



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

PRESSEMITTEILUNG

Wie die Blockchain-Technologie die Digitalstrategien des Marketings verändert

Brendan Eich, CEO Brave Software und Mit-Gründer von Mozilla und Firefox hält die Keynote „Marketing goes Blockchain“ auf dem 45. Deutschen Marketing Tag in Hannover

Düsseldorf, den 10. April 2018 – Die fortschreitende Digitalisierung führt zu massiven Veränderungen in Wirtschaft und Gesellschaft generell. Das gilt in extremer Weise auch für das Marketing der Zukunft. Innovative, digitale Technologien entfalten im Marketing eine disruptive Wirkung, die uns zum Umdenken zwingt. Übersetzt heißt das, einerseits Kundenwünsche massenhaft individualisiert zu adressieren, andererseits, dass wir uns Themen der Transparenz in der Produktentwicklung (u.a. Nachhaltigkeit) und der Betrachtung und Entwicklung neuer Geschäftsmodelle stellen müssen.

Eine Keynote von Weltrang

„Wir freuen uns sehr, dass Brendan Eich unserer Einladung gefolgt ist und eine Keynote auf unserer wichtigsten Veranstaltung, dem Deutschen Marketing Tag am 6. Dezember 2018 hält. Brendan steht an der Spitze einiger der wichtigsten Bewegungen des Internets: Mit-Gründer des Mozilla-Projekts und der Mozilla-Stiftung, Einführung des preisgekrönten Firefox-Webbrowser und Erfinder von JavaScript, der am weitesten verbreiteten Programmiersprache des Internets, Gründer und CEO Brave Software, Erfinder des Brave Browsers und des dazugehörigen Basic Attention Token (BAT)“, so Prof. Dr. Ralf E. Strauß, Präsident Deutscher Marketing Verband. „Wir sind sehr gespannt auf diesen gemeinsamen Blick in die Zukunft des Marketings.“



DEUTSCHER MARKETING VERBAND



„Die Blockchain-Technologie wird das digitale Marketing revolutionieren. Blockchain-basierte Protokolle können die Art und Weise verändern, wie Anzeigen gekauft, geliefert und bewertet werden. Heutzutage ist es fast unmöglich zu wissen, ob die nachgewiesene Performance korrekt ist. Wenn wir Klicks auf unserer Website oder Likes auf Facebook messen, zählen wir da echte Kunden oder messen wir Bots und bezahlte Klicker, die künstlich die Werbestatistiken manipulieren? Blockchains werden das ändern, da die Kette transparent und die privaten Daten verschlüsselt sind. So können Werbetreibende leicht feststellen, ob die Personen, die ihre Anzeigen sehen, Teil ihrer Zielgruppen sind oder nicht. Millionen an Werbeausgaben werden gespart“, sagt Brendan Eich, CEO Brave Software über den Trend im Marketing. „Blockchain wird den Markt so aufrütteln, dass die Zielgruppen die Bezahlung für die Impression der jeweiligen Anzeigen direkt vom werbetreibenden Unternehmen erhält – das Trading Desk als Mittler wird überflüssig. Von der langen Wertschöpfungskette, an der viele Dienstleister partizipieren, bleibt außer einem Ad Server nicht mehr viel übrig. Werbemittel werden nur dann gebucht, ausgeliefert und berechnet, wenn ein identifizierter Nutzer eine Seite aufruft und dies in der Blockchain so hinterlegt ist. Anzeigen erscheinen nur dort, wo sie auch tatsächlich erwünscht sind. Der Nutzer wird auch nicht mehr mit Anzeigen genervt: Er bestimmt selbst, welche Art von Werbung er erhalten möchte“, so Brendan Eich weiter.

Basis für diese Entwicklung, die die Arbeitswelt im Marketing radikal verändern wird, ist die Blockchain-Technologie. Eine Blockchain wird im Kern aus einem dezentralisierten Netzwerk aus Computern und Protokollen gebildet. Dezentral bedeutet hierbei, dass das Protokoll – bildlich gesprochen eine riesige Datenbank – nicht auf einem Server oder bei einem Unternehmen liegt (wie bei Facebook), sondern über viele Computer verteilt ist. Es sorgt dafür, dass alle darin befindlichen Daten besser geschützt und sicherer sind. Durch die Verschlüsselung in der Blockchain liegt die Kontrolle über den Zugriff auf persönliche Daten wieder voll und ganz in der Hand des einzelnen Users bzw. Kunden.

Für Marketingfachleute bedeutet das, ihre Digitalstrategien zu überdenken. Erstens geht es nicht mehr „nur“ darum, aus großen Datenmengen Zielgruppen und Customer Insights zu generieren, sondern beispielsweise via Blockchain den Weg einzelner Rohstoffe durch die



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

Zuliefererkette bis zum fertigen Endprodukt nachvollziehbar zu machen. Und zweitens: Individualisierte Dienstleistungen und Kundenansprache eröffnen dem Marketing, stärker zum Advokat des Kunden zu werden und der oftmals beklagten Marginalisierung entgegen zu wirken.

Anmeldung zum 45. Deutschen Marketing Tag und weitere Informationen unter www.deutschermarketingtag.de.

Über den Deutschen Marketing Verband e.V.

Der Deutsche Marketing Verband (DMV) ist der Berufsverband des Marketing-Managements und die Dachorganisation der mehr als 60 Marketing Clubs in Deutschland und der Österreichischen Marketing-Gesellschaft. Er vertritt die Interessen von über 14.000 Führungskräften aus marketingorientierten Unternehmen. Seit 1956 sorgt der Verband für die Verbreitung des Marketingbewusstseins in Wirtschaft und Gesellschaft und sieht sich als die Institution für praxisnahe Weiterbildung und Know-how-Transfer.

<http://www.marketingverband.de>

Pressekontakt:

Deutscher Marketing Verband Service GmbH

Willy-Brandt-Allee 31 D

23554 Lübeck

Karin Bollo, Tel.: +49 451 160855 29

E-Mail: presse@marketingverband.de