

# **MEDIA MEGATRENDS – DIE DIGITALE TRANS- FORMATION DER KOMMUNIKATIONSWELT**

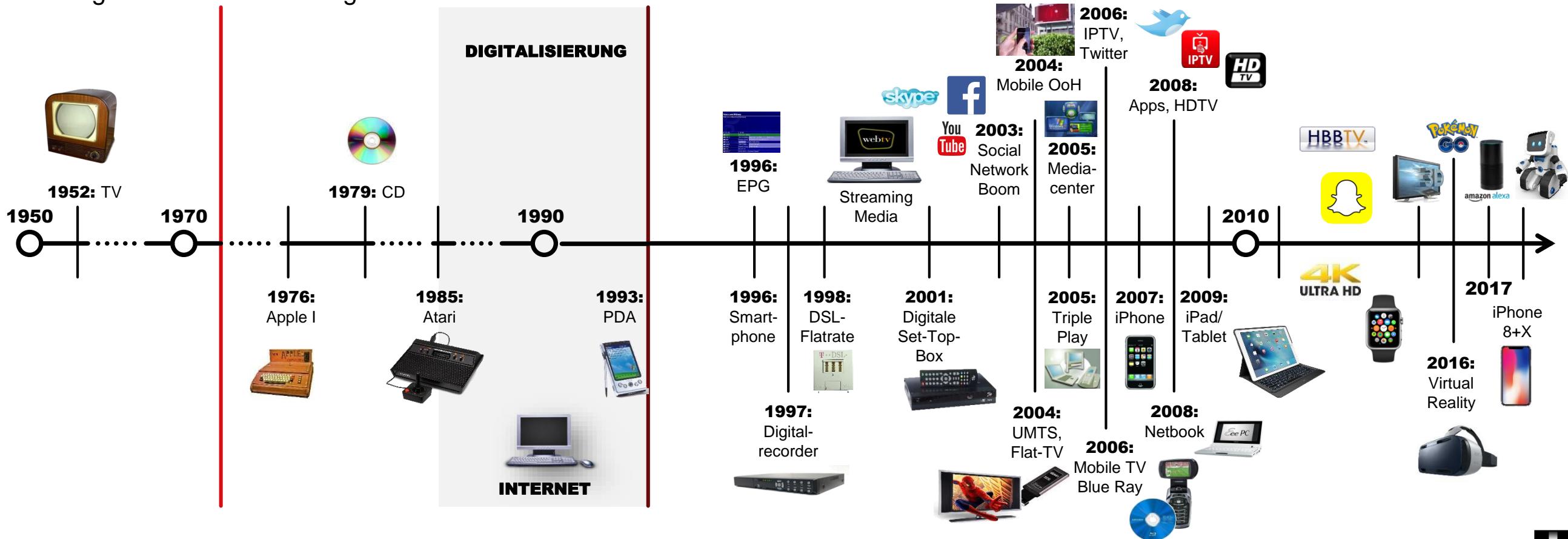
**AUGSBURGER MEDIENGESPRÄCHE,  
DR. ANDREA MALGARA, MANAGING PARTNER**

# NEUE TECHNISCHE ENTWICKLUNGEN TREIBEN DIE DIGITALISIERUNG VORAN.

» Durch die Digitalisierung explodiert die Anzahl der Endgeräte und Anwendungen.

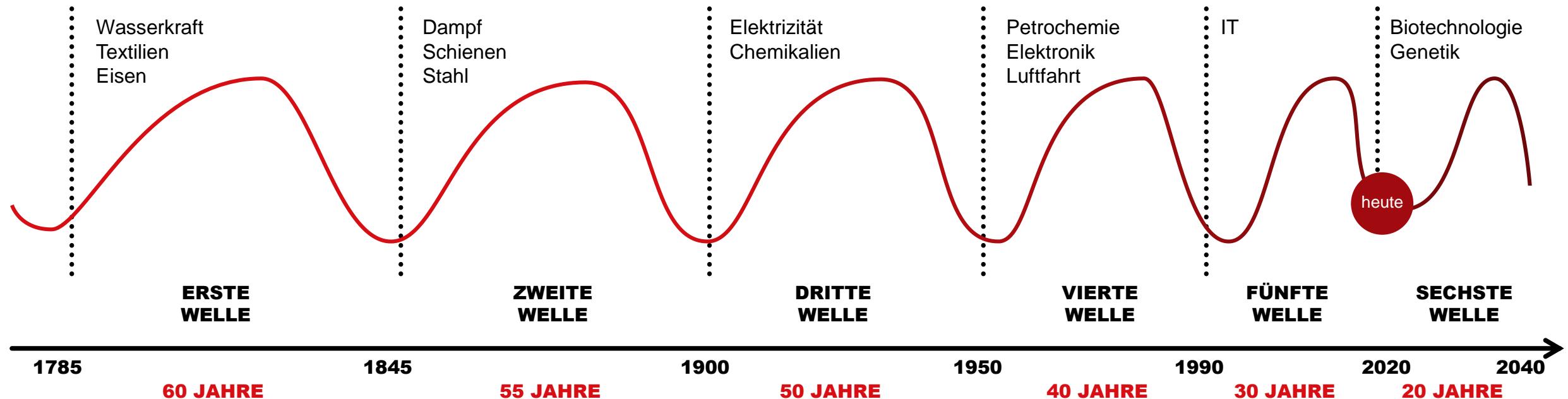
ANWENDUNGEN

TECHNIK

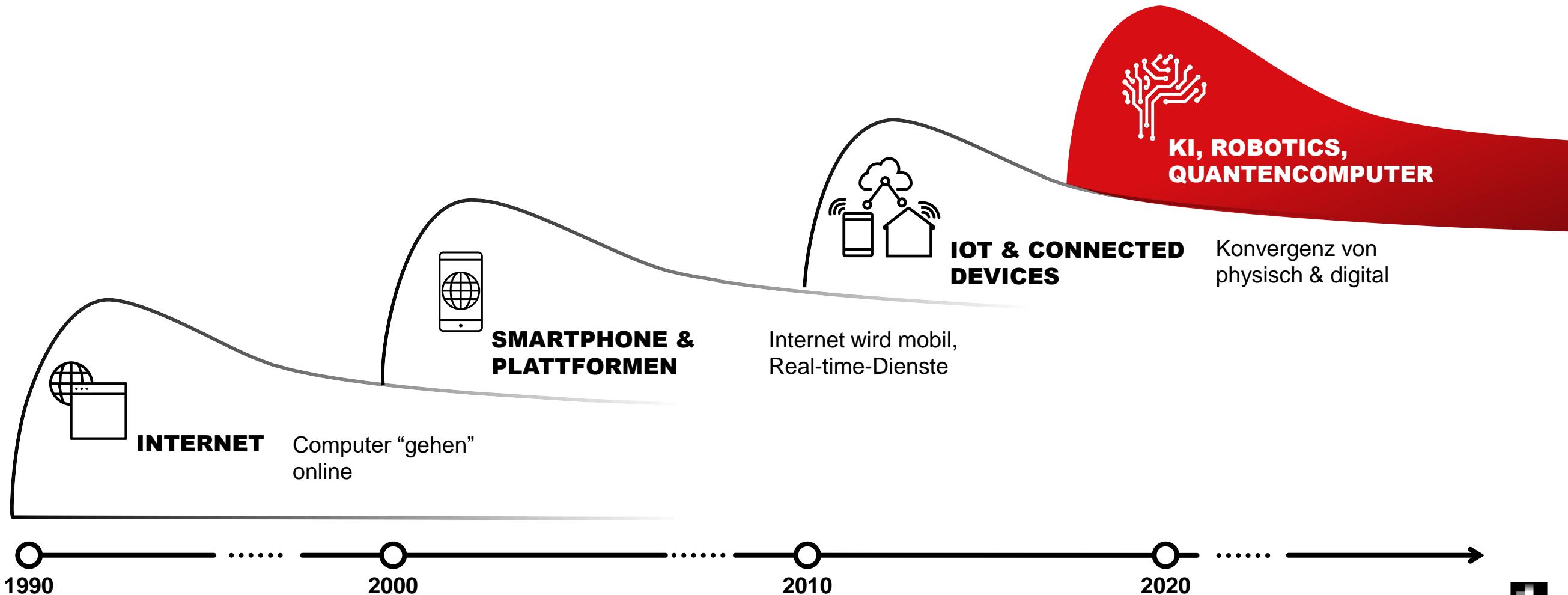


# DAS TEMPO DIGITALER INNOVATIONEN BESCHLEUNIGT SICH.

**Kondratieff-Zyklen:** Die Zyklen werden durch Schlüsselerfindungen ausgelöst. **Innovationszyklen** werden kürzer. Die **Komplexität** von Produkten, Prozessen und Technologien nimmt rapide zu.



# WIR BEFINDEN UNS AN DER SCHWELLE ZUR 4. WELLE DER DIGITALISIERUNG.



# MARTECH LANDSCAPE 2011

## Marketing Technology Landscape

August 2011



External Promotion Customer Experience Marketing Management

by Scott Brinker @chiefmartec <http://www.chiefmartec.com>

Quelle: chiefmartec.com

# MARTECH LANDSCAPE 2018

chiefmartec.com Marketing Technology Landscape ("Martech 5000") April 2018



Copyright © 2018 Marketing Technology Media, LLC. See <http://chiefmartec.com/2018/04/marketing-technology-landscape-supergraphic-2018/> for details and sources.

