

# Dmexco-Trends 2017

Freitag, 13.10.2017

Am 13. und 14. September 2017 pilgerten wieder Marketing- und Medien-Profis, E-Commerce- und Digital-Experten aller Couleur in die Domstadt. Die in Köln stattfindende Veranstaltung **Digital Marketing Exposition & Conference**, kurz Dmexco, hat sich inzwischen erfolgreich als internationale Leitmesse für digitale Medien und Kommunikation etabliert. Sie wächst und wächst und hat auch in Sachen Relevanz Events in London und anderen europäischen und internationalen Metropolen hinter sich gelassen. Der MÖBELMARKT war für Sie vor Ort dabei!

Der eine neue Trend war auf der Dmexco 2017 nicht existent. Digitale Transformation ist nicht erst seit gestern ein wesentliches Buzzword der globalen Wirtschaft. Auch weitere, allgegenwärtige „In-Themen“ lauten branchenübergreifend schon lange KI / AI (Künstliche Intelligenz beziehungsweise englisch: Artificial Intelligence), Automation, IoT (Internet of Things) und VR (Virtual Reality).

## **Schnellüberblick über die wichtigsten Trends der Dmexco 2017, des internationalen Top-Events für die Digitalwirtschaft:**

- Online-Marketing Budgets wachsen weiter, in aller Regel auf Kosten von Offline.
- SEO (Suchmaschinen-Optimierung) und SEA (Suchmaschinen-Werbung) bleiben Dauerbrenner und Pflichtprogramm.
- Content Marketing nimmt in seiner Bedeutung weiter zu. Unternehmen, Marken und Produkte müssen auffindbar und vor allem mit ansprechenden Inhalten emotional, möglichst wirklichkeitsnah und interaktiv inszeniert werden.
- Mit der Bedeutung von Content-Marketing allgemein steigt neben der Wichtigkeit von Storytelling, Kunden-Rezensionen und -Bewertungen auch die von Konfiguratoren, fotorealistischen 3D-Visualisierungen, sowie vor allem AR- (Augmented Reality) und VR-Anwendungen (Virtual Reality) massiv an. Auch die Marktpräsenz, Bedeutung und Professionalität von Influencer Marketing wachsen.
- Die Qualität und Potenziale der automatisierten Bilderkennung nehmen im beeindruckenden Maße zu und werden von den Kunden mit großem Interesse aufgenommen.
- Die Vernetzung von realer und virtueller Welt gewinnt immer stärker an Fahrt, die Grenzen zwischen und offline und online verschwimmen immer mehr.
- Die Devise „mobile first“ wandelt sich zu „mobile only“. Die mobile Nutzung der Online-Möglichkeiten verdrängt immer stärker den klassischen Desktop-Bereich, insbesondere im B2C-Umfeld.
- Die Optimierung von Nutzer-Orientierung, Usability und Customer Journey auch im B2B-E-Commerce gewinnt massiv an Bedeutung.
- Die Verzahnung von E-Commerce und stationärem Handel nimmt weiter zu. Online-Kampagnen werden offline verlängert. Cross-Channel- und Cross-Device-Fähigkeit wird immer wichtiger: Datenaustausch und konsistente Ansprache der Kunden über eine steigende Anzahl an Touchpoints, Frontends und User Interfaces, ob Desktop, Mobile, POS- und Kiosk-Terminals, Voice, IoT oder Chat Bots muss ermöglicht werden.

