

IAB Switzerland Association

Jenatschstrasse 1
8002 Zürich

E-Mail contact@iab-switzerland.ch
Internet www.iab-switzerland.ch
Datum 19. November 2015

MEDIENMITTEILUNG

Peter Hogenkamp wird mit dem «Digital Lifetime Award» geehrt

Im Rahmen des sechsten «Digital Marketing Award» zeichnete die IAB Switzerland am 19. November 2015 herausragende Projekte und Persönlichkeiten mit dem «Oscar» der Schweizer Digitalbranche aus. Neuer «Digital Marketer of the Year» ist die UBS Switzerland AG. Für seine Verdienste in der Digitalbranche wurde Peter Hogenkamp mit dem «Digital Lifetime Award» ausgezeichnet. Zum zweiten Mal wurde dieses Jahr der Preis für den «Digital Newcomer of the Year» vergeben. Die IAB Switzerland empfing im Kaufleuten Zürich über 500 Gäste, welche von Moderator Claudio Zuccolini durch den Abend geführt wurden.

Nominiert für den Preis des «Digital Marketer of the Year» waren fünf Firmen oder Projekte, welche die digitale Marketing Branche der Schweiz 2015 in besonderer Weise geprägt haben. Der Preisträger wurde von den IAB Fokusgruppen, Ressorts, Fachkreisen und dem Vorstand gewählt. Zum Sieger 2015 gekürt wurde die UBS Switzerland AG. Die Auszeichnung wurde dem UBS-Team von Presenting Partner Romandie Network überreicht. Head Client Dialogue Management Daniel Hünebeck äusserste sich erfreut über die grosse Anerkennung für die UBS, welche in den vergangenen Jahren die Digitalisierung der Bank vorangetrieben und ein Team mit Online-Marketing-Experten aufgebaut hat.

Zum zweiten Mal wurde in diesem Jahr ein Preis in der Kategorie «Digital Newcomer of the Year» vergeben. Ausgezeichnet wurde der Teilnehmer mit der besten Abschlussnote im «Diplomlehrgang Digital Marketing - Grundkurs» der IAB Academy im laufenden Jahr. Geehrt wurde Mark Hauri, Geschäftsführer von Sales Support Center. Der Preis wurde von den Hauptsponsoren search.ch und Adverserve übergeben. Mit dem «Digital Newcomer of the Year» wird der besondere Stellenwert des Themas Ausbildung bei der IAB Switzerland hervorgehoben.

Zum Abschluss der Award-Show wurde Peter Hogenkamp mit dem «Digital Lifetime Award» geehrt. Hogenkamp ist seit vielen Jahren in der digitalen Welt zu Hause und hat sie wesentlich mitgeprägt. In den Unternehmen, die er alleine oder mit Partnern gegründet und aufgebaut hat, war er immer ein Vorreiter mit seinen Ideen. Mit seinem neusten Projekt Niuws ist er wieder am Puls der Zeit und zeigt, dass er immer weiss, was auf uns zukommt.

Erstklassige Referenten am «Digital Marketing Summit»

Am Nachmittag fand zum dritten Mal der «Digital Marketing Summit» statt, welcher eine Reihe an spannenden Fachreferaten, Case-Präsentationen und einer Keynote bot. Das Motto des VIP-Anlasses lautete «Digital Success».

Den Auftakt machte Dr. Wenzel Drechsler, Head of Market Research bei United Internet. Er beschäftigt sich mit der Qualität in der Onlinewerbung und zeigte auf, warum nur sichtbar sein nicht reicht. Olivier Quillet, Head of Corporate Marketing & Communication bei Nestlé Schweiz, setzte sich mit der Frage auseinander, wie Content Marketing erfolgreich angewendet werden kann. Felix Badura, Mitgründer und Director Product Development bei der Meetrics GmbH, zeigte die Umstellung auf Viewable Impressions auf. Björn Kaspring, Head of Premium Display & Video bei InteractiveMedia, befasste sich mit der Suche nach dem digitalen Urmeter – der digitalen Zukunftswährung. Stefan Häckel, Managing Director bei VICE CEE, beschäftigte sich in seinem Referat mit narrativer Markenführung als Heilsbringer und Herausforderung im digitalen Zeitalter. «Content Marketing – letzte Ausfahrt Werbung» lautete der Referatstitel von Martin Dräger, Managing Director bei Unruly.

Highlight des diesjährigen «Digital Marketing Summit» war die Keynote von Dr. Stephan Sigrist, Gründer des Think Tanks W.I.R.E. In seinem Referat «Das grosse Rauschen» erklärte er, dass mehr Daten gemeinhin mehr Wissen und mehr Transparenz bedeuten. Der Aufstieg der Datengesellschaft bringt in seinen Augen aber möglicherweise nicht mehr Klarheit, sondern das Gegenteil: mehr Halbwissen und Intransparenz. Dies könnte uns in Zukunft zwingen, Entscheidungen nicht an Statistiken auszulagern, sondern endlich wieder selbst zu denken. Und es eröffnet eine neue Aufgabe für das Marketing.

Das Schlusswort des Tages gehörte David Burst, Präsident der IAB Switzerland Association: «Wieder einmal mehr waren der Summit wie auch der Award riesige Erfolge für die IAB Switzerland! Wir sind sehr erfreut, dass auch dieses Jahr das Nachmittagsprogramm erneut von spannenden Vorträgen geprägt war und die Award-Verleihung vor über 500 Gästen gelungen über die Bühne ging.»

Die nominierten Projekte/Unternehmen für den Digital Marketer of the Year:

- Stailamedia AG
- Webrepublic AG
- Filmwords AG
- Adwebster AG
- UBS Switzerland AG