

Nr. 11 / 2019 / 12. September 2019, Köln

## Digitale Wirtschaft stellt Haltung, Werte und die Nutzer stärker in den Mittelpunkt

**Erfolgreiche DMEXCO: Rund 1.000 Aussteller aus 40 Ländern, darunter die wertvollsten Unternehmen der Technologiebranche, mehr als 600 Speaker und rund 40.000 Besucher nahmen in diesem Jahr an Europas wichtigstem Event für die digitale Wirtschaft in Köln teil. Unter dem diesjährigen Motto „Trust In You“ diskutierten Entscheidungsträger aus digitaler Wirtschaft, Marketing und Innovation über die immer zentraler werdende Rolle, die das Vertrauen in den Beziehungen zwischen Nutzern und Konsumenten sowie Unternehmen und ihren digitalen Services spielt. Eine erfolgreiche Premiere verzeichnete vor Ort der neu konzipierte Future Park in Halle 9, die Demo Arena und die DMEXCO App. Die DMEXCO 2020 findet am 23. und 24. September 2020 wieder auf dem Gelände der Koelnmesse statt.**

Köln, 12. September 2019 – Ethisches Handeln wird in der digitalen Wirtschaft mehr und mehr zu einem wichtigen Faktor für die europäische Digitalbranche im Wettbewerb mit China und den USA. Dabei sind sich die Unternehmen bewusst, dass Technologie ihren Nutzen für die Menschen stärker belegen muss und das Marketing gleichzeitig die Privatsphäre achtet und die Interessen der Nutzer in den Mittelpunkt stellt. Auf der DMEXCO in Köln diskutierte die Industrie vor allem Lösungen, um diese Ziele künftig besser zu erreichen.

Dass Privacy, also der Umgang mit den personenbezogenen Daten der User, für die Branche die derzeit wohl größte Herausforderung darstellt, bestätigen auch die führenden Media-Agenturen und Werbetreibenden. Eine aktuelle Umfrage des Fachkreises Online-Mediaagenturen (FOMA) im BVDW unter Experten, die insgesamt mehr als 90 Prozent des digitalen Mediavolumens in Deutschland repräsentieren, wurde auf der DMEXCO vorgestellt. Die Ergebnisse: 77 Prozent der Experten bei Media-Agenturen und Werbetreibenden sind der Meinung, dass die europäische DSGVO und die aktuell diskutierte Fassung der E-Privacy-Verordnung eher US-amerikanischen als europäischen Unternehmen nutzt. Für 86 Prozent der Befragten steht sogar fest, dass die europäische Digitalindustrie Gefahr läuft, von amerikanischen und asiatischen Konzernen abgehängt zu werden.

Die Nachfrage nach digitaler Werbung bleibt trotzdem auf hohem Niveau, prognostizieren die Experten der FOMA. Innerhalb des digitalen Marketings erwarten Werbetreibende und Agenturen Wachstum vor allem bei Addressable TV und Digital Audio. Die Ausgaben für Adressable TV sollen im Vergleich zum Vorjahr um 20 Prozent steigen, bei Digital Audio sogar um 21 Prozent. Dafür, so die Expertenmeinung, ist vor allem der steigende Gebrauch von Smart Speakern und Sprachassistenten in Smartphones verantwortlich.

**DM**    
**EXCO 19**SEPTEMBER 11 - 12, 2019  
KÖLN  
[www.dmexco.com](http://www.dmexco.com)Ihr Kontakt bei Rückfragen:  
Christian FaltinTelefon  
+49 89 170 2049784  
E-Mail  
[christian.faltin@dmexco.com](mailto:christian.faltin@dmexco.com)Koelnmesse GmbH  
Messeplatz 1  
50679 Köln  
Deutschland  
Telefon +49 221 821-0  
Telefax +49 221 821-2574  
[info@koelnmesse.de](mailto:info@koelnmesse.de)  
[www.koelnmesse.de](http://www.koelnmesse.de)Geschäftsführung:  
Gerald Böse (Vorsitzender)  
Herbert MarnerVorsitzende des Aufsichtsrats  
Oberbürgermeisterin  
Henriette RekerSitz der Gesellschaft und  
Gerichtsstand: Köln  
Amtsgericht Köln, HRB 952

Ideeller und fachlicher Träger:



## **Erfolgreiche Premiere des Future Parks**

Seite  
2/5

Eine erfolgreiche Premiere bei Publikum und Ausstellern verzeichnete der in diesem Jahr neu konzipierte Future Park. Auf rund 7000 Quadratmetern, direkt am Eingang von Halle 9, zeigten 175 Technologieführer, Visionäre und Start-ups ihre Produkte und Services rund um relevante Technologiethemen von heute und morgen: von Künstlicher Intelligenz und Big Data über Mixed Reality, Smart Technologies und Mobility bis IoT und Blockchain.

