

21.09.2011 05:09 CEST

dmexco 2011: Digital Business forciert globale Wirtschaft

Köln, 21. September 2011 - Die zunehmende Digitalisierung ist zurzeit eine der stark treibenden Kräfte für die weltweite Gesamtwirtschaft. Das war am ersten Tag der dmexco auf dem gesamten Expo-Gelände als auch auf der vielfältig besetzten Conference deutlich zu spüren. Den wachsenden Einfluss digitaler Marketing-Lösungen in Deutschland unterstreicht auch der neueste „Online-Report 2011/2“ des Online-Vermarkterkreises (OVK), der heute auf der größten und bedeutendsten Veranstaltung für das internationale Digital Business präsentiert wurde. Der deutsche Online-Werbemarkt kommt demzufolge 2011 insgesamt auf 6,23 Milliarden Euro (+ 16 % gegenüber dem Vorjahr). Das Internet baut damit seine Position als zweitstärkstes Werbemedium weiter aus. „Der Internet-Anteil von inzwischen einem Fünftel der gesamten Bruttowerbeinvestitionen in Deutschland unterstreicht die hohe Relevanz von Online-Werbung in der Markenkommunikation. Die unverändert starke Nachfrage seitens der werbetreibenden Industrie nach klassischer Online-Werbung wird durch die mittlerweile sehr intensiv genutzten großflächigen Werbeformate und Bewegtbildwerbung begünstigt“, so Paul Mudter, Vorsitzender des OVK.

Eine eindeutige Entwicklung, die nicht nur in Deutschland, sondern vor allem weltweit zu beobachten ist. Das bestätigen auch die Aussteller der dmexco: „Das Digital Business ist momentan die Wachstumsbranche weltweit, die nachweislich Wirtschaftswachstum, Produktivität und Arbeitsplätze schafft. Wir alle leben schließlich online: User durchforsten das Internet nonstop nach Informationen, wo sie essen, einkaufen oder übernachten sollen. Mit unserem Smartphone sind wir überall und zu jeder Zeit erreichbar. Klar, dass die digitale Wirtschaft dabei weiter wächst und dadurch auch die globale Gesamtwirtschaft sehr positiv beeinflusst“, stellt Markus Frank (Microsoft) fest. Eine radikale Veränderung der gesamten Medienlandschaft und -nutzung durch neue digitale Angebote hat Lars Lehne (Google) ausgemacht: „Die

Branche befindet sich in einem fundamentalen Umbruch, der sowohl die Medien als solches, die Geschäftsmodelle, die werbliche Kommunikation, die Abwicklung, einfach alles berührt.“ Für große Brands ist es daher Carolyn Everson (Facebook) zufolge endgültig an der Zeit, die tradierte One-Way-Kommunikation ad acta zu legen und die neuen Möglichkeiten des Internets zu nutzen, um mit Verbrauchern in den direkten Dialog zu treten: „Über digitales Marketing und digitale Werbung hinaus, erwarten Menschen heute mehr von einer Marke. Es liegt in der Natur des Menschen, sich verbinden zu wollen. Wir wollen uns austauschen und miteinander kommunizieren. Daher sollten auch Marken auf diese Weise mit Menschen ins Gespräch kommen, um so ein kreativeres, persönlicheres und sozialeres Marketing-Erlebnis zu schaffen.“

Wie das digitale Marketing als Wachstumsbeschleuniger in den einzelnen Branchen und Wirtschaftsbereichen wirken kann, diskutierten die Spitzenvertreter aus dem gesamten internationalen Digital Business auf der heutigen dmexco Conference. Hartmut Ostrowski (Bertelsmann) brachte in seiner Keynote bereits die wichtigsten Anforderungen auf den Punkt: „Die Werbung der digitalen Zukunft ist gezielt und konvergent im Ansatz, interaktiv und experimentierfreudig in der Kreation und messbar in ihrer Wirkung. Und vor allem findet sie im Umfeld kreativer und begeisternder Inhalte statt, die am ehesten rund um starke Medienmarken zu finden sein werden.“

