



dmexco 2014 startet in neue Dimensionen der Digiconomy durch

(Mynewsdesk) Das diesjährige Motto "Entering new Dimensions" gilt nicht zuletzt für die dmexco selbst? dies war bereits am ersten Tag der dmexco 2014 deutlich zu spüren: Mit einer neuen Ausstellerbestmarke von 807 Ausstellern aus aller Welt, dem absoluten Flächenrekord von 66.000 Quadratmetern in drei komplett gefüllten Hallen und mehr als 470 Top-Speakern auf internationalem Level startet die sechste dmexco in neue Dimensionen durch. Als größte und hochkarätigste Leistungsshow der globalen Digitalwirtschaft steht sie noch bis morgen im Zentrum einer neuen digitalen Ökonomie, die für sämtliche Bereiche von Marketing, Media und Konsumentenkommunikation zunehmend Relevanz entwickelt: die Digiconomy?.

Köln, 10. September 2014 - Die rasant fortschreitende Digitalisierung der gesamten Lebenswelt verändert zunehmend wirtschaftliche Strukturen und Gesetze. Die Spielregeln für erfolgreiches Business sind nicht mehr dieselben wie früher. Das Zeitalter einer neuen digitalen Ökonomie hat begonnen: die Digiconomy?. Dies zeigte sich bereits am ersten Tag auf dem gesamten Expo-Gelände und in der hochkarätig besetzten Conference der dmexco 2014, die unter dem diesjährigen Motto "Entering new Dimensions" schon jetzt auf einen neuen Besucherrekord zusteuert. Mit 807 Ausstellern und mehr als 470 Top-Speakern aus aller Welt bildet das Kölner Gipfeltreffen der globalen Digital-Elite den zentralen Hub der Digiconomy. Entscheider aus Marketing, Media und Werbung werden hier direkt in die Lage versetzt, in diese neuen Dimensionen vorzustoßen. Die Potenziale für erfolgreiches Digital Business sind groß wie nie: Allein in Deutschland wird 2014 das Nettovolumen für digitale Display-Werbung voraussichtlich 1,41 Milliarden Euro betragen. Diese Zahl präsentierte der Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. im neuen "OVK Online-Report 2014/2?", der auf der dmexco erstmals vorgestellt wurde. Der aktuellen Prognose zufolge wächst der deutsche Markt für digitale Display-Werbung demnach in 2014 um 6,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Im ersten Halbjahr 2014 war im Hinblick auf die klassische Display-Werbung eine gewisse Zurückhaltung im Markt spürbar. Für die zweite Jahreshälfte können wir aber schon jetzt wieder einen deutlichen Anstieg der Nachfrage verzeichnen, so dass wir das ursprünglich erwartete Wachstum zwar nicht ganz erreichen werden, aber ein gerade mit Blick auf die anderen Medien doch zufriedenstellendes Marktergebnis erzielen können?, so Paul Mudter, Vorsitzender des OVK. Insgesamt erzielen die Netto-Werbeinvestitionen in digitale Display-Werbung (Online und Mobile) und Suchwortvermarktung inzwischen einen Anteil von über 25 Prozent (25,5%) an den Gesamtwerbeausgaben. Damit setzt sich das Internet weiter von den Tageszeitungen (20,2%) und Publikumszeitschriften (8,5%) ab und holt fortlaufend zu TV (28,4) auf. Der "OVK Online-Report 2014/2?" steht unter www.bvdw.org ab sofort zum kostenlosen Download bereit.

Ab heute präsentieren alle wichtigen Marken und die führenden Unternehmen der globalen Digiconomy auf 66.000 Quadratmetern in drei komplett gefüllten dmexco Hallen ihre neuesten digitalen Lösungen, Technologien, Visionen und Innovationen. Darunter u. a. Adobe, Amazon, Baidu, eBay, Facebook, Google, IBM, Microsoft, Oracle, SAP, Twitter, Yahoo! und Yandex. Der Anteil der Aussteller aus dem weltweiten Ausland liegt dabei mit 30 Prozent so hoch wie nie. Stark vertreten sind in diesem Jahr vor allem die USA und Großbritannien. Frankreichs Digitalwirtschaft hat erstmals einen eigenen Länderpavillon auf der dmexco. Schweiz und Österreich haben ihre dmexco Präsenz weiter ausgebaut. Aber auch wichtige Aussteller aus Indien, Japan, Malaysia, Uruguay, Vereinigte Arabische Emirate, China, Russland und Kanada haben die Bedeutung der dmexco als eine der wenigen weltweit relevanten Digital-Events mit echtem Business-Hintergrund erkannt und sind in Köln dabei.