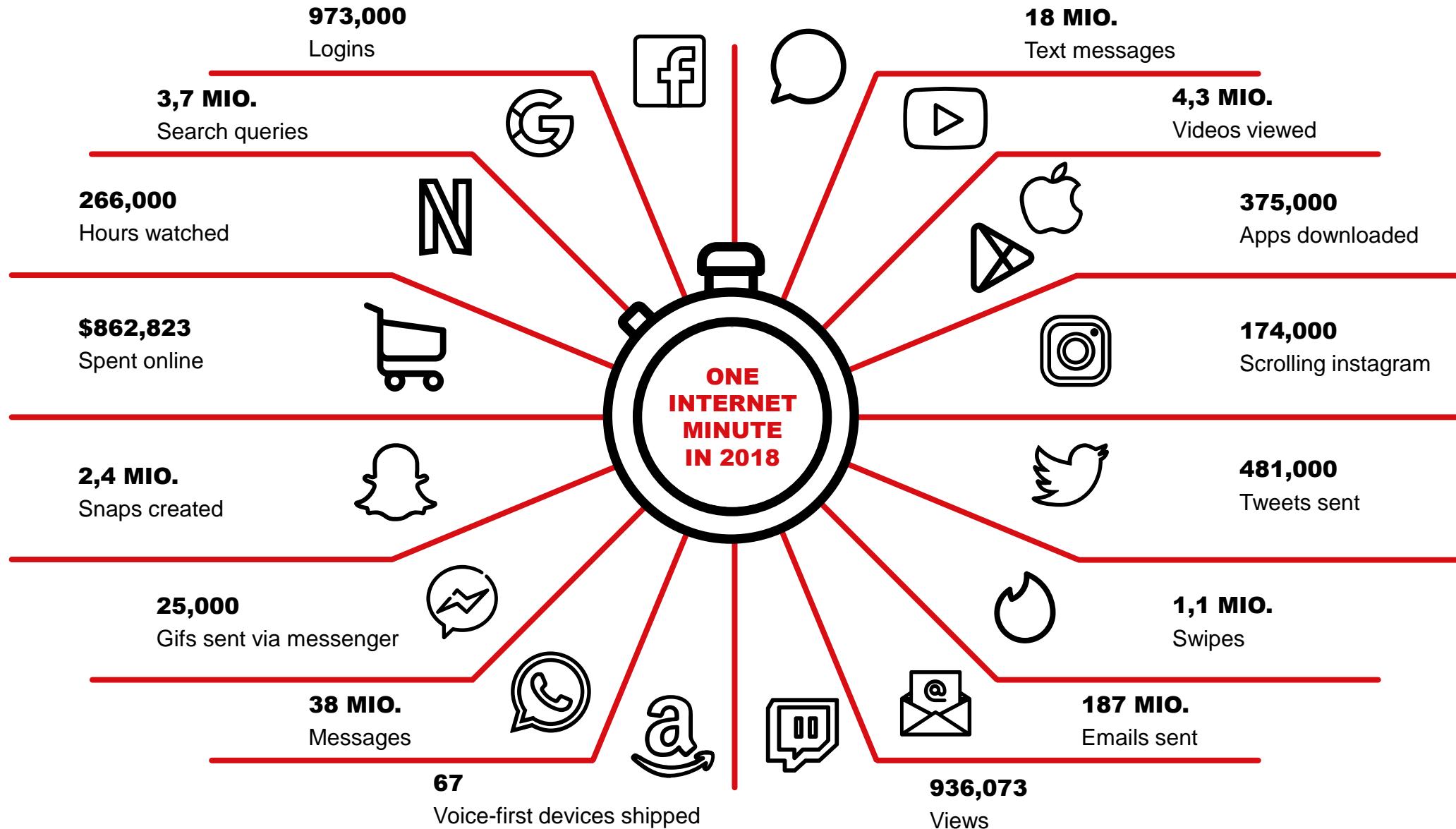
Produced by Scott Brinker (@chiefmartec), Anand Thaker (@AnandThaker), and Blue Green Brands.

# DAS ÖKOSYSTEM DIGITALER WERBUNG: ENTWEDER UMZÄUNT ODER KOMPLEX UND INTRANSPARENT

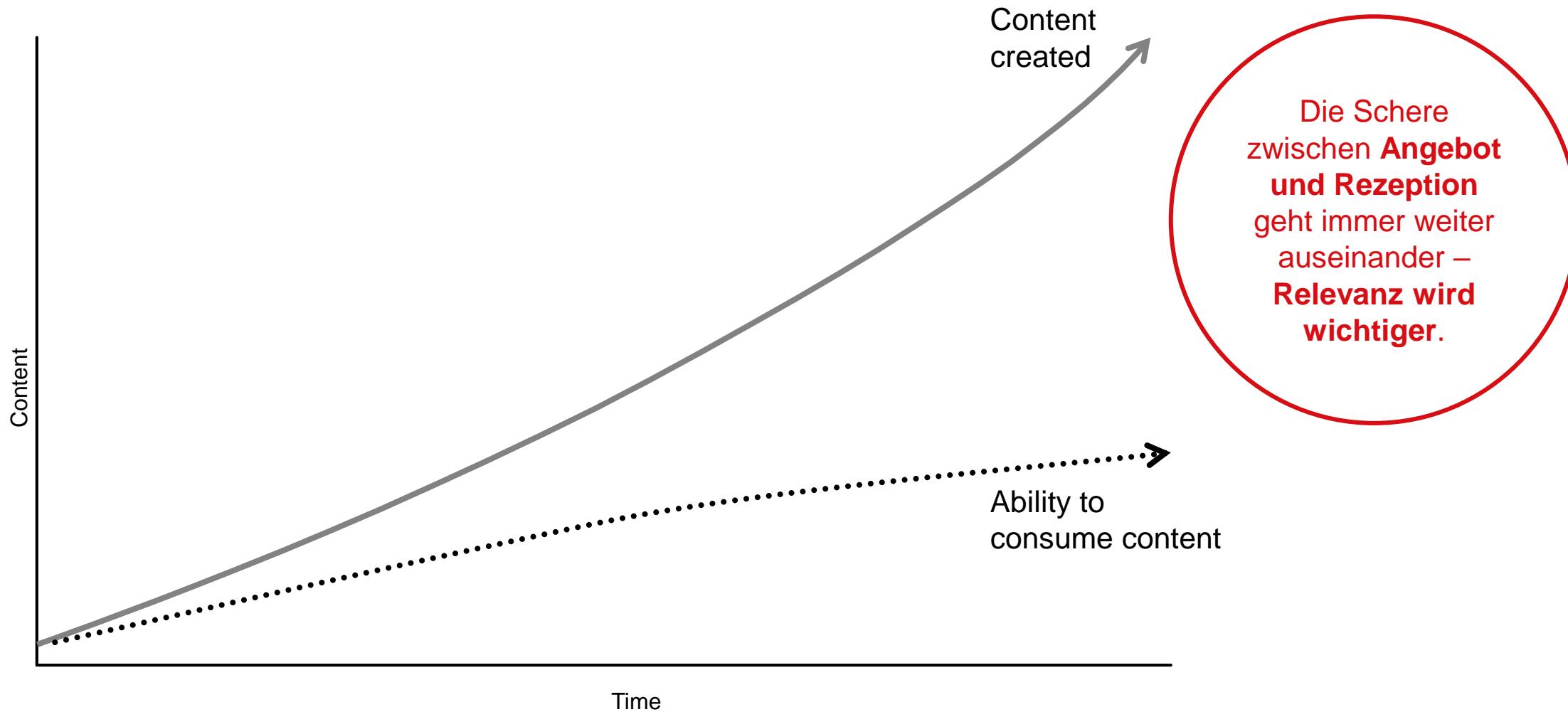
Im Open Internet entfällt ein beträchtlicher Teil der Spendings auf die Bewirtschaftung des „Ökosystems“



# CONTENT EXPLODIERT WEITER ...



# “MORE” MEETS “IS”

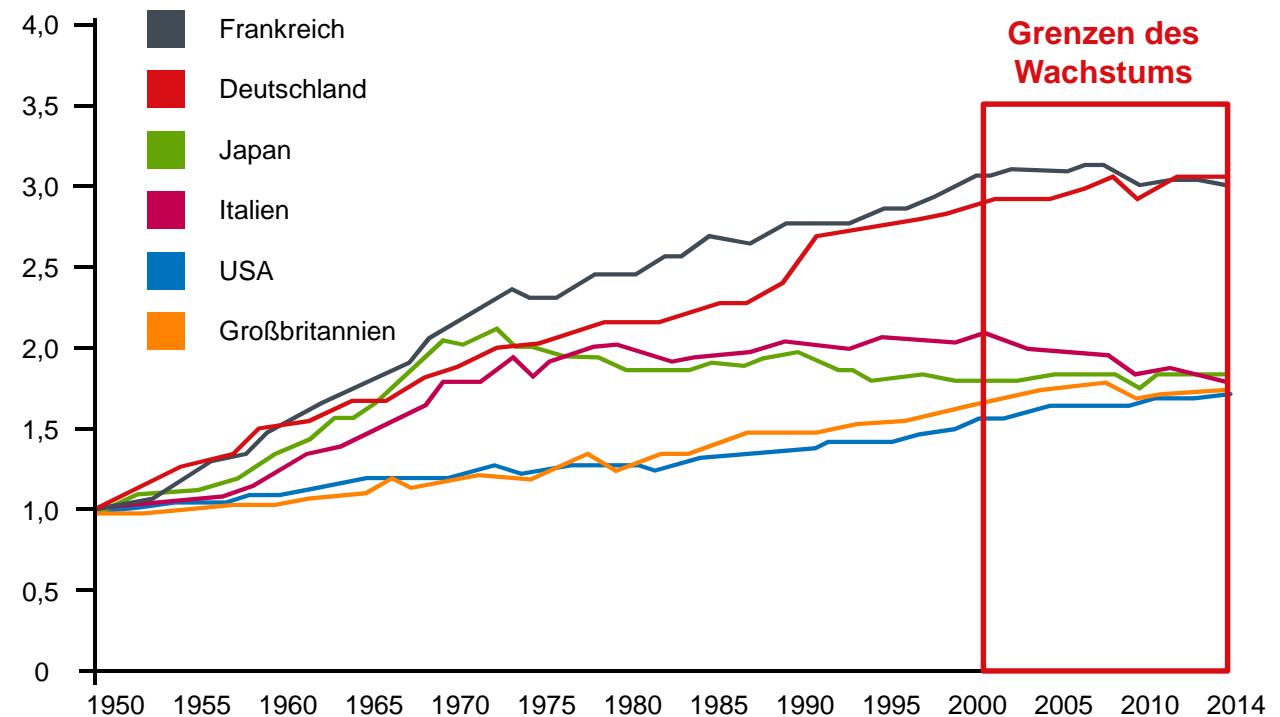


# TROTZ DIGITALISIERUNG – WACHSTUMS- RATEN BEI PRODUKTIVITÄT RÜCKLÄUFIG

Drei industrielle Revolutionen haben die Produktivität nachhaltig gesteigert:

