

Advertisers Day

21.03.2023 MAIN STAGE

MAIN STAGE

08:30 Willkommen

Unsere Türen öffnen um 8:30 Uhr - so könnt ihr schon beim ersten Kaffee mit dem Networking beginnen und euch den besten Sitzplatz sichern.

MAIN STAGE

09:20 Eröffnung

Eine kurze Begrüßung durch den Veranstalter.



Nina Kress
d3con

Moderation:



Inken März
d3con Moderation

MAIN STAGE

09:30 In Vorbereitung

Moderation:



Bobi Carley
ISBA

MAIN STAGE

10:00 Keynote



Corina Kurscheid
Beiersdorf

MAIN STAGE

10:30 Kaffeepause

MAIN STAGE

11:00 Leading Advertisers Strategy

Führende Werbetreibende berichten von ihren Strategien und Erfolgen zum Thema Adtech und Programmatic. Welche Technologien setzen sie ein, welche Strategien wenden sie an und welche Erfolge haben sie mit diesen erzielt?



Niklas Hollaus
SIXT



Alexander Ewig
AIDA Cruises

Moderation:



Ralf Scharnhorst
Scharnhorst Media, m42m

MAIN STAGE

11:45 Winning E-Commerce With Digital Advertising

Seit Anfang 2022 ist der E-Commerce rasant gewachsen, da die Verbraucher die Effizienz und den Komfort des Online-Einkaufs schätzen gelernt haben. Führende Expert:innen sprechen über ihre Herausforderungen und Lösungsansätze. Welche Werbestrategien haben sie entwickelt und welche Trends haben sie zum Erfolg gebracht? Wie sieht die Zukunft des E-Commerce aus?



Johannes Montag
PICARD

MAIN STAGE

12:30 Mittagspause

MAIN STAGE

13:30 OWM-Panel

MAIN STAGE

14:15 B2B-Advertisers Strategy

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



Vanessa Hülse
Fritzmeier Umwelttechnik



Sebastian Kahlich
Ticketmaster Deutschland

Moderation:



Jenny Gruner
Hapag-Lloyd

MAIN STAGE

15:00 Kaffeepause

MAIN STAGE

15:30 In Vorbereitung

MAIN STAGE

16:00 Leading DOOH Advertisers

Die führenden DOOH Advertiser verraten ihre Tipps und Tricks. Welche Technologien setzen sie ein und welche Erfolge haben sie mit diesen bereits erzählt? Wie muss das Setup für eine erfolgreiche DOOH-Strategie aussehen?

Moderation:



Lothar Krause
Digital Consultant

MAIN STAGE

16:45 In Vorbereitung

MAIN STAGE

17:00 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?



Juliane Beyerle
MYLILY



Tim Schmidt
dm Deutschland



Stefan Dietzel
Libify Technologies



Micha Gab
Viva con Agua

Moderation:



Eric Hall
Halls of ...

MAIN STAGE

17:45 Verleihung der Advertisers Day Speaker Awards

Moderation:



Inken März
d3con Moderation

MAIN STAGE

18:00 NETWORKING & DRINKS

MAIN STAGE

18:15 ADVERTISERS DAY BEERPONG TURNIER

Jetzt anmelden und gewinnen 2 Combo Tickets für die d3con 2024

Advertisers Day

21.03.2023 STAGE II

STAGE II

10:00 Marketing im Saftladen – true fruits

„Wir glauben daran, dass es für eine Marke sogar besser ist, von einigen geliebt oder gehasst zu werden. Everybodys darling ist eben auch everybodys Arschloch.“ Nic Lecloux, Co-Founder & CMO true fruits



Nicolas Lecloux
true fruits

STAGE II

11:00 The Rise of Retail Media

Retail Media ist einer der wichtigsten Kategorien für die Zukunft des programmatischen Wachstums. Woran liegt das und warum sollten Advertiser jetzt ihre Ad Spendings überdenken?



Oliver Hanke
GLORYFEEL



Sabine Jünger
OTTO

Moderation:



Kolja Brosche
LiveRamp / SkillProjects

STAGE II

11:45 Datengetriebendes Marketing für den Mittelstand

Markenbildung und Performancesteigerung sind essentiell für mittelständische Unternehmen. Warum ist Programmatic insbesondere für Mittelständler relevant und welche konkreten Strategien führen zum Erfolg?

