

# Programm Tag 1

23.11.2021 MAIN STAGE

## MAIN STAGE

**09:00 Willkommen**

Unsere Türen öffnen um 9 Uhr - so könnt ihr schon beim ersten Kaffee mit dem Networking beginnen und euch den besten Sitzplatz sichern.

## MAIN STAGE

**09:30 Eröffnung**

Eine kurze Begrüßung durch den Veranstalter.



**Thomas Promny**  
*d3con*

**Moderation:**



**Inken März**  
*d3con Moderation*

## MAIN STAGE

**09:40 Ein anderer Fußball ist möglich**

Wie der FC St. Pauli zum wahrscheinlich bekanntesten Sportverein in Deutschland, wenn nicht auf der Welt, werden konnte, ohne jemals einen nennenswerten Pokal gewonnen zu haben.



**Martin Drust**  
*FC St. Pauli*

**Moderation:**



**Inken März**  
*d3con Moderation*

## MAIN STAGE

**10:00 Kreativität, Kampagnen und Technology: Realität und Visionen im Bereich Lufthansa Marketing Communication**

Claudia Dreismann und Moritz Dammas erzählen von zentralen Entwicklungen, typischen Stolpersteinen und zukünftigen Plänen auf dem digitalen Spielfeld – von Performance Marketing, personalisierter Kommunikation, Ad Technology, Kooperations-Projekten und ersten KI-Cases.



**Moritz Dammas**  
*The Goodfellows*



**Claudia Dreismann**  
*Lufthansa*

**Moderation:**



**Lothar Krause**  
*Digital Consultant*

## MAIN STAGE

### 10:30 Social Media Out of Control

Wie Toyota durch ein völlig neues Social Media Konzept Best-Performer Nummer 1 der Automobilbranche wurde. Sarah und Niels berichten wie die Abgabe von Kontrolle das inhaltliche Rebranding der Marke vorantreibt. Key Take-outs:

- Wie man Social Media als Kanal für inhaltliches Rebranding nutzen kann
- Warum Vielfalt, Themenoffenheit und Mut wichtige Mindsets sind
- Warum man Teamstrukturen und Zusammenarbeit mit Agenturen neu definieren muss
- Warum der Marketingleiter nicht das letzte Wort haben soll



**Niels Klamma**  
*Toyota*



**Sarah Mooslechner**  
*The&Partnership Germany*

**Moderation:**



**Inken März**  
*d3con Moderation*

## MAIN STAGE

### 11:00 Kaffeepause

## MAIN STAGE

### 11:30 Smarte Strategien vs. Roadblocks im Konzern: Wie können wir schneller vorankommen?

Vertreter:innen führender Werbetreibender sprechen über die Schwierigkeiten und Hürden in ihren Unternehmen für die Umsetzung innovativer Marketingstrategien und wie sie dabei sind, diese zu überwinden.



**Jenny Fleischer**  
*Ottobock*



**Timo Baumgarten**  
*univativ*



**Ralf Strauss**  
*Marketing Tech Lab /  
Deutscher Marketing  
Verband*

**Moderation:**



**Julia Schössler**  
*schoesslers*

## MAIN STAGE

### 12:15 Quality Boost for Programmatic Advertising

Welche Maßnahmen, Skills und Tools werden immer nötiger, um qualitativ hochwertige programmatische Kampagnen umzusetzen und wie sollte Qualität dabei definiert werden? Erfahrene Advertiser aus B2B und B2C teilen ihre Erfahrungen und diskutieren über notwendige Entwicklungen in der Branche.



**Jenny Görlich**  
*DKB*



**Maria von Scheel-Plessen**  
*Gucci*



**Simone Bremser**  
*Deutsche Telekom*

**Moderation:**



**Jenny Gruner**  
*Hapag-Lloyd*

## MAIN STAGE

### 13:00 Mittagspause

## MAIN STAGE

### 14:00 Wie bekommen wir mehr Transparenz von unseren Agenturen?

Führende Werbetreibende berichten, wie sie ihre Agenturbeziehungen transparenter gestalten und mehr Zugriff auf relevante KPIs bekommen haben.



**Henrik Schulte**  
*DSM*



**Erik Siekmann**  
*Digital Forward*

**Moderation:**



**Raoul Fischer**  
*StoryWorks*

## MAIN STAGE

### 14:45 Agenturgeschäftsführer:innen-Panel

Wie müssen Agenturen ihre Rolle heute neu definieren und welche neuen Herausforderungen und Chancen bringt Programmatic mit sich für die Beziehungen zwischen Agenturen und Werbetreibenden?