- » 1. 1750 bis 1830: **Dampfmaschine**
- » 2. 1870 bis 1940: **Elektrizität und Verbrennungsmotor**
- » 3. 1960 bis 2000: Verbindung **Computer und Kommunikationstechnologie/Internet**

Entwicklung der Totalen Faktorproduktivität  
in konstanten nationalen Preisen (1950=1)





**WANN KOMMT DIE NÄCHSTE  
INDUSTRIELLE REVOLUTION?**



## **KÜNSTLICHE INTELLIGENZ GILT SCHON HEUTE ALS DIE NEUE „ELEKTRIZITÄT“**

“Just as electricity transformed almost everything 100 years ago, today I actually have a hard time thinking of an industry that I don’t think AI will transform in the next several years.” –

Andrew Ng, Ehemaliger Chief Scientist bei Baidu

Quelle: <https://www.gsb.stanford.edu/insights/andrew-ng-why-ai-new-electricity>  
<https://www.flickr.com/photos/nvidia/16841620756>

# **DIE ENTWICKLUNGEN ERZEUGEN WACHSENDES UNBEHAGEN ...**



# DOMINANT MARKET LEADERS DIE OVERNIGHT

Kodak

1911



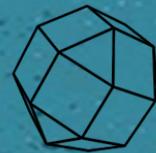
# 1. INNOVATION AND 2. SCALE ARE A MATTER OF SURVIVAL



SONY



UBER



NUMBER26



Build Your Dreams



NETFLIX



TESLA

# GAFHA HABEN MITTLERWEILE DEN WERT DES BIP VON INDIEN.

1 Billionen  
US-Dollar!

1 Billionen  
US-Dollar!



Aggregierte Marktkapitalisierung\*:  
**~2.822,00 MRD. US-DOLLAR**

BIP 2017\*\*:  
**~2.611,00 MRD. US-DOLLAR**



# DIE 4 APOKALYPTISCHEN REITER UND DIE 3 GROSSEN PLAYER AUS CHINA

amazon.com

Apple

facebook

Google

**GAFA**

WHO IS



Baidu 百度



阿里巴巴 Alibaba.com

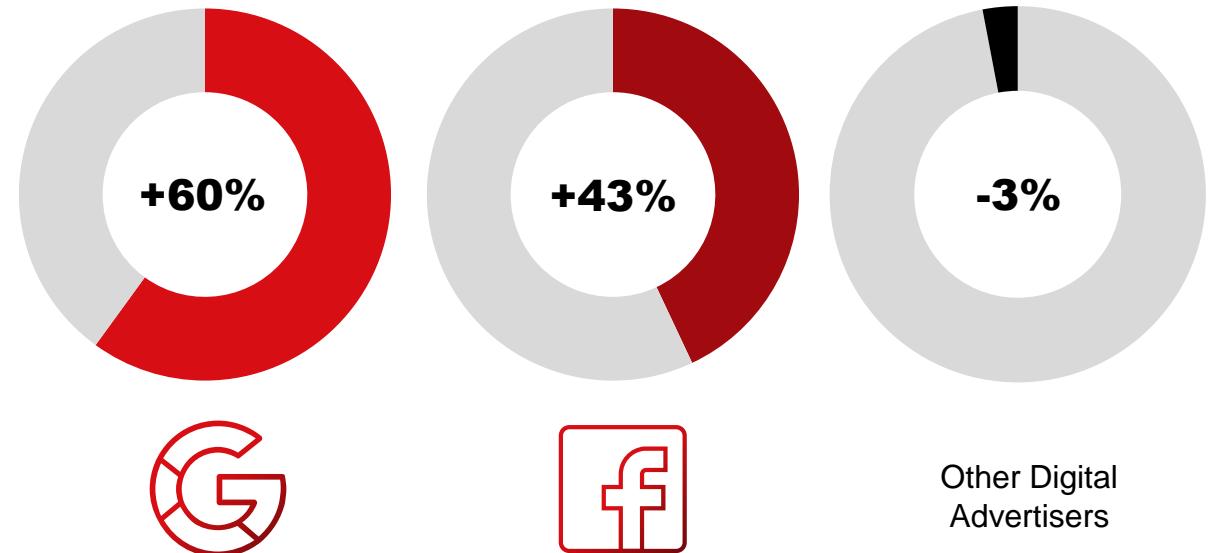


Tencent 腾讯

# US-PROGRAMMATIC WIRD DOMINIERT VON GOOGLE UND FACEBOOK



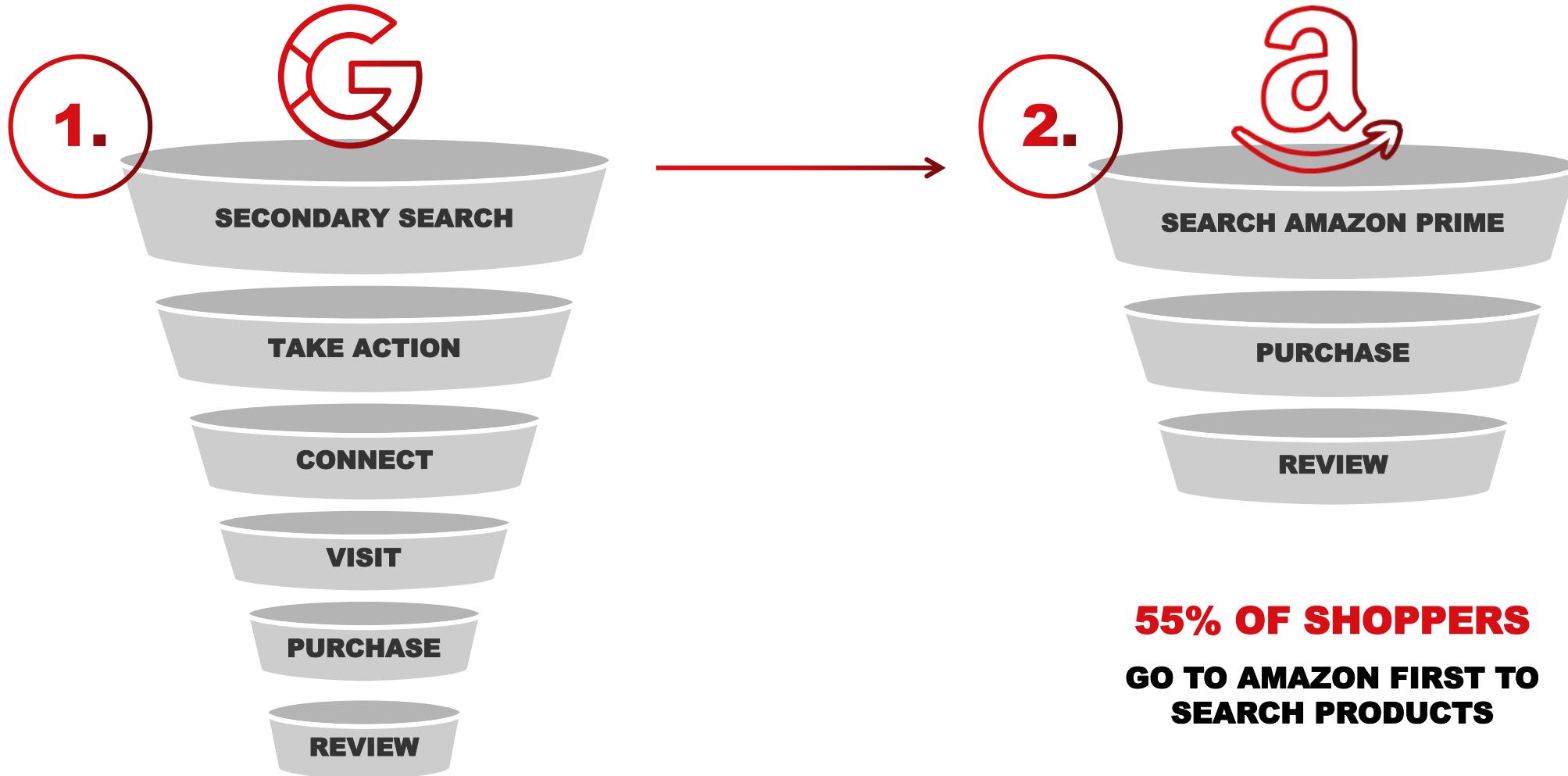
U.S. DIGITAL ADVERTISING GROWTH, Q1 YOY 2015-2016



- » Das **Duopol dominiert den Markt** – und vereinnahmt sein Wachstum
- » Der hohe Anteil von Programmatic in den USA ist Ausdruck der **Dominanz von Google und Facebook** – und nicht Zeichen der Dynamik von Programmatic

