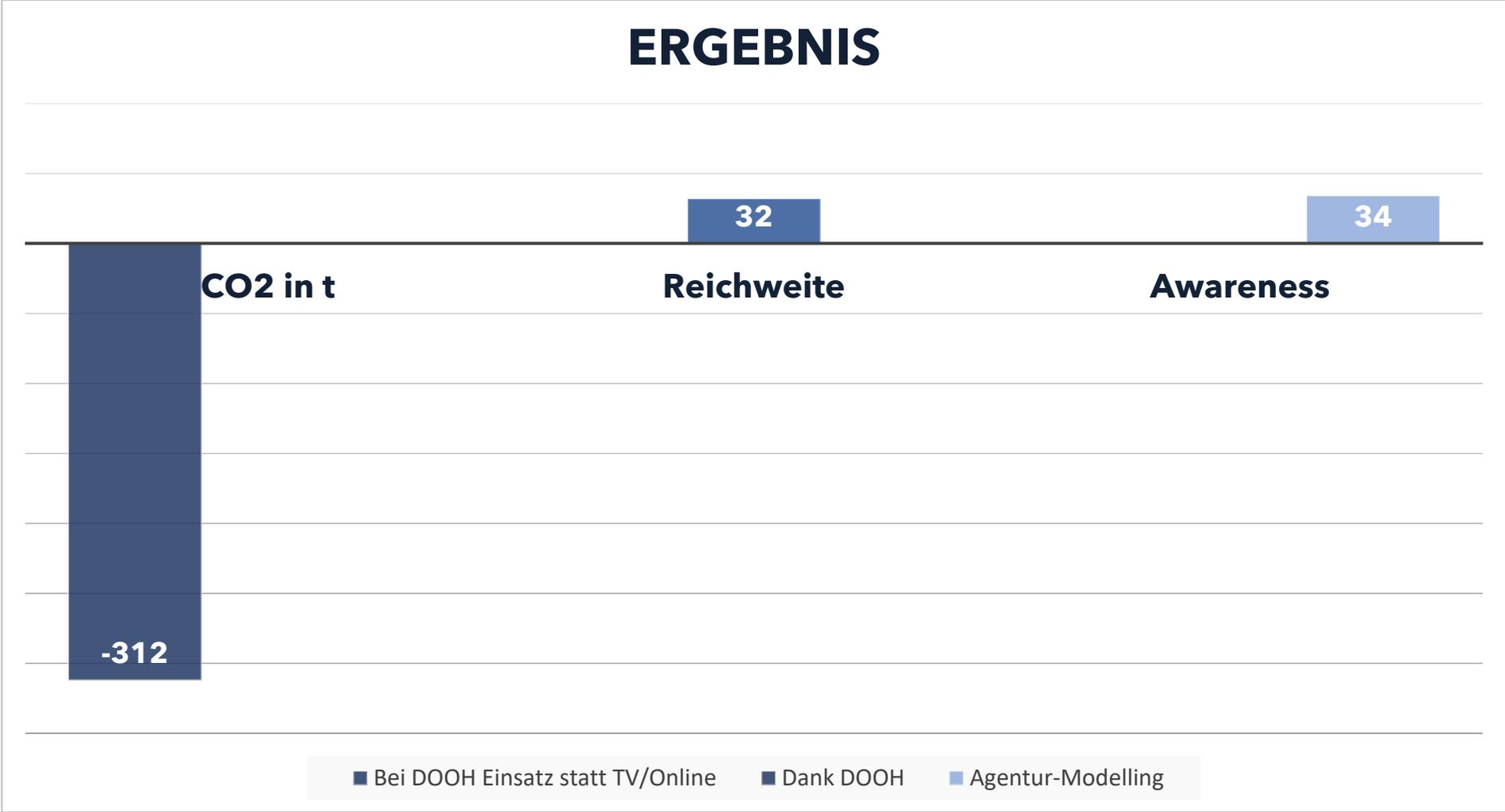
Quelle: wird abgestimmt

Case 3: „Nachhaltigkeit ist in unserer DNA“

- Branche: Mobilität; Zielgruppe: Berufstätige 18-59 Jahre
- Mediaetat: 7 Mio. Euro
- Media-Mix:



