

30.07.2015 11:43 CEST

Das Programm steht: dmexco Conference 2015 verbindet die Welten der Digiconomy

#dmexco #conference #2015 #programm

Die wichtigsten Trends, Innovationen und Köpfe der globalen Digitalwirtschaft – und darüber hinaus – vereint das dmexco Conference Programm 2015: Unter dem diesjährigen Motto „Bridging Worlds“ sorgen über 500 internationale Persönlichkeiten für mehr als 200 Stunden Programm auf sechs Bühnen. Das komplette Programm der dmexco Conference 2015 findet sich ab sofort unter <http://dmexco.de/Conference2015>. Fachbesucher registrieren sich noch bis zum 17. August kostenfrei für die dmexco 2015 unter www.dmexco.de/tickets.

Köln, 30. Juli 2015 - Größer, vielfältiger, besser: Die Anzahl der Brands, die Bandbreite der Themen und das Niveau der Speaker der dmexco Conference toppen erneut die vergangenen Jahre. Im hochkarätig besetzten Programm der dmexco Conference 2015 führen die wichtigsten Vordenker und Visionäre aus der gesamten Welt der Marketing-, Media- und Werbewirtschaft auf sechs Bühnen sämtliche Themenwelten der Digiconomy an einem Ort zusammen. Einen Schwerpunkt bildet das immer wichtiger werdende Thema „Internet of Things“, erlebbar in den zahlreichen Sessions der dmexco Conference. So zum Beispiel beim globalen Summit „Bridging Worlds: Finding the way to the consumer“, in dem u.a. führende Köpfe wie Babs Rangaiah (Unilever), Troy Ruhanen (TBWA Worldwide) oder Jacki Kelley (Bloomberg Media) die innovativen Optionen der Konsumentenansprache ins Visier nehmen. Welche Möglichkeiten es schon heute gibt, um in diese neuen Dimensionen des „Connected Life“ vorzustößen, erläutert Raja Rajamannar (MasterCard) in seiner Keynote „Connecting with the Connected Consumer“ – oder auch die

Session „World of Experience: The Internet of Marketing Things“. In der „Master Class: Disruptive Business, Reinvent Marketing and Value Creation?“ diskutieren Georg Rötzer (Samsung) und Dr. Michael Trautmann (thjnk) neue Marketingstrategien im Zeitalter disruptiver Geschäftsmodelle.

Effiziente Strategien für digitale Herausforderungen

Erste Strategien und Lösungsansätze auf dem Weg in eine neue digitale Ära aus Sicht des weltweit führenden Agentur-Netzwerks wird u. a. Martin Sorrell (WPP) in seiner mit Spannung erwarteten Opening Keynote am ersten dmexco Tag präsentieren. Anschließend diskutieren Gabor Steingart (Handelsblatt) und Thomas Ebeling (ProSiebenSat.1 Media) wie sich Medienhäuser heute aufstellen müssen.

Auf dem Weg zur digitalen Transformation

Wie Marken den Prozess der digitalen Transformation am effizientesten bewältigen, beleuchtet das Panel „Under Pressure: Transforming Brands into Digital“ u.a. mit Markus Haas (Telefonica), Marc Opelt (Otto) und Thomas Strerath (Jung von Matt). Geballte Frauenpower in Sachen digitaler Transformation verspricht „The Women’s Leadership Table“, an dem die weibliche Branchengrößen Sarah Mansfield (Unilever), Nicola Mendelsohn (Facebook) und Nikki Mendonca (OMD) zu „Diversity, New Leadership & New Talents“ diskutieren. Die dmexco bereichern als weitere „Leading Women“ u.a. Béatrice Guillaume-Grabisch (Nestlé), Dao Nguyen (Buzzfeed), Deirdre McGlashan (Mediacom), Jessica Federer (Bayer) und die Business-Globetrotterin Alisée de Tonnac (Seedstars World).