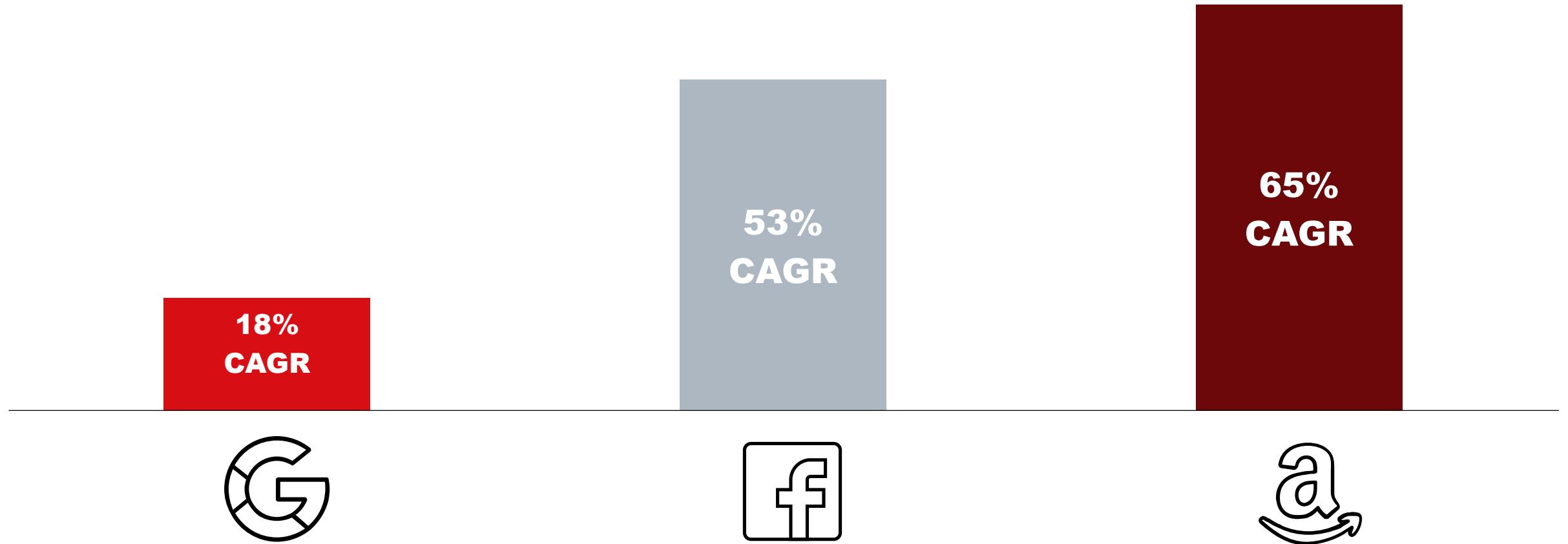


# UND DANN IST DA NOCH EIN „SCHLAFENDER RIESE“ AUFGEWACHT ...

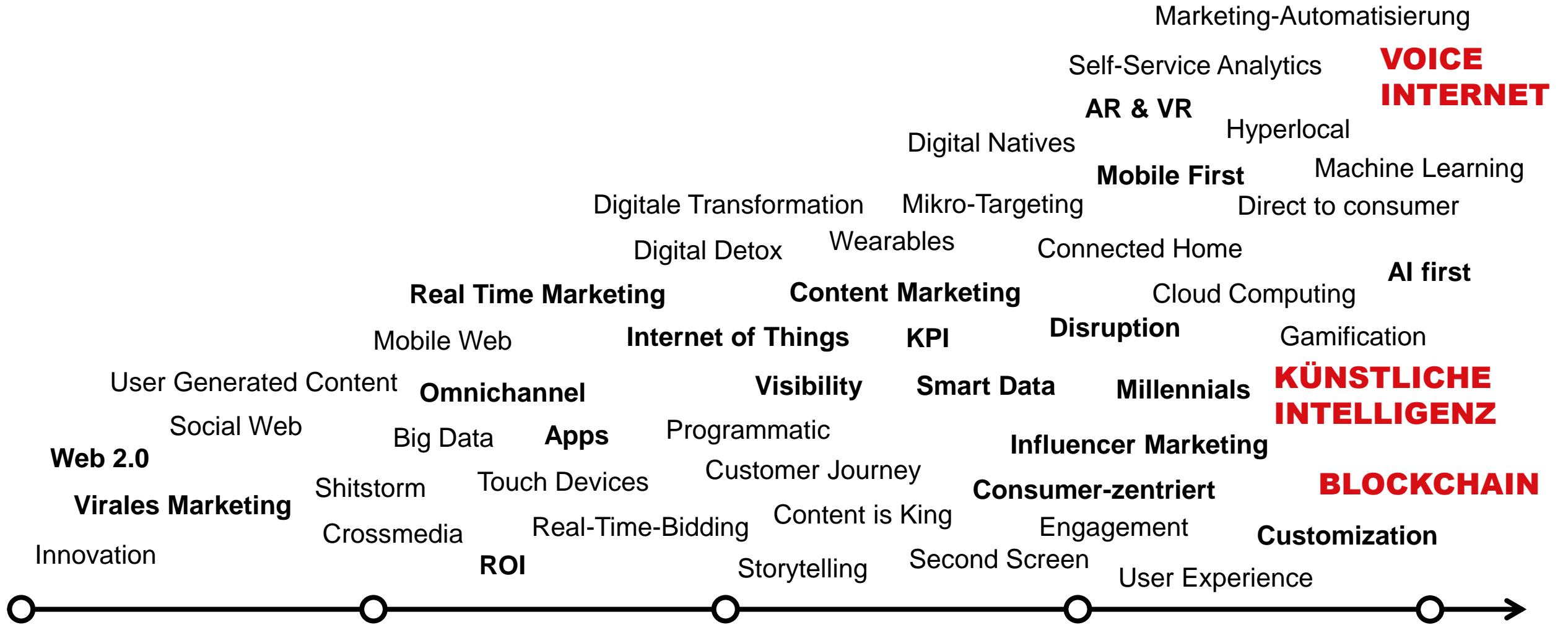


# VOM DUOPOL ZUM US OLIGOPOL.

2015 – 2017 Jährliche Wachstumsrate der Werbeumsätze

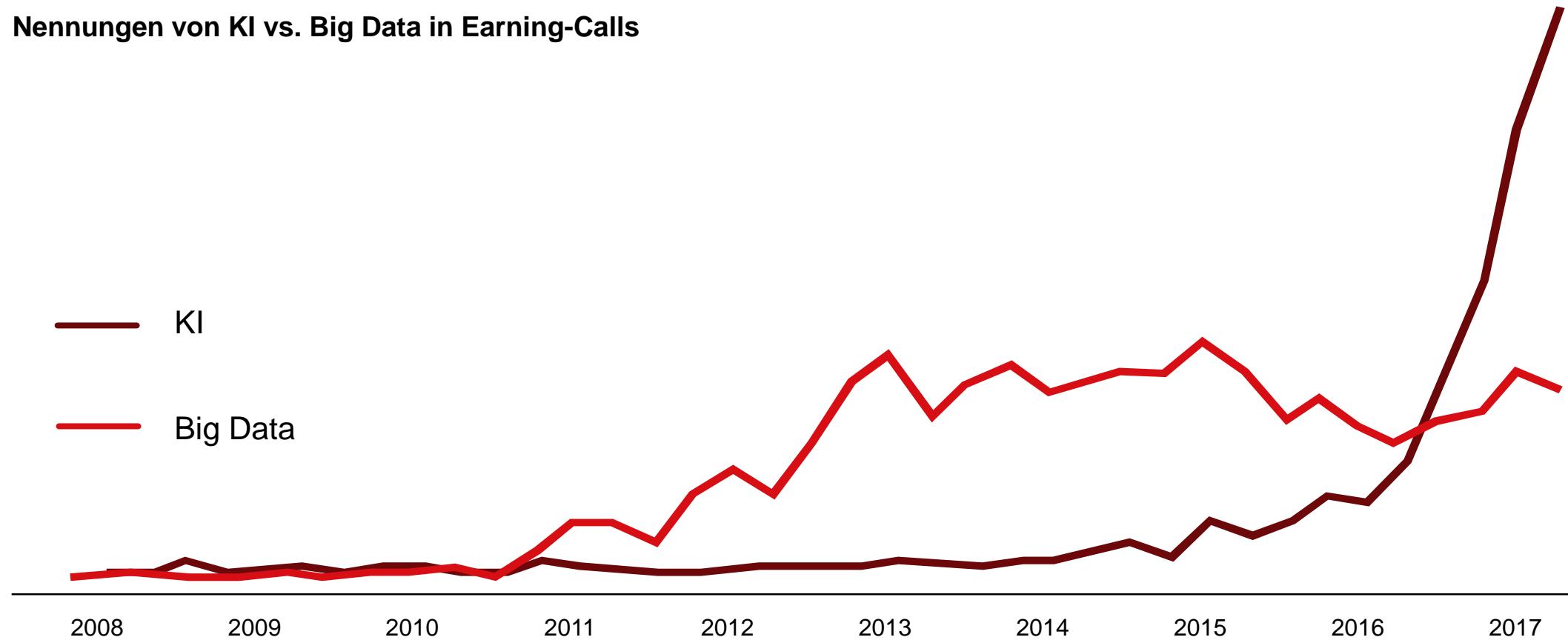


# BUZZWORDS IN MARKETING AND MEDIA

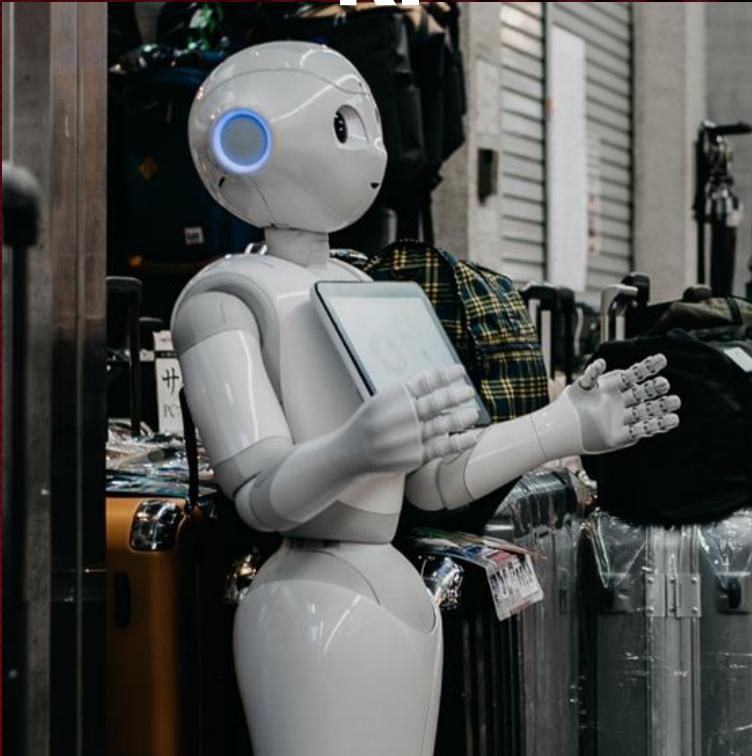


