

13.09.2012 06:09 CEST

## dmexco 2012: Leading the global digital industry

Köln, 13. September 2012 - „I’m very impressed about what I see at dmexco. I call it a diversified ecosystem, it’s like a melting pot“, zieht Antonio Hidalgo (Philips) stellvertretend für die 22.200 Fachbesucher aus aller Welt und die 578 internationalen Aussteller ein erstes Resümée der seit Wochen restlos ausverkauften dmexco 2012. Als Kombination aus weltweit größter Expo und weltweit bedeutendster Conference der gesamten Digitalwirtschaft stand die dmexco in den vergangenen zwei Tagen erneut im Zentrum einer voranschreitenden Digitalisierung, die schon jetzt nahezu alle Bereiche der Wertschöpfung erfasst und damit für die gesamte globale Wirtschaft ungebremst an Bedeutung gewinnt. Der internationale Stellenwert der dmexco lässt sich nicht zuletzt an den neuen Besucher- und Expo-Bestmarken ablesen: Rund 25 Prozent der dmexco Besucher sind aus aller Welt nach Köln gekommen, um von der größten Übersicht an aktuellen Wirtschaftstrends, Wachstumsstrategien, Produktinnovationen und kreativer Vielfalt aus der gesamten digitalisierten Marketing, Werbe- und Medienwelt zu profitieren. Und auch auf dem Expo-Gelände ist die wachsende Internationalisierung deutlich zu spüren: Unter der um satte 30 Prozent gestiegenen Gesamt-Ausstellerzahl verzeichnet die dmexco 2012 einen internationalen Aussteller-Anteil von über 20 Prozent.

„It’s huge, it’s beautiful, it’s shiny – I’m impressed“, zeigt sich Ilya Segalovich von der dmexco 2012 begeistert, dessen Unternehmen Yandex der erste Aussteller aus Russland ist. Auch immer mehr US-Unternehmen nutzen die dmexco als Türöffner für ihr internationales Geschäft. „I’m seeing my global counterparts from Asia, from Europe, from the United States congregating here around innovation, around new things. Fantastic – it’s a ‘must’, I’ll come here every year. It’s overwhelming in a good way“, bringt Greg Coleman (Criteo) die internationale Relevanz der dmexco auf den Punkt. „In den zahlreichen Gesprächen auf der dmexco ist auffallend häufig nicht mehr die

Rede von ‚Online‘, sondern vielmehr von ‚Digital‘. Das markiert den Eintritt in eine neue Phase, in der sich das Deployment und die Inhalte auf viele Plattformen und über die unterschiedlichsten Darstellungsformen verteilen. Hier ist die dmexco der ideale Platz, wo Local Heros aus Deutschland die Zukunft der Digitalisierung im Hinblick auf die Entwicklung von Strukturen und Inhalten mit internationalen Playern diskutieren“, unterstreicht Matthias Ehrlich (United Internet Media) den Stellenwert der dmexco.

Unter dem Motto „The Digital Transformation: Shaping Models – Creating Business“ bildete die diesjährige dmexco Conference erneut sämtliche Segmente der Digitalwirtschaft sowie alle wichtigen Trends und Innovationen ab – von Multiscreen Commercialisation über Ambient Intelligence bis zum New Consumer Engagement. Hierfür stand ein absolut erstklassiges Lineup mit mehr als 400 internationalen Top-Speakern, die in den fünf innovativen Formaten Congress Hall und Debate Hall sowie den über 90 Seminars, der Speakers’ Corner und den neuen, auf Anhieb sehr gut besuchten Work Labs für über 160 Stunden Programm sorgten. Führende Persönlichkeiten wie Lisa Utzschneider (Amazon), David Sable (Young & Rubicam), Nick Emery (Mindshare), Pete Blackshaw (Nestlé), Surjit Chana (IBM), Roelant de Waard (Ford) und Paul Gunning (Tribal DDB) referierten und diskutierten in visionären Panels. Ein echtes Highlight im diesjährigen Conference-Programm bildeten die zahlreichen UBERCLOUD Sessions, die den Spirit des erfolgreichen Pre-Day-Events aus dem letzten Jahr in den Programmkern der dmexco übertrugen. In erfolgreichen Praxisbeispielen und spannenden Showcases wie der Social Media Live-Act Riot !n Paris wurde die wachsende Bedeutung digitaler Kreativität mehr als greifbar.

