Digital Marketing Talk 2014

Whats Next? Branded Content, Social TV, Google Glass DigitasLBi sagt die digitale Zukunft voraus

(Mynewsdesk) Köln, 03. Februar 2014 ? Heute schon die digitalen Trends von morgen kennen: Beim diesjährigen Digital Marketing Talk am 23. Januar in Köln blickte die führende globale Marketing- und Technologieagentur DigitasLBi gemeinsam mit prominenten Branchenexperten in die digitale Zukunft. Im Mittelpunkt der Veranstaltung stand das What?s Next der Marketing-Agenda 2014: Von Branded Content über Social TV, Four Screen Real Time Advertising, Creative Digitalisation bis hin zu Google Glass. Zu den Experten zählten unter anderem die digitalen Thoughtleader Ulrich Meyer, Head of Industry bei YouTube, und Lars Lehne, Country Director Sales, Agency von Google, Carsten Kollmus, Geschäftsführer des ersten deutschen Social TV Senders joiz sowie Jens Pöppelmann, Bereichsleiter Prozesse und Service bei IP Deutschland. DigitasLBi-Vordenker wie Anna Soisalo, Head of Digital Business Design DigitasLBi UK, , gehörten ebenfalls zum hochkarätigen Kreis der Redner. ?Wir freuen uns sehr, dass wir jedes Jahr unsere neuesten Innovationen und Entwicklungen dem exklusiven Kundenkreis von DigitasLBi vorstellen und mit unseren zukunftsorientierten Trends inspirieren können.?, sagt Lars Lehne, Country Director Sales, Agency von Google. Die etablierte Expertenrunde bot damit einen exklusiven Überblick über die wichtigsten Trends, Themen und Technologien, die die Digitalbranche im kommenden Jahr prägen werden. Anke Herbener, CEO DigitasLBi in Deutschland und der Schweiz, ergänzt: ?Durch digitale Innovationen entwickelt sich alles wahnsinnig schnell. Unternehmen müssen heutzutage immer einen Schritt voraus sein, um auch weiterhin erfolgreich zu bleiben. Für unsere Kunden bietet der Digital Marketing Talk am Anfang des Jahres immer eine gute Gelegenheit die neuesten Innovationen und Trends aus erster Hand zu erfahren und somit ganz nah am digitalen Zeitgeschehen zu sein.?

Bewegtbild-Trend: Branded Content

Find the right people. Create great stories. Build stronger relationships: Die grundlegenden Marketingstrategien, um glaubhaft eine Marke aufzubauen und den Konsumenten an sie zu binden, haben sich während des technologischen Wandels nicht verändert. Jedoch muss die Vorgehensweise bei den grenzenlosen Möglichkeiten, die das Internet in Bezug auf Zeit, Inhalt und Art der Darstellung bietet, angepasst werden. In seiner Keynote macht Ulrich Meyer, Head of Industry bei YouTube, deutlich, dass diese drei Erfolgsfaktoren im Verlauf der fortschreitenden Digitalisierung immer wieder angepasst werden müssen. Dank der richtigen Auswertung von Big Data ist es heutzutage einfacher, die passende Zielgruppe zu finden und mit maßgeschneiderter Werbung anzusprechen. So entscheidet sich der Kunde bei Engagement Ads aktiv selbst, ob er sich mit der Marke auseinandersetzt. Zudem ist es möglich, Storytelling über Technologie noch kreativer zu gestalten und mit dem User in einen Dialog zu treten. Ein weiterer erfolgreicher Weg, Vertrauen zu einer Marke aufzubauen, ist die indirekte Markenplatzierung über beispielsweise Blogtutorials, bei denen die Marke über einen Dritten emotional aufgeladen und dem Konsumenten näher gebracht wird.