Kreation, Content und Storytelling machen den Unterschied

Amy Cole (Instagram) präsentiert in ihrer Keynote „Opening News: Instagram to announce – The next steps for Advertising“ exklusive News. Vor allem relevanter Content entwickelt sich zu einem zentralen Erfolgsfaktor digitaler Kommunikation. Wie die Unternehmen hier die richtigen Weichen für die Zukunft stellen, diskutieren u.a. Mark Read (Wunderman), Lisa Utzschneider (Yahoo) und der frühere Procter & Gamble CMO Jim Stengel (The Jim Stengel Company) im Panel „Visions of Leaders: The Content Revolution“.

Gipfeltreffen der Agentur-Netzwerke

Neben Sir Martin Sorrell, Mark Read, Michael Trautmann, Troy Ruhanen und Jonathan Nelson sind weitere globale Chefs der wichtigsten Agentur-Netzwerke wie Yannick Bolloré (Havas), Steve King (ZenithOptimedia), Henry Tajer (IPG Mediabrands), Nigel Morris (Dentsu Aegis) und Laura Desmond

(Starcom MediaVest) mit ihren Teams vor Ort und berichten über zukunftsweisende Visionen und Strategien aus der internationalen Agenturlandschaft.

Video Broadcasting: Das neue TV?

Wer im digitalen Bereich über Content spricht, kommt an Bewegtbild-Inhalten nicht vorbei. Hierzu diskutieren u.a. Jimmy Maymann (Huffington Post), Erin McPherson (Maker Studio), Debbie Weinstein (Google) Shahrzad Rafati (BroadbandTV) oder Jim Egan (BBC Global News) in verschiedenen Sessions („The Game Changer Debate: TV everywhere?“, „The Broadcast Future: Navigating the Advanced TV Space“). Inwiefern Broadcaster und Start-ups voneinander profitieren, zeigen ProSiebenSat.1 Media, TF1, Chanel 4 sowie die Start-ups Amorelie und Jawbone in „Starting up: A Media Alliance for enhancing digital synergies“.

Visionäre: Unternehmer, Gründer, Vordenker

Die Digiconomy bietet vor allem eines: Platz für neue Ideen, individuelle Projekte und neuartiges Denken. Einen aktuellen Überblick geben der Vordenker Terence Kawaja (Luma Partners) im Outlook-Special „State of the Digital Union“. Weitere spannende Strategien sind von Michael Kassan zu erwarten, der mit MediaLink einen komplett neuen Ansatz verfolgt. Die „#TheMonetizationStory“ diskutieren die Top-Entscheider Adam Bain (Twitter) und John Battelle (NewCo).

Im Fokus: (E-)Commerce

Spannende Einblicke in China's E-Commerce gewährt Kate Kui von JD.com: Im Fireside-Chat spricht sie darüber wie JD.com international reüssieren möchte. Was der Siegeszug des E-Commerce für den stationären Handel bedeutet und wie er sich mit digitalen Technologien für die Zukunft rüsten sollte, klären u.a. Martin Wild (Media-Saturn-Holding) und Dr. Jean-Jacques van Oosten (Rewe) im hochkarätig besetzten „Shopping Summit“.

Da geht's lang: Visionen für eine digitale Zukunft

Zeit für frische visionäre Ideen der innovativsten Medienmacher und Agenturenentscheider wird es beim „The National Summit: The Media Owner of the Future“. Renommierete Branchenvertreter wie Tina Beuchler (OWM), Zoja Paskaljevic (Dentsu Aegis), Lars Lehne (Google), Donata Hopfen (Axel Springer) und Torsten Ahlers (Otto Group Media) diskutieren hier, wem in Zukunft die Medien „gehören“. Kurzweilig inszenieren AOL's Shingy (David Shing) und Jonathan Nelson (Omnicom) den Showdown „Preaching (no)

Innovations“. Am Ende des zweiten Tags schließen traditionell führende „Evangelisten“ wie David Hayes (Tumblr) und Jeremy Tai Abbett (Google) in der „The Prophet Session“ mit ihren Vorhersagen für die digitale Zukunft das Programm ab.

