

experience^{DAY}

BRAND. JOURNALISM. COMMUNITY.

29. September 2026

RheinRiff, Düsseldorf

Ein Business-Event von

MVFP
Medienverband
der freien Presse

PUBLIKUMSMEDIEN



MVFP und Deutschlands größte Zeitschriftenverlage
und Vermarkter laden ein:



axel springer _



BCN.

B&M
MARKETING ■

CONDÉ NAST
GERMANY



DER SPIEGEL

DEUTSCHE
MEDIEN
MANUFAKTUR
Verlagsgruppe

dfv' Mediengruppe

FOUNDRY

Frankfurter Allgemeine

heise medien

Hubert Burda Media

iq media

JAHRES
ZEITEN
VERLAG



KLAMBT



REPUBLIC
Frankfurter Allgemeine | Süddeutsche Zeitung



RTL

story
house
EGMONT

WORT
& BILD
VERLAG

Wir danken unserem Partner:



HERZLICH WILLKOMMEN ZUM EXPERIENCE DAY 2026



Nach der erfolgreichen Premiere im vergangenen Jahr geht der experience day in die zweite Runde. Unter dem Leitmotiv „Brand. Journalism. Community.“ bringen die Publikumsmedien im Medienverband der freien Presse (MVFP) erneut Entscheiderinnen und Entscheider von Werbungtreibenden, Mediaagenturen und Medienhäusern zusammen, um über die Fragen zu sprechen, die unsere Branche bewegen: Wie behaupten sich starke Marken in einer fragmentierten Medienwelt? Welche Rolle spielen journalistische Medien für Aufmerksamkeit, Vertrauen und Werbewirkung? Und wie verändert künstliche Intelligenz das Zusammenspiel von Medien und Marken?

In Keynotes, Panels und Diskussionen nimmt der experience day diese Themen aus unterschiedlichen Perspektiven in den Blick. Im Fokus stehen der Einfluss von KI und Big Tech auf die Zukunft des Media-Business sowie die Frage, weshalb Vertrauen, Emotionen und journalistische Qualität für Marken und Gesellschaft gleichermaßen an Bedeutung gewinnen. Deutlich wird dabei immer wieder die besondere Stärke journalistischer Medien: Sie schaffen Orientierung, verlässliche Umfelder und die Aufmerksamkeit, die starke Marken brauchen.

Neben den inhaltlichen Impulsen geht es um den direkten Austausch über aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen sowie darum, gemeinsam nach vorn zu blicken. Der experience day soll Sie, die relevanten Entscheiderinnen und Entscheider der Branche, miteinander ins Gespräch bringen. Denn die Zukunft von Markenkommunikation und Medien lässt sich am besten mit denjenigen gestalten, die sie prägen.

Mit dem experience day schaffen die Publikumsmedien im MVFP dafür einen Ort des Austauschs und der Begegnung. Wir freuen uns sehr, dass Sie heute in Düsseldorf dabei sind.



THOMAS HASS

Vorsitzender der Geschäftsführung,
SPIEGEL-Verlag,
Vorstandssprecher der
Fachvertretung Publikumsmedien
im MVFP

SERVICE



NETZWERKNAME

RheinRiff-Gast

PASSWORT

EndlessSummer



Online-Programm



Feedback-Umfrage

MODERATION

Tanit Koch, Journalistin & Moderatorin,
Autorin des FOCUS Briefing

Roland Eisenbrand, Chefredakteur, OMR



10.00

ERÖFFNUNG

Lars Joachim Rose, Vorstandsvorsitzender
MVFP und Verleger, Mediengruppe Klambt

X DIE NEUE WELTORDNUNG

10.15 **KEYNOTE**

Die neue Weltordnung:

Was KI und Big Tech für Gesellschaft
und Europa bedeuten

Carsten Knop, Herausgeber,
Frankfurter Allgemeine Zeitung (F.A.Z.)



KI, WIE GEHEN WIR IN EUROPA MIT DEM SUPER-INVEST UM?

10.45 **KEYNOTE**

Wie künstliche Intelligenz die Marktwirtschaft herausfordert

Prof. Dr. Markus Gabriel, Philosoph & Autor,
Professor an der Universität Bonn



11.25 NETWORKING-COFFEE-BREAK

BUSINESS INTELLIGENCE UND NEUE LOGIKEN IM MARKT

12.00 **IMPULS**

Brand Drives Business: Wie Markenkommuni- kation messbaren Business Impact generiert