Bewegtbild-Trend: Social TV

Sonntags um 20:15 Uhr ist Tatortzeit. Doch schon längst liegt neben der Fernbedienung griffbereit das Smartphone, Tablet oder der Laptop, um die Geschehnisse im TV gleichzeitig mit weiteren Zuschauern über Social Media Kanäle zu kommentieren. Der erste deutsche Social TV Sender joiz antwortet auf dieses Bedürfnis nach paralleler Mediennutzung und Echtzeit-Dialog mit einem transmedialen Angebot. In ihrem täglichen Live-Programm synchronisieren Carsten Kollmus, Geschäftsführer von joiz, und sein Team die verschiedenen Screens. Damit bieten sie dem Zuschauer eine interaktive Medienheimat, die den Dialog aktiv sucht: Über ein Punktesystem werden Kommentare und andere Aktivitäten belohnt. Diese können dann anschließend auf einem virtuellen Marktplatz gegen attraktive Preise wie Konzertkarten eingetauscht werden. Dank der transmedialen Verschmelzung von Social Media, Bewegtbild und Digital Commerce werden neuartige, attraktive Werbepotentiale eröffnet.

Bewegtbild-Trend: Real Time Advertising on four screens

Im Rahmen seiner Keynote stellt Jens Pöppelmann, Bereichsleiter Prozesse und Service bei IP Deutschland, die Initiative Fourscreen vor. Dabei präsentiert er zukunftsweisende Produkte wie ein Buchungstool, das alle vier Screens auf einmal erreicht. Dies erleichtert eine einfache und treffsichere Platzierung von Botschaften bei Endkonsumenten. Denn Nutzer verteilen ihre Internetzeit auf immer mehr Situationen und Endgeräte, wodurch eine zunehmende Herausforderung entsteht: Zielgruppen müssen kanalübergreifend erreicht und Erfolge messbar gemacht werden.

Digital-Trend: Creative Digitalisation

Die Digitalisierung ist nicht demokratisch: Eine feinsinnige Kritik am eigenen Metier bringt Chris Clarke, Chief Creative Officer International DigitasLBi, hervor. Die immer schneller fortschreitenden Entwicklungen im Digitalbereich bedeuten für viele Unternehmen einen harten Bruch und ziehen, die Gesamtwirtschaft betrachtet, grundlegende Veränderungen mit sich. So gibt Clarke zu Bedenken, dass die Technologie mit selbstfahrenden Autos, die Wirtschaft zersetzt und Mittelklasse-Jobs wie die des Taxifahrers unnötig macht. Einzig mit dem Mittel der Kreativität ließe sich diese Abwärtsspirale stoppen und positive Innovation hervorrufen. Insbesondere Digitalexperten müssten hier die Unternehmen unterstützen, kreativer und interessanter zu werden, um im digitalen Zeitalter bestehen zu können. Eine kreative Denkweise, die kritisch hinterfragt, vorurteilsfrei und selbstbewusst ist, bildet das Antidot zu einer Trägheit, die sich von der Digitalisierung überrollen lässt.

Digital-Trend: Digital Disruption

Auch Clarkes DigitasLBi-Kollegin Anna Soisalo, Head of Digital Business Design, gibt zu Bedenken, dass mit der Entwicklung und Umsetzung einer ganzheitlich auf Digital ausgerichteten Unternehmensstrategie, ein tiefgreifender technologischer und organisatorischer Wandel einhergehen muss. Denn nur eine smarte, ausgereifte Digitalstrategie beantwortet die Bedürfnisse des Konsumenten und geht zugleich konform mit den Unternehmenszielen.

Technologie-Trend: How Google sees the future

Mit einem Blick zurück in die Zukunft lässt Lars Lehne, Country Director Sales, Agency von Google, die Innovationen des letzten Jahres Revue zu Beginn kurz passieren. Insbesondere sprach er jedoch auch über aktuelle und kommende Projekte des Technologie- und Internetriesens wie die Ausarbeitung des selbstfahrenden Autos oder des Loon Projektes oder auch die neu entwickelte Kontaktlinse für Diabetiker, die einen enormen Mehrwert für Betroffene darstellt. Mit Spannung erwartet wurde aber auch die Live-Präsentation der Google Glass. In der Diskussion über die Zukunftstrends wurde deutlich, mit welcher Innovationskraft Google versucht, die Welt und ihre Informationen hilfreich aufbereitet, jedem zugänglich zu machen.