**Nadine Bruer**  
*OMD Hamburg*



**Siamac Rahnavard**  
*Echte Liebe*



**Kia Zolfaghari**  
*VIVALU*



**Julian Simons**  
*mediascale*



**Marion Heine**  
*spring brand ideas*

**Moderation:**



**Jens Jokschat**  
*PrimeUp*

## MAIN STAGE

### 15:30 Kaffeepause

## MAIN STAGE

### 16:00 Marketing-Organisation - Wie sehen leistungsfähige Team-Strukturen in innovativen Startups aus?

Setzt man eher auf Potenzial oder auf Erfahrung? Wie kann man kontinuierliche Innovation in der Organisation verankern? Wer sorgt idealerweise für ausgeprägte Datengetriebenheit in der täglichen Marketingarbeit? Und wie kann man sicherstellen, dass Branding- und Performance-getriebene Ansätze ineinandergreifen?



**Florian Heinemann**  
*Project A*

#### **Moderation:**



**Inken März**  
*d3con Moderation*

## MAIN STAGE

### 16:20 Leading Tech Providers

Welche technologischen Entwicklungen werden das Geschäft in den nächsten Jahren verändern und wie kann ich mich als Werbetreibender heute darauf vorbereiten?



**Stefan Beckmann**  
*FreeWheel*



**Manuel Hinz**  
*CrossEngage*



**Leonard Sommer**  
*BrandMaker*



**Elmar Stein**  
*RMS*

#### **Moderation:**



**Ina Börner**  
*NO DIRTY TALK*

## MAIN STAGE

### 17:00 Von Kleinanzeigen zu Performance Marketing

Mittelstand? Filialsystem? Franchise? Wie läuft denn euer Performance Marketing? Gar nicht? Keine Ahnung? Macht irgendeine Agentur? Ihr lasst Geld auf der Straße liegen! Wie der Studienkreis in 3 Jahren seine Neukundenakquise um 25% steigerte und dabei 10% weniger Marketing pro neuen Kunden ausgab.



**Andreas Durth**  
*Studienkreis*

#### **Moderation:**



**Inken März**  
*d3con Moderation*

## MAIN STAGE

### 17:30 Verleihung der d3con Advertisers Day Speaker Awards



Die drei besten Speaker werden ausgezeichnet. Ihr entscheidet, die Abstimmung findet über die d3con App statt. [App-Download](#)

#### **Moderation:**



**Inken März**  
*d3con Moderation*

## MAIN STAGE

### 17:45 Ende der Veranstaltung

# Programm Tag 1

23.11.2021 MASTERCLASSES

## MASTERCLASSES

### 11:30 Win the attention battle in a privacy first world

Wie sieht die cookielose Zukunft aus? Wir zeigen Ihnen, wie Sie Ihre Kunden in einer Welt ohne Cookies effektiv und treffsicher erreichen. Mit unserer „Contextual Full Stack“-Lösung, bieten wir Ihnen eine KI-basierte, kontextuelle Adressierungslogik, die in Kombination mit einzigartigen High-Impact Formaten, die Aufmerksamkeit auf Ihre Marke zieht.



**Jan-Philipp Kröll**  
*Seedtag*



**Raul Molina**  
*Seedtag*

**Moderation:**



**Susanne Hohenschuh**  
*Agentur Frau Wenk +++*

## MASTERCLASSES

### 12:15 B2B Advertisers' Strategy

Führende B2B-Marketingleiter:innen präsentieren ihre Strategien und Marketing-Technologie-Setups.



**Carsten Sichler**  
*thyssenkrupp Industrial Solutions*



**Anastasia Albert**  
*Project A*

**Moderation:**



**Eric Hall**  
*The Media Trust | HO|DS - Halls Of Digital Strategies*

## MASTERCLASSES

### 14:00 Simply Better together: Von der Persona zu care plus

Ihr wahres Potenzial entfalten die Marketingmaßnahmen und Kanäle nur wenn sie auch sinnvoll miteinander kombiniert werden und aufeinander einzahlen. Wir zeigen welches Potenzial in einer Customer-Journey steckt, die sowohl auf den Sales Funnel, als auch auf die Micro-Interessen des Nutzers ausgerichtet ist. Warum See-Think-Do-Care eigentlich zu wenig ist und warum unsere Personas dringend durch Daten validiert sein müssen, zeigen wir an praktischen Beispielen und einprägsamen Vorgehensmodellen.