- Die gezielte, persönlichere und relevantere Ansprache von Interessenten und Kunden wird immer bedeutungsvoller.
- Auch unser Fernsehen wandelt sich und wird smarter. Addressable TV und Smart TV gestalten quasi einen neuen digitalen Kanal, der sich analog zum Display-Bereich gezielt ansteuern lässt. Genaue Zielgruppenansprache verringert Streuverluste, Kampagnen können mit überschaubaren Budgets regional begrenzt werden und verringern deutlich die Einstiegshürden in die TV-Werbung.
- Agilität und Erfolg von Unternehmen hängt zunehmend an Data Driven Marketing und damit an der ständigen Erreichbarkeit, Sicherheit und Analyse aller Daten.
- Dashboards & Command Center versuchen dem Daten-Overkill durch automatisierte Visualisierungs- und Monitoring-Tools zu begegnen, insbesondere rund um Kunden-Reviews, also teils emotionale Bewertungen von Produkten und Dienstleistungen.
- Aggregatoren für Kundenbewertungen werden zunehmen und, ebenso wie Sentiment-Analysen im Social-Media-Umfeld, an Bedeutung gewinnen.
- Die am 25. Mai 2018 verbindlich geltende EU-Datenschutz- Grundverordnung (EDSGV beziehungsweise DSGVO) und E-Privacy, sorgt für große Verunsicherung unter den Marketern bezüglich der ohnehin bereits komplizierten, umständlichen und oft auch problematischen Erhebung, Speicherung und Verarbeitung persönlicher Daten.
- Alexa, Siri und Co. werden immer intelligenter und vernetzen sich immer mehr mit uns, mit unseren Geräten, mit unseren Daten und damit unserer gesamten Lebensrealität. Smart Data wird insbesondere hier erfolgsrelevant: Intelligente Vernetzung plus Semantik plus großer, detaillierter und professionell klassifizierter Datenbestand. Der Fokus von KI muss auf der symbiotischen Zusammenarbeit von Mensch und Maschine liegen, nicht auf dem Versuch Menschen durch Maschinen zu ersetzen.
- IoT (Internet of Things) muss vollumfänglich von der Theorie in die überaus komplexe Praxis überführt werden. Beispielsweise muss die juristische Perspektive beleuchtet werden: Dürfen Maschinen im Wartungsfall automatisch einen Techniker rufen und damit einen Vertrag abschließen?
- Die Marktmacht großen Vier (Google, Apple, Facebook, Amazon) werden einen derart hohen industriellen Standard generieren, dass alle anderen nur noch nachziehen oder darauf aufbauen können.
- Die Prozesse rund um Produktion, Beschaffung und Distribution von Content sowie ganz allgemein in Kommunikation und Marketing werden immer techniklastiger und automatisierter. Gleichzeitig aber auch transparenter. Damit steigen die technologischen aber auch betriebswirtschaftlichen Anforderungen an die Mitarbeiter. Ohne ein ständig steigendes Knowhow und Verständnis für Technologien, Tools und Prozesse einerseits, sowie Controlling und Leistungsrechnung andererseits, wird die erfolgreiche Arbeit im Kommunikations-, Marketing- und Vertriebsumfeld immer schwieriger.

## **Weitere Infos zur Dmexco 2017:**

Im Vorfeld der Veranstaltung war viel darüber diskutiert worden, dass die Messe bereits 2016 zu groß, zu international, zu unübersichtlich geworden sei. Aber steigende Vielfältigkeit, Komplexität und Internationalität sind untrennbar mit der fortschreitenden digitalen Transformation verbunden.

Trotz neuer Preispolitik, für welche die Veranstalter, auch wegen der mangelnden beziehungsweise irritierenden Kommunikation, im Vorfeld heftig kritisiert wurden und sogar Absagen von Branchengrößen kassierten, sprechen die Zahlen der Aussteller auch bei der neunten Ausgabe der Dmexco wieder eine überzeugende Sprache:

1.100 Aussteller aus 39 Ländern bedeuten eine Steigerung von 87 Aussteller oder 7,9 Prozent zum Vorjahr. Mehr als 570 Referenten, mit einem Anteil von 57 Prozent Deutscher sowie von >33 Prozent Frauen, boten während der zwei Messetage mehr als 250 Stunden Programm unter dem Konferenzmotto „Lightening the Age of Transformation“. Auf 18 fast durchgängig extrem von interessierten Besuchern umlagerten Bühnen referierten auch viele international renommierte Business-Promis wie Sherryl Sandberg von Facebook, Jack Dorsey von Twitter, Stewart Copeland von The Police oder Thomas Reiter, Astronaut der ESA.

