



d3con 2025: Digitale Werbung zwischen Künstlicher Intelligenz und menschlicher Kreativität

Omnichannel Campaigning mit kanalspezifischen und -übergreifenden Herausforderungen | Vielfältige Fokusthemen von Internationalen Märkten bis Corporate Social Response und Nachhaltigkeit | „Publisher Morning“ wird zum festen Bestandteil des Konferenztags

Hamburg, 03. Dezember 2024 – Mit dem Wachstum kommen die „Schmerzen“. Programmatisches Marketing und programmatische Werbung erobern weiterhin neue Kanäle und Branchen. Doch mit der zunehmenden „Programmatisierung“ steigen vor allem Fragmentierung und Komplexität – häufig auf Kosten von Wirkung und Effizienz. Wie gehen Advertiser, Agenturen, Publisher und Technologieanbieter mit diesen und weiteren Herausforderungen um? Antworten darauf gibt es auf der d3con 2025, die am 11. und 12. März 2025 im CinemaxX Hamburg-Dammtor in Hamburg stattfindet.

Digitale Werbung zwischen Künstlicher Intelligenz und menschlicher Kreativität

Die inzwischen 14. d3con steht ganz im Zeichen vermeintlicher Spannungsfelder, die es, wenn nicht aufzulösen, so doch zu überbrücken gilt: Künstliche Intelligenz und menschliche Kreativität, Automatisierung und Nachhaltigkeit, Programmatic und Datenschutz sind nur drei von zahlreichen Themenschwerpunkten, die das Konferenzteam rund um COO Gerrit Scott-Reger und die neue Leiterin Event, Tabea Warnke, im zweitägigen Veranstaltungsprogramm verankert hat. Mit dem Advertisers' Day am ersten Veranstaltungstag und dem nach erfolgreicher diesjähriger Premiere erneut stattfindenden Publishers' Morning am Konferenztag erhalten Werbetreibende und Medienanbieter bzw. -vermarkter dabei wieder eigene Fokus-Bühnen.

Beide Veranstaltungstage widmen sich dediziert programmatischen Medienkanälen wie Retail Media, Connected TV (CTV), Digital Out of Home (DOoH) und Audio, nehmen aber auch kanalübergreifende Fragestellungen wie die Kampagnenoptimierung durch Messung und Attribution oder erfolgreiche Nachhaltigkeitsstrategien ins Visier. Während der Advertisers' Day darüber hinaus bspw. das Potenzial von Programmatic für den Food-Bereich und den Einzelhandel sowie die Zukunft von Kreativagenturen im Zeitalter von KI beleuchtet, stehen auf der Konferenz u.a. internationale Trends, sowie Datenstrategien jenseits des Cookie und Data Best Practices auf der Agenda. Keynotes von Advertisern und Publishern wie Coca Cola und Netflix und Impulsvorträge von Utqi und fischerAppelt liefern ebenso Denkanstöße wie die bekannten Panels von Verbandspartner wie dem BVDW und dem IAB Europe. Und auch inzwischen etablierte d3con Awards wie der Creation Award und der

Speaker Award zeichnen wieder hervorzuhebende kreative und innovative Leistungen sowie Debattenbeiträge zur Weiterentwicklung von digitalem und programmatischem Marketing und Werbung aus.

Zum diesjährigem Speaker Line-up zählen internationale Expert:innen von (in alphabetischer Reihenfolge) About you, Jägermeister, Joyn, Nestlé, L'Oréal, RTL Deutschland, Der Spiegel, Spotify, Telekom, Youtube und vielen mehr.

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 Technologiedienstleister ermöglicht die d3con auch in 2025 allen Teilnehmenden einen ganzheitlichen und zugleich perspektivischen Blick auf Trends, Entwicklungen und Innovationen in der digitalen Werbung, national wie international. Alles in allem bietet die Veranstaltung ein individuell konfigurierbares zweitägiges Event-Programm mit insgesamt rund 80 Sessions, Formaten, die von Keynotes und Vorträgen über Panels bis zu Masterclasses und Workshops reichen, und der Expertise und den Insights von ca. 200 nationalen und internationalen Referierenden von führenden werbetreibenden Unternehmen, Publishern und Vermarktern, Agenturen sowie Technologiedienstleistern.

„Das Zusammenwirken von Mensch und Maschine entwickelt sich zum entscheidenden Erfolgsfaktor im digitalen und programmatischen Marketing“, zeigt sich Gerrit Scott-Reger, Co-Host der d3con 2025, überzeugt. „Das spiegelt sich auch in den Agenden der Marktteilnehmenden und unserem Veranstaltungsprogramm wider. Die damit verbundenen Chancen und Herausforderungen wollen wir mit der gewohnten inhaltlichen Breite und Tiefe und der notwendigen Praxisnähe auf der d3con 2025 abbilden. Als Jahresauftaktveranstaltung der digitalen Branche geben wir damit einmal mehr wichtige Orientierung und relevante Business-Impulse in einem dynamischen Marktumfeld.“

Starkes Partnernetzwerk

Auch in 2025 wird die d3con von zahlreichen Branchenpartnern unterstützt.

Bei den Verbänden und Branchenorganisationen sind u.a. der [Bundesverband E-Commerce und Versandhandel \(bevh\)](#) und [VAUNET](#) mit dabei.

Zu den Medienpartnern zählen u.a. [iBusiness](#), [KI im Marketing](#), [ONEtoONE](#), [OnlineMarketing.de](#) und [Versandhausberater](#).

Weitere Informationen zur d3con 2025 und erste Einblicke in das Veranstaltungsprogramm gibt es unter www.d3con.de. Besucher:innentickets sind [hier](#) erhältlich.

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

Über die d3con

Mit im Jahr 2024 über 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 der d3con ist Thomas Promny, Internet-Unternehmer aus Hamburg, veranstaltet wird die d3con in 2025 unter der Verantwortung von Gerrit Scott-Reger und Tabea Warnke.

Hashtag: #d3con25

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

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

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/d3con>

Pressekontakt:

d3con

Gerrit Scott-Reger

Telefon: +49 40 537 99 11 35

Email: presse@d3con.de

< elias communications >

Nadja Elias

Telefon: +49 89 15 89 03 06

Email: presse@d3con.de