



Media Excellence Session

Wirkung steigern mit Omnichannel-Media

Ströer, München

28. April 2026

Agenda Media Excellence Session 28.04.2026



Teil 1

Begrüßung

14:00-14:10

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

Wie man die Stärken der Medien zum stärkeren Mix zusammensetzt

14:10-14:30

Christof Baron (Nayoki)

Die Medienlandschaft ist durch Digitalisierung, Fragmentierung und Datenkomplexität stark im Wandel. Klassische Trennungen zwischen Awareness und Performance verlieren an Bedeutung – beide wirken synergetisch. Erfolgreiche Mediaplanung orientiert sich an Zielgruppen und kombiniert Kanäle flexibel. OOH/DOOH bleibt zentral für schnelle, breite Reichweite und nachhaltigen Markenaufbau.

Daten mit Herz: Wie Insights entstehen und Kampagnen erfolgreich machen

14:30-14:50

Cornelia Krebs (september Strategie & Forschung)

Erfolgreiche Mediaplanung lebt von echten Zielgruppen-Insights statt Klischees. Der Vortrag zeigt, wie man Bedürfnisse, Auslöser und Entscheidungsmechanismen besser versteht. Im Fokus stehen praxisnahe Tools und Ansätze für Planung und Pitches sowie die Frage, wie und in welchem emotionalen Kontext Botschaften wirken. Denn nur wer seine Zielgruppe wirklich kennt und „fühlt“, erreicht sie effektiv und vermeidet Streuverluste.

Agenda Media Excellence Session 28.04.2026



Teil 2

Pause

KI - der große und der kleine Bruder

15:10-15:30

Gunnar Ritzmann (ECN Executive Channel Networking)

Der Vortrag ordnet die KI-Debatte in der Media- und DOOH-Branche zwischen Hype, Jobangst und realem Mehrwert ein. Er zeigt, wo KI heute schon sinnvoll Kampagnen optimiert, wo Geschäftsmodelle noch fehlen und welche ethischen Fragen beantwortet werden müssen. Fazit: KI ersetzt nicht einfach den Menschen – sie verändert die Branche, und der kluge Umgang mit ihr entscheidet über den Erfolg.

More Reach, More Data, More Experience, More WOW - With DOOH

15:30-15:50

Andreas Heintze und Liese Krafft (Ströer)

DOOH ist der Veränderungstreiber in der Medienlandschaft. Und vielleicht ist (D)OOH ja das letzte Massenmedium!? Die Digitalisierung eröffnet dabei neue Möglichkeiten: die Nutzung von Smart Data, z.B. zur Ergänzung von TV Kampagnen. Aber auch kreative Umsetzungen führen zu eindrucksvollen Brand-Experiences im öffentlichen Raum. Verschiedene Cases zeigen wie DOOH Werbebotschaften wirkungsvoll vermittelt.

Pause

Agenda Media Excellence Session 28.04.2026



Teil 3

**Stop counting Clicks. Start selling Pizza. Wie sich mit Commerce Media
Händlerübergreifende Uplifts erzielen lassen - und was das für DOOH bedeutet** 16:10-16:30

Eva Adelsgruber (DeutschlandCard)

Händlerübergreifendes Commerce Media macht Kampagnen im Closed Loop messbar - von der Zielgruppenansprache bis zum Abverkauf am POS. In Kombination mit DOOH entstehen daraus neue Möglichkeiten: Reichweite im öffentlichen Raum trifft auf belastbare Abverkaufsdaten aus dem Handel. So lassen sich Kampagnen nicht nur gezielt aussteuern, sondern perspektivisch auch besser in ihrer tatsächlichen Wirkung bewerten.

Sieben Schritte zur erfolgreichen Media-Mix-Strategie 16:30-16:50

Thomas Koch (tk-one1)

Strategie ist ein großes Wort. Dabei ist die Mediastrategie nichts weiter als der Weg zum Ziel: Der Weg zu einer erfolgreichen Kampagne. Thomas Koch erklärt in sieben einfachen Schritten, wie man eine solche Strategie entwickelt - und Wettbewerber meilenweit hinter sich lässt.

Networking ab 17:00
Snacks & Drinks



Ansprechpartner: Anja v. Fraunberg
Institute for Digital Out of Home Media
Maximilianstr. 35a
80539 München

anja.vonfraunberg@idooh.media
<https://idooh.media>