

Innovationen und Zukunftsvisionen auf der Digital Tomorrow 2022 in Augsburg

Mehr als 100 Teilnehmende diskutierten bei der Digital Tomorrow 2022 in Augsburg über Trends, Tipps und Innovationen im Performance-Marketing. Die Digital-Marketing-Konferenz wird jährlich von der Augsburger Performance-Marketing-Agentur xpose360 ausgerichtet und gibt einen Ein- und Ausblick in die digitale Werbebranche.

Augsburg, 11. Juli 2022: Vergangenen Donnerstag ging die [Digital Tomorrow 2022](#) zu Ende. Mehr als 100 Teilnehmende diskutierten am 7. Juli in Augsburg über Best-Practices, neueste Innovationen und Zukunftsvisionen rund um die Themen Influencer-Marketing, Customer-Journey, Web 3.0, Content-Marketing und Programmatic-Advertising

„Es war wunderbar, nach zwei Jahren Pause unsere Kund:innen und externe Teilnehmer:innen live vor Ort begrüßen zu können. Unser Team hat gezeigt, welche neuen Erkenntnisse wir über den breiten Datensatz all unserer Kund:innen generieren konnten. Daraus sind phänomenal innovative Talks entstanden, die unseren Teilnehmenden in der Praxis zum Wettbewerbsvorsprung helfen werden“, so Alexander Geißenberger, Geschäftsführer der xpose360.

„Die Vorträge der Digital Tomorrow haben gezeigt, wie groß der Einfluss neuer Technologien auf die Werbebranche ist. Es wird daher immer wichtiger, technische mit menschlichen Kompetenzen zu verbinden, zugleich aber auch verantwortungsvoll mit der neuen Technologie umzugehen“, ergänzt Markus Kellermann, Geschäftsführer der xpose360.

Opening Keynote: Silicon Valley – Benchmark für Deutschland?

An neue Technologien knüpfte die Keynote „SILICON VALLEY – BENCHMARK FÜR DEUTSCHLAND?“ von Fabian Ziegler, Gründer und Geschäftsführer von TEAM23, zur Eröffnung an. Er illustrierte, wie das Silicon-Valley zum „Frontrunner“ der Tech-Industry wurde und wie sich daraus eine Infrastruktur der Kontrolle entwickelte. So haben Unternehmer:innen und Impulsgeber:innen laut Ziegler eines gemeinsam: Sie sind Rulebreaker. Sie suchen nach den Grundregeln ihrer Branche, die sie bewusst unbewusst – aber immer mit Leidenschaft – verletzen. Mit Veränderungen im Silicon Valley kommen laut Ziegler auch soziale Auswirkungen, wie Obdachlosigkeit oder Kulturverlust. Im Endeffekt geht es laut Ziegler um die Frage: Sehen wir die Zukunft und Innovationen als Chance oder Risiko?

Manuel Hunkenschröder, Teamleitung Onlinemarketing der exali AG, gab den Teilnehmenden tiefe Einblicke in sein Daily-Business und sprach in seinem Vortrag „SO HABEN WIR DEN INTERNATIONALEN ROLLOUT GESCHAFFT“ darüber, welche Learnings aus dem internationalen Rollout der Brand gezogen wurden. Wichtig war laut Hunkenschröder, dass das Unternehmen dem Kunden nutzt und nicht der Kunden dem Unternehmen. Sein Fazit: Es lohnt sich zu experimentieren. Man sollte immer seine Erfolge verstehen und analysieren.

Das waren die Höhepunkte der Digital Tomorrow 2022

Mit der Digital Tomorrow reagiert die xpose360 auf die immer komplexeren Aufgaben, mit denen sich Werbetreibende heute konfrontiert sehen. Von 12:00 Uhr bis 18:00 Uhr präsentierten die Expert:innen der xpose360 Digital-Strategien und deren Umsetzung in den Bereichen Affiliate-Marketing, Content-Marketing, Search-Engine-Optimization (SEO) und Pay-per-Click (PPC). So konnten sich die Teilnehmer:innen einen umfangreichen Eindruck vom Digital-Marketing der Zukunft erhalten und sehen, wie man mit Hilfe datengetriebener Tools und individueller Ansprache die Customer-Journey verfolgen und Kund:innen mit relevanten Inhalten zur richtigen Zeit abholen kann.

