

HORIZONT WERBE WIRKUNGS G!PFEL 2020



1./2. Oktober 2020

Marriott Hotel
Frankfurt

Ein Business-Event von:

HORIZONT **dfv** Conference
Group

Wir danken unseren Partnern.

Premium Partner:

FACEBOOK

OMG

SCREEN
FORCE

THE MAGIC OF TOTAL VIDEO

Partner:

best4 CAMPUS
2020

eye square

FAW

KANTAR

media impact

signifikant

Medienpartner:

OWM
DIE WERBENDEN UNTERNEHMEN

planung&analyse

MEHR SCHEINEN

PURPOSE

Nur ein Marketing-Trend oder der neue Standard? Ist es die einzige Chance für nachhaltigen unternehmerischen Erfolg? Wie viel Sinn steckt wirklich in unseren Marken? Mit diesen Fragen beschäftigen wir uns in der diesjährigen Auflage des best4campus. **Seien Sie im Live-Stream dabei!**

SAVE THE DATE: 8. Oktober von 10:00 Uhr bis 12:00 Uhr

best4 **CAMPUS**
2020

Infos und Anmeldung unter:
gik.media/best4campus



1. TAG DONNERSTAG *1. Oktober 2020*

Raum Platinum Ballsaal II und Gold I-III

- 9.00 **Wake up I Frühstückskaffee**
- 10.00 **Begrüßung**
Jürgen Scharrer, Chefreporter, HORIZONT
Katrin Ansorge, Redaktion, HORIZONT
- MÜSSEN WIR WERBEWIRKUNG GANZ NEU DENKEN?
DIE GRUNDSATZDISKUSSION IST ERÖFFNET.**
- 10.10 **Keynote**
Ausrede Corona. Wie wäre es ohne gekommen?
Thomas Strerath, strerath.
- 10.40 **Q&A**
- 10.45 **Impuls**
„The Song Remains the Same“: Ist abseits der Krisen-Folklore ein Trend zu strategischer Werbeforschung erkennbar?
PD Dr. habil. Tino G.K. Meitz, TTUCEL, Texas Tech University
- 11.05 **Q&A**
- 11.10 **Different Media – Different Effects!
Medienwirkungsdifferenziale bewusst genutzter Medien aufgedeckt**
Carsten Schwecke, CEO, Media Impact
Clarissa Moughrabi, Head of Research, Axel Springer / Media Impact
Dr. Andrea Malgara, Managing Director, Mediaplus Group
- 11.35 **Q&A**
- 11.40 **Networking & Coffee-Break**

- 12.15 **Diskussionsrunde**
**Müssen wir Werbewirkung ganz neu denken?
Die Grundsatzdiskussion ist eröffnet.**
Georg Berzbach, Chief Operating Officer Media, Dentsu Aegis Network Deutschland
Boris Schramm, Managing Director, GroupM
Klaus-Peter Schulz, Organisation der Mediaagenturen (OMG)
Norman Wagner, OWM Vorstand; Mitglied bei der OWM-Arbeitsgruppe Werbeanalyse und Standards / Leiter Konzern Media, Deutsche Telekom
 Moderation: *Jürgen Scharrer*, Chefreporter, HORIZONT
- 12.55 **Q&A**
- 13.00 **Networking & Lunch-Break**

1. TAG DONNERSTAG *1. Oktober 2020*

HERAUSFORDERUNGEN IN DER FORSCHUNG – INNOVATIVE TOOLS UND NEUE STUDIEN ZUR WERBEWIRKUNG.

14.30 Studie

Not all Reach is Equal – DACH-Edition

Guido Modenbach, Geschäftsführer Market Intelligence, SevenOne Media

Karin Immenroth, Chief Data & Analytics Officer, Mediengruppe RTL Deutschland

Q & A mit

Karen Nelson-Field, Founder and CEO of Amplified Intelligence, and Professor of Media Innovation at The University of Adelaide – live aus Adelaide

Moderation: *Katrin Ansoerge*, Redaktion, HORIZONT

15.10 Q&A

15.15 Studie & Talk

Wirkungserfolg in Apotheken durch Facebook und Instagram Video

Sandra Körs, Industry Manager Beauty, Personal Care und Pharma DACH, Facebook DACH

Torsten Müller-Klockmann, Marketing Science Lead DACH, Facebook

anschließend im Gespräch mit: *Katrin Ansoerge*, Redaktion, HORIZONT

15.40 Q&A

15.45 Talk

Online-Werbung nach der Cookies-Ära – Wie sieht das Targeting der Zukunft aus?

Dr. Daniel Knapp, CSO, Twins Digital / Chefökonom, IAB Europe

Julian Simons, Geschäftsführer, mediascale

Moderation: *Katrin Ansoerge*, Redaktion, HORIZONT

16.10 Q&A

16.15 Networking & Coffee-Break

16.40 Keynote

Marketing in Zeiten der Infodemie.

Biodynamische Potenziale für Konsumgüter mit DEEP IMPACT auf Körper und Gehirne.