**"Wenn wir über Wachstum sprechen, dann ist für uns in erster Linie die Qualität entscheidend. Und die hat auf der Dmexco 2017 definitiv gestimmt“, Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse.**

Die erstmalig konsequent kostenpflichtigen Besuchertickets unter dem Motto „Pure Business“ haben wie erwartet neue Besucherrekorde verhindert. Auch rund 200 am Vorabend ausgefallene Flüge unterstützten nicht gerade die Veranstaltung. Rund 40.700 Besucher bedeuten zwar einen stattlichen quantitativen Rückgang von nominal rund 10.000 Besuchern, beziehungsweise 20 Prozent, allerdings dennoch volle bis übervolle Hallen. Die Aussteller waren sich weitestgehend darüber einig, dass das Konzept der Professionalisierung durch einen wirtschaftlichen Filter qualitativ aufgegangen ist. Die auf B2B-Fachmessen allgemein unbeliebten „Beutelratten“, nervige Zeitfresser, ständig auf der Suche nach Tüten, Werbegeschenken und Infomaterial, blieben bei dieser Veranstaltung deutlich erkennbar im Rahmen. Die meisten Aussteller profitierten nach eigenen Angaben von einer höheren Kontaktqualität, intensiveren und längeren Gesprächen.

Im Agency Hot Spot präsentierten sich die wichtigsten Agenturen und Media-Netzwerke, im Innovation Hub “World of Experience” wurde Zukunftstechnologien für Marketing-Kommunikation und Technologie lebendig. Für Gendergerechtigkeit stand die “Girls‘ Lounge powered by The Female Quotient”. Sie ist auf Konferenzen weltweit der zentrale Treffpunkt für Frauen, um sich auszutauschen, zusammenzuwirken und Wandel gemeinsam voranzutreiben.

Im Start-up Village konnten sich Newcomer und Gründer Investoren, potenziellen Partnern und Kunden präsentieren. Die innovativsten Start-ups kämpften im Start-up Hatch, einem neuen Präsentationsformat, um 20.000€ Preisgeld von Procter & Gamble. Der Gewinner hieß Opinary GmbH, ein Berliner Start-up, das es seit seiner Gründung 2013 geschafft hat, mit seinen Produkten in den größten deutschen Medienhäusern und so gut wie allen bekannten Onlinemedien vertreten zu sein. Fast jeder, der täglich online Zeitung liest, kennt mittlerweile die Meinungskompassse auf den Artikel-Seiten. Marken wie Toyota, Commerzbank und Hipp werben mit Opinary. Ihre Umfragen erreichen monatlich 66 Millionen

Leser und erreichen fünfzehn bis zwanzig Mal mehr Interaktion als übliche Bannerwerbungen.

Satelliten-Events in Tokio, Tel Aviv, London und Zürich, die Pre-Conference an Bord einer Boeing 747-8 beim Flug LH 405 von New York nach Frankfurt oder Night Talks in Hamburg und München und wieder viele typisch hippe Dmexco-Parties im direkten Veranstaltungsumfeld runden das Event ab. Dennoch ist der gesamten Branche viel Neugier, Uneinigkeit und Diskussionsbedarf anzumerken, wenn das Gespräch auf die OMR, die Online Marketing Rockstars in Hamburg, fällt. Die modernere, noch jüngere, deutlich lautere, massiv content-getriebene und mit dem coolen Musik-Business eng vernetzte Konkurrenzveranstaltung hat merklich neue Maßstäbe gesetzt und Sympathien gewonnen. Die weitere Entwicklung im Eventmarkt bleibt damit spannend.

**Die 10. Dmexco findet am 12. und 13. September 2018 in Köln statt.**

## **Dmexco-Trends 2017**

### **Links**

- [Dmexco - Messe-Website](#)

### **Weiterführende Links**

- [Dmexco-Messe-Magazin 2017](#)
- [Dmexco - Video-Channel](#)