Sascha Gabriel (Senior Affiliate Manager) und Anja Lechner (Affiliate Managerin) zeigten in ihrem Vortrag „STRATEGISCHES INFLUENCER-MARKETING FÜR ALLE – WIE MARKEN VON DIGITALEN MEINUNGSMACHERN PROFITIEREN“, dass Influencer-Marketing weitaus mehr als Fashion und Make-Up-Werbung ist und mit den richtigen Mitteln auch die richtige Zielgruppe erreicht werden kann.

Im Vortrag „FULL-FUNNEL-STRATEGIE – GANZHEITLICHE ANSPRACHE ENTLANG DER SPEZIFISCHEN CUSTOMER-JOURNEY“ gab Moritz Staab (Senior Manager SEA/PPC) einen Einblick, wie der Marketing-Trichter Werbetreibenden hilft, die verschiedenen Phasen, die potentielle Kund:innen beim Kauf durchlaufen, zu verdeutlichen. Full-Funnel bedeutet, dass man dort sein muss, wo die Kund:innen sind, um ihre Bedürfnisse in jeder Phase der Customer-Journey zu bedienen.

Mit Shopping-Kampagnen können Werbetreibende besser für ihre Produkte werben, weil Nutzer genaue Informationen zu Ihrem Angebot sehen, bevor sie auf eine Anzeige klicken. Kerstin Forster (Teamleitung Paid Media) zeigte in "WERD' ZUM HECHT! FLUSSAUFWÄRTS MIT PROFITOPTIMIERTEN SHOPPINGKAMPAGNEN", auf was besonders geachtet werden muss, damit der Algorithmus immer flussaufwärts steuert.

Programmatic Advertising ist weder eine reine Technologie noch eine Plattform – es ist der Zugang zu fast jeder Webseite, Content oder Touchpoint der digitalen Welt. Wie man mit Programmatic-Advertising neue Wege geht, stellte Annika Neumayer (Teamleitung Paid Media) in ihrem Vortrag „SCHNELL, TREFFSICHER & EFFIZIENT – WIE DU MIT PROGRAMMATIC-ADVERTISING INNOVATIVE WEGE GEHST“ den Teilnehmenden vor.

Content is King ist das Manifest des heutigen Online-Marketings. Im Vortrag „CONTENT-PERFORMANCE EXTREM: MIT GEZIELTER CONTENT-STRATEGY ZU MEHR SICHTBARKEIT“ erklärten unsere beiden xpose360-Referentinnen Antigone Dyckhoff (Group Head | SEO & Content Strategy) und Lena Morawietz (SEO & Content Consultant) unter anderem, warum bei Inhalten Qualität vor Quantität geht und wie sich der Verzicht von Emotionalität auf die Sichtbarkeit auswirkt.

Ein weiteres Highlight des Konferenzprogramms war der Vortrag „MARKETING OPPORTUNITY IM WEB 3.0“ von xpose360-Geschäftsführer Alexander Geißenberger. Das übergreifende Stichwort lautet "Mixed-Reality". Dinge, die einem in der realen Welt etwas bedeuten, möchte man laut Geißenberger auch in das Metaverse mitnehmen. Hier liegt seiner Meinung nach die Chance für Werbetreibende. Als Beispiel führt Geißenberger einen Hersteller von Turnschuhen an, der eine Limited-Edition als NFT auflegt. Kunden erhalten

zusätzlich zu ihrem physischen Kauf der Schuhe ein NFT, um damit ihre Schuhe auch im Metaverse tragen zu können. „Hybriden Produkte, die man in beiden Welten verwenden kann, gehört die Zukunft“, so Geißenberger. NFTs geben User:innen die Kontrolle über deren Identität. Interaktive Erfahrungen und NFTs sind der Türöffner in die neue Welt. „Wer jetzt einsteigt, hat die Chance, mit verhältnismäßig geringem Einsatz eine große Sichtbarkeit zu erreichen“, so sein Fazit.

Neben dem Wissenstransfer durch Fachvorträge wurde bei der Digital Tomorrow auch besonderen Wert auf den persönlichen Austausch gelegt. Nach dem Ende des Konferenzprogrammes hatten alle die Gelegenheit, das frisch erworbene Know-how in entspannter Atmosphäre zu vertiefen und sich bei Drinks, Snack und Networking auszutauschen.

