

16.09.2015 13:06 CEST

dmexco 2015 verbindet alle Welten der globalen Digiconomy

#dmexco #2015

Die große Dynamik und die gewaltigen Potenziale der globalen Digitalwirtschaft werden auf der dmexco 2015 erlebbar: Mit einer neuen Ausstellerbestmarke von 881 Ausstellern aus aller Welt, dem absoluten Flächenrekord von 75.000 Quadratmetern in erstmals vier Hallen und mehr als 500 internationalen Top-Speakern verbindet die dmexco unter dem diesjährigen Motto „Bridging Worlds“ alle Welten der Digiconomy. Noch bis morgen unterstützt die dmexco ihre Besucher in beiden Bereichen der globalen Leistungsshow, Expo und Conference, auf dem Weg in eine neue digitale Ära.

Köln, 16. September 2015 - Ab heute verbindet die dmexco 2015 aktuelle und künftige Business-Welten, neue Geschäftsmodelle, disruptive Technologien und außergewöhnliche Ideen, die auf dem Weg in eine neue digitale Ökonomie – die Digiconomy – besonders für Marketing, Media, Werbung und Konsumentenkommunikation große Relevanz besitzen. Mit 881 Ausstellern und mehr als 500 Top-Speakern aus aller Welt versammelt die globale Leistungsshow in beiden Bereichen, Expo und Conference, die weltweit führenden Köpfe und die wichtigsten Brands der digitalen Wirtschaft und bietet ihren Besuchern unter dem diesjährigen Motto „Bridging Worlds“ hilfreiche Orientierung und relevante Informationen für den Geschäftserfolg. Welche Potenziale sich in dieser neuen digitalen Ära für das Digital Business ergeben, zeigt der Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. in den neuen OVK Online-Report und MAC Mobile-Report 2015/02, aus denen erste Zahlen und Daten auf der dmexco vorgestellt wurden. Der aktuellen Prognose zufolge wächst der Markt für digitale Display-Werbung in Deutschland demnach in 2015 um 6,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr, die Werbeumsatzerwartungen für Online

und Mobile belaufen sich auf insgesamt rund 1,7 Milliarden Euro. Die Nettowerbeinvestitionen in digitale Display-Werbung (Online und Mobile) und Suchwortvermarktung machen 27,6 Prozent des Nettowerbekuchen aus. Online ist damit auf TV-Niveau und setzt sich weiter von Zeitungen und Publikumszeitschriften ab. Der OVK Online-Report und der MAC Mobile-Report 2015/02 sind ab 21. September unter www.bvdw.org und www.ovk.de erhältlich.

Expo: Alle wichtigen Marken und Player der globalen Digiconomy

Da die drei bisherigen Hallen nicht mehr ausreichten, hat die dmexco in diesem Jahr erstmals eine vierte Halle geöffnet. In der neuen Halle 9 sind neben der Congress Hall weitere Highlights wie die Broadcast Area mit zugehörigem TV-Studio sowie die Girls' Lounge angesiedelt. Insgesamt präsentieren sich auf den mehr als 75.000 Quadratmetern so viele Unternehmen der globalen Digiconomy wie nie zuvor: Alle wichtigen Marken und die führenden Unternehmen der globalen Wirtschaft sind 2015 in Köln vertreten. Darunter u. a. Adobe, Amazon, Aol, Axel Springer, Criteo, Dentsu Aegis, eBay, Facebook, Mozilla/Firefox, Fox, Google, GroupM, IBM, Mediabrand, Medialink, Mediacom, Microsoft, Opera, Oracle, PayPal, Rakuten, Salesforce, SAP, Shazam, Spotify, Sprinklr, Starcom Mediavest, Teads, Twitter/Periscope, Vivaki, Xaxis, Yahoo und Yandex. Insbesondere bei Unternehmen aus dem Broadcasting-Bereich verzeichnet die dmexco einen internationalen Wachstumsschub. Zu ihnen gehören u. a. Beet.tv, Discovery Channel, DMAX, TLC (The Learning Channel/USA), Eurosport, Huffington Post, Focus, Furious Minds, IP Deutschland (RTL), SevenOne Media (Pro7Sat1) und Sky. Aber auch globale Agentur-Netzwerke wie GroupM, Annalect Group, Dentsu Aegis und IPG Mediabrand sind neben ihren Agentur-Brands in der dmexco Agency Lounge mit einem eigenen Stand auf dem Expo-Gelände präsent. Insgesamt repräsentieren die auf der dmexco vertretenen globalen Media Agency Networks Budgets in Gesamthöhe von weit mehr als 200 Milliarden Euro.

In der eigens von der dmexco entwickelten Start-Up Village erleben die Besucher viele nationale und internationale Jungunternehmen, darunter beispielsweise calovo, zoobax, Favendo, pixx.io, pag.es, Maloon, EYEVIDEO, Jinni und Sprinkle. Neben Ausstellern aus Deutschland registriert die dmexco ein deutlich zunehmendes Interesse von internationalen Unternehmen, wie zum Beispiel aus den USA, UK und Israel. Aber auch aus kleineren Märkten wie den British Virgin Islands, Estland, Finnland, Malta, Ukraine und Uruguay haben sich Aussteller angemeldet. Großen Zuspruch erfahren erneut die dmexco Länderpavillons aus Österreich, der Schweiz und Frankreich, die ihre Standflächen in diesem Jahr jeweils (mehr als) verdoppeln. Neu dabei sind die Niederländer mit ausgewählten und führenden Dutch Digital Agencies. Der

Anteil der dmexco Aussteller aus dem weltweiten Ausland beträgt 30 Prozent.

