

## Advertising Day

# Zweiter Programmatic Advertising Day in der Schweiz

Die automatisierte Werbebuchung verzeichnet weiterhin starke Zuwächse und nimmt dadurch im Digital Marketing eine bedeutende Stellung ein. Weltweit entwickelt sich der Markt in diesem technologiegetriebenen Bereich, zahlreiche Unternehmen beschäftigen sich mit dem Thema, und Know-how-Transfer ist gefragt. Im November 2015 fand der erste Schweizer Programmatic Advertising Day statt. Rund dreihundert Besucher diskutierten teilweise kontrovers über aktuelle Themen und Trends. Am 9. November geht der Event in erweiterter Form in die zweite Runde.

Text: **Jochen Witte, IGEM und Kristina Kaiser, IAB Switzerland**

Programmatic Advertising ist schon lange kein Trend mehr, sondern gehört zum Basiswerkzeug aller Teilnehmer im digitalen Werbemarkt. Laut dem Report «Attitudes towards Programmatic Advertising» der IAB Europe ist der primäre Treiber für die wachsenden Budgets im Programmatic Advertising hauptsächlich die erhoffte Effizienzsteigerung: Kunden und Agenturen sehen den wesentlichen Vorteil im verbesserten Targeting sowie in einer besseren Kampagnenkontrolle und in geringeren Mediakosten. Publisher profitieren von effizienteren Buchungsprozessen und höherem Umsatz durch einen einfacheren Zugang für Kunden, die bisher nicht bedient werden konnten.

Die durch Technologie getriebenen Veränderungen verursachen einen tiefgreifenden Wandel im Marktgefüge: Global präsen- Publisher wie zum Beispiel Microsoft stellen ihren Verkauf vollständig auf Programmatic Advertising um. Grosse Kunden, insbesondere aus dem E-Commerce, wickeln ihren Mediaeinkauf sukzessive selber ab und verzichten auf Agenturdienstleistungen, und ne-



JC Conti, VP Sales & Account Management Publishers EMEA, AppNexus.



Marco Bertozzi, Global Chief Revenue Officer at Performics, Publicis Media Performance.

ben den etablierten Mediaagenturen entwickeln sowohl traditionelle Kreativagenturen als auch Newcomer neuartige und kreative Möglichkeiten, mit den Werkzeugen des Programmatic Advertising umzugehen.

2015 wurden in der Schweiz bereits 25 Prozent aller Display-Budgets programmatisch abgewickelt, und 2016 werden es rund

30 Prozent sein. Alle etablierten Publisher und Agenturen haben inzwischen Strategien und Ansätze entwickelt, um mit dem Thema umzugehen. Wo internationale Modelle vorgegeben sind, wurden Marktadaptionen umgesetzt, um den Besonderheiten des Schweizer Marktes gerecht zu werden. Und sogar auf dem üblicherweise durch grosse interna-

---

## Die Veranstalter

---



tionale Unternehmen geprägten Markt für Basistechnologien haben sich in der Schweiz einige vielversprechende Ansätze entwickelt.

Für die beteiligten Verbände (IAB, IGEM, LSA, SWA) alles gute Gründe, an den Erfolg aus dem letzten Jahr anzuknüpfen und den Programmatic Advertising Day 2016 in erweiterter Form umzusetzen. Um den verschiedenen Anspruchsgruppen gerecht zu werden, wird es 2016 drei Tracks geben: Nach der Keynote von Marco Bertozzi (CRO Performics, Publicis Media Performance) haben die Besucher die Möglichkeit, Themenschwerpunkte im Buyer-, Seller- und Technologie-Track zu verfolgen.

