dmexco 2013: Köln präsentiert sich als Nabel der digitalen Welt

Alle wichtigen Themen, Köpfe und Visionen der globalen Digitalwirtschaft an nur einem Ort: Die dmexco ist der Big Deal der globalen digitalen Industrie!

(ddp direct) Alle wichtigen Themen, Köpfe und Visionen der globalen Digitalwirtschaft an nur einem Ort: Die dmexco ist der ?Big Deal? der globalen digitalen Industrie! Börsengänge von Ausstellern, Premieren von neuen Unternehmen sowie der Besucherrekord von 26.300 Fachbesuchern aus aller Welt unterstreichen den internationalen Stellenwert der dmexco als globaler Brand im digitalen Zeitalter. ?Köln war für zwei Tage das Zentrum der globalen Digitalwirtschaft ? die zentrale Bedeutung der dmexco wurde von dem ungebrochenen Interesse aus aller Welt eindrucksvoll bestätigt?, so Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung Koelnmesse GmbH. Fortsetzung folgt: Die dmexco 2014 findet am 10. und 11. September in Köln statt.

Köln, 19. September 2013 - ?Probably one of the biggest challenges still is not to get overwhelmed by the technology and to really fall in love with the ideas, because ideas and content are going to be the real differentiator in the future. At dmexco you see the future. It is an outstanding conference, I?m very impressed with the content and I?m blown away by the exhibits?•, zieht Marc Pritchard (Procter & Gamble) eine persönliche dmexco Bilanz. Vanessa Liu von Baidu, auf der dmexco war die chinesische Suchmaschine erstmals als Aussteller vertreten, ergänzt: ?dmexco was the perfect platform for us to demonstrate the possibilities for European companies to enter the Chinese market with more than 580 Million online users via digital marketing.?

Zu den Top-News des ersten dmexco Tages zählte der geplante Börsengang des Ausstellers Criteo in den USA. Ihre weltweite Premiere feierten im Rahmen der dmexco Conference zudem die beiden neu gestarteten Unternehmen Banbutsu, Spezialist im Bereich Internet of Things, und Unbound, Spezialist für Automated Trading Systems. Zeugen dieser und vieler anderer Themen, News und Visionen der globalen Digitalwirtschaft auf der dmexco 2013 waren 26.300 Fachbesucher (+ 20 Prozent) aus rund 80 verschiedenen Ländern ? ein neuer Rekordwert. Der internationale Stellenwert der dmexco lässt sich direkt am großen Anteil internationaler Fachbesucher und Aussteller (beides rund 25 Prozent) ablesen.

Passend zum diesjährigen Motto ?Turning Visions into Reality? realisierte die dmexco 2013 erstmals das Konzept der ?World of Experience?. Im Rahmen dieses neuartigen Ansatzes erhielten Trendsetter des Digital Business eine ideale Bühne, um wichtige Trends, Technologien und Visionen in erlebbaren Formaten und strategisch visionären Vorträgen anschaulich und greifbar zu machen. ?Es geht nicht mehr nur um digitales Marketing ? es geht um Marketing in einer digitalen Welt?, fasst Philipp Justus (Google) ein wichtiges Learning der World of Experience 2013 zusammen.

Dass Visionen in Realität verwandelt werden müssen, um in Zukunft erfolgreich zu sein, war auf dem gesamten Gelände der dmexco 2013 deutlich zu spüren. Welche Chancen und Herausforderungen sich daraus für das Digital Business ergeben, wurde kontrovers diskutiert. Zum Beispiel die dringende Notwendigkeit, Konsumenten zukünftig noch unmittelbarer in die Markenkommunikation einzubinden: ?The most important challenge in the digital industry is our ability to keep pace with the rapid changes in consumer behavior. This generation is aware of the power of its personal data, it values experiences over ownership, and it wants to engage with brands through interactions that mirror human relationships instead of business transactions?•, betont Lisa Pearson (bazaarvoice).

Für Achim Berg (arvato) liegt die größte Herausforderung der Digitalwirtschaft vor allem darin, das Produkt- oder Markenerlebnis ganzheitlich ? sowohl on- als auch offline ? im Blick zu behalten. ?Der Konsument erwartet über die von ihm gewünschten Kanäle authentisch angesprochen zu werden. Augmented Reality ist hier erst der Anfang.? Als heißesten Trend macht Berg dabei die ?Sharing Economy? aus. ?Das Internet macht hier möglich, was früher nicht möglich war: der Verbraucher wird selbst zum Anbieter?, so Berg. Welche Rolle dabei die verschiedenen Kanäle auf den unterschiedlichsten Screens spielen können, bringt Laura Desmond (Starcom MediaVest Group) auf den Punkt: ?Today, it's mastering convergence and putting in place measurement that follows consumer behavior and impact across all screens. We need to understand not only how channels work together across paid, owned and earned, but why channels work together.?• Den zu erfüllenden wirtschaftlichen Aspekt, der zwangsläufig hinter jeder neuen Entwicklung stehen muss, betont Gabor Steingart (Handelsblatt): ?Die Digitalwirtschaft befindet sich derzeit im Spannungsfeld zwischen hohem Innovationstempo und dem Erfüllen von Rentabilitätskriterien. Die zentrale Herausforderung besteht darin, beides nahezu zeitgleich zu bewerkstelligen.?