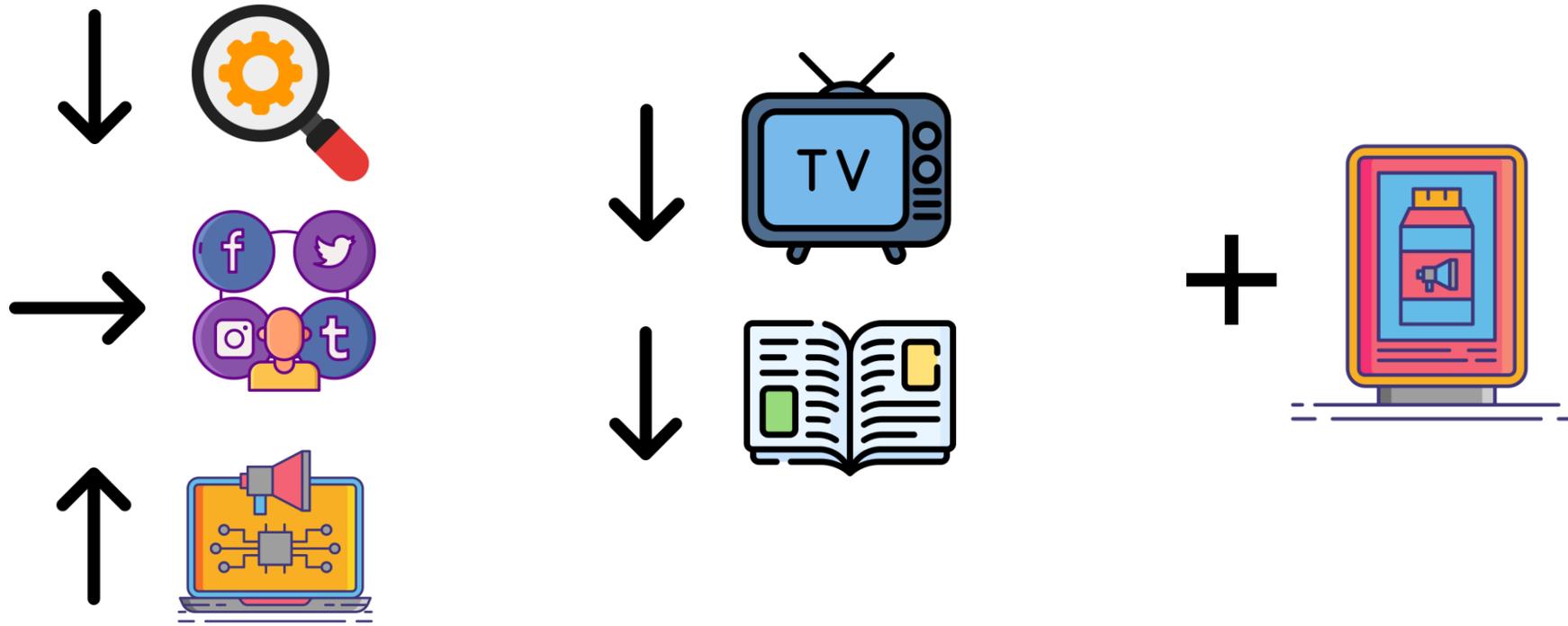
Case 3: „Nachhaltigkeit ist in unserer DNA“



