



dmexco 2012: Digital Business rückt ins Zentrum der globalen Wirtschaft

Weltweit verändern sich in vielen Branchen die Geschäftsmodelle mit fortschreitender Digitalisierung fundamental. Das Digital Business erfasst inzwischen nahezu alle Bereiche der Wertschöpfung und gewinnt damit für die gesamte globale Wirtschaft immer

(ddp direct) Köln, 12. September 2012 - Ob Zuhause, im Büro, im Auto oder in der Freizeit: Digitale Lösungen, Produkte sowie Kommunikationskanäle haben Einzug in den Alltag gehalten und werden in sämtlichen Bereichen des täglichen Lebens längst gelebt. Für die unterschiedlichen Branchen der Weltwirtschaft bedeutet diese Entwicklung eine gravierende Veränderung: Das Digital Business rückt zunehmend in ihr Zentrum. Dies zeigte sich am ersten Tag deutlich auf dem gesamten Expo-Gelände und in der hochkarätig besetzten Conference der dmexco, die bereits jetzt auf eine neue Rekordzahl an Fachbesuchern zusteuert. Insgesamt präsentieren 578 nationale und internationale Aussteller auf der dmexco 2012 in zwei komplett gefüllten Hallen Lösungen, Technologien, Strategien, Innovationen und Produkte, darunter beispielsweise Facebook, Google, eBay, Microsoft, Amazon, Adobe, Yahoo!, Yandex, Spotify, MySpace, Rakuten, Tomorrow Focus, Axel Springer, SevenOne, IP, OMS, Spiegel, ORF, Nokia und Telefonica. In den fünf Conference-Formaten diskutieren in Köln heute und morgen mehr als 400 Top-Speaker der gesamten globalen Digitalwirtschaft zu aktuellen Trends und Themen, hierzu zählen u.a. Dr. Paul-Bernhard Kallen (Hubert Burda Media), Jack Klues (VivaKi), Nicolas Brien (McCann Worldgroup), Randall Rothenberg (IAB), Frank Cooper (PepsiCo), Antonio Hidalgo (Philips), Joseph Gross (Allianz), Neal Mohan (Google), Heather Freeland (Facebook), Michael Dwan (Microsoft), Omid Ashtari (Foursquare) und Guy Wiewnk (AKQA).

Den wachsenden Einfluss digitaler Marketing-Lösungen unterstreichen auch die aktuellen Marktzahlen: laut EMarketer werden weltweit rund 87 Milliarden Euro für Online-Werbung umgesetzt, in den USA dem IAB US zufolge rund 25 Milliarden Euro, in Europa über 20 Milliarden Euro (laut IAB Europe) und in Deutschland 6,44 Milliarden Euro. Diese Zahl präsentierte der Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. im neuen Online-Report 2012/2, der auf der dmexco erstmals vorgestellt wurde. Der deutsche Online-Werbemarkt wächst der Prognose zufolge 2012 um 12 % gegenüber dem Vorjahr. Dieses positive Wachstum spiegelt das hohe Vertrauen der werbungstreibenden Unternehmen in die digitale Wirtschaft wider. In den letzten sechs Jahren hat sich das gesamte Marktvolumen von Online mehr als verdoppelt. Gemessen an der Verteilung im Mediamix erreichen die Online-Spendings heute fast 60 Prozent der Werbeinvestitionen im TV-Sektor, so Paul Mudter, Vorsitzender des OVK. Der OVK Online-Report 2012/02 steht unter www.bvdw.org zum kostenlosen Download bereit.

An Bedeutung gewinnt das digitale Marketing im Zuge der allumfassenden Digitalität aber nicht nur in Deutschland, sondern weltweit. Das brachten die Aussteller, Sprecher und Besucher der dmexco heute klar zum Ausdruck. Digital is universal already now for most parts of the world in shaping peoples opinions and attitudes, stellt beispielsweise Joseph K. Gross (Allianz) fest. Den entscheidenden Einfluss technologischer Innovationen hat Henrik Rutenbeck (Loewe) ausgemacht: Digitale Techniken und vor allem die digitale Vernetzung haben ganz selbstverständlich Einzug in alle Lebensbereiche gehalten. Die Technik war schon länger soweit, aber erst jetzt sehen wir Produkte und Dienste, die auch einfach genug sind, um massentauglich zu sein. Joy of use ist der größte Treiber für die Nutzung digitaler Dienste.

Welche Chancen und Herausforderungen diese Entwicklung für das Digital Business mit sich bringt, beschreibt Philippe Besnard (Myspace / Specific Media) anhand drei klarer Trends für das digitale Marketing, die sich aus der voranschreitenden Digitalisierung ergeben: Always on ist eine Entwicklung, die nicht nur eine wichtige Veränderung im Mediennutzungsverhalten widerspiegelt, sondern auch die Herausforderungen des Online-Business am deutlichsten zeigt. Drei Dinge werden 2013 stark prägen: Content Planning, die geräteübergreifende Aussteuerung der Werbung (Multi-Screen-Delivery) sowie weniger, dafür relevantere Werbung zugunsten der User und der Kosteneffizienz. Und die dmexco übernimmt hier laut David Karnstedt (Adobe) eine zentrale und internationale Rolle: Als führende Marketing- und Medienkonferenz in Europa hilft uns die dmexco dabei, uns nicht nur im deutschen Markt zu engagieren, sondern auch in Gesamteuropa sowie in Schwellenländern wie Russland. Die Vordenker, die buchstäblich aus aller Welt kommen, ermöglichen direkten Zugang zu Branchenwissen und Best Practices.

Christian Muche, Director Business Development, Strategy & International dmexco, und Frank Schneider, Director Marketing, Sales & Operations dmexco: Bereits der erste Tag der dmexco 2012 übertrifft unsere kühnsten Erwartungen! Zwei komplett gefüllte Expo-Hallen, Fachbesucher aus aller Welt, sehr gut besuchte Conference-Formate die dmexco ist der beste Beweis, dass sich die weltweite Digitalität zunehmend als verbindendes Element aller Branchen und Bereiche der globalen Wirtschaft etabliert. In Köln erhalten Unternehmensentscheider die größte Übersicht an aktuellen Wirtschaftstrend, Wachstumsstrategien, Produktinnovationen und kreativer Vielfalt aus der gesamten digitalisierten Marketing-, Werbe- und Medienwelt. Hier erfahren sie schon heute alles über die Geschäftsfelder von morgen.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://shortpr.com/nq0wu9>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://www.themenportal.de/wirtschaft/dmexco-2012-digital-business-rueckt-ins-zentrum-der-globalen-wirtschaft-42660>

Pressekontakt

FAKTOR 3 AG

Herr André Hoffmann
Kattunbleiche 35
22041 Hamburg

dmexco2012@faktor3.de

Firmenkontakt

FAKTOR 3 AG

Herr André Hoffmann
Kattunbleiche 35
22041 Hamburg

faktor3.de
dmexco2012@faktor3.de

Die dmexco ist die internationale Leitmesse und Kongress für die gesamte 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 Werbung, Media und Technologie ist die dmexco in Köln 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 leading the global digital industry.

Alle Informationen zur dmexco 2012 (12. & 13. September in Köln) sowie Fotos, Videos und O-Töne der dmexco 2011 finden Sie unter www.dmexco.de, www.facebook.com/dmexco, [http://twitter.com/dmexco](https://twitter.com/dmexco) und www.youtube.com/dmexcovieo.