# NEUES BUZZWORD: KI LÖST BIG DATA AB.

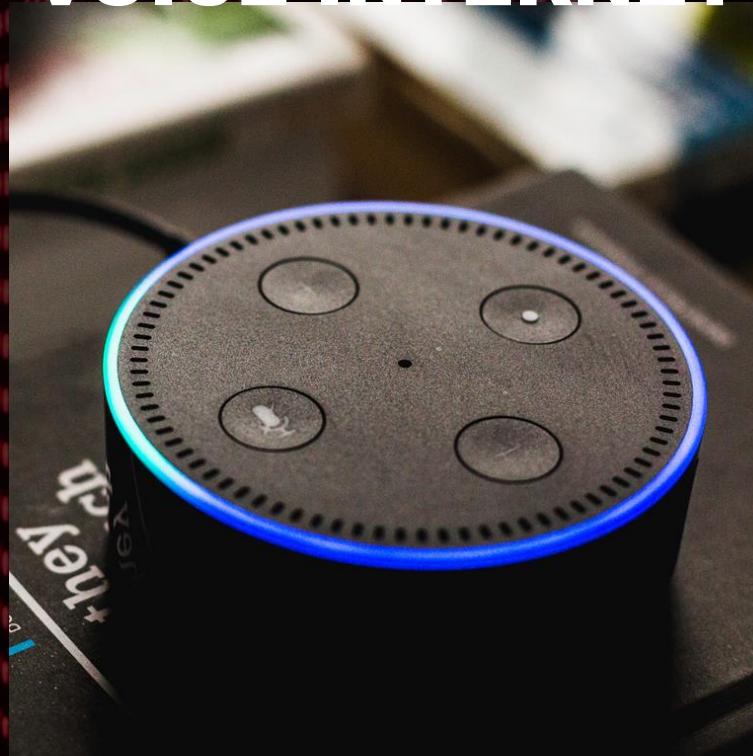
Nennungen von KI vs. Big Data in Earning-Calls



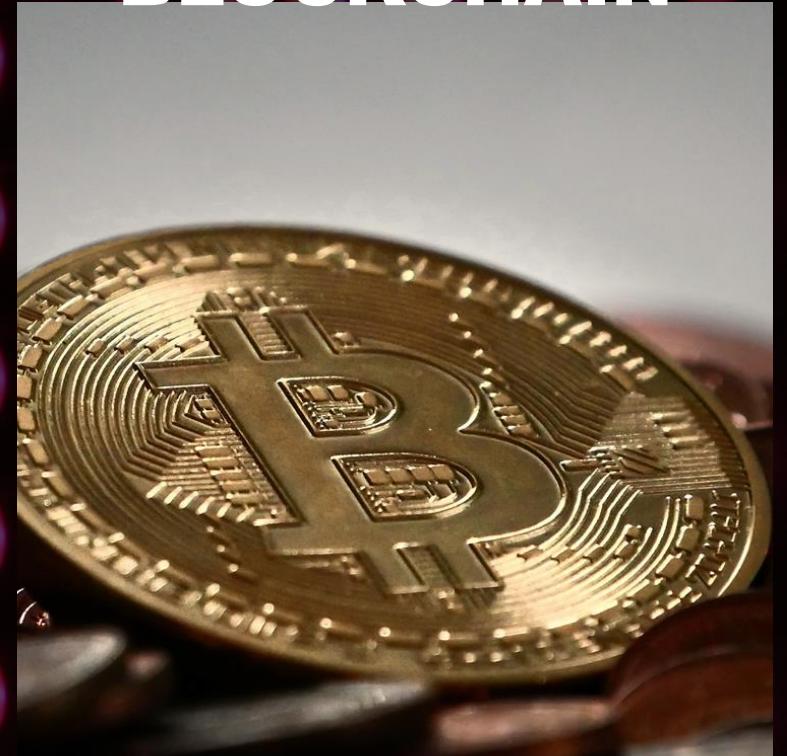
**KI**



**VOICE INTERNET**



**BLOCKCHAIN**



KI



¥4,800

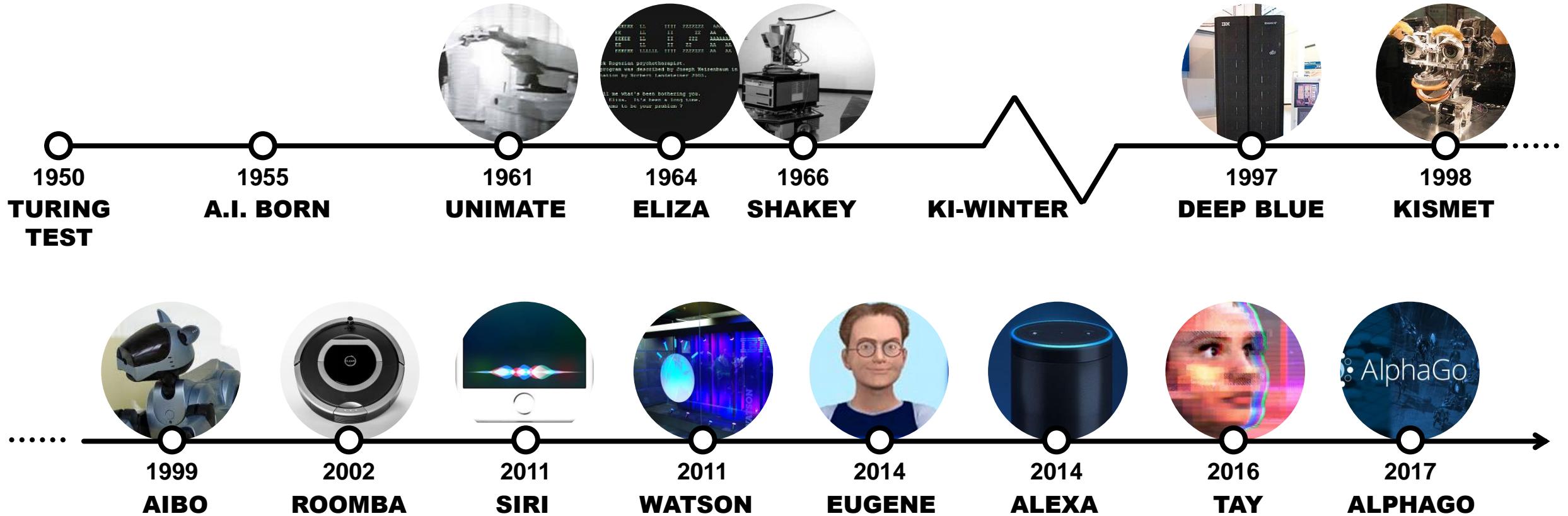
MURA



24HOURS  
Easy to use! Available to  
つながる、新



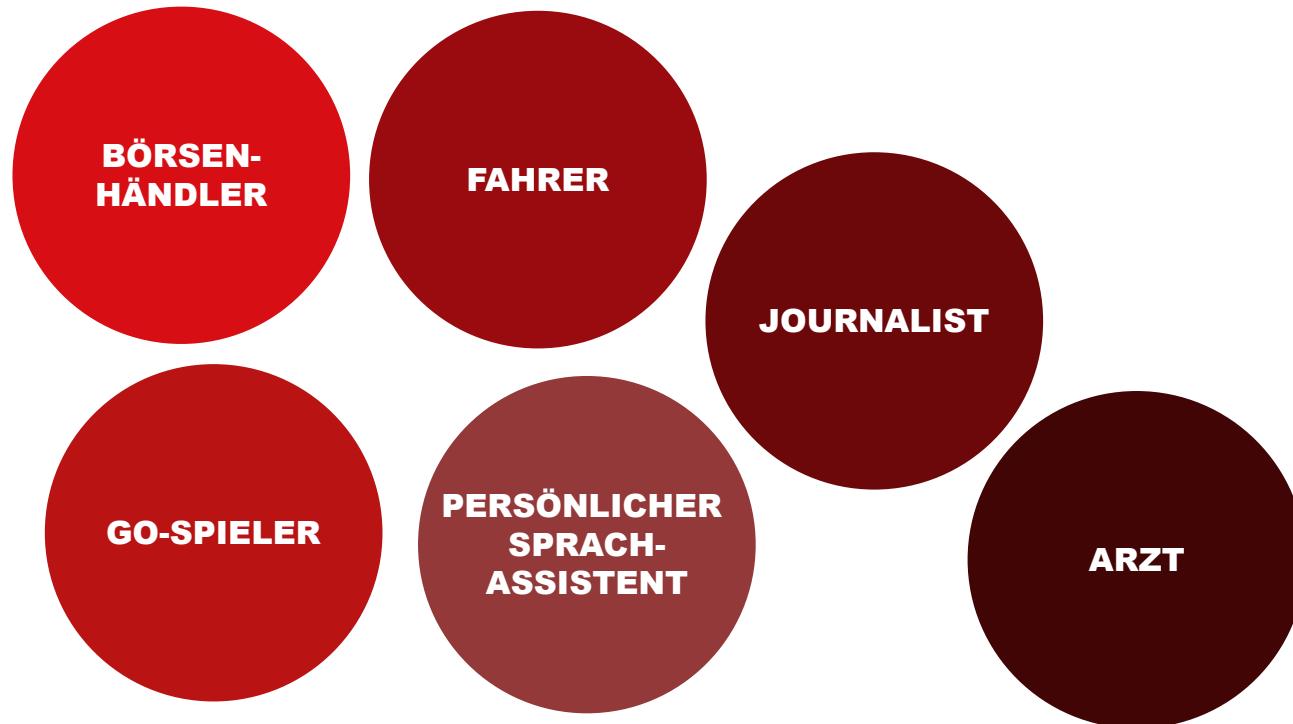
# AUSGEWÄHLTE MEILENSTEINE KÜNSTLICHER INTELLIGENZ



