

Die Swiss Online Marketing: Eine Erfolgsgeschichte

Zum sechsten Mal findet Anfang April in Zürich die zentrale Messe für die Schweizer Online- bzw. Digital-Werbebranche statt. Von den eher zaghaften Anfängen im «Puls5» bis zum grossen Auftritt in den Hallen der Messe Zürich: Die «SOM» hat sich fest im Markt etabliert.

So sind fast alle renommierten Marktteilnehmer als Aussteller, Referenten, Podiumsteilnehmer oder zumindest als Besucher mit dabei. Der SOM kommt daher eine wichtige Bedeutung zu, als Begegnungspunkt und als Zeichen des Selbstbewusstseins einer wachsenden Branche.

Aussagen zu monetären Erfolgen einer Messe- teilnahme gehen oft weit auseinander. Auch abhängig von Messe, eigenem Auftritt, Zielen oder schlicht vom Veranstaltungsjahr. Klar ist, dass eine Messe- teilnahme zu einem grossen Teil der Beziehungs- pflege dient. Und eine Messe dient auch als Schau- laufen oder als Parade für eine Branche. Starke Ak- teure zeigen ihre besten/neuesten Errungenschaf- ten und Dienstleistungen.

Es ist also – ähnlich wie bei einem Branchen- verband – nicht alleine der Nutzen für das einzel- ne Unternehmen, welcher als Antrieb für ein En- gagement dienen sollte. Messen und Verbände machen auch eine Aussage über den Reifegrad und die Stabilität einer Branche. An der SOM wird je- dem Besucher klar, dass es nicht mehr nur um Start-Ups, Technologieexperimente und Hypes geht (obschon die Digitalbranche natürlich wö- chentlich eine neue Sau durchs Dorf treibt). Der Messebesucher erlebt auch etablierte Unterneh- men, erfahrene Mitarbeiter und erprobte Tools. Diese Elemente verdeutlichen, dass Online-Wer- bung verlässliche und stabile Resultate liefern kann und in jeden modernen Media-Mix gehört. Natürlich sind Hypes, frische Ideen und ein steti- ger technologischer Wandel auch Teil der digitalen Welt – wir entdecken schliesslich immer mehr und neue Möglichkeiten wie sich das Internet und die Datenfülle optimal einsetzen lassen. Aber der grösste Teil der Arbeit ist seriös, faktenbasiert und professionell.

Wir dürfen uns daher auf einen grossen Event freuen, der noch mehr Unternehmer und Mediaent- scheider von digitaler Werbung überzeugt; und für alle Beteiligten auch viel Spass und positiven Aus- tausch bedeutet.

FACHPODIEN DER IAB SWITZERLAND AUF DER SOM 2014

In diesem zweitägigen Seminar erfahren die Teilnehmer alle relevanten Aspekte rund um das Thema Mobile Marketing. Von Marktdaten und Verfahren bis hin zu konkreten Anwendungen und State-of-the Art-Technologien erlangen sie alle Grundlagen, um Mobile Marketing erfolgreich in ihrem Arbeitsbereich umzusetzen. Die Teilnehmer lernen direkt von Experten aus der Praxis und profitieren von aufbereiteten Best Practices.

Der Digital Marketing Branchenverband «IAB Switzer- land» präsentiert sich in diesem Jahr mit einer vergrösser- ten Lounge und lädt im Keynote Forum zu zwei Fachveranstaltungen ein:

Am 9. April von 13.30 bis 14.15 Uhr diskutieren Vertreter von Werbeauftraggebern, Agenturen, Vermittlern und Publishern über das Thema «**Visibili- tätsmessung – Fluch oder Segen für die digitale Werbewirtschaft?**». In der Panelrunde werden insbesondere die Meinungen und Erwartungen der Marktteilnehmer zur Berechnungsbasis der digitalen Werbeeinblendungen erörtert.

Dem Thema «**Mobile Advertising – Durchbruch oder Abbruch?**» widmet sich unsere Podiumsdiskussion, die die IAB gemeinsam mit der smama am **10. April von 13.30 bis 14.15 Uhr** veranstaltet. Die Podiumsteilneh- mer stellen sich der spannenden Frage: Die User sind mobile – wann zieht Mobile Advertising nach? **Gewinnen Sie Gratistickets für die SOM!**

Die IAB Switzerland verlost 5x2 Gratistickets für die SOM: Senden Sie uns bis spätestens 28. März 2014 ein Email mit dem Betreff: «Ticketverlosung SOM/Werbeweche» an contact@iab-switzerland.ch.



IAB Academy – Besuchen Sie uns auf der SOM in Halle 1 am Stand B25 und sichern Sie sich einen Gutschein über CHF 150.- bei einer sofortigen Kursanmeldung!

Die IAB Academy bringt Ihr Digital Marketing Wissen auf den neuesten Stand! Wir haben uns auf die Grundausbil- dung im Digital Marketing spezialisiert und geben in einem jeweils 6-tägigen Grund- bzw. Aufbaukurs den erforderlichen Überblick zu allen relevanten Themenbe- reichen des Digital Marketing:

Grundkurs: Displaywerbung, Search Advertising, Mobile Marketing, Online-Mediaplanung, Social Media und Performance Marketing

Aufbaukurs: Displaywerbung inkl. Kreation & Cases, Search Advertising, Mobile Marketing, Strategie, Planung & Analytics, RTB/RTA & Programmatic Buying sowie Performance Marketing

Weitere Informationen zu den Kursdaten und den Partnern der IAB Academy finden Sie unter www.iab-academy.ch.



Die IAB Switzerland Association wird von folgenden Sponsoren und Partnern aktiv unterstützt:

search.ch

swissadsolutions

admazing
online werbung

nugg.ad

ADTECH

netmetrix

OMNIMEDIA
YOUR PARTNER FOR ONLINE ADVERTISING

plan.net
suisse



zanox.