„Die positive Resonanz auf den Future Park freut uns sehr. Das bekräftigt unsere Vision, dass innovative und außergewöhnliche Produkte nicht nur der Treiber für uns sind, sondern generell für die digitale Wirtschaft. Im nächsten Jahr werden wir das Thema Start-ups daher noch weiter ausbauen“, so Christoph Menke, Director Sales & Operations DMEXCO.

## **Demo Arena punktet mit Produkt-Highlights**

Den perfekten Produkt-Pitch konnten die Besucher dieses Jahr in der Demo Arena in Halle 6 erleben. Unternehmen bot sich hier die Möglichkeit, in 20-minütigen Slots ihre digitalen Produkte oder Services dem Publikum zu präsentieren. Durch ein interaktives Voting Tool konnte dieses direkt Feedback geben. Das kam sehr gut an: Die Produktpräsentationen waren durchgehend voll besetzt.

Auch die beiden Formate zur Wissensvermittlung, Seminars und Worklabs, waren an beiden Messetagen konsequent gut besucht. Besucher hatten hier die Möglichkeit, wertvollen Input und relevantes Wissen in Form spannender Case Studies oder handfester How-tos zu gewinnen oder in kleinen Gruppen relevante Fragestellungen und Erfahrungswerte zu diskutieren.

## **DMEXCO App überzeugt die Besucher**

Erstmals vor Ort im Einsatz war die neue DMEXCO App, die nicht nur das elektronische Ticket, sondern viele weitere nützliche Features enthält. Vor allem die Networking-Funktion überzeugte. Gut 90 Prozent aller Teilnehmer, so zeigen erste Auswertungen, nutzten die Möglichkeit, sich vor Ort mit anderen Mitgliedern der Community zu vernetzen. Dabei akzeptierten drei Viertel der Nutzer die eingehenden Kontaktanfragen. In der parallelen DMEXCO Besucherumfrage bewerteten gut zwei Drittel der Besucher die Networking-Funktion als gut bzw. sehr gut. Rund 70 Prozent erhalten ganzjährig über die DMEXCO Website und App aktuelle Branchen-News.

## **Seven Ventures Pitch Day: ArtNight gewinnt renommierten Start-up-Wettbewerb**

Auch in diesem Jahr haben DMEXCO und SevenVentures, der Investmentarm der ProSiebenSat.1 Media SE, ihre strategische Partnerschaft weitergeführt und mit dem SevenVentures Pitch Day (7VPD) wieder das innovativste Start-up im B2C-Bereich gesucht. Gewonnen hat in diesem Jahr ArtNight. Das 2016 gegründete Berliner Start-up veranstaltet in mehreren deutschen Städten Kreativerlebnisse in Bars und Restaurants. Teilnehmer haben bei den Events die Möglichkeit, unter Anleitung eines lokalen Künstlers in nur wenigen Stunden ihr eigenes Kunstwerk zu erschaffen. Als Preisgeld hat ArtNight ein umfangreiches Media- und Service-Paket gewonnen, das sich aus drei Millionen Euro an TV-Werbegeldern sowie 30.000 Euro für die

Produktion eines eigenen TV-Spots zusammensetzt. Hinzu kommt ein viermonatiges Mentoring-Programm von Flaconi, einer der führenden Online-Parfümerien Deutschlands.

Seite  
3/5

„Wir sind überwältigt und dankbar! Durch den Gewinn können wir jetzt noch mehr Menschen durch unsere „edutainment“ Erlebnisse wie ArtNight, ShakeNight, BakeNight und PlantNight offline zusammenbringen und die Welt dadurch noch kreativer und interaktiver gestalten“, kommentiert Gründerin Aimie-Sarah Carstensen.

