

DMEXCO Breakfast

19.09.2024 MAIN STAGE

MAIN STAGE **09:00 Doors Open**
Erster Kaffee & Networking - Wake Up!

MAIN STAGE **09:20 Willkommen**
Eine kurze Begrüßung durch den Gastgeber.



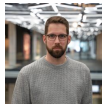
Gerrit Scott-Reger
d3con

Moderation



Jochen Kalka
schoesslers

MAIN STAGE **09:25 Programmatic Klartext**
Programmatic Advertising befindet sich im stetigen Wandel: egal ob es um die nötigen Mitarbeiterprofile, externe (technische) Veränderungen oder neue Themen wie AI geht. Timo Schulte von OskarBravo aus der Lufthansa Gruppe und Daniel Distler vom Marketing Pioneers Podcast sprechen Klartext. Was ist wirklich wichtig und wo drückt der Schuh aktuell am meisten.



Timo Schulte
Oscar Bravo |
LUFTHANSA GROUP



Daniel Distler
Podcast Marketing
Pioneers

Moderation



Jochen Kalka
schoesslers

MAIN STAGE

09:40 Harnessing Programmatic Advertising for Impactful Digital Out-of-Home Campaigns Synopsis

Digitale Out-of-Home-Werbung (DOOH) hat sich zu einer gewaltigen Kraft in der Werbewelt entwickelt und ist bekannt für seine Fähigkeit, die Markenerinnerung deutlich zu steigern und unvergessliche Erlebnisse zu schaffen. Nehmt an unserer Session teil, während wir in die sich entwickelnde Sphäre der DOOH-Werbung eintauchen und untersuchen, wie Programmatic Advertising ihre Wirksamkeit steigern kann. In dieser Session bringen wir Branchenexperten zusammen, um die Geheimnisse erfolgreicher DOOH-Kampagnen zu lüften. Wir werden untersuchen, wie programmatische Werbung die Reichweite vergrößern, das Publikum fesseln und substanzielle Ergebnisse liefern kann.



David von Hilchen
StackAdapt



Siamac Rahnavard
REVO/LOVE

Moderation



Jochen Kalka
schoesslers

MAIN STAGE

10:10 From Safety Net to Strategy: Enhancing Advertiser Outcomes with Media Quality

Qualität, Markensicherheit und -eignung galten in der Vergangenheit als Versicherungspolice für Werbetreibende, werden jedoch selten als weiteres Instrument zur Effizienzsteigerung der Geschäftsergebnisse von Werbetreibenden eingesetzt. Parker Bohlen, SVP of Optimization Sales, wird erläutern, wie Milliarden von Kampagnendatenpunkten der Medienqualität zusammen mit Total Visibility, dem Supply Path Optimization-Tool von IAS, eine andere Sicht auf die Qualität der KPIs von Werbetreibenden bieten.



Parker Bohlen
Integral Ad Science

Moderation



Jochen Kalka
schoesslers

MAIN STAGE

10:40 Sustainable advertising: Low on emissions and high on performance

Die Dekarbonisierung der Werbebranche befindet sich an einem Wendepunkt. Immer mehr Branchenakteure arbeiten daran die Auswirkungen von Werbung auf die Umwelt zu minimieren während neue Marketing Taktiken wie GenAI gleichzeitig immer mehr Energie benötigen. Neue Daten und Maßnahmen zeigen, wie wir schneller zu einem saubereren Ökosystem kommen und gleichzeitig die Kampagnenleistung verbessern können. Gleichzeitig werden in der Industrie zunehmend Benchmarks zur Messung von Emissionen entwickelt, um diese Entwicklung zu unterstützen.

In dieser Session erfahrt ihr mehr über das zugrunde liegende Emissionsproblem mit dem wir in der digitalen Werbung konfrontiert sind. Lernt den aktuellen Stand der nachhaltigen Werbung in Deutschland kennen und erhaltet einen Einblick, wie Emissionsdaten uns dabei helfen, ein nachhaltiges digitales Werbeökosystem für die kommenden Jahre zu schaffen.



Rosa Markarian
Scope3

Moderation



Jochen Kalka
schoesslers

MAIN STAGE

10:55 Wrap Up

Letzte Kontakte knüpfen und die nächsten Schritte planen.

MAIN STAGE

11:00 Ende

Wir wünschen euch noch einen erfolgreichen Tag auf der DMEXCO 2024