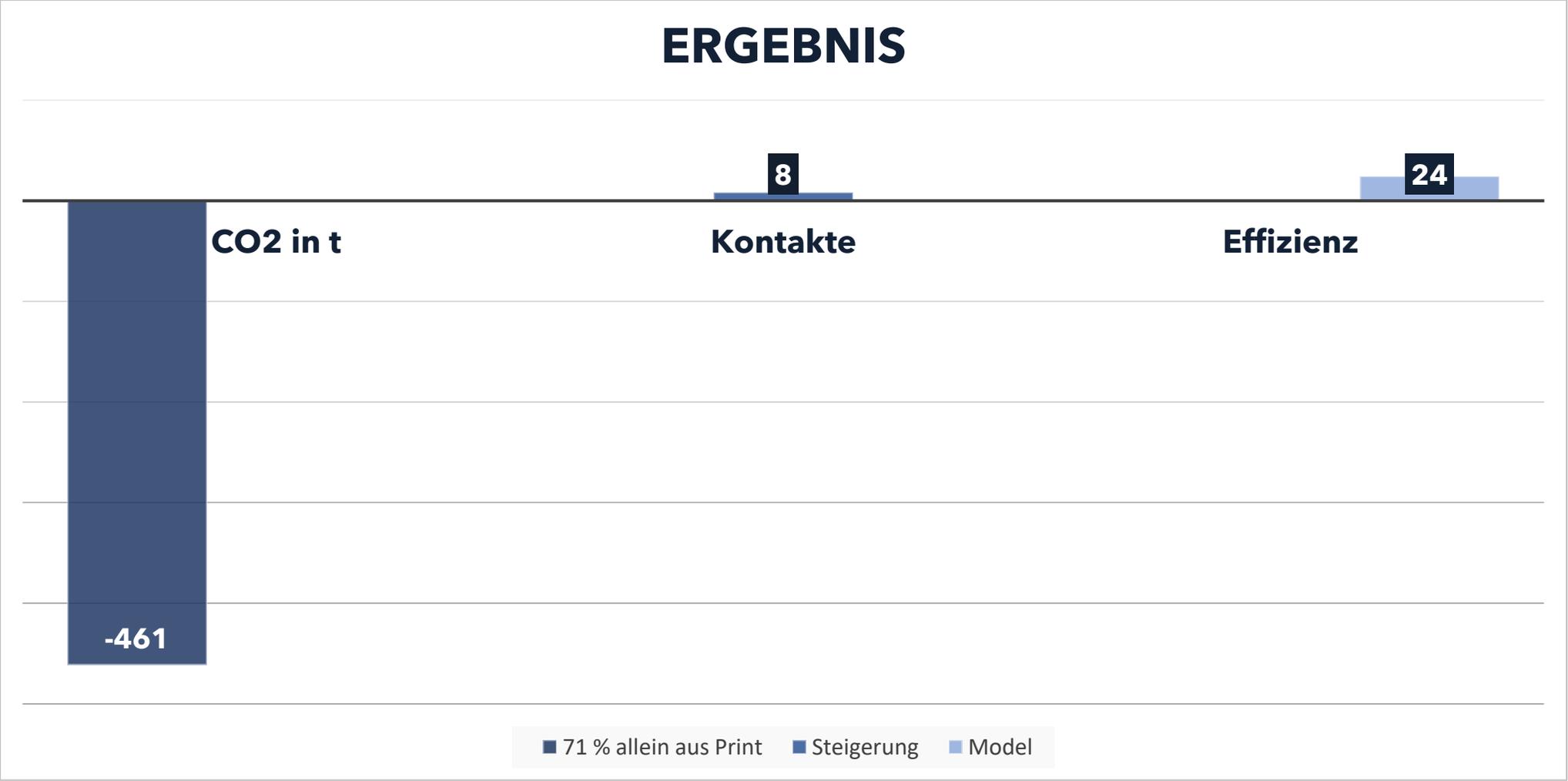
Quelle: Thomas Koch + Mediaagentur (in Abstimmung mit Kunden)

Case 4: „Software wird softer und effizienter“

- Branche: Software; Zielgruppe B2B: Selbständige, Freiberufler
- Mediaetat: 26 Mio. Euro
- Media-Mix:



Case 4: „Software wird softer und effizienter“



Quelle: 4 Agenturen

Case 5: „Clevere PKW-Marke wird (Media-) umweltfreundlich“



- Branche: PKW; Zielgruppe: PKW-Käufer/-Fahrer
- Mediaetat: ziemlich hoch
- Media-Mix: Case wird auf Dmexco präsentiert
- Ergebnis: CO₂ minus 17%

Case 6: „TV und DOOH - eine Ehe, im Himmel geschlossen“



- Branche: XXX
- Mediaetat: X Mio. Euro
- Media-Mix:
 - TV minus
 - Ergänzung um (D)OOH
 - ...
- Ergebnis:
 - ...
 - ...
 - ...

Fazit:

Nachhaltiger ist wirksamer ist besser – für alle!

- „Die Werbebranche gehört zu den größten Umweltverschmutzern der Erde.“ (Weckruf Thomas Koch in Horizont, 22.8.23)
- Nachhaltiger Media-Mix ist (fast) immer auch wirksamer; Media- und Business-KPIs steigen; niemand muss Angst um seine KPIs haben.
- Diese Erkenntnis gilt für alle Branchen, alle Zielgruppen, alle Etatgrößen und für jeden noch so unterschiedlichen Media-Mix.
- Am 1.1.25 kommt eine erweiterte ESG-Reporting-Pflicht (Nachhaltigkeitsbericht) für Unternehmen ab 250 Mitarbeitenden.
- Helfen wir (die Welt zu retten) Marketing- und Mediaverantwortlichen mit umweltfreundlicheren und nachhaltigeren Mediaplänen.



Ansprechpartnerin:

Anja von Fraunberg
Institute for Digital Out of Home Media
Theatinerstr. 11
80333 München

anja.vonfraunberg@idooh.media
www.idooh.media