

## **IAB Switzerland Association**

Jenatschstrasse 1  
8002 Zürich

E-Mail [contact@iab-switzerland.ch](mailto:contact@iab-switzerland.ch)  
Internet [www.iab-switzerland.ch](http://www.iab-switzerland.ch)  
Datum 25. Mai 2016

## **MEDIENMITTEILUNG**

### **Sechs neue Vorstände für die IAB Switzerland**

**Die Interactive Advertising Bureau (IAB) Switzerland Association, Branchenverband der Schweizer Digitalwerbung, zog an der Generalversammlung vom Dienstag, 24. Mai 2016, in Zürich ein herausragendes Fazit. Weiterhin ist ein erfreuliches Wachstum der IAB Academy zu beobachten, im letzten Jahr besuchten über 200 Teilnehmer die Kurse im Digital Marketing. Dank der Durchführung zahlreicher Events und mehr Mitgliedschaften liegt ausserdem ein Umsatzwachstum von 25 Prozent vor. Des Weiteren bleibt David Burst als Präsident im Amt. Zusätzlich wurde der Vorstand um sechs neue Personen erweitert.**

Die Generalversammlung der IAB Switzerland im Volkshaus in Zürich erteilte dem gesamten Vorstand Décharge. Neu in den Vorstand wurden Marco Gasser (20 Minuten), Philipp Semmler (Mediaschneider AG), Tom Hanan (Webrepublic AG), Daniel Hünebeck (UBS Switzerland AG), Wolfgang Büchner (Ringier AG) und Remo Baumeler (audiencz AG) gewählt. Dies ist ein klares Bekenntnis der IAB, ein Verband für die Interessen der gesamten digitalen Werbebranche zu sein. David Burst wurde als Präsident wiedergewählt. Das Präsidium besteht weiterhin aus je einem Vertreter von Publisher-, Kunden- und Agenturseite sowie dem Geschäftsführer und dessen Stellvertreter. Wie in den Vorjahren blickt die IAB – nicht zuletzt wegen des gut aufgestellten Präsidiums und Vorstandes – auch im 2015 auf viele gut besuchte Events, Fach-Publikationen und hervorragende Finanzen zurück.

### **Schwerpunkte 2016/17**

Die IAB hat auf die Anforderungen aus dem Markt reagiert und zusammen mit den Fachkreisen, Ressorts sowie Fokusgruppen Schwerpunkte formuliert. In den kommenden Monaten konzentrieren sich die Arbeitsgruppen auf folgende Themen: Standards, Benchmark Visibilität, Transparenz und Marktentwicklung. Insbesondere in den Bereichen Standards und Forschung soll für weniger Komplexität und mehr Markttransparenz gesorgt werden.

### **IAB Academy weiter auf dem Vormarsch**

Die Bedeutung der Ausbildung im Bereich Digital Marketing wächst in der Schweiz kontinuierlich, was sich auch 2015 in der Ausweitung des Kursprogramms der IAB Academy bemerkbar gemacht hat. Hauptstandbein waren im vergangenen Jahr die bereits etablierten Digital Marketing Diplomlehrgänge, in welchen wichtiges Basis-Know-how vermittelt wird. Ergänzend hat die IAB Academy wieder eine Schulung für Führungskräfte durchgeführt und neu ein Intensivseminar Suchmaschinenmarketing ins Programm aufgenommen. Besonders erfreulich war darüber hinaus ein Einstieg in den Bereich der Inhouse-Trainings: Für einen Spezialworkshops bei einer Schweizer

Grossbank konnte die IAB Academy ein massgeschneidertes Programm zusammenstellen und Mitarbeiter verschiedener Marketingabteilungen schulen. Die erfreuliche Bilanz der IAB Academy im Jahr 2015 waren insgesamt 210 Teilnehmer in den unterschiedlichen Kursprogrammen.

#### **Nationale und internationale Präsenz der IAB**

Im September 2015 bewirtschaftete die IAB Switzerland erstmals einen eigenen, 120 m<sup>2</sup> grossen Stand an der dmexco in Köln. Der Schweizer Länderpavillon wird in diesem Jahr am 14. und 15. September weiter ausgebaut und soll mit seinen Partnern zum dmexco-Motto «Digital is everything – not every thing is digital» beitragen. Der «Digital Marketing Award» - die Oscars der digitalen Werbebranche - wurde am 19. November 2015 wieder im Kaufleuten vergeben. Die Preisverleihung fällt dieses Jahr aus und wird stattdessen im Rahmen der geplanten IAB Fachkonferenz und dmexco-Satellite am 9. März 2017 stattfinden.