STAGE II

13:30 How to win in the cookieless future

Es ist soweit: Das Ende der Third-Party Cookies ist da. Expert:innen diskutieren über die Chancen und Risiken. Welche Strategien sollten Advertiser verfolgen, um optimal aufgestellt zu sein?



Janine Liu
HONOR Germany



Alexander Ewig
AIDA Cruises

Moderation:



Daniel Knapp
IAB Europe

STAGE II

14:15 Data Best Practice

Führende Agenturen präsentieren jeweils mit einem Kunden zusammen einen Case, wie sie für Kampagnen externe Targetingdaten erfolgreich einsetzen.

Moderation:



Ina Börner
NO DIRTY TALK

STAGE II

15:30 Marketing Mix Modelling – Die Entzauberung von Mythen

Immer noch treffen Marketers Entscheidungen zur Budgetallokation aufgrund von Glaubenssätzen und Erfahrungswissen. Die Commerzbank nutzt seit 2019 einen datengetriebenen Ansatz zur Optimierung des Marketing Mix, der ständig weiterentwickelt wird. Das ermöglicht es, faktenbasierte Entscheidungen zu treffen und mit alten Mythen aufzuräumen.



Aydin Sahin
Commerzbank & comdirect

STAGE II

15:45 Agenturgeschäftsführer:innen-Panel

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



Franziska von Lewinski
SYZYGY



Diana Degraa
Initiative



Kim Notz
KNSK | GWA

STAGE II

16:30 Keynote: Responsible Media/Programmatic Advertising Responsibility - wie grün ist unser Öko-System?



Anne Coghlan
Scope3

Moderation:



Eric Hall
Halls of ...

STAGE II

16:45 Programmatic Advertising Responsibility - wie grün ist unser Öko-System?

Moderation:



Eric Hall
Halls of ...

Advertisers Day

21.03.2023 MASTERCLASSES I

- MASTERCLASSES I** 10:00 Keynote 3
- MASTERCLASSES I** 11:00 45min. Masterclass
- MASTERCLASSES I** 11:45 30min. Masterclass
- MASTERCLASSES I** 12:15 15min. Masterclass
- MASTERCLASSES I** 13:30 30min. Masterclass
- MASTERCLASSES I** 14:00 30min. Masterclass
- MASTERCLASSES I** 14:30 30min. Masterclass
- MASTERCLASSES I** 15:30 30min. Masterclass
- MASTERCLASSES I** 16:00 30min. Masterclass
- MASTERCLASSES I** 16:30 30min. Masterclass
- MASTERCLASSES I** 17:00 30min. Masterclass

Advertisers Day

21.03.2023 MASTERCLASSES II

MASTERCLASSES II 10:00 **Marketingenerfolge sichern in einer Welt von GAFa und Consent - Herausforderungen**

Die Abhängigkeit von Dritten steigt und Spezialisten sind am Markt kaum mehr verfügbar. Wie lösen andere diese Herausforderungen? Der Blick über den Tellerrand ist häufig der größte Hebel um das interne Marketing elementar verbessern zu können. Erik Siekmann und führende Advertiser sprechen offen und ehrlich über ihre aktuellen Herausforderungen und zielführende Lösungsansätze.

Moderation:



Erik Siekmann
Digital Forward

MASTERCLASSES II 11:00 **Kaffeepause**

MASTERCLASSES II 11:30 **Fortsetzung: Marketingenerfolge sichern in einer Welt von GAFa und Consent - Herausforderungen**

Die Abhängigkeit von Dritten steigt und Spezialisten sind am Markt kaum mehr verfügbar. Wie lösen andere diese Herausforderungen? Der Blick über den Tellerrand ist häufig der größte Hebel um das interne Marketing elementar verbessern zu können. Erik Siekmann und führende Advertiser sprechen offen und ehrlich über ihre aktuellen Herausforderungen und zielführende Lösungsansätze.

Moderation:



Erik Siekmann
Digital Forward