

## IAB Switzerland

# Der schweizerische Digitalmarketingverband IAB Switzerland strukturiert sich neu

Im Rahmen der Generalversammlung hat die IAB Switzerland Association im Mai beschlossen, mit einer neuen Organisationsstruktur die Interessen der Publisher, Agenturen und Kunden näher zusammenzubringen. Ähnlich einer Matrixorganisation verspricht die IAB Switzerland, künftig mit verschiedenen Ressorts und Fokusgruppen noch flexibler auf die wichtigsten Themen der digitalen Werbebranche reagieren zu können.

Text: IAB

Das Interactive Advertising Bureau (IAB) hat weltweit zum Ziel, die digitale Industrie zu schützen, zu fördern und zu professionalisieren. Die IAB Switzerland Association wurde vor fünf Jahren gegründet und ist Teil des europäischen Netzwerkes mit Hauptsitz in Brüssel. Dort werden Rahmenbedingungen in Bezug auf die Themen Datenschutz oder Selbstregulierung festgelegt, die Branche durch Forschung und Marktanalysen unterstützt sowie Standards bei der digitalen Werbung definiert. Als Teil dieses Netzwerkes steht die IAB Switzerland in engem Austausch mit anderen europäischen Partnern, insbesondere dem BVDW in Deutschland und dem IAB Austria.

Mit einer veränderten Organisationsstruktur möchte die IAB Switzerland dem hohen Entwicklungstempo der digitalen Werbebranche besser begegnen können. Der neu gewählte Präsident Stephan Obwegeser (Head of Digital Advertising & Services bei der Tamedia AG) stellte diese Struktur im Rahmen der jährlichen Generalversamm-

lung vor. Das Präsidium setzt sich künftig aus je einem Vertreter der Fachkreise Vermarkter/Publisher (vertreten durch Stephan Obwegeser), Agenturen (vertreten durch Claus Bornholt, Head of Consulting bei Futurecom interactive) sowie Kunden (vertreten durch David Burst, Projektleiter Media beim Migros-Genossenschaftsbund) zusammen, um die teilweise unterschiedlichen Interessen der Marktteilnehmer besser abbilden zu können.

Neben den drei Fachkreisen sind verschiedene Ressorts für die themenübergreifenden Aufgaben zuständig: Marketing, Forschung, Recht, Standard und Ausbildung.

Ergänzt wird die Organisation durch Fokusgruppen, die je nach Themenaktualität variieren können. Aktuell arbeiten bei der IAB Switzerland Fokusgruppen zu den Themen Performance, Mobile, Social Media, RTA/RTB/Programmatic Buying sowie Bewegtbild. Die Fokusgruppen sind quasi die Spezialisten und «Trüffelschweine» innerhalb der IAB, welche einerseits thematisch




Die IAB Switzerland Association wird von folgenden Partnern aktiv unterstützt:



in die Tiefe gehen und andererseits neue Trends aufspüren und bei der IAB Switzerland einbringen.

Wachsende Mitgliederzahlen bei der IAB Switzerland spiegeln das steigende Interesse der Branche wider, aktiv die Entwicklung im Digital Marketing mitgestalten zu können.

Insbesondere im Bereich der Forschung ist das Bedürfnis der Marktplayer nach verlässlichen Kennzahlen gross, da sich Daten aus dem benachbarten Ausland nicht eins zu eins auf die Schweiz übertragen lassen. Roger Baur, Geschäftsführer der IAB Switzerland, freut sich über das grosse Engagement

der einzelnen Ressorts und Fokusgruppen. Er hofft auch in der zweiten Jahreshälfte 2014 weiter so zu wachsen wie in den ersten Monaten des Jahres. Erfreulicherweise haben sich bereits zehn Firmen neu für eine Mitgliedschaft angemeldet. 


## Digital-Marketing-Know-how zum Frühstück bei der IAB Academy

Auch die IAB Academy zieht eine positive Bilanz des ersten Halbjahres. Der Diplomlehrgang «Digital Marketing – Grundkurs» erfreut sich nach wie vor starker Beliebtheit. Die Fortsetzung, der «Digital Marketing – Aufbaukurs» ist ebenfalls gut gestartet und erhält sehr positives Feedback von den Teilnehmern. Neu gibt es ab Juli einen Crashkurs «Digital Marketing für Führungskräfte».

Text: **IAB**

Schnellebigkeit und Zeitmangel prägen die digitale Branche. Umso schwieriger ist es, stets auf dem aktuellsten Wissensstand zu bleiben. Die IAB Academy bietet von daher in einem Grundausbildungsprogramm stets aktuelles Basiswissen als Diplomlehrgang in sechs Modulen an. Daran anschliessend gibt es neuerdings einen Aufbaukurs, der in ebenfalls sechs Kursmodulen die Themen des Grundkurses vertieft oder für fortgeschrittene neue Themen aufgreift. Dank der Unterstützung von zahlreichen Partnerfirmen kann die IAB Academy dieses Programm nicht nur sehr kostengünstig anbieten, sondern hat auch die besten Spezialisten der einzelnen Themenbereiche als Referenten an der Hand. Melden Sie sich rechtzeitig für die nächsten Kurse an! Der Grundkurs startet 2014 noch am 4. September, am 2. Oktober und am 5. November, der Aufbaukurs am 10. September sowie am 29. Oktober.

Da das Zeitbudget für Führungskräfte stets zu knapp ist, Fachkompetenz im Digital

Marketing jedoch inzwischen in vielen Bereichen vorausgesetzt wird, bietet die IAB Academy ab Juli 2014 einen Crashkurs an vier Vormittagen an. Der Kurs richtet sich an Führungskräfte aus Unternehmen, Agenturen und Verlagshäusern, die ihr Digital-Marketing-Know-how aktualisieren und erweitern möchten. 

**Weitere Informationen zum gesamten Kursprogramm der IAB Academy finden Sie unter [www.iab-academy.ch](http://www.iab-academy.ch).**

---

**IAB Academy – exklusiv für Führungskräfte**  
4 x Digital Marketing zum Frühstück zur  
Auffrischung Ihres Digital-Marketing-Know-hows

---

### Inhalt

- Marktüberblick und neueste Marktentwicklungen
- Vermarktung von Websites und Werbeformen:  
Cases und Trends
- Social Media – Social Business
- Möglichkeiten und Grenzen des Mobile Marketing

### Daten

1. Juli / 8. Juli / 19. August / 28. August 2014

**Dauer** jeweils 8.00–11.00 Uhr

**Location** «Au Premier» am Hauptbahnhof Zürich

### Kosten

CHF 800.00 (für vier Module inkl. Kursunterlagen und Verpflegung)

**Anmeldung** [www.iab-academy.ch](http://www.iab-academy.ch)

---