Zusätzliche Power brachten nicht zuletzt einige der innovativsten Startups und Entrepreneure im Rahmen der Conference aufs dmexco Parkett, z. B. GumGum, Unbound, Appssavvy, Banbutsu, Wywy, Outbrain oder Eye?em. Mit frischen Ansätzen und neuen Geschäftsmodellen sorgten sie an beiden dmexco Tagen für jede Menge Inspirationen. ?The biggest challenge facing senior-level marketers right now is how to cut through the clutter of the social web and make content which stands out as signal amidst all the social noise?•, fordert Sarah Wood (Unruly) die etablierte Marketing-Welt zum Umdenken auf. Brian Wong (kiip) unterstreicht vor allem die vielfältigen Möglichkeiten des mobilen Kanals, der noch unzureichend genutzt wird: ?Right now, brands still view mobile as a separate ?media channel? instead of a hub that sees all digital activity within a consumer?s life. As one of the most personal devices we?ve ever owned, it gives unprecedented opportunity to brands to create even closer relationships with their customers ? the challenge is getting them to grasp that.?•

Aus Sicht der wichtigsten Media-Agentur-Netzwerke der globalen Digitalwirtschaft, die allesamt auf der dmexco 2013 vertreten waren, ist vor allem ?Big Data? ein beherrschendes Thema. ?Wie viel ?Big? davor stehen kann, soll und darf, darüber wird vor dem Hintergrund von PRISM nicht nur auf der dmexco diskutiert?, so Nicole Prüsse (VivaKi). Fest steht jedoch: Marktteilnehmer, die die wachsende Quantität verfügbarer Daten zu analysieren und zu interpretieren wissen und die Daten somit qualitativ einsetzen können, sind klar im Vorteil. Das wurde auf der dmexco mehr als deutlich. Für den nachhaltigen Erfolg ist für Daryl Lee (Universal McCann) die auf der dmexco aufgezeigte Digital Creativity jedoch nicht weniger entscheidend: ?The challenge for the digital industry is the same challenge for the marketing industry at large ? how to make the most of the intersection of creativity and accountability using the new technologies of today. We are entering a brave new world of brand content and cross-platform experiences, and we need our measurement systems to keep up with our creative options?•, so Lee.

Die Fachbesucher der dmexco zeigen sich begeistert: Mehr als 80 Prozent sind mit ihrem Besuch zufrieden, ebenfalls über 80 Prozent loben das Ausstellerangebot insgesamt. Mehr als 90 Prozent würden den Besuch der dmexco weiterempfehlen. ?Die dmexco 2013 hat in allen Bereichen neue Standards gesetzt und ist in den Kalendern aller relevanten Köpfe und Unternehmen als fester Jahreshöhepunkt gesetzt. Vor allem die einzigartige Konstellation der dmexco aus Expo und Conference spielt in ihrer Qualität und Vielfalt eine wichtige Rolle. Daher ist die Akzeptanz der dmexco gerade in den internationalen Märkten deutlich gestiegen in den letzten Jahren und steht in der Wahrnehmung neben einer CES oder Cannes. Die Vorzüge erkennen immer mehr Unternehmen nicht nur aus den USA, sondern auch aus Russland, China und weiteren Ländern der Welt. Für ein paar Tage ist die dmexco der Nabel der digitalen Welt?, ziehen Christian Muche und Frank Schneider, dmexco Board of Directors, Bilanz.

Matthias Ehrlich, Präsident BVDW, ergänzt: ?Die dmexco hat sich in den fünf Jahren seit ihrem Start zur international führenden Branchenmesse der digitalen Wirtschaft entwickelt und ist die globale Plattform Nr. 1 für einen effektiven Wissenstransfer und direkte Geschäftsabschlüsse sowie der zentrale Treffpunkt für alle Vordenker und Meinungsführer. Diese einzigartige Mischung macht die dmexco zu einem Muss für jeden Business-Entscheider. Das ist eine grandiose Erfolgsgeschichte, gerade auch für die deutsche Internetbranche, und ich bin sehr stolz darauf, dass der BVDW als Dachverband der digitalen Wirtschaft und Träger der dmexco maßgeblich dazu beigetragen hat.?

Die dmexco 2014 findet in Köln auf dem Gelände der Koelnmesse am 10. und 11. September 2014 statt.

Die gesamten Facts und Figures zur dmexco 2013 finden Sie unter http://dmexco.de/Downloads/downloads/Facts_Figures.pdf

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
http://shortpr.com/14dh2j

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
http://www.themenportal.de/wirtschaft/dmexco-2013-koeln-praesentiert-sich-als-nabel-der-digitalen-welt-69431

Pressekontakt

FAKTOR 3 AG

Herr Andre Hoffmann
Kattunbleiche 35
22041 Hamburg

dmexco2013@faktor3.de

Firmenkontakt

FAKTOR 3 AG

Herr Andre Hoffmann
Kattunbleiche 35
22041 Hamburg

shortpr.com/14dh2j
dmexco2013@faktor3.de

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 leading 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/dmexcovideo.