Michael Jäschke
Media Effectiveness Lead
Google

Rolf Theunissen
Co-Founder & Managing
Director, Stratum Global

MODERATION
Juliane Paperlein
freie Redakteurin

12.30 **PANEL**

**Neue Logik im
Media-Business:**
Status Quo, Vertrauen
und was die Branche
jetzt verändern muss



Manfred Kluge
Co-Founder Initiative18
und Chairman,
Omnicom Media Group



Nadja Schick
Managing Partner
Responsible Media,
WPP Media



**Prof. Dr.
Lisa-Charlotte Wolter**
Head of IU Research Center for
Sustainable Media & Marketing,
Value Media



**MODERATION
Tanit Koch**
Journalistin & Moderatorin,
Autorin des FOCUS Briefing

13.00 NETWORKING-LUNCH-BREAK

WERBEWIRKUNGSFORSCHUNG UND DIE VERMESSUNG DES VERTRAUENS

14.30 **META-STUDIE**

Die Evidenz: Erkenntnisse
aus 30 Jahren globaler
Werbewirkungsforschung
von Print



Tatjana Damgaard
Vice President DTA
WPP Media Germany



PD Dr. habil. Tino G. K. Meitz
CEO, EMPYRICA

15.00

Wirklich alles anders? Die Vermessung des Vertrauens



IMPULS

Prof. Dr. Oliver Errichiello

Professor für Markensoziologie und
Markenmanagement, Universität
Hamburg und an den Hochschulen
Luzern und Bremen

TALK

**Ein Gespräch über Brand
Experience, Markensoziologie
und die Erfolgslogik in
komplexen Systemen.**

Prof. Dr. Oliver Errichiello

Olaf Hartmann, Acting Partner, Multisense Institut

MARKETINGFAKTEN, DIE MAN WISSEN MUSS

15.40 **KEYNOTE**

What do Modern German Marketers miss about Marketing?

Mark Ritson, Marketing & branding expert with
worldwide recognition in his field and Founder,
MiniMBA, Australien – Top 3 Marketing-Guru



16.20 NETWORKING-LUNCH-BREAK

JOURNALISMUS IM KI-ZEITALTER: WARUM EMOTIONEN ZÄHLEN!

17.00 CLOSING INTERVIEW

Unverzichtbar menschlich:
Warum Emotionen und Journalismus
auch im KI-Zeitalter zählen

Jan Fleischhauer, Journalist, Kolumnist und Autor
im Gespräch mit **Roland Eisenbrand**,
Chefredakteur, OMR



17.30 CLOSING

Tanit Koch, Journalistin & Moderatorin,
Autorin des FOCUS Briefing

Roland Eisenbrand
Chefredakteur, OMR

ab 17.45 experience night

Wir begrüßen alle Teilnehmenden und Vortragenden des experience day 2026 zum Get-together im RheinRiff in Düsseldorf. Lassen Sie sich kulinarisch aus den feinsten Sterneküchen in Düsseldorf verwöhnen:

Timo Fritsche, Küchenchef des **LA VIE by thomas bühner in Düsseldorf**. Erst Mitte Juni 2025 wurde das Restaurant mit einem Stern ausgezeichnet.

Julia Komp ist 2016 zu Deutschlands jüngster Sterneköchin, 2020 zur Köchin des Jahres gewählt worden. Ihr Erfolgsrezept sind Leidenschaft und ein wunderbares Gespür für Aromen. Julia ist eine echte Weltreisende und bringt Frauenpower in die Gastronomie. Sie ist die Starköchin im **Sahila – The Restaurant** in Köln.

Nutzen Sie die Gelegenheit zum Austausch mit bereits bestehenden Kontakten und mit neuen Gesprächspartnern.

Ungeteilte
Aufmerksamkeit
schaffen.
Nicht nur
Reichweite.



Bewusst lesen.
Besser erinnern.
Stärker wirken.

VER ANT WOR TUNG

STOP THE SCROLL. START THE FOCUS.

Wann haben Sie zuletzt wirklich gelesen – ohne parallel zu scrollen, zu tippen oder zu wischen?
An diesem Stand erleben Sie den Unterschied zwischen echter Aufmerksamkeit und flüchtiger Reichweite. Interaktiv, direkt und mit überraschenden Zahlen:

79%

Print-Leserinnen und -Leser lesen konzentrierter als bei anderen Medien.

68%

der Print-Leserinnen und -Leser vergessen beim Lesen die Zeit.

86%

der Print-Leserinnen und -Leser lesen ohne Ablenkung.

Testen Sie sich selbst und entdecken Sie, was Publisher-Medien leisten, was kein Algorithmus ersetzen kann: bewusste, fokussierte Aufmerksamkeit.

VIEL FALT

TRUST CAN'T BE TARGETED.

Vertrauen lässt sich nicht buchen. Es entsteht dort, wo Inhalte glaubwürdig sind – und wo Marken in einem Umfeld erscheinen, das für Qualität steht.