Die neuen Möglichkeiten, die in der digitalen Ära durch immer wieder neue und zunehmend digital beeinflusste Werbe- und Kommunikationsformen für eine effektive und kreative Konsumentenansprache entstehen, beleuchteten die jeweils führenden Top-Creatives, Leader, Talents & Digital Rockstars bereits auf dem gestrigen dmexco Pre-Day-Event UBERCLOUD, dem internationalen Kreativ-Gipfel 2011 in Europa. Von Brand Creativity und Data Visualization über Crowdsourcing, Co-Creation & Collaboration und Brand Content Platforms & Storytelling bis hin zur Konvergenz von Media & Creativity und Expressing Brands in the Digital Age: Hier erfuhren mehr als 240 Marketing-, Media- und Kreativ-Verantwortliche aus Agenturen und werbetreibenden Unternehmen sowie in Medien- und Vermarktungshäusern von führenden Köpfen wie Doug Jaeger (ADC NY), Benjamin Palmer (The Barbarian Group), Maria Luisa Francoli (MPG), Alex Balfour (London 2012), Gabriel McIntyre (Indie Amsterdam), Joanna Bakas (LHBS Consulting) und Vivian Rosenthal (Goldrun), wie sie wirksame und kreative Konzepte entwickeln, die auf den unterschiedlichen Kanälen funktionieren.

Christian Muche, Director Business Development, Strategy & International

dmexco, und Frank Schneider, Director Marketing, Sales & Operations
dmexco: „Die Relevanz der digitalen Wirtschaft für die globale
Gesamtwirtschaft steigt ungebremst weiter. Das ist am großen Erfolg der
dmexco 2011 ganz klar abzulesen. Wir sind seit Wochen ausverkauft und
können voller Stolz behaupten, die dmexco jedes Jahr in ihrer Vielfalt und
Qualität weiterzuentwickeln. Hier werden die digitalen Trends gesetzt –
gleichzeitig steht aber auch das direkte Geschäft im Fokus. Voller Vorfreude
blicken wir auf den morgigen, zweiten Tag der dmexco 2011.“ Herr André
Hoffmann FAKTOR 3 AG Kattunbleiche 35 22041 Hamburg Deutschland
EMail: dmexco2013@faktor3.de Website: www.faktor3.de Telefon: 040 679
446 53 Fax: 040 679 446 11

=== Über die dmexco ===

Die dmexco ist die internationale Leitmesse und Konferenz für die digitale
Wirtschaft. Als weltweit einzigartige Kombination aus Messe und Konferenz
steht sie für innovatives und zukunftsweisendes Marketing im Zentrum eines
globalen Wachstumsmarktes. Mit einem klaren Fokus auf Marketing, Media
und Technologie ist die dmexco die globale Plattform Nr. 1 für einen
effektiven Wissenstransfer und direkte Geschäftsabschlüsse. In vielfältigen
Formaten bietet die von der Koelnmesse veranstaltete und für Fachbesucher
kostenfreie dmexco die größte Auswahl an aktuellen Wirtschaftstrends,
Wachstumsstrategien, Produktinnovationen und kreativer Vielfalt. Die
dmexco ist damit im digitalen Zeitalter für alle Vordenker und
Meinungsführer von Marken, für Werbungtreibende und Vermarkter sowie
alle Agentursegmente und Medienhäuser der zentrale Treffpunkt –
connecting the global digital industry.

Alle Informationen zur dmexco 2013 sowie Fotos, Videos und O-Töne der
dmexco 2012 finden Sie unter www.dmexco.de, www.facebook.com/dmexco,
<http://twitter.com/dmexco> und www.youtube.com/dmexcovidéo.

Herr André Hoffmann

FAKTOR 3 AG
Kattunbleiche 35
22041
Hamburg
Deutschland

E-Mail: dmexco2013@faktor3.de

Website: www.faktor3.de

Telefon: 040 679 446 53

Fax: 040 679 446 11

Kontaktpersonen



Christian Faltin

Pressekontakt

dmexco@cocodibu.de

+49 89 46 133 46 10