Mit ihrer hochkarätig besetzten Conference und ihrer vielfältigen Expo zeigte die dmexco in den zwei vergangenen Tagen die zentralen Geschäftsfelder von morgen. Florian Haller (Serviceplan Gruppe) hebt insbesondere den ganzheitlichen Ansatz der dmexco für sämtliche Bereiche der Digitalwirtschaft hervor: „Die dmexco hat sich zu DER inhaltlichen Plattform rund um das Internet entwickelt. Vor allem zeichnet sie aus, dass sie nicht eine weitere Technologiemesse ist, sondern sich vor allem mit den Konsequenzen für Marken, Medien und Agenturen befasst.“ Einen ersten Ausblick auf die kommenden Jahre wagt Brian O’Kelley (Appnexus): “Not all media will be digital in five years, but the writing is on the wall - this is the future. dmexco should be the venue, where the world’s leading thinkers on the future of digital advertising debate the path toward this inevitable outcome.” Auch Frank Cooper (Pepsico) macht deutlich: “dmexco is great. I’m really excited to be here, I’ll be here next year – it’s really an inspiring place to be.” Die nächste Gelegenheit gibt es dazu am 18. und 19. September 2013,

wenn die dmexco in die fünfte Runde geht.

Die Fachbesucher der dmexco 2012 teilen diese Begeisterung: Über 81 % sind mit ihrem Besuch absolut zufrieden, mehr als 82 % loben das Ausstellerangebot insgesamt. Rund 95 % würden den Besuch der dmexco weiterempfehlen. Auch die neuen Erlebniswelten der dmexco erhalten großes Lob von allen Seiten. „Der Erfolg der dmexco 2012 ist überwältigend! Neben der Quantität haben wir in diesem Jahr auch die Qualität gesteigert. Besucherseitig waren bemerkenswert viele Vertreter von Brands aus dem wichtigen FMCG-Bereich vor Ort. Die dmexco unterstreicht damit 2012 einmal mehr ihren Stellenwert als Kongressmesse der Entscheider und sorgt für einen positiven Messe-ROI der ausstellenden Unternehmen. Unser neues Konzept der Erlebnisorientierung hat die voranschreitende Digitalität von Produkten, Marken und Umgebungen sowie die sich daraus entwickelnden intelligenten, neuen Interaktions- und Marketingmöglichkeiten auf der dmexco 2012 sehr gut abgebildet. Was für die Fachbesucher eine einzigartige Möglichkeit bedeutete, in der Conference und der Expo vom wertvollen Know-how und den präsentierten Erlebniswelten und Ideen der digitalen Realität zu profitieren, eröffnete den Ausstellern einen komplett neuen Weg, ihre Zielgruppen über ein authentisches Erlebnis besser und vor allem unmittelbarer zu erreichen. Damit tragen wir direkt zum Erfolg der Unternehmen und der gesamten Digitalwirtschaft bei. Denn: Nichts fördert das Geschäft der Zukunft besser als überzeugte Kunden. Aufgrund der überaus positiven Resonanz und des großen Erfolgs der zahlreichen Showcases werden wir den Bereich lebendiger Erlebniswelten im kommenden Jahr noch weiter ausbauen. Unser Ziel ist es, mit der dmexco 2013 erneut ein klares Zeichen für reales, auf Wachstum orientiertes Business zu setzen. Und natürlich werden wir die Position der dmexco als weltweit einzigartiges Event für die digitale Wirtschaft weiterhin deutlich ausbauen!“, geben Christian Muche, Director Business Development, Strategy & International dmexco, und Frank Schneider, Director Marketing, Sales & Operations dmexco, schon jetzt einen ersten Ausblick auf das kommende Jahr.

Arndt Groth (BVDW) ergänzt: „Im vierten Jahr erlebten wir einen ungeheuren Besucheransturm zur dmexco. Noch nie zuvor versammelten sich so viele Unternehmen auf der Leitmesse der digitalen Wirtschaft. Als ideeller und fachlicher Träger ist es unserem Verband wichtig, die hohe Relevanz der digitalen Wertschöpfungskette für die gesamte Wirtschaft als klares Signal für alle Marktteilnehmer zu betonen.“

Herr André Hoffmann FAKTOR 3 AG Kattunbleiche 35 22041 Hamburg  
Deutschland EMail: dmexco2013@faktor3.de Website: www.faktor3.de

=== 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](http://www.dmexco.de), [www.facebook.com/dmexco](http://www.facebook.com/dmexco), <http://twitter.com/dmexco> und [www.youtube.com/dmexcovideo](http://www.youtube.com/dmexcovideo).

Herr André Hoffmann

FAKTOR 3 AG  
Kattunbleiche 35  
22041  
Hamburg  
Deutschland

E-Mail: [dmexco2013@faktor3.de](mailto:dmexco2013@faktor3.de)  
Website: [www.faktor3.de](http://www.faktor3.de)  
Telefon: 040 679 446 53  
Fax: 040 679 446 11

## Kontaktpersonen



**Christian Faltin**

Pressekontakt

[dmexco@cocodibu.de](mailto:dmexco@cocodibu.de)

+49 89 46 133 46 10