Wie Unternehmen die Herausforderung einer neuen Digiconomy am intelligentesten angehen, diskutieren die Spitzenvertreter der globalen Digitalwirtschaft auf den neu gestalteten und vergrößerten Bühnen der dmexco Conference 2014. In über 200 Stunden Programm erhalten dmexco Besucher die weltweit größte Übersicht über aktuelle Trends, Wachstumsstrategien, Produktinnovationen und kreativer Vielfalt aus den digitalen Umfeld des Marketings und der Werbung. Neben erstklassig besetzten Diskussionsrunden und strategisch-visionären Keynotes bietet die dmexco 2014 dazu einige neuartige Formate wie z. B. die Showrooms oder Spotlight Interviews, die ihren Schwerpunkt auf Themen wie beispielsweise Visionen, Kreativität, das Internet of Everything, Native, Mobile, Data und Commerce legen.

Zu den Referenten der dmexco Conference 2014 zählt die Crème de la Crème der wichtigsten Köpfe und Top-Brands der Digitalwirtschaft, darunter eine noch einmal gesteigerte Dichte an hochkarätigen Vertretern der weltweiten werbetreibenden Industrie: von Pieter Nota (Philips), Bonin Bough (Mondelēz), Anke Schäferkordt (RTL Group), Kirk Perry (Google) und Tom Buday (Nestlé) über Martin Riley (Pernod Ricard und President of WFA), Carolyn Everson (Facebook), Steven Althaus (BMW Group), Brad Rencher (Adobe), Ajaz Ahmed (AKQA) und Caroline Taylor (IBM) bis zu Blasco de Felice (L'Oréal), Michael I. Roth (IPG), Jerry Buhlmann (Dentsu Aegis Network), Anna Bager (IAB), Rishad Tobaccowala (Vivaki), Jonah Peretti (Buzzfeed) und Rob Norman (GroupM). Das verbesserte Konzept der dmexco World of Experience, in der die digitale Zukunft von morgen schon heute erlebbar gemacht wird, und das inspirierende Bühnenprogramm der neuen dmexco Start-Up Village, in der sich vielversprechende Jungunternehmen präsentieren, sorgten in der heutigen dmexco Conference für weitere Highlights.

"In the past years dmexco has managed to position itself as the largest international online marketing fair where all major players from around the world meet", fasst Bernard Lukey (Yandex) die erfolgreiche Entwicklung der dmexco zusammen. Für David Shing (AOL) trägt insbesondere das diesjährige Motto "Entering New Dimensions" und die intensive Auseinandersetzung mit der neuen Digiconomy zum Gelingen der dmexco bei: "It's no longer about digital marketing, it's about marketing in the digital world. The dynamics have completely changed." Sean Lyons (Havas Worldwide) ist sich bereits nach dem ersten Tag sicher, dass die dmexco als Gipfeltreffen der Digiconomy künftige Standards setzen wird: "dmexco is the digital benchmark", bringt Lyons den internationalen Rang der dmexco auf den Punkt.

Christian Muche, dmexco Director Business Development, Strategy & International und Frank Schneider, dmexco Director Marketing, Sales & Operations: "Die dmexco 2014 repräsentiert alle Dimensionen der aktuellen und zukünftigen digitalen Wirtschaft und steht damit im Zentrum einer neuen Digiconomy. Wir haben das Selbstverständnis, eine internationale Leitmesse und Konferenz zu sein und setzen diesen Anspruch auch aktiv um. Unser Ziel ist es, als zentrale Info- und Networkingbroker zu fungieren und Unternehmen und Partner bestmöglich auf dem Weg in neue Dimensionen zu unterstützen und erfolgreich in die neue Digiconomy durchzustarten. Der erste dmexco Tag ist der beste Beweis dafür, auf welchem absolutem Top-Niveau dies in diesem Jahr gelungen ist."

Die gesamten Facts und Figures zur dmexco 2014 finden sich unter <http://dmexco.de/Downloads/Facts-Figures-d.pdf>.

Diese Pressemitteilung wurde via Mynewsdesk versendet. Weitere Informationen finden Sie im dmexco.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://shortpr.com/1956dx>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

Pressekontakt

-

André Hoffmann
Messeplatz 1
50679 Köln

dmexco2014@faktor3.de

Firmenkontakt

-

André Hoffmann
Messeplatz 1
50679 Köln

shortpr.com/l956dx
dmexco2014@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 economy. 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.

Alle

Informationen zur dmexco 2014 (10. & 11. September in Köln) sowie Fotos, Videos und O-Töne der dmexco 2013 finden Sie unter <http://www.dmexco.de>, <http://www.facebook.com/dmexco>, <http://twitter.com/dmexco> und <http://www.youtube.com/dmexcoveideo>.