**Patrick Dörfler**  
*Echte Liebe*

**Moderation:**



**Susanne Hohenschuh**  
*Agentur Frau Wenk +++*

## MASTERCLASSES

### 14:45 Shopping neu erlebt: Augmented Reality Shopping und E-Commerce auf Snapchat

Erlebt die Zukunft des Shoppings! Jan Müller, Sector Lead Performance Snap Inc., zeigt wie AR das Shopperlebnis verändert, wie E-Commerce auf Snapchat funktioniert und wie das Smartphone zum Schaufenster einer Generation geworden ist. Virtual Try-On, Dynamic Ads und Integration von Shops in Profilen. Erfahrt alles über E-Commerce auf Snapchat.



**Jan Müller**  
*Snap*

#### Moderation:



**Susanne Hohenschuh**  
*Agentur Frau Wenk +++*

## MASTERCLASSES

### 16:00 DOUGLAS Partner Program - Der Weg zur Plattform und die Auswirkungen im Online-Marketing.

DOUGLAS hat sich in den vergangenen Jahren vom ehemals stationären Retailer zur digitalen Beauty Plattform in Europa entwickelt. Max zeigt in dieser Session, wie das Douglas Partner Programm (selektiver Marketplace) nicht nur die Plattform, sondern auch die Online-Marketing Kanäle kontinuierlich verändert.



**Max Melching**  
*Douglas*

#### Moderation:



**Danuta Florczyk**  
*Tectumedia*

## MASTERCLASSES

### 16:15 Performance Marketing Pros

Führende Performance Marketer:innen stellen ihre Strategien und Tech Setups vor. In welchen Strukturen und Kanälen und mit welchen Partnern arbeiten erfolgreiche Performance Marketer:innen heute?



**Philipp Klösel**  
*Fashion ID*



**Christian Leihner**  
*Unilever*



**Sven Hasselmann**  
*Deutsche Bahn*

#### Moderation:



**Danuta Florczyk**  
*Tectumedia*

## MASTERCLASSES

### 16:45 Ende MASTERCLASSES I

# Programm Tag 1

23.11.2021 ROUNDTABLES

## ROUNDTABLES

### 14:00 Tomorrow's Ad Tech Leaders: Inspiring the next generation

Who will be tomorrow's leaders of the Ad Tech industry? And what will it take to get to the top? Four leaders discuss the challenges ahead, including gender diversity - and what we need to know to push the industry forward.



**Maria von Scheel-Plessen**  
*Gucci*



**David Lange**  
*adlicious*



**Tatjana Kiel**  
*KLITSCHKO Ventures*

**Moderation:**



**Sibel Boner**  
*BBC Global News*

## ROUNDTABLES

### 15:00 Agile Content Strategie Entwicklung bei Toyota

Eine Content Strategie zum Marken-Thema „Hybrid“, nicht wie gewohnt am Reißbrett geplant, sondern mit „agilen Techniken“ kundenrelevant entwickelt. Stolpersteine, Überraschungen und Learnings. Ein Erfahrungsbericht von Niels Klamma / General Manager Brand & Marketing Communications Toyota Deutschland.

**Moderation:**



**Niels Klamma**  
*Toyota*

## ROUNDTABLES

### 15:30 Advertiser Roundtable

Austausch in kleiner Runde und nur für Führungskräfte. Teilnahme nur für CMOs, Leiter Online Marketing und ähnliche.

**Moderation:**



**Erik Siekmann**  
*Digital Forward*



## ROUNDTABLES

### 16:15 Die Identity Strategie der Advertiser für 2021

Vermeehrt setzen große Advertiser auf ID Lösungen die ihnen die Kontrolle über die Steuerung der Kommunikation mit ihren Kunden zurückgibt. Welche Herausforderungen gilt es dabei zu beachten? Welche Vorteile haben Advertiser durch die Nutzung einer stabilen ID Lösung? Wie hängt das mit CX zusammen? Warum ist Unterstützung von extern / Consulting hierbei so wichtig?

#### Moderation:



**Kolja Brosche**

*LiveRamp / SkillProjects*

## ROUNDTABLES

### 17:00 Performance Marketing Roundtable

High-Level-Austausch zum Thema Performance Marketing. Nur Advertiser, keine Agenturen oder andere Dienstleister.

#### Moderation:



**Florian Heinemann**

*Project A*

## ROUNDTABLES

### 18:00 Ende ROUNDTABLES