Macht ein journalistisches Newsumfeld eine Marke stärker oder schwächer? Die Antwort überrascht viele – und die Forschung ist eindeutig. Testen Sie Ihr Wissen in unserem interaktiven **Trust-Quiz** und erfahren Sie, warum Brand Safety kein Hygienefaktor ist, sondern ein entscheidender Wettbewerbsvorteil.

**Kreative
Lösungen,**
die Marken
erlebbar
machen.



Formate.
Ideen.
Erlebnisse.
Wirkung.

VER LÄSS LICH KEIT

Vertrauen

entsteht durch
hochwertige
Inhalte.



Glaubwürdig.
Sicher.
Wirksam.

Ideas become Campaigns.

Publisher verkaufen keine Seiten – sie entwickeln
Markenlösungen.

Anfassen, aufklappen, durchblättern und ausprobieren: Gatefolder, Banderolen, Ad Specials, Produktproben, crossmediale Kampagnen und QR-Lösungen zeigen, wie weit journalistische Publisher-Medien heute gedacht werden können. Keine Präsentation, kein Pitch, sondern echte Exponate, die beweisen, dass kreative Vielfalt und messbare Wirkung kein Widerspruch sind.

Ein Premi auf Tour



Heute auf einem Bein. Morgen im Mediamix.

Manche Gäste erkennt man an ihrem Gepäck. Unser Flamingo ist waschechter Weltenbummler – sein Kofferanhänger verrät, wo er schon überall war: Erste Station Screenforce Days, dem Klassentreffen der TV-Branche, wo er mitten im Reality-TV-Fokus am RTL Stand für Aufsehen sorgte.

Doch ein Flamingo dieses Formats bleibt nicht lange an einem Ort – er zieht weiter, dahin, wo die nächste große Bühne wartet. Jetzt hat er beim experience day eingchecked, dem Hotspot für Crossmedia. Sein Gepäck wächst mit jeder Station – und erzählt so ganz nebenbei, wohin sich die Reise der Branche gerade bewegt: von TV zu Crossmedia, von einem Highlight zum nächsten.

ERLEBEN. VERSTEHEN. WIRKEN.



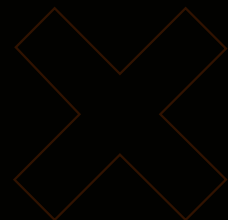
Studie



Die spannendsten Erkenntnisse
der aktuellen Werbewirkungsstudie
warten auf Sie.

WERBUNG, die wirkt. FAKTEN, die überzeugen.

Quizzten Sie
sich schlau!



JETZT DIE VIELFALT ENTDECKEN!

Schnappen Sie sich eine unserer Taschen mit jeder Menge Platz für Ihre Lieblingsmagazine. Unsere Magazinauslage finden Sie am Haupteingang.

Bedienen ist ausdrücklich gewünscht!



The background of the entire image is a light blue network pattern. It consists of numerous small, light blue circular nodes connected by thin, light blue lines, creating a web-like structure that fills the entire frame.

MVFP

**Medienverband
der freien Presse**

PUBLIKUMSMEDIEN

**FÜR EINE
STARKE UND
FREIE PRESSE**

experience

Brand. Journalism. Community.

DAY

KONTAKT



Arne Bergmann

Geschäftsführer Jahreszeiten Verlag &
Sprecher des Arbeitskreises
Vermarktung des MVFP
arne.bergmann@jalag.de
T +49 151 14 05 99 28



Anja Visscher

Geschäftsführerin iq media marketing &
Sprecherin des Arbeitskreises
Vermarktung des MVFP
anja.visscher@iqm.de
T +49 160 4 88 47 16



Lutz Drüge

Geschäftsführer Fachvertretung
Die Publikumsmedien im MVFP
lutz.druege@mvfp.de
T +49 30 726 298 150

MVFP
Medienverband
der freien Presse

PUBLIKUMSMEDIEN

VERMARKTER IM ARBEITSKREIS VERMARKTUNG

Ad Alliance

Arne Zimmer
arne.zimmer@ad-alliance.de

BCN Brand Community Network

Susanne Müller
susanne.mueller@bcn.group

B&M Marketing

Benjamin Schweppe
benjamin.schweppe@bm-marketing.net

iq media marketing

Anja Visscher
anja.visscher@iqm.de

REPUBLIC

Ingo Müller
i.mueller@republic.de

VERLAGE IM ARBEITSKREIS VERMARKTUNG

Axel Springer Deutschland

Stephan Fritz
stephan.fritz@axelspringer.com

Egmont Ehapa Media

Jörg Risken
j.risken@egmont.de

Motor Presse Stuttgart

Markus Eiberger
meiberger@motorpresse.de

Bauer Media Group

Daniela Henning
daniela.henning@bauermedia.com

Frankfurter Allgemeine Zeitung (F.A.Z.)