# WEAK AI VS. STRONG AI

## HEUTE

Weak AI: „Inselbegabungen“



## (FERNE) ZUKUNFT

Strong AI: Viele (übergreifende Kompetenzfelder)



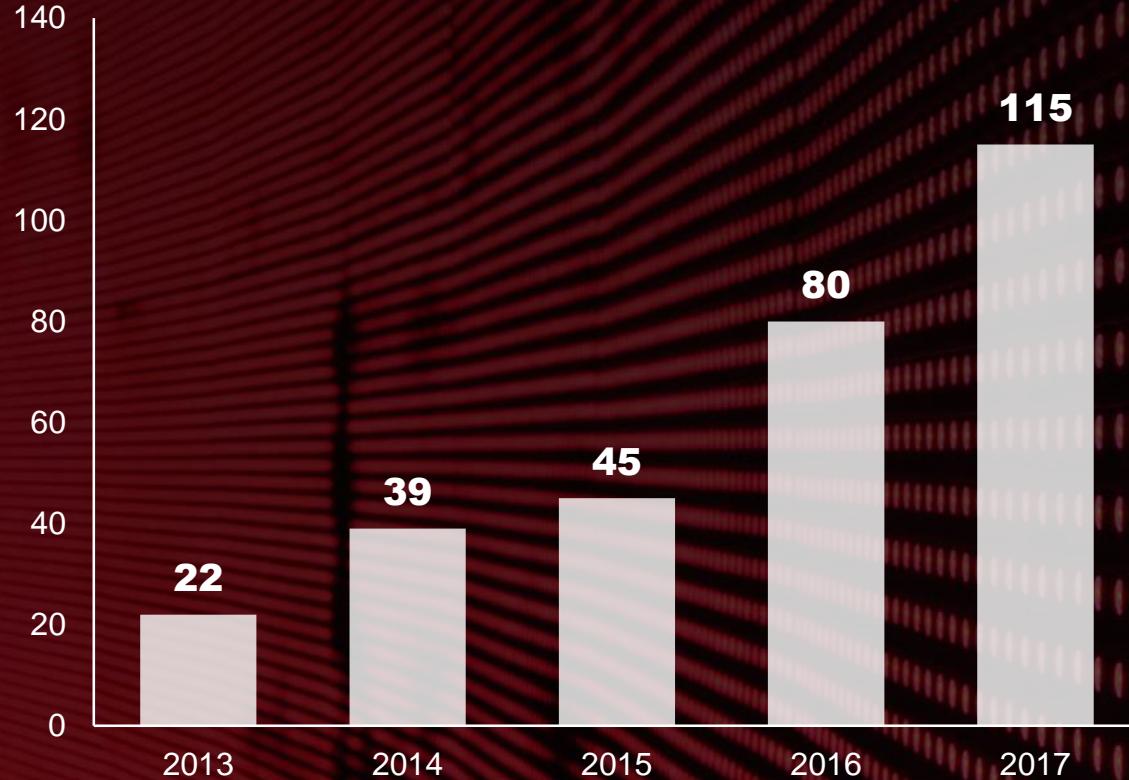
# **TECHNOLOGICAL SINGULARITY**

A Terminator robot from the movie 'Terminator 2: Judgment Day' is shown from the chest up. It has a metallic, skeletal appearance with a glowing red visor. In its right hand, it holds a human head. The background is a dark, grid-like pattern with horizontal lines.

**WHERE HUMANS BECOME THE 2ND SMARTEST ON  
THE PLANET BEHIND AI SUPERINTELLIGENCE**

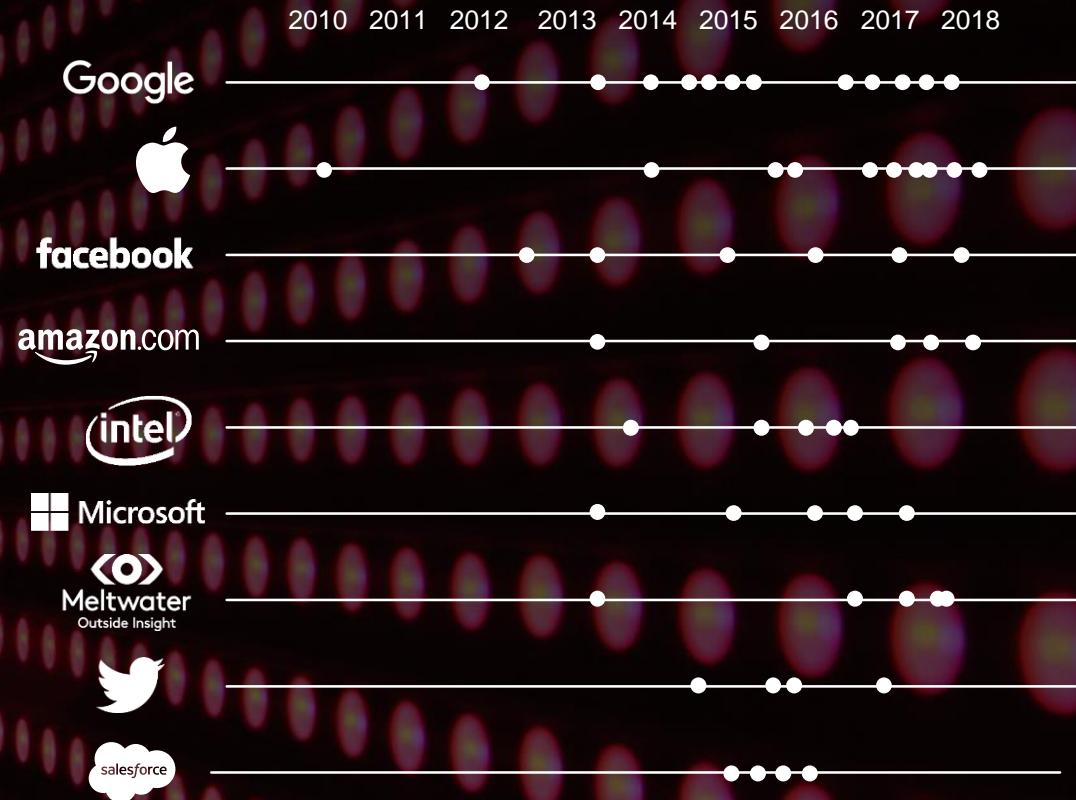
# GAFA INVESTIEREN MASSIV IN KI-STARTUPS.

AI startup acquisitions up 44% in 2017  
M&A by year (1st exits only)



Source: cbinsights.com / Mediaplus Strategic Insights

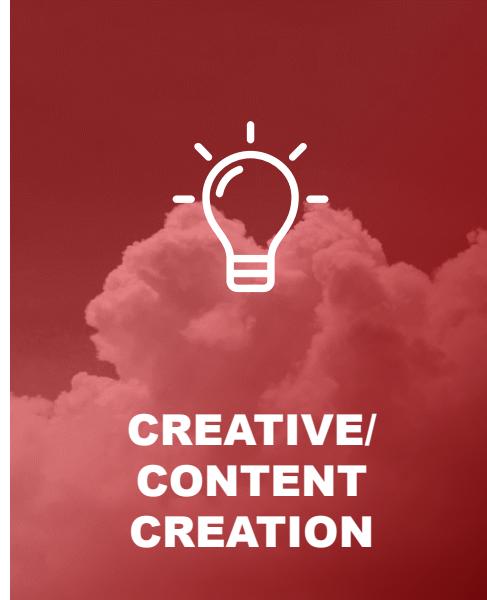
Race to acquire top AI startups heats up  
Date of acquisition (only includes 1st exits of companies)



