

***„Wie ich es geschafft habe,
mit 25 aus dem Nichts ein
Programmatic-Business zu
bauen.“***



d3con

THE FUTURE OF
DIGITAL ADVERTISING

Hamburg, 10. April 2018

2010

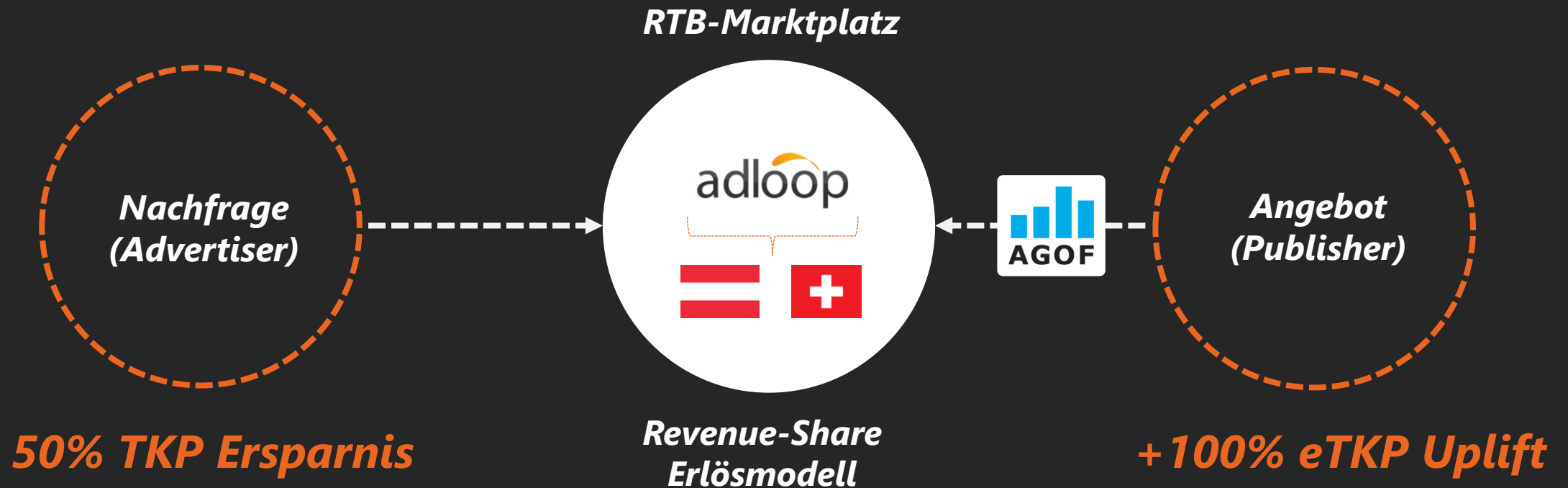
Meine erste Idee

d3con

THE FUTURE OF
DIGITAL ADVERTISING

Hamburg, 10. April 2018

DISPLAY CROSSBORDER AD-NETWORK



68%

*aller Startups überleben
die ersten 3 Jahre.*

d3con

THE FUTURE OF
DIGITAL ADVERTISING

Hamburg, 10. April 2018

2010

Gründung einer Agentur

d3con

THE FUTURE OF
DIGITAL ADVERTISING

Hamburg, 10. April 2018

ERFOLGSFAKTOR: TECH-STACK



***Effizienter
Technologie Stack***

d3con

THE FUTURE OF
DIGITAL ADVERTISING

Hamburg, 10. April 2018

TECHSTACK BAUSTEINE

DEMAND-SIDE-PLATFORMS (DSPs)
OPEN INTERNET & WALLED GARDENS (GAFA)

