

HORIZONT
WERBE
WIRKUNGS
G!PFEL
2025

WIRKUNG ENTFALTEN –
WERTE. WÄHRUNG.
PERFORMANCE.

Teilnehmerliste unter
www.werbewirkungsgipfel.de

Download-Center-Passwort:
WWG_25

BUSINESS-EVENTS VON

 #Werbewirkungsgipfel

HORIZONT  Conference
Group

1. TAG • MITTWOCH • 3. SEPTEMBER 2025

HORIZONT
WERBE
WIRKUNGS
GIPFEL
2025

MODERATION



Catrin Bialek
Mitglied der
Chefredaktion
HORIZONT



Roland Pimpl
Korrespondent
HORIZONT

10.00 ERÖFFNUNG & IMPULS DURCH DIE MODERATION

**QUALITÄT ÜBER QUANTITÄT:
DAS WERBEUMFELD MACHT DEN UNTERSCHIED!?**

10.15 KEYNOTE

**Beyond Performance: Erfolgreiches Marketing
zwischen Algorithmus und Emotion.**

Alma Lipa, CDMO, L'Oréal DACH

10.35 STUDIE

**Werbevermeidung vs. Werbeakzeptanz –
Eine Frage des Vertrauens**

Prof. Dr. Michael Fretschner, Studiengangleiter Digital Marketing
Management, NORDAKADEMIE Hochschule der Wirtschaft

10.55 STUDIE

**Audio on – Search up: Wie Audiowerbung die mentale
Verfügbarkeit stärkt und digitale Suchimpulse setzt.**

Philipp Schulte, Head of Advertising & Market Research,
RMS. Der Audiovermarkter.

11.15 HORIZONT TALK

**Bad News, Bad Impact? Mythen & Fakten
zur Werbewirkung in Nachrichtenumfeldern**

Nadja Schick, Managing Partner Partnerships,
Strategy & Responsible Media, WPP Media

Kateryna Smelyanskyy, Head of Media & Content, Nestlé Deutschland
..im Gespräch mit **Roland Pimpl**, Korrespondent, HORIZONT

11.35 HORIZONT PANEL

**Media von morgen: Nur Reichweitenmessung
oder auch Qualitätssicherung?**

Klaus-Peter Schulz, Vorstand & Co-Founder, Initiative 18;
Geschäftsführer, die Mediaagenturen

Brigitte Bayer, Senior Research Director,
GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung

Ralf Hape, CEO, ARD Media

Dr. Christian Hahn, VP – Marketing Communications & Media,
Deutsche Telekom

..im Gespräch mit **Catrin Bialek**, Mitglied der Chefredaktion, HORIZONT

12.00 NETWORKING-LUNCH-BREAK

1. TAG • MITTWOCH • 3. SEPTEMBER 2025

HORIZONT
WERBE
WIRKUNGS
GIPFEL
2025

BRANDING & PERFORMANCE: SO NUTZEN MARKEN DIE WECHSELWIRKUNGEN

13.30 IMPULS

**KI-getriebene Veränderungen und Insights
aus Marketing-Science & Praxis zu Wechselwirkungen**

Markus Caspari, Head of Performance Marketing &
Digital Consulting, dentsu

13.50 BEST CASE

Rügenwalder Mühle: From Food Brand to Soul Brand®

Emotionale Relevanz entsteht durch Wahrhaftigkeit, Klarheit und
echter Nähe zur Zielgruppe, kein Thema für Rügenwalder Mühle!