### Stimmen zur #DMEXCO19

„Die digitale Wirtschaft hat auf der diesjährigen DMEXCO eindrucksvoll gezeigt, dass sie gewillt ist, die ethisch motivierten Herausforderungen ernsthaft anzugehen und die Bedürfnisse der Nutzer künftig stärker in den Mittelpunkt zu stellen“, sagt Gerald Böse, der Vorsitzende der Geschäftsführung der Koelnmesse.

„Die DMEXCO hat sich in den vergangenen Jahren als Taktgeber für die Digitale Wirtschaft deutlich spürbar weiterentwickelt und ist im elften Jahr ihres Bestehens viel mehr als eine jährlich stattfindende Veranstaltung. Die Etablierung als Content-Plattform hat unsere Erwartungen übertroffen. Und gleichzeitig bleibt die DMEXCO das mit Abstand wichtigste Format für das globale Digitalbusiness – hier werden Geschäfte gemacht. Das deckt sich mit den Rückmeldungen der Besucher und Aussteller, unter denen zahlreiche BVDW-Mitglieder sind“, ergänzt Matthias Wahl, Präsident des BVDW, der ideeller und fachlicher Träger der DMEXCO ist.

„89 Prozent unserer Besucher, so eine erste Auswertung, würden einem guten Geschäftsfreund den Besuch der DMEXCO empfehlen. Wir werden für 2020 hart daran arbeiten, die restlichen elf Prozent auch noch zu überzeugen“, so das Fazit des DMEXCO Boards mit Chief Advisor Dr. Dominik Matyka, Judith Kühn (Conference), Christoph Menke (Sales & Operations) und Christoph Werner.

### Weitere Stimmen zur DMEXCO 2019

Christoph Kull, Vice President & Managing Director Adobe Central Europe: „Mit dem Thema Trust hat die DMEXCO genau zum richtigen Zeitpunkt ein wichtiges Thema gesetzt, denn Vertrauen in eine Marke ist nicht nur die Basis jeder guten Kundenbeziehung, sondern wird zunehmend zu einem Wettbewerbsvorteil. Unternehmen, die eine positive Customer Experience bereitstellen, haben die Chance, wertvolles Vertrauen und dadurch Relevanz aufzubauen. Die DMEXCO 2019 zeigt deutlich, dass die technische Infrastruktur und die kreative Exzellenz da sind – nun liegt es an den Marken, transparent mit ihren Kunden zu kommunizieren, aus Daten einen hohen erkennbaren Mehrwert für Kunden zu schaffen und nachhaltig in die Qualität dieser Beziehung zu investieren.“

Paul Mudter, Geschäftsleiter Operations Ad Alliance: „Bäm – wir haben mit unserem Auftritt auf der DMEXCO zeigen können, was Deutschlands Big Player zum Talk of DMEXCO macht, wie zum Beispiel mit unseren neuen Angeboten zum geräteübergreifenden Targeting und kontextuellem Tagging mittels KI. Die Ad Alliance konnten wir nicht nur als kompetenten Partner von Werbekunden und Mediaagenturen im neuen modernen Look präsentieren und mit Media Impact die

Strahlkraft erweitern, sondern die Relevanz hautnah und ehrlich erlebbar machen. Wir haben das zentrale Leitmotiv der Messe, Vertrauen in die Digitalwirtschaft ‚Trust in You‘ direkt unterstrichen.“

Seite  
4/5

Florian Hübner, Gründer und Co-CEO von Überall: „Es wurde vorab ja viel diskutiert – und am Ende sind wir positiv überrascht, wie ausdrucksstark und facettenreich Aussteller und Besucher das Motto ‚Trust In You‘ diskutiert haben. Für uns ist dabei besonders bemerkenswert, welches Potenzial ‚Trust‘ mit sich bringt: Wenn wir gemeinsam Vertrauen zur Top-Priorität erklären, wird es für Unternehmen darum gehen, den Menschen in den Mittelpunkt zu stellen. Marketing muss mehr sein als reines Verkaufen. Genau dazu wollen wir beitragen – mit unserer Technologielösung sowie als Partner und Arbeitgeber.“

Marc Hundacker, Managing Director Awin DACH: „Die DMEXCO ist wie ein großes Familienfest. Jedes Jahr kommen alle zusammen, um über den Status quo und über die Zukunft der Branche zu reden. Für uns ist die DMEXCO die wichtigste Veranstaltung des Jahres! Großes Lob an die Veranstalter für den reibungslosen Ablauf!“

