



MEDIACOM INVESTMENT TEAM & PROGRAMMATIC TEAM 27 MAY 2019

Unsere Teams Investment und Programmatic waren auf der OMR (07.05. & 08.05.) und haben uns einige Insights mitgebracht.

Die Messe "[Online Marketing Rockstars \(OMR\)](#)" ist eine der weltweit größten Veranstaltungen für digitales Marketing. Das zweitägige Festival ist dabei eine Kombination aus Messe, Konferenz und Networking-Platz und findet auf dem Hamburger Messegelände statt. In diesem Jahr waren unsere Programmatic und Investment Teams dabei, um für die MediaCom nach den neuesten Trends und Innovationen Ausschau zu halten.

In diesem Jahr hat sich das Investment-Team neben dem klassischen Partnermanagement mit den Themen „eCommerce“ und „Ad Fraud“ auseinandergesetzt. Darüber hinaus konnten wir auf einem Side-Event ein paar Einblicke in das Thema „Content-Produktion und

Distribution“ gewinnen. Das Thema „eCommerce“ beispielsweise gewinnt in der digitalen Strategie immer mehr an Relevanz. Hier konnte insbesondere Amazon mit kreativen Produkten (wie z.B. Amazon Moments) und datenbasierten Ansätzen punkten.

Das Programmatic-Team hat sich am zweiten Tag zwei Schwerpunkte gesetzt: Zum einen wurden Masterclasses zu den Themen First Party Data-Nutzung sowie Dashboarding und Data Streams besucht. Im Bereich Dashboarding und Data Streams wurde eine Live Dashboard-Lösung vorgestellt, mit dem ein internationaler Konzern seine Datenströme auf seiner Kunden-Website und im Online Shop managed. Eine wichtige Erkenntnis ist, dass zu Beginn die Strategie des Datenflusses auszuwählen ist: Soll über ein Live-Dashboard gemonitored werden oder reicht ein Reporting auf Tagesbasis aus? Der Aufwand, Datenströme in Echtzeit verarbeiten zu können, ist nicht zu unterschätzen.

Auch bei den zahlreichen Terminen mit unseren Partnern konnten wir wieder einmal viele aktuelle Einblicke gewinnen. So hat die Demand-Side-Plattform (DSP), The Trade Desk, gerade ihr Geschäft in China ausgebaut. Darüber hinaus wird schon bald eine Beta-Phase im Bereich Digital Out-of-Home angeboten. Auch das Thema Connected-TV gewinnt hierzulande an Relevanz und wird auch für uns und unsere Kunden immer spannender. Zudem haben wir mit der Otto Group Media (OGM) über spannende Datenstrategieansätze sprechen können.

Das OMR-Festival baut den Messe-Bereich von Jahr zu Jahr aus, wodurch neben Marketing-Riesen wie Facebook & Google auch immer mehr neue und kleinere Marktteilnehmer vertreten sind. Deshalb konnten wir uns neben bestehenden Partnern auch noch Inspirationen aus der vielfältigen Welt der Start-ups holen. So stand beispielsweise ein Termin mit einem Messenger Marketing-Anbieter auf dem Plan, bei dem wir viel über Chatbots und deren Anwendungsmöglichkeiten lernten. Besonders spannend klang dabei die Möglichkeit, die Messenger nicht nur als Landing-Page zu nutzen, sondern direkt in die Werbemittel zu integrieren.

Fazit:

Das OMR-Festival ist neben der DMEXCO das wichtigste Event der Digitalbranche in Deutschland und ist definitiv für alle Digitalinteressierten (sowohl „Rookies“ als auch „Experts“) einen Besuch wert, um neue Kontakte zu knüpfen und sich inspirieren zu lassen!

OPINION