



**DIGITAL MEDIA
CONFERENCE 2016**



PRESSEMELDUNG

Digital Speed setzt Publisher unter Druck

Programmatic Advertising, der vollautomatisierte Ein- und Verkauf von Online-Werbeflächen in Echtzeit, ist eines der gewinnbringenden Geschäftsmodelle der digitalen Transformation. Wer davon profitieren will, muss jedoch erst einmal offen sein zum Umdenken und zur langfristigen Anpassung von Prozessen.

Nicht alle Unternehmen sind dazu bereit. Vor allem im deutschen Markt herrscht eine Kultur der Unsicherheitsvermeidung: Neuerungen werden gründlich geprüft, bevor nachhaltig Entscheidungen getroffen werden. Doch ist dafür immer ausreichend Zeit vorhanden? Verlangt die rasante digitale Transformation nicht viel mehr nach schnellem Handeln und Flexibilität, um im Wettbewerb des E-Business zu bestehen?

„Integrierte Redaktionsstrukturen sowie eine agile Produktentwicklung“ – sind ‚Keylearnings‘ im Hause des Lifestyle-Magazins Playboy im Hinblick auf dessen Transformation in die digitale Welt. Vernon von Klitzing, COO Playboy Deutschland, berichtet davon auf der Digital Media Conference 2016. Publishern und Vermarktern den Einstieg in den automatisierten Mediahandel zu vereinfachen hat sich Frederike Voss, Unternehmensgründerin und Expertin für Programmatic Advertising zur Aufgabe gemacht. Sie schildert auf der Konferenz, dass die Bereitschaft zur Anpassung nicht nur für ihre Kunden, sondern auch für ihr eigenes schnelllebiges Geschäft gilt. Die Digital Media Conference 2016 findet, am Donnerstag, 11. Februar, im Ehemaligen Hauptzollamt Hamburg statt.

Die Entwicklung des Playboy vom Printmagazin zum Multi-Channel-Entertainer war keine geradlinige. Für Vernon von Klitzing hieß es in den vergangenen Jahren mehrfach Ausprobieren, Ressourcen schaffen, Umfunktionieren, Fallenlas-

Datum: 03.02.2016

Pressekontakt:

Julia Gädicke

digitalmediaconference@cassini.de

+49 (0) 40 - 59 35 45 95



**DIGITAL MEDIA
CONFERENCE 2016**



PRESSEMELDUNG

sen, Neudenken. „Um mit dem Tempo des digitalen Wandel mithalten zu können, haben wir gut daran getan, uns ein agiles, iteratives Vorgehen anzueignen. Wenn wir Dinge neu entwickeln, warten wir nicht mehr, bis sie zu 100 Prozent fertig sind, um sie auf den Markt zu bringen. Unsere digitalen Produkte leben und werden stets auf Basis des Feedbacks unserer Kunden weiterentwickelt oder eben auch mal eingestellt“, bringt es von Klitzing auf den Punkt. Der Verlag hat frühzeitig erkannt, dass die digitale Transformation neben der technischen und inhaltlichen Komponente auch rechtliche und prozessuale Anpassungen mit sich bringt: „Das Trennen von Print und Digital hat für uns keinen Sinn gemacht, daher musste das gesamte Team lernen, Inhalte über alle Medienkanäle zu inszenieren.“

Anders als beim Playboy ist die Mentalität des Ausprobierens im Bereich des Programmatic Advertising bei vielen Publishern in Deutschland noch nicht angekommen. Als „Kultur der Unsicherheitsvermeidung“ beschreibt Frederike Voss, Gründerin der orbyd GmbH und Expertin für Programmatic Advertising die Einstellung vieler deutscher Unternehmen: „Entscheidungsprozesse nehmen sehr viel mehr Zeit in Anspruch. Während im Ausland oftmals gleich losgelegt wird, wird hierzulande erst einmal gründlich evaluiert und geschaut, wie es bei den europäischen Nachbarn läuft. Learning by Doing ist im programmatischen Bereich hierzulande fast gar nicht vorzufinden.“

Die Firma orbyd hat es sich zur Aufgabe gemacht, Publishern und Vermarktern den Einstieg in das programmatische Geschäft zu erleichtern – zum einen durch Bereitstellung von Ressourcen und Know-How, zum anderen durch die Entwicklung einer Meta-Supply-Side-Plattform, mit der Werbevermarkter ihre Inventare programmatisch eigenständig und technologieübergreifend verwalten können.

Datum: 03.02.2016

Pressekontakt:

Julia Gädicke

digitalmediaconference@cassini.de

+49 (0) 40 - 59 35 45 95



**DIGITAL MEDIA
CONFERENCE 2016**



PRESSEMELDUNG

Insbesondere im ersten Geschäftsjahr hat orbyd dabei selbst erfahren, dass Flexibilität und Anpassungsfähigkeit die digitale Welt bestimmen: „Geplant war, zunächst als Dienstleister auf dem Markt zu agieren und Unternehmen unsere Kompetenzen im programmatischen Geschäft zur Verfügung zu stellen“, erläutert Voss. „Während unser Managed Service im Ausland auf große Resonanz stieß, haben wir festgestellt, dass die Bedürfnisse deutscher Unternehmen jedoch ganz andere sind: Hier werden selbst Kompetenzen geschaffen, um Prozesse zu steuern. Für uns hieß das, früher als geplant und mit Hochdruck unsere Meta-SSP zu entwickeln, um diese zur richtigen Zeit auf den Markt zu bringen. Dafür mussten wir einige Ressourcen umshiften und entsprechend Investitionen tätigen“, berichtet Voss.

Die Herausforderungen der digitalen Transformation sind Thema der Digital Media Conference 2016. Auf dem Podium sind dabei Elisabeth Bauer, Strategic Partnership Development, Google Germany GmbH, Stefan Betzold, Managing Director Digital BILD GmbH & Co. KG, Oliver Bohl, Director Digital Business Development PAYBACK GmbH, Dr. Carsten Brosda, Bevollmächtigter des Senats der Freien und Hansestadt Hamburg für Medien, Thorben Fasching, Vizepräsident Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V., Jan Honsel, Country Manager DACH Pinterest Deutschland GmbH, Vernon von Klitzing, COO Playboy Deutschland GmbH, Thomas Port, Geschäftsführer Digital SevenOne Media, Christian Röpke, Geschäftsführer ZEIT ONLINE GmbH, Frederike Voss, CEO orbyd GmbH, Jochen Wegner, Chefredakteur ZEIT ONLINE, Oliver von Wersch, Geschäftsführer G+J Digital Products GmbH, Patrick Wölke, Geschäftsführer DuMont Digital GmbH & Co. KG, und Christoph Baumeister, Management Consultant Cassini Consulting.

Datum: 03.02.2016

Pressekontakt:

Julia Gädicke

digitalmediaconference@cassini.de

+49 (0) 40 - 59 35 45 95



**DIGITAL MEDIA
CONFERENCE 2016**



PRESSEMELDUNG

Datum: 03.02.2016

Digital Media Conference

Pressekontakt:

Donnerstag, 11. Februar 2016

Julia Gädicke

Ehemaliges Hauptzollamt Hafen Hamburg, Alter Wandrahm 19-20,
20457 Hamburg

digitalmediaconference@cassini.de

+49 (0) 40 - 59 35 45 95

Tickets und weitere Informationen unter: www.digitalmediaconference.de

Die Digital Media Conference ist eine Veranstaltung der Cassini Consulting Nord GmbH, Johannissbollwerk 16, 20459 Hamburg.