Conference: Alle Trends und Themen der globalen Digiconomy

Die aktuellen Chancen und Herausforderungen der fortschreitenden Digitalisierung diskutieren über 500 Top-Speaker auf den sechs Bühnen der dmexco Conference. Internationale Vordenker und Visionäre aus der gesamten Welt der Marketing-, Media- und Werbewirtschaft führen heute und morgen in mehr als 200 Stunden Programm sämtliche Themenwelten der Digiconomy an einem Ort zusammen. Das bestimmende Thema des ersten dmexco Tages ist ohne Zweifel die digitale Transformation der globalen Wirtschaft, deren Wertschöpfung u. a. auf unterschiedlichen Denkmustern, oft disruptiven Modellen beruht, die für ein unglaubliches neues Potenzial sorgen. Weitere zentrale Themen und Trends der dmexco Conference sind u. a. Internet / Marketing of Things, Connected Life & Connected Home, Broadcasting & Video, Content Marketing & Creativity / Storytelling, Data, E-Commerce & Retail, Marketing Automation, Mobile & Mobility und Programmatic.

Die Anzahl der Brands, die Bandbreite der Themen und das Niveau der Speaker der dmexco Conference toppen erneut die vergangenen Jahre. Zu den Referenten gehören beeindruckende Persönlichkeiten der globalen Wirtschaft. Dazu zählen u. a. Günther Oettinger (EU-Kommissar für Digitale Wirtschaft und Gesellschaft), Sir Martin Sorrell (WPP), Raja Rajamannar (MasterCard), Ralph Gusko (Beiersdorf), Babs Rangaiah (Unilever), Amy Cole (Instagram), Sarah Mansfield (Unilever), Nicola Mendelsohn (Facebook), Nikki Mendonca (OMD), Troy Ruhanen (TBWA Worldwide), Yannick Bolloré (Havas), Steve King (ZenithOptimedia), Henry Tajer (IPG Mediabrands), Nigel Morris (Dentsu Aegis), Laura Desmond (Starcom MediaVest), Paul Caine (Bloomberg Media), Adam Bain (Twitter), John Battelle (NewCo), Terence Kawaja (Luma Partners), Kate Kui (JD.com), Timo Resch (BMW), Georg Rötzer (Samsung), Dr. Michael Trautmann (thjnk), Gabor Steingart (Handelsblatt), Thomas Ebeling (ProSiebenSat.1 Media), Béatrice Guillaume-Grabisch (Nestlé), Dao Nguyen (Buzzfeed), Deirdre McGlashan (Mediacom), Jessica Federer (Bayer), Alisée de Tonnac (Seedstars World), Mark Read (Wunderman), Lisa Utzschneider (Yahoo), Jim Stengel (The Jim Stengel Company), Debbie Weinstein (Google), Shahrzad Rafati (BroadbandTV), David Shing (AOL), Jonathan Nelson (Omnicom), David Hayes (Tumblr) und Lea Sophie Cramer (Amorelie).

Christian Muche und Frank Schneider, beide dmexco: „Die dmexco 2015 verbindet Menschen, Marken und Medien. Hier kommen die entscheidenden Player der digitalen Wertschöpfungskette zusammen. Wir sehen die dmexco daher auch als zentrale Brücke, die die immer breiteren Wirtschaftszweige

sinnvoll verbindet. Und das spiegelt sich nicht nur in unserem diesjährigen Motto 'Bridging Worlds' wider: Bereits am ersten dmexco Tag werden die zahlreichen Möglichkeiten, sich auf der dmexco zu vernetzen, voneinander zu lernen, zu verstehen und die neuen Chancen und Potenziale der Digiconomy einzusetzen, effektiv genutzt. Und das auf absolutem Top-Niveau: Eine Veranstaltung mit dieser Größe, dieser Qualität und dieser großen Anzahl an Experten aus aller Welt gibt es in der globalen Digitalwirtschaft nur einmal!“

Vorschlag für Twitter

#dmexco 2015 verbindet alle Welten der globalen Digiconomy
www.dmexco.com

Vorschlag für Facebook

Die große Dynamik und die gewaltigen Potenziale der globalen Digitalwirtschaft werden auf der #dmexco 2015 erlebbar: Mit einer neuen Ausstellerbestmarke von 881 Ausstellern aus aller Welt, dem absoluten Flächenrekord von 75.000 Quadratmetern in erstmals vier Hallen und mehr als 500 internationalen Top-Speakern verbindet die dmexco unter dem diesjährigen Motto „Bridging Worlds“ alle Welten der Digiconomy. Noch bis morgen unterstützt die dmexco ihre Besucher in beiden Bereichen der globalen Leistungsshow, Expo und Conference, auf dem Weg in eine neue digitale Ära. www.dmexco.com

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 erste Fotos, Videos und O-Töne finden sich 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