Einen Imagefilm mit Interviews zum Digital Marketing Talk finden Sie hier: http://www.digitaslbi.com/de/case-studies/local-germany/dmt-2014

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
http://shortpr.com/4c74k9

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
http://www.themenportal.de/online-medien/digital-marketing-talk-2014-38120

=== Digital Marketing Talk 2014: Anke Herbener, CEO DigitasLBi (DE/CH), mit ihren Kollegen Chris Clarke und Anna Soisalo (rechts im Bild). (Bild) ===

Die Gastgeberin des Marketing Talks Anke Herbener, CEO DigitasLBi in Deutschland und der Schweiz, mit ihren DigitasLBi Kollegen Chris Clarke, Chief

Creative Officer International DigitasLBi, und Anna Soisalo, Head of Digital Business Design DigitasLBi UK (rechts im Bild).

Shortlink:
http://shortpr.com/6doadq

Permanentlink:
http://www.themenportal.
de/bilder/digital-marketing-talk-2014-anke-herbener-ceo-digitaslbi-de-ch-mit-ihren-kollegen-chris-clarke-und-anna-soisalo-rechts-im-bil
d

=== Digital Marketing Talk 2014: Lars Lehne, Country Director Sales, Agency von Google, über Innovationen und Entwickklungen des Technologieriesens. (Bild) ===

Lars Lehne, Country Director Sales, Agency von Google, stellte auf dem Digital Marketing Talk von DigitasLBi die neuesten Innovationen und Entwicklungen des Technologieriesens vor und inspirierte die Gäste mit zukunftsorientierten Trends.

Shortlink:
http://shortpr.com/14rsqh

Permanentlink:
http://www.themenportal.
de/bilder/digital-marketing-talk-2014-lars-lehne-country-director-sales-agency-von-google-ueber-innovationen-und-entwickklungen-des
-technologieriesens

Pressekontakt

MSL Germany

Frau Sarah Bagherzadegan
Hansaring 97
50670 Köln

sarah.bagherzadegan@mslgroup.com

Firmenkontakt

MSL Germany

Frau Sarah Bagherzadegan
Hansaring 97
50670 Köln

mslgroup.de
sarah.bagherzadegan@mslgroup.com

DigitasLBi ist die führende globale Marketing- und Technologieagentur, die Unternehmen bei ihrer stetigen Weiterentwicklung im digitalen Zeitalter unterstützt. Sie hilft Kunden jeder Art und Größe, über das "whats next..." ihrer digitalen Evolution zu entscheiden und begleitet sie anschließend auf ihrem Weg zum Ziel.

An 40 Standorten in 25 Ländern arbeiten mehr als 6.000 Digital-Experten daran, den Usern durch die einzigartige Verbindung von Strategie, Kreativität, Media und Technologie einen spürbaren Mehrwert im alltäglichen Leben zu bieten. In Deutschland und der Schweiz arbeiten unter der Führung von CEO Anke Herbener rund 170 Experten an den Standorten Köln, München, Hamburg, Berlin, Frankfurt und Zürich. Die Leistungen reichen von unternehmensstrategischer Beratung über Markenbildung bis hin zur Entwicklung von Inhalten und abschließenden Echtzeitdistribution. So unterstützt DigitasLBi ihre Kunden dabei, die Folgen der digitalen Veränderung zu verstehen und sich für den damit einhergehenden Wandel richtig aufzustellen. DigitasLBi ist der strategische Partner vieler der weltweit spannendsten Marken aus den Bereichen Telekommunikation, Automotive, Finanzdienstleistungen, Konsumgüter, Verlagswesen oder Einzelhandel.

Weitere Informationen finden Sie unter www.DigitasLBi.com/de