Björn Radau, Director Marketing & Communications DACH bei Teads: „Es hat sich wieder gezeigt: Für uns als Vermarkter ist die DMEXCO wichtig, weil sie Business-driven ist. Nirgendwo anders kann man in kurzer Zeit so geballt so viele Termine mit Werbungtreibenden und ihren Agenturen machen. Im Vergleich zu den Vorjahren hat die Internationalität weiter zugenommen. Die Messe wirkte insgesamt ruhiger, die Professionalität der Besucher war allerdings außergewöhnlich hoch.“

Claas Voigt, Geschäftsführer emetriq: „Kurz vor dem vierten Quartal ist die DMEXCO eine Riesenchance, dass wir als Datenpartner mit Agenturen und deren Kunden das werbestarke vierte Quartal vorbereiten. Persönliche Treffen erzeugen Nähe und Vertrauen.“

Miriam Thome, Director Marketplace Management bei Xandr: „Für uns als globales Unternehmen haben große Branchenevents wie die DMEXCO eine hohe Relevanz. Auch wenn exklusive Inhouse-Events ihre ganz eigenen Vorteile bieten, gibt uns die DMEXCO die Möglichkeit, mit unseren Kunden und Kollegen aus der ganzen Welt zusammenzukommen, um uns über die neuesten Themen und Trends der Branche auszutauschen. Gerade in diesem Jahr ist eine wirkungsvolle Präsenz auf der DMEXCO für uns von besonderer Bedeutung, da wir erstmals als Xandr, dem Advertising- und Analytics-Unternehmen von AT&T, auftreten werden. Wir freuen uns darauf, dass wir uns nicht nur als neue Marke präsentieren, sondern auch neue strategische Produkte für Buyer und Seller vorstellen werden.“

Alexander Gösswein, Regional Managing Director CMR bei Criteo: „In diesem Jahr hat die Branche gezeigt, wie vielschichtig sie geworden ist: Vor sieben Jahren ging es vor allem um das Kerngeschäft. 2019 blicken Unternehmen über das eigene Produktportfolio hinaus auf Diversität, Nachhaltigkeit, Datensouveränität, Transparenz, Werte. Das Mindset der Marketing-Macher rückt in den Fokus, nicht nur an den Ständen, sondern auch auf den Panels. Wir nehmen unsere Rolle in der Gesellschaft wahr und ernst. Das schmälert aber das Business kein bisschen. Das hochwertige Publikum ist der DMEXCO auch 2019 erhalten geblieben.“

## Über #DMEXCO

Seite

5/5

DMEXCO versteht sich als Community und zentraler Treffpunkt aller wichtigen Entscheidungsträger aus digitaler Wirtschaft, Marketing und Innovation. Wir bringen Branchenführer, Marketing- und Medienprofis sowie Technologie- und Innovationstreiber an zentraler Stelle zusammen, um gemeinsam die digitale Agenda zu definieren. DMEXCO bietet ein ganzes Ökosystem aus Vorträgen internationaler Speaker, Ausstellungen von Top-Brands und praxisorientierten Seminaren – alle mit Blick auf digitale Trends und zukünftige Business-Potenziale.

Mit 40.000 Besuchern, 1.000 Ausstellern und mehr als 600 Speakern aus der ganzen Welt ist die DMEXCO das Top-Event der Branche. In Köln setzen wir die Benchmark als Netzwerk- und Business-Plattform der Digitalwirtschaft. Entscheidungsträger bilden sich weiter und lassen sich inspirieren, knüpfen Kontakte und schließen Geschäfte ab. DMEXCO ist der Ort, wo das digitale Geschäft von morgen schon heute erlebbar ist.

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist – unter besonderer Mitwirkung des Online-Vermarkterkreis (OVK) – ideeller und fachlicher Träger der DMEXCO sowie Inhaber der Marke. Veranstalter der DMEXCO ist die Koelnmesse.

Die DMEXCO 2020 findet am 23. und 24. September 2020 in Köln statt. Alle Informationen sowie Fotos, Videos und O-Töne zur DMEXCO 2020 finden sich unter <http://dmexco.com>, [www.facebook.com/dmexco](http://www.facebook.com/dmexco), [www.twitter.com/dmexco](http://www.twitter.com/dmexco) und [www.youtube.com/dmexcovideo](http://www.youtube.com/dmexcovideo).