Anne-Lina Scherz, Team Head, september Strategie & Forschung
Claudia Kleyboldt, Head of Market Research and Insights Management,
Rügenwalder Mühle

14.10 IMPULS

**Werbewirkung im Blick: Messen & Steuern
über den gesamten Funnel**

Meinolf Meyer, Head of Measurement, Google

14.30 IMPULS

Schluss mit Monokampagnen:

Warum DOOH in jeden Bewegtbild-Mix gehört

Dr. Andrea Malgara, Managing Partner, Mediaplus Group

14.50 IMPULS

**DOOH als wichtiger Teil einer jeden Bewegtbildkampagne –
Operative Umsetzung anhand von Beispielen**

Dennis Grzenia, SVP Solutions Studio, Ströer Media Solutions

15.10 NETWORKING-COFFEE-BREAK

ZUKUNFT DER REICHWEITE: WERBEWÄHRUNG(EN) FÜR DIE FRAGMENTIERTE MEDIENWELT

15.45 IMPULS

**How to achieve a real 360° campaign measurement
for Reach & Frequency**

Andrea Eckes, Director Product & Communications |
Mitglied der Geschäftsleitung, reppublika

16.05 IMPULS

**Von Reichweite zur Relevanz – Eine Case Study
zur Optimierung der Mediaperformance**

Steffen Kutzner, Director Media & Creative, Kantar Deutschland

1. TAG • MITTWOCH • 3. SEPTEMBER 2025

16.25 IMPULS

Total TV Denkanstöße im Zeitalter von Smart TVs

Christian Russ, Commercial Director, DACH & FRITES, Samsung Ads

16.45 HORIZONT PANEL

Metrik der Zukunft: Wann schafft

der Werbemarkt einheitliche Messstandards?

Kerstin Niederauer-Kopf, CEO, AGF-Videoforschung

Guido Modenbach, Geschäftsführer, Seven.One Entertainment

René Lamsfuß, Chief Analytics Officer, Publicis

Michael Halleemann, Geschäftsführer, GIK

..im Gespräch mit **Roland Pimpl**, Korrespondent, HORIZONT

Award Gewinner 2024



©Thomas Fedra



17.45 PREISVERLEIHUNGEN

HORIZONT THE REAL IMPACT 2025

Laudator **Dirk Engel**, unabhängiger Markt- und Medienforscher und

planung&analyse Newcomer in der Marktforschung

Laudator **Prof. Dr. Holger Lütters**, International Marketing, Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin

18.45 NETWORKING-NIGHT

Zusammen mit HORIZONT und planung&analyse laden wir Teilnehmende, Vortragende und Partner zu einem gemeinsamen Get-together ein. Tauschen Sie sich aus und genießen Sie den Abend mit Branchen-Expert:innen bei guten Drinks und leckerem Essen.

2. TAG • DONNERSTAG • 4. SEPTEMBER 2025

HORIZONT
WERBE
WIRKUNGS
GIPFEL
2025

MODERATION



Catrin Bialek
Mitglied der
Chefredaktion
HORIZONT



Roland Pimpl
Korrespondent
HORIZONT

9.30 ERÖFFNUNG & BEGRÜSSUNG DURCH DIE MODERATION

KI ALS CHANCE: WIE PUSHEN ALGORITHMEN DIE WERBEWIRKUNG?

9.40 KEYNOTE

Synergie Mensch und Maschine:

Augmentierte Markenintelligenz durch KI

Carsten Baumgarth, Hochschule für Wirtschaft und Recht, Berlin

10.00 BEST CASE

**Keine Daten, kein Erfolg: KI braucht User-Intent
Daten zur Optimierung der Werbewirkung!**

Thomas Lohr, CEO, Spoods

10.20 BEST CASE

**Mit Predictive AI zum Creative-Erfolg:
eBay steigert die Werbewirksamkeit**

Christiane Quaas, Senior Manager Campaign Insights DE, ebay
Dr. Dirk Held, Co-Founder & CSO, Brainsuite

10.40 TALK

**Media im Maschinenraum: Wie AI, Transparenz
und Fragmentierung die Regeln neu schreiben**

Jan Altmeyer, Chief Transformation Officer, Havas Media Germany
Robin Scharlau, Senior Director, Business Development, The Trade Desk
..im Gespräch mit **Roland Pimpl**, Korrespondent, HORIZONT

11.00 NETWORKING-COFFEE-BREAK

2. TAG • DONNERSTAG • 4. SEPTEMBER 2025

SPOTLIGHTS: KREATION & GENERATION

11.30 STUDIE

50 plus – und Schluss? Wieso ein differenzierter Blick auf diese wichtige Zielgruppe überfällig ist