ADBUILDER & ADSERVER
STATISCHE & DYNAMISCHE WERBEMITTEL

ATTRIBUTION & DATA MANAGEMENT
DATENZUGANG, DATENERHEBUNG & ANALYSE

VERIFICATION
AD-FRAUD PROTECTION, BRANDSAFETY, VIEWABILITY

d3con

THE FUTURE OF
DIGITAL ADVERTISING

Hamburg, 10. April 2018

ERFOLGSFAKTOR: TEAM



***Spezialisiertes Team
& Know-How***

d3con

THE FUTURE OF
DIGITAL ADVERTISING

Hamburg, 10. April 2018

PROGRAMMATIC TEAM

***CONSULTANT
/ PROJEKTLITER***

TRADER & AD MANAGER

CREATIVE DESIGNER

DATA SCIENTIST

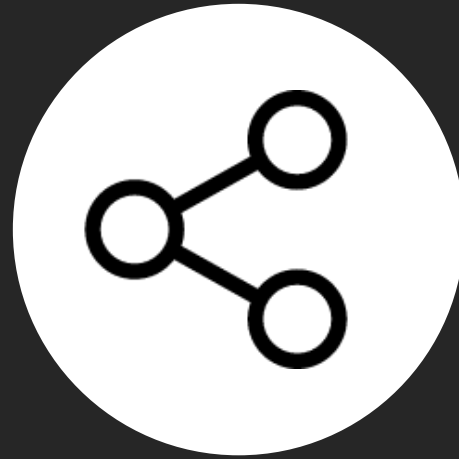
QUALITÄTSMANAGER

d3con

THE FUTURE OF
DIGITAL ADVERTISING

Hamburg, 10. April 2018

ERFOLGSFAKTOR: KUNDENZUGANG



***Transparente
Media & Daten***

d3con

THE FUTURE OF
DIGITAL ADVERTISING

Hamburg, 10. April 2018

TRANSPARENTE MEDIA & DATEN

DATEN

1st Party

2nd Party

3rd Party

INVENTARE

Display

Mobile

Native

OOH

Video

Social

Audio

Adressable TV

ERFOLGSFAKTOR: KREATION



***Integriertes
Design-Team***

d3con

THE FUTURE OF
DIGITAL ADVERTISING

Hamburg, 10. April 2018

INTEGRIERTES DESIGN-TEAM

***MAXIMIERUNG
DER RELEVANZ***

UMSETZUNG DES CORPORATE-DESIGNS

MATCHING: AUDIENCE VS. CREATIVE

INTERAKTION & ENGAGEMENT

TRACKING & OPTIMIERUNG

d3con

THE FUTURE OF
DIGITAL ADVERTISING

Hamburg, 10. April 2018

ERFOLGSFAKTOR: ROAS TRACKING



***RETURN ON
ADVERTISING
SPEND***

d3con

THE FUTURE OF
DIGITAL ADVERTISING

Hamburg, 10. April 2018

Marktbewertung

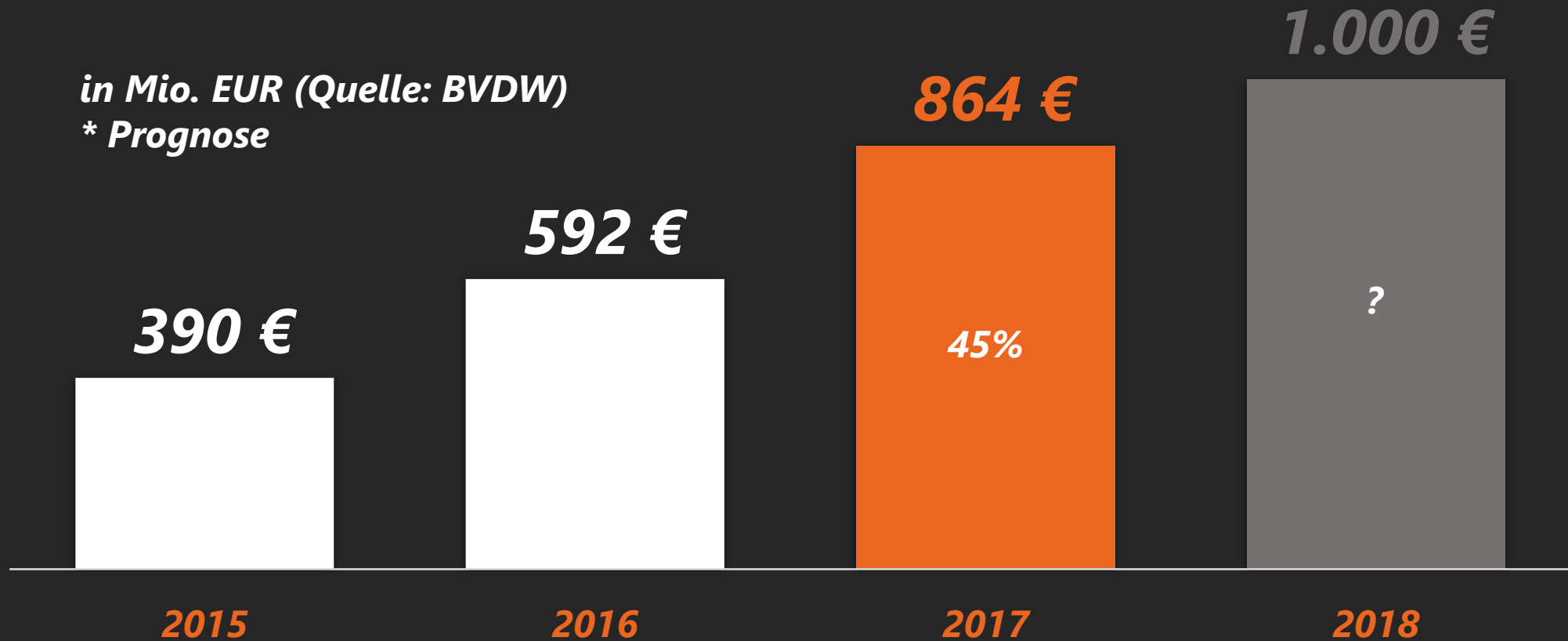
d3con

THE FUTURE OF
DIGITAL ADVERTISING

Hamburg, 10. April 2018

PROGRAMMATIC-MARKT DEUTSCHLAND 2015 – *2018

in Mio. EUR (Quelle: BVDW)
* Prognose



d3con

THE FUTURE OF
DIGITAL ADVERTISING

Hamburg, 10. April 2018

AUCH DER DEUTSCHE WERBEMARKT WIRD VON GAF(A) DOMINIERT



=

130,42 Mrd. € (2017)
= 50% der digitalen Werbeinnahmen

d3con

THE FUTURE OF
DIGITAL ADVERTISING

Hamburg, 10. April 2018

HERAUSFORDERUNGEN

INTRANSPARENZ

FRAGMENTIERUNG

MISSTRAUEN

DATENSCHUTZ

d3con

THE FUTURE OF
DIGITAL ADVERTISING

Hamburg, 10. April 2018



EINE CHANCE FÜR UNS ALLE IST MEHR TRANSPARENZ

d3con

THE FUTURE OF
DIGITAL ADVERTISING

Hamburg, 10. April 2018



***Vielen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit!***

christian.ulitzka@unidesq.com

d3con

THE FUTURE OF
DIGITAL ADVERTISING

Hamburg, 10. April 2018

© 2018 Unidesq

