

## Pressemitteilung



### **Programmatic in the 2020s: The era of advertisers**

**d3con feiert 2020 zehnjähriges Jubiläum | Programmatic in the 2020s: The era of advertisers | „Advertisers’ Day“ im Millerntor-Stadion als neues Format am ersten Veranstaltungstag**

Hamburg, 27. November 2019 – 2020 markiert für die d3con ein besonderes Datum: Dann findet bereits im zehnten Jahr in Folge die größte Fachkonferenz zur Zukunft der digitalen Werbung statt. 2011 als erste Konferenz zum Thema Programmatic Advertising im deutschsprachigen Raum gestartet, ist die d3con als Impulsgeber der Branche heute aus dem Veranstaltungskalender der Digitalwirtschaft nicht mehr wegzudenken.

Für die zweitägige Jubiläumsveranstaltung am 31. März (Millerntor-Stadion) und 01. April (CinemaxX Dammtor) 2020 in Hamburg stellt das Konferenzteam rund um Thomas Promny jetzt die inhaltlichen Schwerpunkte und ein neues Veranstaltungsformat vor.

#### **Programmatic in the 2020s: The era of advertisers**

Die zehnte d3con steht ganz im Zeichen der werbetreibenden Industrie. Mit dem 2020er Motto „Programmatic in the 2020s: The era of advertisers“ trägt die Veranstaltung nicht nur dem zunehmenden Gewicht der Werbekunden im programmatischen Ökosystem Rechnung. Sie greift auch die Erweiterung des Themenspektrums und das inzwischen deutlich sichtbare Agendasetting durch die Kundenseite auf. Zu den namhaften nationalen und internationalen Werbetreibenden, die auf der d3con 2020 zu sehen und hören sein werden, zählen u.a. Bayer, Coca-Cola, Douglas, EnBW, Ferrero, Henkel, Hugo Boss, Lufthansa, McDonalds, Nestlé, Toyota und VW.

Mit der größten Advertiser-Beteiligung unter den Martech- und Adtech-fokussierten Fachkonferenzen im deutschsprachigen Raum und der gleichermaßen umfangreichen Präsenz führender Publisher und Vermarkter sowie Agenturen und Technologydienstleister schärft die d3con ihr Profil der marktumfassenden Branchenplattform für Programmatic Advertising als Betriebssystem des modernen, digitalen Marketings.

#### **Advertisers’ Day: Neues Format zum Veranstaltungsauftritt**

Erstmals startet die d3con in 2020 auch mit dem Advertisers’ Day. Das neue Format am ersten Veranstaltungstag findet im Millerntor-Stadion statt und stellt spezifische Fragestellungen der werbetreibenden Industrie in den Mittelpunkt. In drei parallelen Programmschienen – Bühne, Masterclasses und Roundtables – teilen Advertiser ihre Erfahrungen und beleuchten Erfolgsfaktoren und Showstopper bei der digitalen Transformation des Marketings. Diskutiert werden u.a. das Spannungsfeld von Daten, Technologie und Kreativität sowie Maßnahmen, Skills und Tools zu Steigerung der Qualität von Programmatic. Darüber

hinaus werden wegweisende Best Cases und Success Stories aus der Praxis vorgestellt. Die inhaltliche Bandbreite der Themen reicht von Co-Marketing als Wachstumskanal über erfolgreiche Strategien und Technologie-Setups von B2B-Marketers bis zum ausschließlich von Expertinnen bestrittenen Panel zu Frauen im Programmatic-Geschäft.

Mit dem Advertisers` Day reagiert die d3con auf die wachsende Nachfrage nach Branchen-Benchmarks für das digitale Marketing auf Seite der Werbetreibenden und bietet neben dem thematisch umfassenden Programm des Konferenztages eine dedizierte Plattform für den fokussierten Austausch und Wissenstransfer der Kundenseite untereinander.

„2020 stellt ein besonderes Jahr in der Geschichte der d3con dar“, erklärt Thomas Promny, Veranstalter d3con. „Nicht nur, dass wir dann auf zehn erfolgreiche Konferenzjahre zurückblicken können, in denen wir die rasante Karriere des ursprünglich einmal als Realtime Bidding gestarteten Themas Programmatic Advertising zum heute vielseitigen Betriebssystem des modernen, digitalen Marketings mitbegleiten und maßgeblich mitgestalten konnten. Der Beginn der 2020er Jahre stellt auf gewisse Weise auch eine Zäsur dar: Lange Zeit von technologischen Innovationen getrieben, ist Programmatic heute längst nicht nur im Mainstream angekommen, sondern wird in seinen weiteren Entwicklungsstufen immer mehr von der Anwendungskreativität und neuen Nutzungsanforderungen der Werbetreibenden geprägt werden. Gleichzeitig stehen grundlegende Mechaniken des bisherigen datenbasierten, automatisierten Marketings wie Cookies vor dem Aus und zwingen zu einem Neudenken des digitalen Marketings. Wie bisher wird die d3con auch in Zukunft solche marktrelevanten Veränderungen frühzeitig aufgreifen und abbilden und als zentrale Branchenplattform wichtige Impulse für ein erfolgreiches ‚Programmatic in the 2020s‘ liefern.“

Weitere Informationen zur d3con 2020 und erste Einblicke in das Veranstaltungsprogramm gibt es unter [www.d3con.de](http://www.d3con.de). Besuchertickets sind [hier](#) erhältlich.

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

### **Über die d3con**

Mit im Jahr 2019 rund 2.000 Teilnehmern ist die d3con die größte Fachkonferenz zur Zukunft der digitalen Werbung. 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 35

Email: [presse@d3con.de](mailto:presse@d3con.de)

< elias communications >

Nadja Elias

Telefon: +49 89 15 89 03 06

Email: [presse@d3con.de](mailto:presse@d3con.de)