Volker Breid
v.breid@faz.de

Ringier Medien Schweiz

Thomas Passen
thomas.passen@ringier.ch

BurdaVerlag Publishing

Nadia Pappert
nadia.pappert@burda.com

heise medien

Jörg Mühle
jmu@heise.de

RTL Deutschland / Gruner + Jahr

Arne Zimmer
arne.zimmer@ad-alliance.de

dfv Mediengruppe

Sven Wirth
sven.wirth@dfv.de

Jahreszeiten Verlag

Arne Bergmann
arne.bergmann@jalag.de

Spiegel-Verlag

Britta Ermrich
britta.ermrich@spiegel.de

Condé Nast Verlag

Maik Homeyer
maik.homeyer@condenast.de

Klambt / Delius Klasing

Jan Magatzki
jan.magatzki@klambt.de

Wort & Bild Verlag

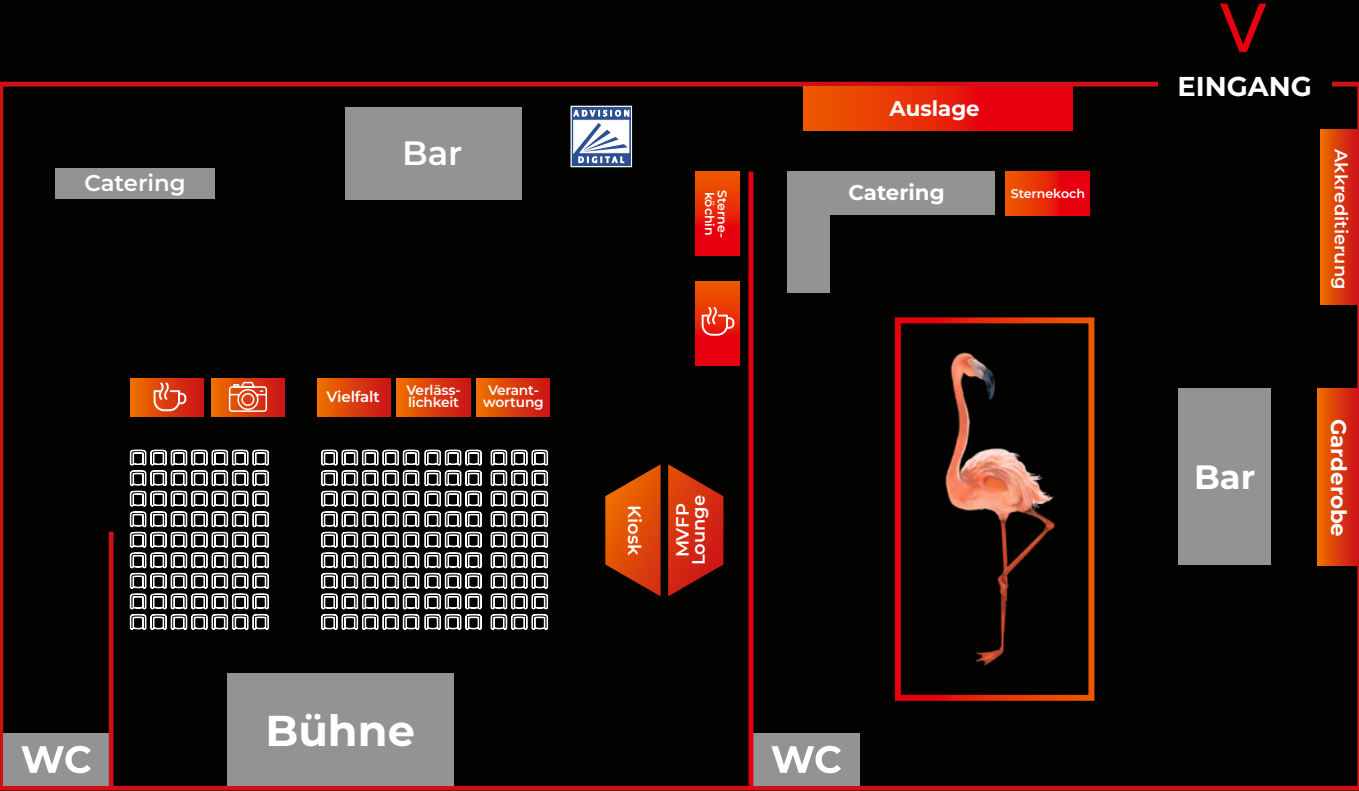
Ronja Böhlke
r.boehlke@720health.media

Landkraft Media |

Deutsche Medien Manufaktur

Tanja Pfisterer-Lang
tanja.pfisterer-lang@landkraft.de

LAGEPLAN



experience
Brand. Journalism. Community.

DAY

Ein Business-Event von

MVFP
Medienverband
der freien Presse

PUBLIKUMSMEDIEN