



**2-tägiger W&V Crashkurs  
München/Hamburg**

# Crashkurs Mediaplanung



## **Themenschwerpunkte**

- Einführung in die strategische Mediaplanung – vom Briefing über die Medienauswahl bis zur Erfolgskontrolle
- Wichtige Leistungsdaten rund um Affinitäten und Impressions
- Bewegtbild in der Planung – wo geht die Reise hin?
- Eingliederung von Print heute und morgen
- Besonderheiten von Social Media im Kaufentscheidungsprozess
- Innovative Online-Werbung fernab vom eindimensionalen Banner
- Digitalisierung von Out-of-Home
- Best Case einer 360° Media-Kampagne

## Craskurs Tag I

# AGENDA

08:00	<b>Ankommen &amp; Einlass</b>		
08:30	<b>Begrüßung &amp; Kennenlernen</b>		
09:00	<b>Der Werkzeugkasten der strategischen Mediaplanung</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Die wichtigsten Leistungsdaten und was sie tatsächlich bedeuten – von Affinitäten über Nettoreichweite bis Impressions</li><li>• Die richtigen Fragen stellen: Zusammenhänge und Ableitungen von GRP, OTS, TKP &amp; Co.</li><li>• Forschungsgrundlagen und alternative Datenquellen zur Ermittlung von Zielgruppen-segmenten und Reichweiten</li></ul> <p><u>Referentin in Hamburg:</u> Gesche Remitz, selbständige Mediaberatung</p> <p><u>Referent in München:</u> Ulrich Bellieno, Geschäftsführer Bellieno Consulting</p>		
10:30	<b>Kaffeepause</b>	14:45	<b>Kaffeepause</b>
10:45	<b>Von der Marketing- zur Mediastrategie</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Der strategische Planungsprozess vom Media-Briefing über Zielgruppenableitungen und Medienauswahl bis zur Erfolgskontrolle</li><li>• Die Briefing-Checklist für eine gezielte Prozess-Steuerung</li></ul> <p><u>Referentin in Hamburg:</u> Gesche Remitz, selbständige Mediaberatung</p> <p><u>Referent in München:</u> Ulrich Bellieno, Geschäftsführer Bellieno Consulting</p>	15:30	<b>The Future of Print</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Print heute und morgen: Wie sich das Medium durch die Digitalisierung verändert</li><li>• Neue Formate, neue Daten – wirkungsvolle Lösungen für die Werbungtreibenden</li><li>• Die wichtigsten To-dos für die crossmediale Planung</li><li>• Best Case: Wie Print im großen Kommunikations-Orchester erfolgreich mitspielt</li></ul> <p><u>Referentin in Hamburg:</u> Kerstin Kriebel, Geschäftsleiterin Mediaplus in Hamburg</p> <p><u>Referent in München:</u> Dr. Andrea Malgara, Geschäftsführer Mediaplus Gruppe</p>
12:15	<b>Mittagspause</b>	16:30	<b>Kaffeepause</b>
13:15	<b>TV 2.0: Bewegtbild in der Planung</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Netflix, Amazon Prime &amp; Co: Die aktuellen Trends in der Bewegtbildnutzung</li><li>• Die Zukunft der klassischen TV-Werbung – wo geht die Reise hin?</li><li>• Von Addressable TV bis Online Video: Optionen in der Planung und Beispiele der Umsetzung</li></ul>	16:45	<b>Out-of-Home wird digital: Customer Journey outdoor</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Die Plakatwelt: Medien rund um den Tag</li><li>• Die wichtigsten Player und Produkte</li><li>• DOOH: Markt, Medien, Tools und Technologien</li><li>• Media-Tools und Arbeitsabläufe: Planung, Mikro- und Geomarketing, Selektion und Optimierung</li><li>• Research: Die wichtigsten Leistungsdaten und Forschungsinstrument</li></ul> <p>Udo Schendel, Geschäftsführer Jost von Brandis</p>
		18:30	Stay together & Abendessen

## Craskurs Tag II

# AGENDA

08:30	<b>Ankommen &amp; Kaffee</b>		
08:45	<b>Das Banner war gestern: Innovative Online-Werbung</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Von der Marketingstrategie zur Online-Planung</li><li>• Die Media-Trickkiste Online: Von Branding bis Abverkauf</li><li>• Ein Blick auf die Leistungsdaten: Hard Facts aus dem Netz – nur welche?</li><li>• Best Cases: So kreativ kann Online sein</li><li>• Datenschutz: Was bringt die ePrivacy-Richtlinie?</li></ul> <p><u>Referent in München:</u> Stephan Rau, Managing Partner OMD München</p> <p><u>Referent in Hamburg:</u> Christoph Lindenberg, Director Digital Strategy OMD Hamburg</p>		<ul style="list-style-type: none"><li>• Was kommt, was geht?</li><li>• Was Social Media im Kaufentscheidungsprozess auslösen kann</li><li>• Next Steps: Kanäle, Redaktion, Community-Management</li><li>• Social Media Daily Business: Immer das Ohr an der Community</li><li>• Social Media Kampagnen: Was funktioniert, was scheitert</li><li>• Blogger Relation und Influencer Marketing: Wie mächtig sind Bibi &amp; Co.?</li><li>• Nicht zu unterschätzen: Virales Potential</li></ul> <p>Johst Klems, Geschäftsführer earnesto</p>
10:15	<b>Kaffeepause</b>	14:30	<b>Kaffeepause</b>
10:30	<b>Media im Programmatic-Zeitalter Automatisiert, datenbasiert, individualisiert: Programmatic Advertising – Die Zukunft des Mediageschäfts?!</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Starterkit: Definition, Ökosystem und Funktionsweise von Programmatic Advertising</li><li>• Hot or not: Welche Chancen bietet Programmatic Advertising den Werbungtreibenden</li></ul> <p>Joachim Schneidmadl, Mitglied des Advisory Board virtual minds AG</p>	14:45	<b>Best Case: 360° Mediakampagne Wie die Bundeswehr die Generation Z in ihren eigenen Kanälen für Werbung begeistert. Wie entsteht eine 360° Kampagne und bleibt über Jahre vom Erfolg gekrönt?</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kollaboration: wie die enge Zusammenarbeit zwischen Media &amp; Kreation die Kampagnenleistung optimiert</li><li>• Digitale Transformation: wie sich ein Mediamix für das gleiche Ziel im Lauf der Zeit verändert</li><li>• Immersive Planung: Wie Content, Storytelling und neue Medialkanäle das große Ganze ergeben</li></ul> <p>Andrea Schroeder, Unit Direktorin CROSSMEDIA GmbH Standort Düsseldorf</p>
12:00	<b>Mittagspause</b>		
13:00	<b>Von Twitter bis Snapchat – Social Media in der Planung</b>	16:30	<b>Ende &amp; Heimweg</b>