Ines Imdahl, Gründerin und Inhaberin, Rheingold Salon

12.00 TALK

Marketing Effectiveness:

Relevanz im Zeitalter massiver Überkomplexität

Liane Siebenhaar, Chief Effectiveness Officer DACH, Scholz & Friends und GWA-Vorstand

Giuseppe Fiordispina, Marketing Director, Seat & CUPRA Deutschland und OWM-Vorstand

..im Gespräch mit **Catrin Bialek**, Mitglied der Chefredaktion, HORIZONT

RETAIL MEDIA: HÄLT DAS ERFOLGSVERSPRECHEN FÜR MARKEN UND HÄNDLER?

12.20 STUDIE

Was leisten TV, digitale Prospekte & Co in der Angebotswerbung?

Aggregierte Insights aus 20+ Media-Mix-Modellen für den Einzelhandel, die man nicht wegschmeißen sollte.

Andre Bohnet, Vice President Client Strategy, bonial

Prof. Dr. Alexander Preuß, Managing Partner, bynd

12.40 BEST CASE

Nähe, die wirkt – Retail Media Drive to Store Marketing: datenbasiert, messbar und überraschend effizient.

Marcus Libionka, Strategic Partnerships & Media Agencies Director, Shopfully
Gabriela Fröhlich-Pulm, Brand Business Director & Marketing Director North Europe, NUR DIE

13.00 HORIZONT PANEL

Daten, Deals, Dominanz: Retail Media 2025 im Spannungsfeld

Götz Trillhaas, Country Director, PayPal Ads Germany

Julika Podracki, Head of Media & Digital Marketing, Rügenwalder Mühle
...im Gespräch mit **Catrin Bialek**, Mitglied der Chefredaktion, HORIZONT

13.30 NETWORKING-LUNCH-BREAK

2. TAG • DONNERSTAG • 4. SEPTEMBER 2025

NEW STORYTELLING: EMOTIONEN UND IHRE WIRKUNG IN SOCIAL MEDIA

14.30 KEYNOTE

Talkability in Campaigns:

How to cut through the noise im Social Universum

Nils Seger, Managing Director & Co-Founder, RCKT

14.45 BEST CASE

**Brand Uplift done right. Mit nativem Influencer Marketing
in finsurance erfolgreich sein.**

Jan Dallwig, Head of Brand & Marketing, Generali

Claudia Verena Wolffgardt, Managing Partner, dentsu X

15.05 IMPULS

Social Media: Ganz großes Kino!

Holger Schmidt, Deputy Director National Sales, Weischer.Cinema

John Schmidt, Head of Sales Programmatic Cinema, Weischer.Cinema

15.25 IMPULS

CGI – Vom Wow-Effekt zur Wirkung

Ronald Horstman, Founder, DEPARTD

Meret Hoeren, Brand Partnerships Managerin, DEPARTD

15.45 CLOSING & RECAP DURCH DIE MODERATION

Catrin Bialek, Mitglied der Chefredaktion, HORIZONT

Roland Pimpl, Korrespondent, HORIZONT

Ende des HORIZONT Werbewirkungsgipfels 2025

KONTAKT

Teilnehmermanagement & Organisation



Charlotte Broll

+49 69 7595-3026

Charlotte.Broll@dfvcg.de



Sabrina Teichmann

+49 69 7595-3019

Sabrina.Teichmann@dfvcg.de

Sponsoring & Aussteller



Robert Saran

+49 69 7595-3047

Robert.Saran@dfvcg.de

Programm HORIZONT Werbewirkungsgipfel



David Pfeiffer

+49 69 7595-3034

David.Pfeiffer@dfvcg.de

Programm planung&analyse Insights



Diana Goldbeck

+49 69 7595-3031

Diana.Goldbeck@dfvcg.de

HORIZONT
WERBE
WIRKUNGS
G!PFEL
2025



EIN BUSINESS-EVENT VON

HORIZONT

planung&analyse

dfv Conference
Group