Stay connected – mit den aktuellen Trends aus dem Online-Marketing

Interessierte können sich über den Newsletter der xpose360 über alle relevanten Themen des Digital-Marketings informieren und erfahren als erste, sobald das Datum der Digital Tomorrow 2023 feststeht. Anmeldung unter: <https://www.xpose360.de/newsletter/>

- Ende -

Über die xpose360 GmbH:

Die xpose360 GmbH ist eine internationale Spezial-Agentur für digitales Performance-Marketing mit dem Schwerpunkt auf Serviceleistungen in den Bereichen Inbound-Marketing, Paid-Media, Web-Analytics, Affiliate-Marketing, Influencer-Marketing und digitale Strategieberatung. Unser Ziel ist eine auf customer-journey-zentrierte Umsatz- und Traffic-Steigerung für Kunden in 23 Ländern wie Haribo, Jochen Schweizer, Webasto, Peter Hahn, Gardena, yello, Schöffel, Müller Milch und HypoVereinsbank.

Die Digital-Experience-Services der xpose360 verbinden dabei digitales Marketing mit der Entwicklung digitaler Prozesse und Geschäftsmodelle und unterstützt ganzheitlich in allen Belangen der Digitalisierung. Dabei arbeiten über 90 zertifizierte Online-Marketing-Expert:innen neben der strategischen und visionären Konzeption auch in der operativen Umsetzung.

Durch die über 10-jährige internationale Erfahrung im Bereich des digitalen Marketings kann die xpose360 gezielt auf das moderne Online-User-Behaviour der Zielgruppe eingehen und dies mit objektiven Daten belegen. Darüber hinaus können die zugehörigen, internen Geschäftsprozesse validiert und effizient, ressourcenschonend und robust konzipiert und gemeinsam umgesetzt werden.

Mehr Informationen unter www.xpose360.de

Fotos:

[Download der Fotos](#)

Image01: Geschäftsführer Alexander Geißenberger (xpose360 GmbH) begrüßt die Gäste

Image02: Geschäftsführer Markus Kellermann (xpose360 GmbH) eröffnet die Digital Tomorrow 2022

Image03: Geschäftsführer Alexander Geißenberger (xpose360 GmbH) bei seinem Vortrag „MARKETING OPPORTUNITY IM WEB 3.0“

Image04 Fabian Ziegler, Gründer und Geschäftsführer (TEAM23) bei seinem Vortrag „SILICON VALLEY – BENCHMARK FÜR DEUTSCHLAND?“

Image05: Manuel Hunkenschroder, Teamleitung Digital Marketing (exali AG) bei seinem Vortrag „SO HABEN WIR DEN INTERNATIONALEN ROLLOUT GESCHAFFT“

Image06: Sascha Gabriel (Senior Affiliate Manager) und Anja Lechner (Affiliate Managerin)

Image07: Moritz Staab (Senior Manager SEA/PPC)

Image08: Kerstin Forster (Teamleitung Paid Media)

Image09: Annika Neumayer (Teamleitung Paid Media)

Image10: Antigone Dyckhoff (Group Head SEO & Content Strategy) und Lena Morawietz (SEO & Content Consultant)

Image11: Die Referent:innen der xpose360, v.l.n.r.: Sascha Gabriel (Senior Affiliate Manager), Anja Lechner (Affiliate Managerin), Antigone Dyckhoff (Group Head SEO & Content Strategy), Lena Morawietz (SEO & Content Consultant), Annika Neumayer (Teamleitung Paid Media), Moritz Staab (Senior Manager SEA/PPC) und Kerstin Forster (Teamleitung Paid Media)

Image12: xpose360-Geschäftsführer Markus Kellermann und Alexander Geißenberger

Image13: Alexander Geißenberger (xpose360 GmbH) und Manuel Hunkenschroder (exali AG)

Image14: Christian Lang (Grünbeck Wasseraufbereitung GmbH) mit Alexander Geißenberger (xpose360 GmbH) und Matthias Wunn (Grünbeck Wasseraufbereitung GmbH)

Image15: Mareike Dehmel und Leopold Schwarz (Schwarzbräu GmbH)

Image16: Andreas Hüscher (MediaBerg) Jürgen Prenninger (BÄR GmbH) und Markus Kellermann (xpose360 GmbH)

Image17: Catering von der Cirkularium Catering und Event GmbH

Pressekontakt xpose360:

Timo Harsch
Leiter Marketing
xpose360 GmbH
Blücherstraße 4

86165 Augsburg

Fon: +49 (0) 821-455 289 626

E-Mail: t.harsch@xpose360.de