

## **BVDW präsentiert Konferenzprogramm zum Online Ad Summit 2013**

Renommierte Experten der Digitalbranche für dmexco-Pre-Event verpflichtet/ Vorträge und Seminare zu Verantwortung und Kreation in der Online-Werbung

**Düsseldorf, 27. August 2013 – Am 17. September versammelt der Online Ad Summit 2013 die Meinungsführer und Entscheider der Online-Werbewirtschaft in Köln. Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. und der Online-Vermarkterkreis (OVK) im BVDW veröffentlichen nun das ganztägige Konferenzprogramm auf [www.onlineadsummit.de](http://www.onlineadsummit.de). Torben Heimann (Improve Digital), „Mr. Media“ Thomas Koch und Felix Schwenzel (wirres.net) halten die Keynotes. Weitere Highlights der Veranstaltung sind Seminare mit Experten von AGOF, SevenOne Media, TOMORROW FOCUS, United Internet, iq media, comScore und eye square.**

### **Praxisrelevante Lösungsansätze für den Online-Werbemarkt**

Die Kreation von Online-Werbung muss seit Jahren den Erwartungen der Werbungtreibenden, den Fähigkeiten der Agenturen und den Auslieferungsmöglichkeiten der Vermarkter entsprechen. Im aktuellen Programm des Online Ad Summit 2013 werden die Anforderungen an den Online-Werbemarkt anhand von Prozessbeispielen dargestellt und mögliche Perspektiven aufgezeigt. Das Vortragsprogramm bietet allen Marktentscheidern eine verlässliche Basis, wertvolle Informationen und praktischen Nutzwert für das unternehmerische Handeln. Die Referenten der Veranstaltung präsentieren innovative Ideen und Lösungsansätze, darunter auch die Arbeitsergebnisse der Unit Ad Technology Standards im Online-Vermarkterkreis (OVK), die den verschiedenen Anforderungen der Marktteilnehmer entsprechen.

### **Keynotes über Trends und Entwicklungen am Online-Werbemarkt**

Eröffnet wird die Veranstaltung durch den Leiter der Unit Ad Technology Standards im OVK Jens Pöppelmann (IP Deutschland) der das Leitthema der ganztägigen Konferenz „Verantwortung und Kreation: Digitale Werbeformen unter der Lupe“ vorstellt. Danach beleuchtet Torben Heimann (Improve Digital) in seiner Keynote die Verantwortung und Anforderungen an die Kreation beim Realtime Advertising (RTA). In einer weiteren Keynote skizziert Felix Schwenzel (wirres.net), wie die Zukunft der Online-Werbung aussehen könnte und wie Leser, Werber, Werbungtreibende und Redaktionen wieder Freunde werden.

### **Podiumsdiskussion: Verantwortung und Kreation**

In einem offenen Dialog diskutieren Paul Mudter (IP Deutschland), Ulrich Kramer (pilot GmbH), Marcus Veigel (Cynapsis Interactive GmbH) und Felix Schwenzel, der die Sicht der User vertritt, darüber, welche Verantwortung Vermarkter und Agenturen bei der Gestaltung

und Auslieferung von Online-Werbung dem User gegenüber tragen. Weiterer Gesprächspunkt sind die technischen Grundvoraussetzungen für verantwortungsvolle digitale Werbeformen.

## **Seminare rund um effizientes Mediamanagement**

Der BVDW und OVK laden nach den Vorträgen und der Podiumsdiskussion zu verschiedenen Seminaren mit renommierten Experten ein.

Claudia Solf und Jannis Skipis von der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) e. V. informieren über die Standardschnittstelle für effizientes Mediamanagement „connect“. Alen Nazarian (SevenOneMedia GmbH), Carsten Sander (TOMORROW FOCUS MEDIA GmbH) und Karsten Gorissen (United Internet Media AG) geben den Teilnehmern Einblicke in die Prozesse der Werbeauslieferung. Sie zeigen, wie man aktuellen Marktanforderungen begegnet, Zähldiskrepanzen minimiert und die Rahmenbedingungen für neuartige Produkte schafft. Im Anschluss stellt Erik Püchner (Unister Media GmbH) Neuheiten im Hinblick auf die standardisierte Prüfung von Werbemitteln vor.

## **Seminare rund um die Akzeptanz und Erreichbarkeit der User**

Die Debatte über Ad Blocking greift Andreas Schneider (iq media marketing GmbH) auf. Im Workshop von Dr. Matthias Rothensee (eye square GmbH) wird anhand grundlegender Aspekte der menschlichen Wahrnehmung aufgezeigt, wie man digitales Marketing gestaltet, damit die Werbung den Nutzer erreicht. Dirk Lämmerhirt (comScore) erläutert die Messbarkeit der Werbewirkung und Dimensionen im multivariablen Umfeld.

## **Qualität hat einen Namen**

„Mr. Media“ Thomas Koch zieht ein Resümee des Online Ad Summit 2013 und stellt in seiner Closing-Note klar: „Wenn Online richtig durchstarten und als erwachsenes Medium ernst genommen werden will, müssen wir umdenken und alle Verantwortung übernehmen. Für ein großes Ziel: Online zum Qualitätsmedium Nummer 1 machen.“

Zum Abschluss der Veranstaltung werden Andreas Kühner (United Internet Media AG) und Moderator Ralph Caspers die wichtigsten Arbeitsergebnisse zusammenfassen.

## **Wichtige Partner unterstützen Online Ad Summit**

Der Online Ad Summit 2013 wird von starken Partnern aus der digitalen Wirtschaft unterstützt. Als Sponsoren der Konferenz engagieren sich Improve Digital, comScore und eye square. Sie tragen auch inhaltlich zur Gestaltung des Konferenzprogrammes bei.

## **Offizielle Website und Presseakkreditierung**

Der „Online Ad Summit 2013“ findet am 17. September 2013 als offizieller Pre-Event zur dmexco 2013 im Congress Center Nord in Köln statt. Für Fachjournalisten und Pressevertreter der Branchenmedien

steht unter [www.onlineadsummit.de](http://www.onlineadsummit.de) ein Formular zur kostenfreien Akkreditierung bereit.

Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter:  
[http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw\\_oas\\_programm\\_2013](http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_oas_programm_2013)

## **Kontakt:**

Tim Woodroffe, Referent der Geschäftsführung, Marketing und HR  
Tel: +49 211 600456-11, E-Mail: [woodroffe@bvdw.org](mailto:woodroffe@bvdw.org)

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.  
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf  
[www.bvdw.org](http://www.bvdw.org)

## **Über den BVDW**

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend, unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. **Wir sind das Netz.**