Christian Muche und Frank Schneider, beide dmexco: „Auch wenn Eigenlob stinkt, müssen wir dennoch unserem gesamten Team ein besonders großes Lob aussprechen. Was im Conference Programm 2015 auf die Beine gestellt wurde, ist für die digitale Wirtschaft einmalig. Wir sind davon überzeugt: Wirtschaftliche Erfolge werden künftig immer entscheidender davon abhängen, ob Unternehmen reale und virtuelle, digitale und analoge Welten miteinander verbinden und die Brücke zum Konsumenten von morgen schlagen können. Wie sie das am besten anstellen, erfahren sie auf der dmexco Conference 2015! Mit einer geballten Präsenz der weltweiten Entscheider-Elite und einem einzigartigen Brückenschlag zwischen allen relevanten Themen und Bereichen der digitalen Wertschöpfungskette setzt das diesjährige Conference Programm neue Maßstäbe. Hier erhalten Unternehmen alle notwendigen Impulse, Erkenntnisse und Strategien, um erfolgreich in eine neue digitale Ära durchstarten zu können.“

Das komplette Programm der dmexco Conference 2015 ist ab sofort online abrufbar unter <http://dmexco.de/Conference2015>. Interessierte Entscheider aus der Marketing-, Technologie-, Kreativ- und Medienbranche können sich ihre kostenfreien dmexco Tickets noch bis zum 17. August unter www.dmexco.de/tickets sichern. Danach startet das mehrstufige Ticketpreis-Modell.

Vorschlag für Twitter

Das #Programm steht: #dmexco #Conference #2015 verbindet alle Welten der #Digiconomy <http://dmexco.de/Conference2015>

Vorschlag für Facebook

Das #Programm steht: Unter dem diesjährigen dmexco Motto „Bridging Worlds“ bringt das Programm der #dmexco #Conference #2015 alle wichtigen Köpfe und Themenwelten der globalen #Digiconomy an nur einem Ort zusammen. Mit über 500 internationalen Top-Speakern und mehr als 200 Stunden Programm auf sechs Bühnen unterstützt die dmexco Conference alle Unternehmen auf dem Weg in eine neue digitale Ära. Das komplette Programm der dmexco Conference 2015 findet sich ab sofort unter <http://dmexco.de/Conference2015>. Fachbesucher registrieren sich noch bis

zum 17. August kostenfrei für die dmexco 2015 unter www.dmexco.de/tickets

Über #dmexco

Die dmexco ist die weltweite Leitmesse und Konferenz für die digitale Wirtschaft. Als einzigartige Kombination aus Messe und Konferenz steht die dmexco für innovative und zukunftsweisende Entwicklungen und Trends im Zentrum einer neuen digitalen Ökonomie: der Digiconomy. Mit einem Fokus auf Marketing, Media, Werbung, Technologie und das Internet of Things ist die dmexco die globale Plattform für einen effektiven Wissenstransfer und direkte Geschäftsabschlüsse. In vielfältigen Formaten bietet sie die größte Auswahl an aktuellen Wirtschaftstrends, Wachstumsstrategien, Produktinnovationen und kreativer Vielfalt. Die dmexco ist damit für alle Vordenker und Meinungsführer von Marken, für Werbungtreibende, Vermarkter und Start-Ups sowie alle Agentursegmente und Medienhäuser die zentrale Leistungsshow im digitalen Zeitalter.

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist Inhaber der Marke dmexco und – unter besonderer Mitwirkung des Online-Vermarkterkreis (OVK) – ideeller sowie fachlicher Träger der Kongressmesse. Veranstalter der dmexco ist die Koelnmesse.

Alle Informationen zur dmexco 2015 (16. & 17. September in Köln) sowie Fotos, Videos und O-Töne der dmexco 2014 finden Sie unter www.dmexco.de, www.facebook.com/dmexco, <http://twitter.com/dmexco> und www.youtube.com/dmexcovideo.

Kontaktpersonen



Christian Faltin

Pressekontakt

dmexco@cocodibu.de

+49 89 46 133 46 10