# 3 WESENTLICHE BEREICHE FÜR DEN KI-EINSATZ IM MARKETING:



**INSIGHTS**



**PERSONALISIERUNG**



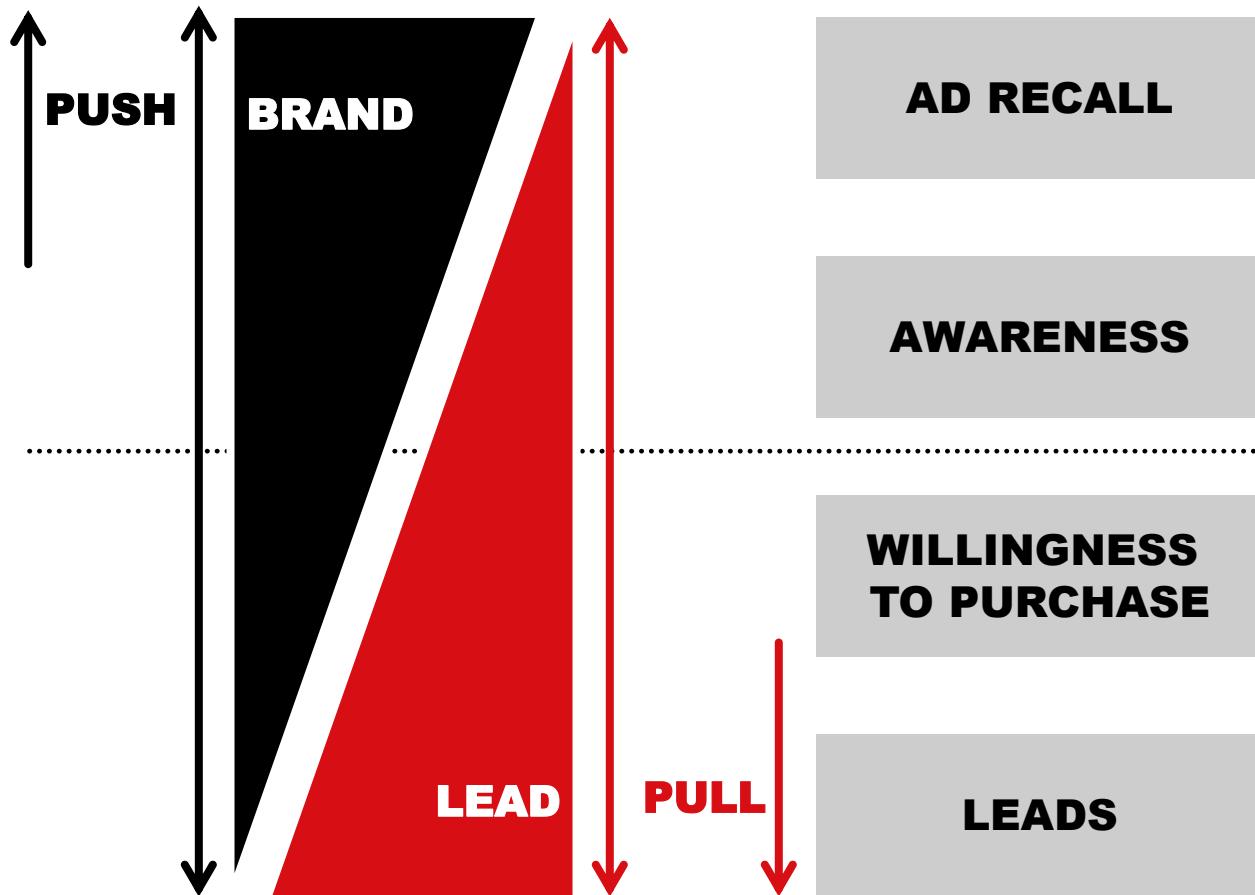
**AUTOMATISIERUNG**  
(Buying, Targeting,  
Context, Optimierung)

**AUTOMATISIERT**  
**EFFIZIENT**  
**SCHNELL**  
**SELBSTLERNEND**



**WIE SETZEN WIR BEI  
MEDIAPLUS **KI** EIN, UM  
UNSEREN **KUNDEN** ZU  
HELFFEN IHRE MEDIABUDGETS  
**EFFIZIENTER** EINZUSETZEN?**

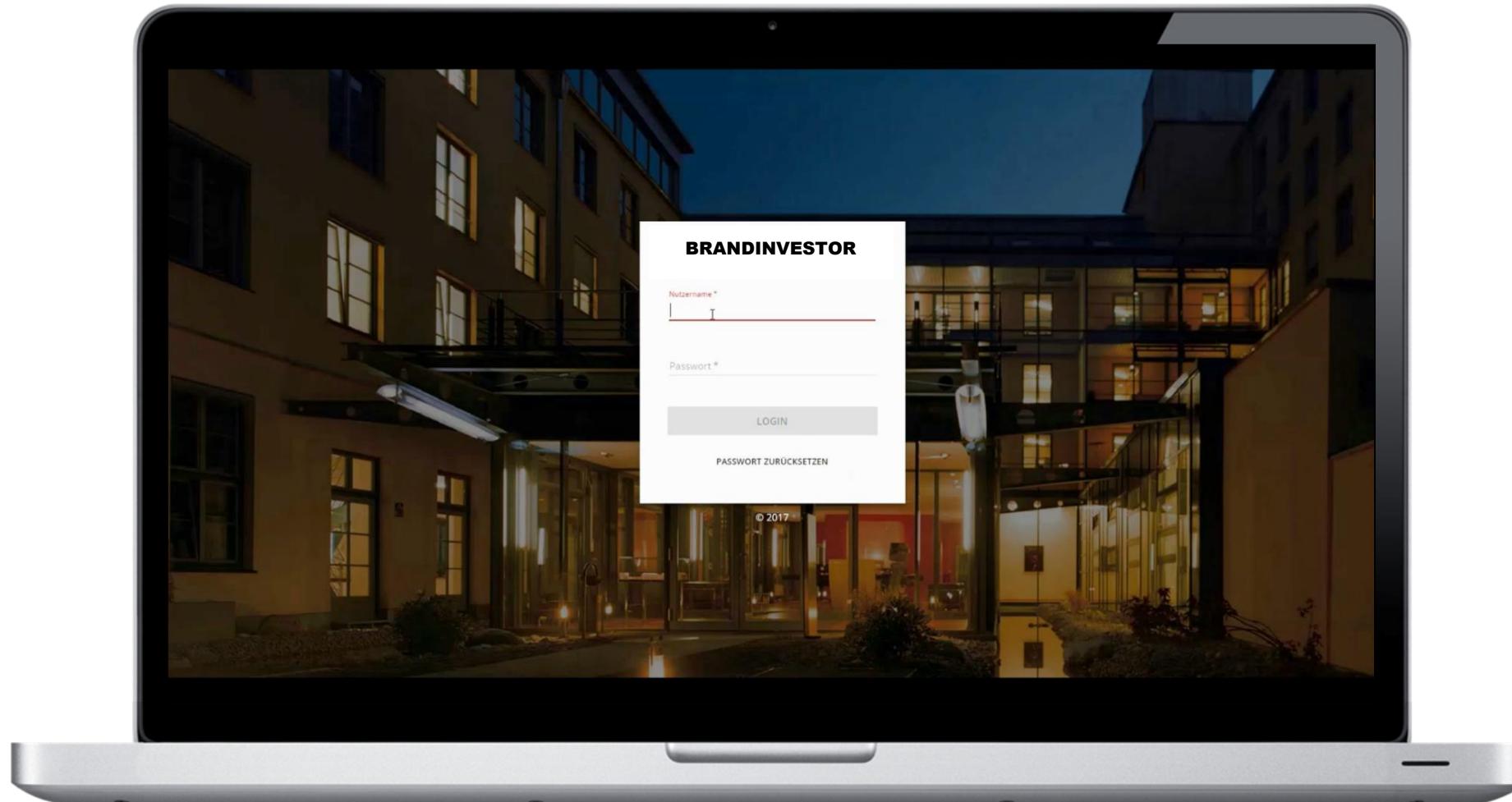
# WIRKUNGSBASIERTE PLANUNG FÜR ALLE KAMPAGNENZIELSETZUNGEN



1. TV
2. PZ
3. Dailies across regions
4. Dailies regional
5. Radio
6. Billboard
7. Billboard digital
8. Info screen
9. Cinema
10. Supplements
11. Journals
12. Online display
13. Mobile display
14. Performance display
15. Online video
16. Facebook, Instagram
17. SEA brand
18. SEA generic
19. Affiliate



# UNSERE LÖSUNG FÜR EFFIZIENZ- BASIERTE CROSS-MEDIA-PLANUNG: DER BRANDINVESTOR



**INSBESONDERE DIE  
SPRACHERKENNUNG HAT  
VON DEN FORTSCHRITTEN  
BEI DER KÜNSTLICHEN  
INTELLIGENZ PROFITIERT.  
DIES HAT EINFLUSS AUF DAS  
KUNDENVERHALTEN ...**

# VOICE INTERNET



If you're serious  
about photography,  
this book is a must.  
Read, Consider It  
a necessary guide  
to making it.  
DOUG MENEUZ

They  
Fight  
Like  
Men

# VOICE INTERNET

- » Im Jahr 2020 werden etwa **30%** der Web Browsing Sessions **ohne Screen** stattfinden (Gartner).
- » In einer Umgebung ohne Screen funktioniert **Markenkommunikation** anders. Marken brauchen eine **eigene Präsenz** im **Voice Web**.
- » Think like a screenless digital marketer:  
 Mobile-first → **Voice-first**  
 Screens → **Speakers**  
 Visual-web → **Audio-web**  
 Face-down → **Chin up**

