

Pressemitteilung



d3con 2019: Creating programmatic success in digital advertising

Konferenzfokus: Erfolgsfaktoren, Best Cases und Success Storys rund um Programmatic Advertising als Betriebssystem des modernen, digitalen Marketings | Namhafte Brands und große Werbetreibende prominent vertreten

Hamburg, 05. November 2018 – Der Countdown zur neunten d3con hat begonnen. Fünf Monate vor dem ersten großen Branchenevent der Digitalbranche in 2019 hat das Konferenzteam rund um Thomas Promny zahlreiche Programminhalte für die größte Fachkonferenz zur Zukunft der digitalen Werbung veröffentlicht. Wie in den beiden Jahren zuvor findet die d3con auch in 2019 wieder an zwei Tagen statt und bietet mit der University am 02. April (Beach Hamburg) und der Fachkonferenz am 03. April (CinemaxX Hamburg Dammtor) zwei komplementäre Veranstaltungsformate rund um das Thema Programmatic Advertising an.

Konferenzmotto 2019: Creating programmatic success in digital advertising

Mit dem Konferenzmotto „Creating programmatic success in digital advertising“ stellt die d3con im kommenden Jahr Erfolgsfaktoren, Best Cases und Success Storys rund um Programmatic Advertising als Betriebssystem des modernen, digitalen Marketings in den Fokus der Veranstaltung. Vorträge und Panels zu u.a. dem Gewinner-Setup erfolgreicher Digitalwerbetreibender, Inhousing versus Outsourcing im Online-Marketing, Data Driven Marketing im Zeichen von DSGVO und ePrivacy-Richtlinie oder der "Lage der Nation" im digitalen Werbemarkt aus Sicht führender Werbetreibender setzen sich neben Chancen und Herausforderungen vor allem mit dem konkreten Nutzen und Mehrwert von Programmatic-Strategien und -Technologien auseinander.

Auf der Konferenz bieten dazu drei parallele Programmschienen in abwechslungsreichen Sessions ein großes Spektrum an Themen von „Agenturen versus Berater“ bis zum Blick auf Entwicklungen in anderen Märkten mit dem „International Experts Panel“. Nationale und internationale Top-Speaker von führenden werbetreibenden Unternehmen, Publishern und Vermarktern, Agenturen und Technologiedienstleistern diskutieren hier die aktuellen Themen der digitalen Werbebranche und geben Ausblicke auf die weitere Entwicklung. Mit namhaften Brands und großen Advertisern wie u.a. BMW, Daimler, Deutsche Bank, L'Oréal und Toyota ist dabei vor allem die Kundenseite prominent vertreten.

d3con University: Von Experten lernen

Mit der d3con University, die im zweiten Jahr bereits 500 Teilnehmerverzeichnissen konnte, hat die d3con ein äußerst erfolgreiches zweites Veranstaltungsformat etabliert. Die auch in 2019 wieder am Vortag der Konferenz stattfindende Schulungsreihe wendet sich primär an Marketing- und Mediaentscheider aus werbetreibenden Unternehmen und Agenturen, die sich im Programmatic Advertising weiterbilden wollen. Praxisnahe Workshops, Seminare und Fokusrunden mit Branchenexperten, bei denen die Vermittlung grundlegenden Fachwissens und wertvoller Entscheidungshilfen rund um die Themenschwerpunkte Programmatic Advertising und Marketing Automation sowie Hands-On-Praxistipps im Fokus stehen, bilden eine gewinnbringende Ergänzung und Fundierung der Konferenzthemen.

Insgesamt werden sich Besucher der d3con 2019 an den beiden Eventtagen auf die Expertise und Insights von etwa 100 hochkarätigen Referenten freuen können.

„Programmatic ist inzwischen das Betriebssystem, das moderne digitale Marketingstrategien ermöglicht und die Steuerung und Messung aller Marketingkanäle vereinheitlicht; Marketing Automation und Marketing AI sind die Trends, die zukünftig die Komplexität der Marketingwelt beherrschbar machen werden. Die d3con als die zentrale Branchenplattform will dabei nicht nur die damit verbundenen Chancen und Herausforderungen abbilden, sondern auch praxisnah den konkreten Mehrwert von Programmatic herausarbeiten. Welche Voraussetzungen dafür geschaffen werden müssen, wie Erfolgskonzepte und Use Cases aussehen können etc., das alles sollen die Teilnehmer aus dem Austausch mit führenden Programmatic-Experten und -Technologieanbieter sowie Werbetreibenden, Agenturen und Publishern gewinnbringend für ihr eigenes Business mitnehmen können“, erklärt Thomas Promny, Veranstalter der d3con.

Weitere Informationen zur d3con und dem aktuellen Stand des Veranstaltungsprogramms gibt es unter www.d3con.de. Besuchertickets sind [hier](#) erhältlich.

Bildmaterial zur freien Verwendung finden Medienvertreter unter: <https://d3con.de/Presse/>

Über die d3con

Mit im Jahr 2018 rund 2.000 Teilnehmern ist die d3con die weltgrößte Fachkonferenz der Programmatic-Advertising-Branche. Die 2011 erstmals ausgerichtete Veranstaltung war in Deutschland die erste ihrer Art und richtet sich in erster Linie an Werbungtreibende und Agenturen sowie Online-Vermarkter und -Publisher. Gründer und Veranstalter der d3con ist Thomas Promny, Internet-Unternehmer aus Hamburg.

Hashtag: #d3con

Twitter: <https://twitter.com/d3con>

Facebook: <https://www.facebook.com/d3con>

Pressekontakt:

d3con GmbH

Nina Kress

Telefon: +49 40 537 99 11 30

Email: presse@d3con.de

< elias communications >

Nadja Elias

Telefon: +49 89 15 89 03 06

Email: presse@d3con.de