Dr. Martin Andree, Founder, AMP Digital Ventures

17.05 Q&A

17.10 Abschlusskeynote

Die Story-Revolution

Wie Netflix Storytelling revolutioniert hat und warum Brands das Storytelling der Zukunft für ihr Wachstum brauchen

Rebecca Vogels, Unternehmerin / Experte für Brand Kommunikation und Storytelling

17.40 Q&A

17.45 Zusammenfassung

Ab 18 Uhr **Nutzen Sie die Gelegenheit für den Austausch nach dem ersten Kongresstag und genießen Sie Food & Drinks.**

2. TAG FREITAG *2. Oktober 2020*

Raum Platinum Ballsaal II und Gold I-III

BEST CASES – MESSEN, WISSEN, OPTIMIEREN.

Moderation: *Jürgen Scharrer*, Chefreporter, HORIZONT

9.00 Wake-up I Frühstückskaffee

10.00 Begrüßung

Moderation: *Jürgen Scharrer*, Chefreporter, HORIZONT

10.10 Ecom Effects – Vom Werbekontakt in den Warenkorb

Lisa Neumann, Research Consultant Brand and Media Experience, eye square

Stefan Schönberr, Unit Lead Brand and Media Experience, eye square

10.30 Q&A

10.35 Kontinuierliche Werbewirkungsforschung –

Erkenntnisse und Best Practice für die Zeit nach der Krise

Dr. Peter Ludwig, Senior Director – Expert Brand, Brand Guidance Domain, Kantar

10.55 Q&A

11.00 Wirkung und Effizienz von OOH.

Eine Metaanalyse zu Aussenwerbung im Media-Mix.

Prof. Dr. Kai-Marcus Thäsler, Geschäftsführer, Fachverband Aussenwerbung

Prof. Dr. Alexander Preuß, Managing Partner Marketing Science, annalect

11.20 Q&A

11.25 Coffee-Break

12.00 AI macht es möglich: Wirkungsmessung in Echtzeit und über alle Kanäle als neuer Standard»

Esther Cahn, CEO Co-Founder, Signifikant

Marcus Föbus, Business Development Germany, Signifikant

12.20 Q&A

12.25 Signature Code – Wie Künstliche Intelligenz ermöglicht, dass Werbespots ihre optimale Wirkung erreichen

Karin Immenroth, Chief Data & Analytics Officer, Mediengruppe RTL Deutschland

Dr. Marc Egger, Head of Data Science, Data & Audience Intelligence, Mediengruppe RTL Deutschland

12.45 Q&A

12.50 Wirkungsvolle Markenkommunikation in Corona-Zeiten – Insights unserer exklusiven Studienreihe pilot Radar

Martina Vollbehr, Geschäftsführerin, pilot Agenturgruppe

13.10 Q&A

13.15 Esports – Wundermittel zur Ansprache der jungen Zielgruppe? Ein Ansatz zur Erfolgsmessung von Sponsorings im Esports

Lucas Petermeier, Managing Partner, FUSE – Omnicom Media Group Germany

13.35 Q&A

13.40 Interaktiv, spielerisch, erfolgreich: Innovative Werbemittel für effiziente Markenkommunikation (Titel in Abstimmung)

Sabine Holtforth, Director Digital Audience Activation, [m] STUDIO GmbH

Anita Weidental, Group Head Media Consulting, MediaCom

14.00 Q&A

14.05 Lunch zum Abschluss des HORIZONT Werbewirkungsgipfels

15.00 Ende des HORIZONT Werbewirkungsgipfels 2020

**digital
marketing
days**
HORIZONT
2020

**HORIZONT
TOTAL
VIDEO
2020**

Jetzt Ticket
sichern!

1 TICKET **2** KONGRESSE

Jetzt auch virtuell – als Live-Stream buchbar!
Alle Tickets unter: www.digitalmarketingdays.de

14./15. Oktober 2020 · Hamburg

Ein Business-Event von: **HORIZONT** **dfv** Conference
Group

mehrinhalt

für Marktforschung
und Marketing

Customer Journey verbessern | Werbe Pretest durchführen |
Touchpoints optimieren | Kundenbefragungen durchführen | Insights generieren |
PoS optimieren | Kundenbindung intensivieren | Markenforschung durchführen |
Feedback einholen | Surveys beauftragen | Markenimage verbessern |
Kundenzufriedenheitsbefragungen durchführen | Werbetracking beauftragen |
Customer Experience optimieren | Kundenfeedback einholen | Werbetests realisieren |
Kundenzufriedenheit steigern | Markenkern definieren |
Werbewirkungsforschung beauftragen

Ein Paket voll mit Lösungen zu Werbewirkung, Kundenbindung, Customer Experience und vielem mehr!
Klicken Sie sich jetzt rein und finden Sie Ihren Spezialisten der Marketing- und Marktforschung.

www.mafonavigator.de



IHRE ANSPRECHPARTNER

Teilnehmermanagement & Organisation:

Emilia Schmökel

+49 69 7595-3029

Emilia.Schmoekel@dfvcg.de

Julia Kuß

+49 69 7595-3025

Julia.Kuss@dfvcg.de

Sponsoring & Aussteller:

Robert Saran

+49 69 7595-3047

Robert.Saran@dfvcg.de

Programm HORIZONT Werbewirkungsgipfel:

Sarah Sternberger

+49 69 7595-3039

Sarah.Sternberger@dfvcg.de

Programm planung&analyse Insights:

Diana Goldbeck

+49 69 7595-3031

Diana.Goldbeck@dfvcg.de

**HORIZONT
WERBE
WIRKUNGS
G!PFEL
2020**



Ein Business-Event von:

HORIZONT **dfv** Conference
Group