**VISUAL WEB: HOW YOUR BRAND LOOKS**  
**VOICE WEB: HOW YOUR BRAND LOOKS**  
**AT THE WORLD**

Chris Ferrel, Strategy at The Richards Group



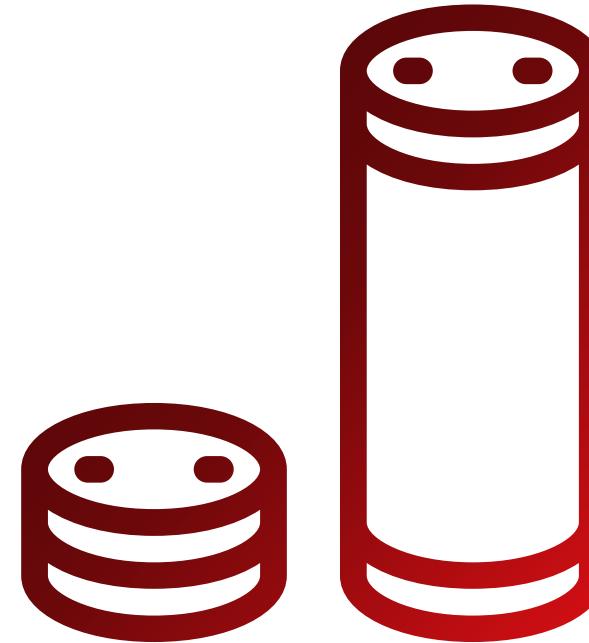
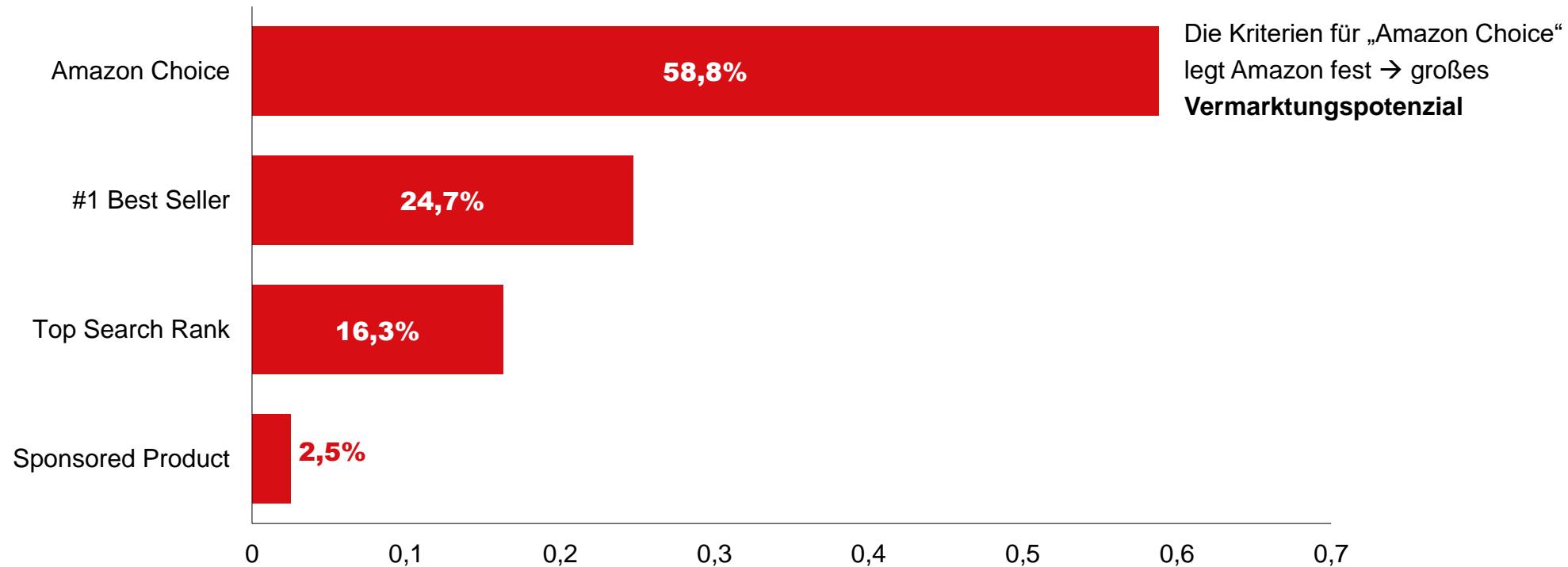


**VOICE  
INTERNET:  
FROM TOP 10  
TO TOP 1**

# WAS WIRD BEI ALEXA-SUCHANFRAGEN AUF TOP 1 GERANKED?

## Amazon Produkt-Einordnung bei Alexa Suchresultaten (Erstbestellungen)

Angaben in %



# UNSER INNOVATION STUDIO ENTWICKELT LÖSUNGEN FÜR DAS VOICE INTERNET.

Okay, it will take some time until we´ll buy a new car just by using voice assistants. But we want to be well prepared so we already created the first voice car configurator for MINI. You see – the future has already begun!

**„EIN SCHÖNES  
AUTO HAST DU DIR  
AUSGESUCHT!“**



# BLOCKCHAIN





# DIE ERSTEN BITCOINS ...

- » **Rai-Steine auf der Insel Yap** (Mikronesien im Pazifischen Ozean): Steingeld als Tausch- und Zahlungsmittel
- » Wenn Rai den Besitzer wechseln, lässt der neue Eigentümer den Stein aufgrund des Gewichts dort, wo er ist.
- » Wem welcher Stein gehört, wird einfach im Gedächtnis festgehalten. Die meisten Einwohner von Yap kennen die Besitzer der Steine und haben großen Respekt vor dem Eigentum Anderer.



# DIE ZENTRALEN VORTEILE VON BLOCKCHAIN

Blockchain ermöglicht die **sichere Durchführung von Transaktionen ohne zentrale Autorität**, auch wenn sich die beteiligten Parteien nicht kennen und/oder einander nicht vertrauen.

**TRANSPARENZ**

**PARTIZIPATION**

**DEZENTRALITÄT  
& NETZWERK-  
EFFEKTE**

**UNVERÄNDER-  
BARKEIT**



# BLOCKCHAIN WIRD DEN ADTECH MARKT NICHT ÜBER NACHT REVOLUTIONIEREN.



X C H N G

Programmatic Advertising  
& Reporting Plattformen

**TERN:O**

Inventar wird über Smart  
Contracts eingekauft und  
ausgeliefert, die Bezahlung  
erfolgt über Tokens

 **PAPYRUS**

Transparenz der gesamten  
AdChain über Blockchain

 **BitClave**

Dezentrale Suchmaschine mit  
Anzeigen; Nutzerinteressen und  
Aktivitäten sind in einer  
Blockchain hinterlegt

ad  chain

Dezentrale Domain-Whitelist für  
Programmatic Advertising; Basiert auf  
Smart Contracts; Sites werden über  
Abstimmungsverfahren aufgenommen  
und entfernt

 **KR80S**

Attribution & Analytics Plattform auf  
Ethereum-Basis; Tracking von Ad  
Interactions in einer Blockchain;  
Vergütung der Verifier über Ether

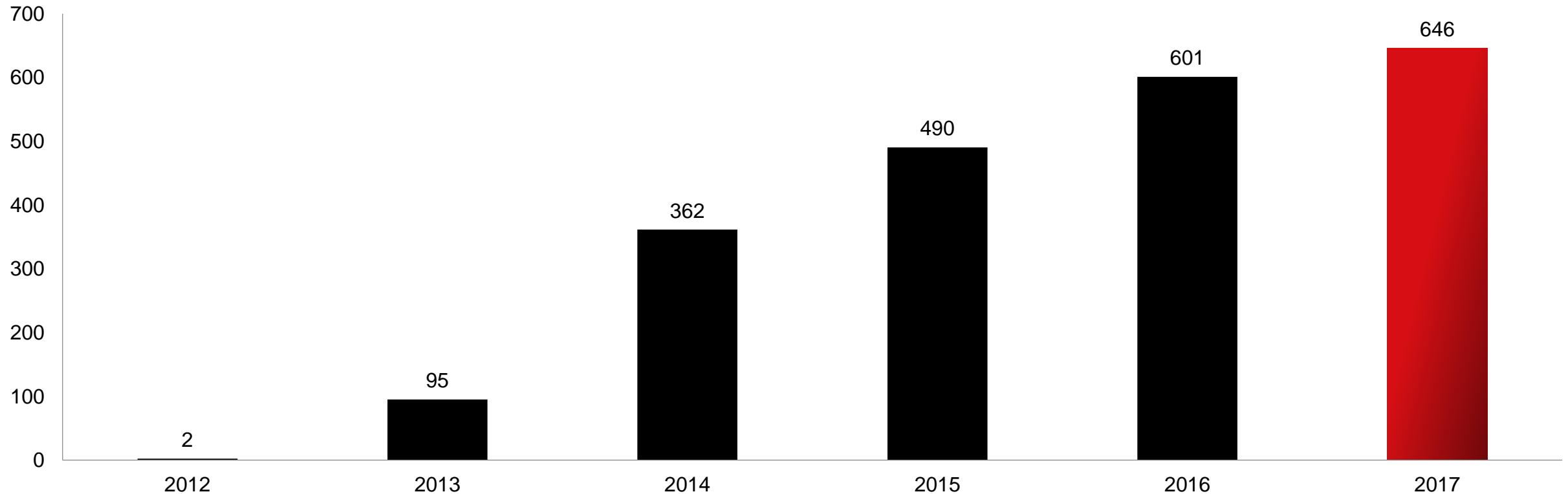
**MadHive**

SSP/DMP auf Blockchain Basis;  
Neben Digital Advertising auch für  
OTT geeignet; Transparenz der  
gesamten AdChain über Blockchain



# STARKER ANSTIEG DER INVESTITIONEN IN BLOCKCHAIN-LÖSUNGEN.

Volumen der weltweiten Venture Capital-Investitionen in Blockchain-Technologien  
Angaben in Millionen US-Dollar



**FROM „LANDMESSER“ TO  
„LANDVERMESSER“**

Franz Kafka  
Das Schloß



**MEDIAPLUS**

ANACONDA



**“LA REVOLUCIÓN  
PERMANENTE.”**

L. Trotzki (1879 - 1940), made famous by  
Dr. med. Ernesto Guevara (1928 -1967)



# COPYRIGHT

Sämtliche Rechte an den Inhalten (einschließlich Konzepte, Gestaltungen, Preise, Konditionen, Planungen, etc.) verbleiben ebenso wie jegliches den Inhalten zugrunde liegende Know-how und unabhängig davon, ob die Inhalte Urheber-, Nutzungs- und Eigentumsrechte darstellen, ausschließlich bei der Agentur.

Mit der Präsentation und / oder Überlassung der Präsentation und ggf. weiterer Unterlagen räumt die Agentur keinerlei Rechte an den Inhalten ein. Jegliche Nutzung, Verwertung, Vervielfältigung, Bearbeitung sowie jegliche Weitergabe an Dritte ist unzulässig und bedarf der ausdrücklichen schriftlichen Zustimmung der Agentur.

Alle Inhalte unterliegen der strikten Vertraulichkeit.

