

IAB Switzerland

Die IAB Switzerland Association lädt ein zum «Digital Marketing Summit» 2013

Spannende Themen und Trends im Digital Marketing präsentiert der Branchenverband IAB Switzerland (Interactive Advertising Bureau) bei seinem ersten «Digital Marketing Summit» am 21. November 2013 im Kaufleuten Zürich. Fachreferate zu Big Data, Mobile Devices und zu Second Screen greifen die Themen auf, die nicht nur die «digitale Welt», sondern vor allem die Unternehmen als Werbeauftraggeber in den nächsten Jahren beschäftigen werden. Welche Kreativität heute gefragt ist, zeigen die Schweizer Preisträger des diesjährigen Cannes Lions International Festival of Creativity. Um digitale Business-Modelle in der Schweiz und die künftige Rolle der einzelnen Player in der Vermarktung geht es in der abschliessenden Podiumsdiskussion.

Text und Bild: IAB Switzerland

Erstmals veranstaltet die IAB Switzerland Association im Rahmen ihrer Digital-Marketing-Award-Verleihung am 21. November 2013 eine Fachtagung zu den Digital-Marketing-Themen, die einen starken Einfluss auf die Strategien der Unternehmen in der Zukunft haben werden. Der Branchenverband für digitales Marketing möchte mit dieser Veranstaltung den Werbeauftraggebern sowie den Agenturen wichtige Trends für die nächsten Jahre aufzeigen.

«Mobile devices are really getting smart», lautet der Auftakt der Veranstaltung. smama (swiss mobile association)-Präsident Andreas Schönenberger befasst sich in seinem Vortrag mit der rasanten technologischen Entwicklung der Smartphones. Extrem leistungsfähige, miniaturisierte Prozessoren, Multi-Sensoren im Nano-Format sowie beschleunigte Mobilnetze eröffnen heutzutage Möglichkeiten, die nicht nur die Arbeitswelt, sondern das ganze Leben weiter verändern werden.

Um das Thema «Second Screen» geht es in dem Beitrag von Reto Hufenus, Leiter Business Development bei Publisuisse, und Tobias Asch, Co-Founder von Filmwords. Sie zeigen auf, was technologisch hinter der Verbindung von Online und TV steckt und wie sich das Thema für Werbeauftraggeber, TV-Vermarkter und Mediaagenturen kommerzialisieren lässt.

Den Höhepunkt des «Digital Marketing Summits» bildet die Keynote von Karin Frick, Leiterin Research und Mitglied der Geschäftsleitung des Gottlieb Duttweiler Institute. In ihrem Beitrag über das facettenreiche Zukunftsthema «Big Data» wird der Einfluss der Daten(-Sammlung) auf die Beziehungen zwischen Konsumenten und Unternehmen und damit unser Leben und Erleben erörtert. Karin Frick zeigt in ihrem Beitrag an verschiedenen Beispielen aus dem alltäglichen Umfeld auf, wie die gezielte Nutzung der riesigen Datenmengen von Unternehmen durch intelligente Analyse und



Darstellung unter anderem zu neuen Dienstleistungen für die Konsumenten führen kann.

Einen Ausflug in die Welt der Kreativität bieten die diesjährigen Preisträger des Cannes Lions International Festival of Creativity: Alexander Jaggy, Executive Creative Director bei Jung von Matt/Limmat AG, und Bernhard Herzig, CEO und Partner bei Maxomedia AG, präsentieren ihre preisgekrönten Projekte und zeigen damit Trends für Agenturen auf.

Den Abschluss des «Digital Marketing Summit» 2013 bildet eine Podiumsdiskussion zum Thema «Digitale Business-Modelle


Die IAB Switzerland Association wird von folgenden Partnern aktiv unterstützt:



in der Schweiz – skaliert der Markt zu wenig?». Pascal Urschler, Head Media & Product Management bei Publicitas Digital, Andreas Widmer, CEO der Y&R Group Switzerland, Matthias Ehrlich, Präsident des BVDW Deutschland, und Manfred Strobel, CEO der OmnicomMediaGroup Schweiz AG, diskutieren über die künftigen Verände-

rungen in der Vermarktungskette und stellen sich der Frage, welche Rolle Werbevermittler und Mediaagenturen im Zeitalter von Real Time Advertising und Programmatic Buying spielen werden.

Anmeldungen für den «Digital Marketing Summit», der am 21. November 2013 von 14.00 bis 18.00 Uhr im Kaufleuten Zürich


stattfindet, werden unter contact@iab-switzerland entgegengenommen. Der Preis pro Ticket beträgt 250 Franken und beinhaltet die Teilnahme an der Abendveranstaltung mit der Verleihung des «Digital Marketing Award» 2013». Das detaillierte Programm ist unter http://bit.ly/dms_2013 zu lesen. 

Verleihung des «Digital Marketing Award» 2013

Im Anschluss an den «Digital Marketing Summit» verleiht die IAB Switzerland Association zum vierten Mal den «Digital Marketing Award». Mit dem Preis werden herausragende Projekte und Persönlichkeiten der Schweizer Digital-Marketing-Branche geehrt. Moderiert wird die Abendveranstaltung im Zürcher Kaufleuten, zu der über vierhundert Gäste erwartet werden, vom Schweizer Moderator und Komiker Claudio Zuccolini.

«Digital Pioneer of the Year», «Digital Marketer of the Year» und «Digital Life Time Award» lauten die Kategorien, in denen die IAB Switzerland jährlich Auszeichnungen vergibt. Verliehen werden die Preise für aussergewöhnliche Projekte und Leistungen in der Schweizer Digitalwerbebranche. Während der «Digital Pioneer» und der «Digital Life Time Award» vom Vorstand und allen Fachgruppenmitgliedern nominiert und gewählt werden, ist der «Digital Marketer of

the Year» ein Publikumspreis. Er wird an ein Unternehmen oder eine Organisation verliehen, welche sich in besonderem Masse um die digitale Werbung verdient gemacht hat. Die finale Abstimmung erfolgt öffentlich von allen Besuchern der Website. Neben den genannten Awards kürt die IAB Academy die besten Absolventen des IAB-Diplomlehrgangs «Digital Marketing für Einsteiger». Moderiert wird die Award-Nacht von Claudio Zuccolini.

Zur Preisverleihung und der anschliessenden Party werden über vierhundert Gäste aus Unternehmen und Agenturen erwartet. Die IAB Switzerland ermöglicht unter anderem auch dank der beteiligten Sponsoren newsnet und search.ch eine kostenlose Teilnahme an dem beliebten Branchen-Event. Die Award-Nacht startet um 18 Uhr im Kaufleuten Zürich. Tickets sind unter <http://de.amiamo.com/dma2013> erhältlich. 

ANZEIGE



PubliPoste – Profis werben in Poststellen

Eindrücklich Eindruck hinterlassen.

Werben Sie dort, wo die gesamte Bevölkerung ein und aus geht: in Ihrer Poststelle. Ob multimedial, regional oder national – profitieren Sie von einer hohen Kundenakzeptanz. post.ch/publiposte

DIE POST 