

6. Juni 2018 | Berlin

09:30 - 16:45 Uhr

MODERATION

MELEK BALGÜN,
selbstständige Moderatorin

KEYNOTES ZU AKTUELLEN TRENDS

09.30 Uhr Überblick und Trends in der digitalen Vermarktung

STEFAN MÖLLING, Sales Director | Digital,
Media Impact

10.00 Uhr Online Advertising zwischen Better Ads, EU und
User Consent - Welche Zukunft hat die Branche?

OLIVER VON WERSCH, Founder and CEO
vonwerschpartner Digital Strategies

10.20 Uhr Messenger Marketing – warum WhatsApp und Co.
für die Vermarktung immer spannender werden

MATTHIAS MEHNER, Vice President Strategy & Innovation,
WhatsBroadcast

10.40 Uhr THE STATE OF AD FRAUD: How It Happens, Where
It's Going Next and What We're Doing To Stop It

MARIUS RAUSCH, Senior Market Director Central Europe,
AppNexus

PECHA KUCHA-SESSION: KUNDENMANAGEMENT

11.00 Uhr CRM für Medien und Verlage: so gelingt die digitale
Transformation

MARKUS WITTIG, CPO,
Factory42

11.10 Uhr Smart Data für Publisher: Sales-Steuerung und
Leadgenerierung durch intelligentes
Datenmanagement

CARSTEN KOSTER, Geschäftsführender Gesellschafter,
Advision digital

11.20 Uhr NETWORKING BREAK

Session A SALES BUSINESS: FACHZEITSCHRIFTEN

12.00 Uhr Retargeting – was steckt dahinter und was ist
drin für den Fachverlag? Erlösquelle und eigener
Marketing-Support

MATTHIAS PIORO, Medienmarken Produktion, AUTOMOBIL
PRODUKTION, TECHNIK+EINKAUF, verlag moderne industrie

CHRISTOPH KRÜGER, Gründer und Geschäftsführer,
Aumago

12.20 Uhr Redaktion + Sales: Das Dreamteam für
erfolgreiches Native Advertising im Fach- und
Special Interest Verlag

KIM ROBERTZ, Head of Native Advertising & Kooperationen,
Ebner Verlag

12.40 Uhr Lean Sales Structure: Vom Mediaberater
zum "low-touch sales"

DR. MARCO OLAVARRIA, Geschäftsführender Gesellschafter,
BC Berlin Consulting

Session B SALES BUSINESS: PUBLIKUMSZEITSCHRIFTEN

12.00 Uhr Programmatic Advertising und kein Ende.
Ein Status-Bericht zwischen Herausforderungen
und Möglichkeiten für Publisher.

FRANK SÜLTMANN, Vorstand,
yieldlab

12.20 Uhr Native KPIs: Wie man den Erfolg von Native
Advertising messbar macht

SONJA KNAB, Director Partner Studio,
BurdaForward Advertising

12.40 Uhr Zukunftsfähigkeit im digitalen Zeitalter –
Anforderungen an Werbepartner aus Agentursicht

MANFRED KLAUS, Geschäftsführer,
Plan.Net

13.00 Uhr LUNCH BREAK

PODIUMSDISKUSSION: AUDIOVERMARKTUNG

14.15 Uhr Da hören wir genauer hin – Vermarktung von
Audio & Podcast

FRANK BACHÉR, Geschäftsleiter Digitale Medien,
RMS Radio Marketing Service

RALF GESSNER, Leiter Marketing,
AS&S Radio

VINCENT KITTMANN, Head of Podcast,
Online Marketing Rockstars,

AKTUELLES: DATA & TRACKING

14.45 Uhr AdOps Challenges 2018 – die Top Themen bei der
Umsetzung von Digitalvermarktung

ALEXANDER SCHOTT, Director Digital,
AdTech Factory

15.05 Uhr ePrivacy vs. AdTech: Das Ende von Analyse,
Personalisierung und Programmatic Advertising?

PETER HENSE, Rechtsanwalt | Partner,
SPIRIT LEGAL

CHRISTIAN SCHMITT, Director Media Sales,
Haufe Group

15.35 Uhr NETWORKING BREAK

16.00 Uhr AI gestütztes Datenmanagement => umfassende
Effizienzsteigerung von Marketingaktivitäten"

JÜRGEN GALLER, CEO,
1PLUSX

16.20 Uhr Mit publisherübergreifenden Ansätzen, die Themen
Adblocking und DSGVO lösen.

DIRK FREYTAG, Founder and Managing Director,
Content Pass

16.40 Uhr ZUSAMMENFASSUNG & AUSBLICK

MELEK BALGÜN, selbstständige Moderatorin