Im Buyer-Track werden nach dem bewährtem «Elefanten-Panel» verschiedene Cases und Panels rund um die Themen Mobile, Mehrwert von Programmatic Advertising für Agenturen und Kunden, Online-Nettoreichweite-Messung sowie die Präsentation einer DACH-Studie (BVDW) zum Thema Programmatic Advertising angeboten. Parallel dazu wird nach einer Keynote von JC Conti (VP Sales & Account Management Publi-


shers EMEA, AppNexus) im Seller-Track über Vertriebsstrategien, Ad-Blocker, Header-Bidding und Programmatic Video diskutiert. Im Technologie-Track schliesslich liegt der Fokus auf den technischen Aspekten von Viewability/Brand-Safety-Messung, Fraud-Detection, dem Umgang mit Daten sowie den Herausforderungen von Native Advertising.

**Der zweite Programmatic Advertising Day richtet sich gleichermassen an Fachpublikum wie an interessierte Newcomer.**

**Datum:** 9. November 2016

**Location:** Volkshaus Zürich

**Veranstalter:** IAB Switzerland Association, Interessengemeinschaft elektronische Medien IGEM, Leading Swiss Agencies, Schweizer Werbe-Auftraggeber-Verband SWA

Weitere Informationen zum Programm, zu den Referenten sowie zur Anmeldung befinden sich auf der Veranstaltungswebsite: <http://www.programmatic-switzerland.ch>. 



**IAB ACADEMY**  
Die Adresse für praxisbezogene Kurse im Digital Marketing

Die IAB Academy bietet eine breite Palette an Ausbildungsmöglichkeiten zu fairen Preisen:

- Diplomlehrgang Digital Marketing Grundkurs
- Diplomlehrgang Digital Marketing Aufbaukurs
  - Digital Marketing Trends kompakt – Intensivkurs für Entscheider
- 4-Tages-Seminar Suchmaschinenmarketing
  - diverse Tagesseminare
- massgeschneiderte Inhouse-Trainings für individuelle Ausbildungswünsche

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

ANZEIGE

**SKO  
ASC  
ASQ** Schweizer  
Kader  
Organisation

Das Kompetenzzentrum für Führungskräfte

21. Sept.

## Führen in der digitalen Arbeitswelt

Institut für Führung  
und Personalmanagement

**Handelszeitung**

 **Universität St. Gallen**

## 3. SKO-LeaderCircle Plus

Mi. 21. September 2016, 13.30–21 Uhr

**Technopark Zürich**, Technoparkstrasse 1, 8005 Zürich

Die digitale Transformation hat nicht nur Konsequenzen auf die Unternehmenskulturen, sondern sie verändert auch die Führungsarbeit fundamental. Am 3. SKO-LeaderCircle Plus vom 21. September 2016 werden in Impuls-Sessions am Nachmittag Lösungen aus unterschiedlichen Perspektiven erarbeitet und am anschliessenden Podium diskutiert. Welches sind die entscheidenden Erfolgsfaktoren für die digitale Arbeitswelt? Wie sehen Führungsformen der Zukunft aus? Wie gelingt Unternehmen die Transformation? Im Zentrum steht das Forschungsprojekt «**Pioneering Future Leadership and Work**» der Universität St. Gallen.

### Podiumsgäste

- **Nathalie Bourquenoud** HD-Leiterin, GL-Mitglied, Mobilier
- **Prof. Dr. Heike Bruch** Professorin, Dozentin, Uni St. Gallen
- **Paul Kummer** VR-Delegierter Comparis
- **Guido Schilling** Managing Partner guidoschilling ag
- **Thomas Stirnimann** CEO Hotelplan Group
- **Stefan Barmettler** Chefredaktor Handelszeitung, **Moderation**

Diskutieren Sie mit, und bringen Sie Ihre Erfahrungen ein. Impuls-Sessions, Pausen und der anschliessende Apéro riche bieten die perfekte Gelegenheit zur Vertiefung und zum Netzwerken.

**Anmeldung bis 14. September 2016 unter: [www.sko.ch/leadercircle](http://www.sko.ch/leadercircle)**

[www.sko.ch](http://www.sko.ch)



Hauptsponsoren

Bildungspartner

Eventpartner

Medienpartner

Netzwerkpartner

