

MEDIENMITTEILUNG

Zürich, 12. Juni 2017

Generalversammlung 2016

Umsatzwachstum und neue Statuten

Die Interactive Advertising Bureau (IAB) Switzerland Association, der Branchenverband der Schweizer Digitalwerbung, zieht für das Geschäftsjahr 2016 an der Generalversammlung vom Donnerstag, 1. Juni 2017, eine erfreuliche Bilanz: Es wird ein erneutes Umsatzwachstum verzeichnet, das den IAB Events, den IAB Mitgliedschaften und der IAB Academy zu verdanken ist. Des Weiteren richtet sich die IAB nun für die Zukunft aus und formiert sich in den Statuten neu. Personelle Veränderungen liegen keine vor.

Wie in den Vorjahren blickt die IAB auch 2016 auf viele gut besuchte Events, Fach-Publikationen und positive Finanzen zurück. Mit der Generalversammlung vom 1. Juni 2017 verabschieden die IAB Mitglieder nun neue Statuten. Die massgebliche Änderung ist der genehmigte Eintrag in das Handelsregister.

Im Zuge dessen wird das bisherige Präsidium neu als Vorstand der IAB geführt, in welchem zwingend je ein Vertreter der Branchengruppen Kunden, Publisher und Agenturen vertreten sein muss. Der bisherige Vorstand wird zum wichtigen Instrument „Advisory Board“. Die Mitglieder des Advisory Boards sind Spezialisten der Branche aus allen Bereichen und unterstützen die IAB, an den richtigen Themen im Markt dran zu sein. Die Amtsdauer für alle Positionen liegt bei 2 Jahren. Der Geschäftsführer arbeitet in engem Austausch mit dem Vorstand am Tagesgeschäft.

IAB Academy weiter auf dem Vormarsch

Neben den bereits etablierten Digital Marketing Diplomlehrgängen, gehört nun auch das Führungskräfte-Seminar dauerhaft zum IAB Academy Kursprogramm. Der Bereich der Inhouse-Trainings ist ebenfalls stark gefragt: Unter anderem liessen Firmen wie Credit Suisse, Raiffeisen, Tamedia, Espace Media und Mediatonic ihre Mitarbeiter zu den neuesten Trends aus dem Marketing an der IAB Academy weiterbilden. 2016 waren insgesamt 327 Teilnehmer in den unterschiedlichen Kursprogrammen.

Schwerpunkte 2017/18

Die IAB erkennt das Bedürfnis im Markt verstärkt zu kommunizieren und interdisziplinär zu arbeiten. In den kommenden Monaten konzentriert sich die IAB und deren Arbeitsgruppen deshalb auf folgende Bereiche: Der Positionierung im Markt, Transparenz und Aufklärung bei Themen wie Direktbuchungsentschädigungen, Technische Kosten, Visibilität und Technikanbieter. Ebenfalls ist ein Ausbau der IAB Kommunikationskanäle geplant. Zusammen mit dem Bundesamt für Justiz wird das Thema Datenschutz vorangetrieben.

Nationale und internationale Präsenz der IAB

Das internationale Engagement mit dem Schweizer Pavillon an der dmexco 2016 läuft erfolgreich weiter. Ebenfalls wurde mit knapp 400 Teilnehmern der Programmatic Advertising Day im November 2016 bereits zum zweiten Mal durchgeführt. Bei den am 22. Februar 2017 im Rahmen der neuen Digital Marketing Konferenz D:PULSE vergebenen *Digital Marketing Awards* wurde die Leistung der folgenden Gewinner im Jahr 2016 geehrt:

- Digital Agency of the Year: Webrepublic AG
- Digital Marketer of the Year: Saas-Fee
- Digital Lifetime Award: Tom Hanan, Webrepublic AG
- Digital Newcomer of the Year: Jennifer Kahn, Online Marketing Specialist bei BMW (Schweiz) AG

Medienkontakt:

Projektleitung Kommunikation, Marketing & Events

jennifer.wagner@iab-switzerland.ch

Tel: +41 78 972 84 82

*****ENDE*****

¹Aufstellung IAB Switzerland Geschäftsführung, Vorstand und Advisory Board

Geschäftsstelle – mit Zeichnungsrecht kollektiv zu zweien (Vorstand und Geschäftsstelle):

Roger Baur,	Geschäftsführer
-------------	-----------------

Vorstand – mit Zeichnungsrecht kollektiv zu zweien (Vorstand und Geschäftsstelle):

David Burst,	Präsident des Vorstandes
Claus Bornholt,	Vize-Präsident des Vorstandes
Marco Gasser,	Mitglied des Vorstandes
Urs Flückiger,	Mitglied des Vorstandes

Advisory-Board – ohne Zeichnungsrecht:

Catrin Rubenson,	Mitglied des Advisory-Boards
Alexander Horrolt,	Mitglied des Advisory-Boards
Daniel Hünebeck,	Mitglied des Advisory-Boards
Philipp Scheidegger,	Mitglied des Advisory-Boards
Rolf Auf der Maur,	Mitglied des Advisory-Boards
Thomas Hanan,	Mitglied des Advisory-Boards
Philipp Semmler,	Mitglied des Advisory-Boards
Remo Baumler,	Mitglied des Advisory-Boards
Ueli Weber,	Mitglied des Advisory-Boards
Vanessa Marr,	Mitglied des Advisory Boards

Information IAB Switzerland

Die IAB Switzerland Association ist die Vertreterin der digitalen Werbebranche in der Schweiz, als Teil der IAB Europe auch international aktiv und vertritt die Branche in allen Belangen.

Die IAB hat sich zum Ziel gesetzt, aktiv Gattungsmarketing für den Digitalwerbemarkt zu betreiben, Know-how zu vermitteln, die Planbarkeit der Digitalwerbung zu vereinfachen wie auch rechtliche Grundlagen und Standards zu schaffen. Zu diesem Zweck wurden Fachgruppen gebildet, welche in den Bereichen Ausbildung, Forschung, Standards, Marketing und Kommunikation, Datenschutz, Social Media, Mobile, Agenturen, Bewegtbild und Technik aktiv tätig sind und sich für die Weiterentwicklung der digitalen Werbebranche einsetzen.