

MEDIENMITTEILUNG

Zürich, 23. November 2017

## Programmatic Advertising Day 2017

# Besucherrekord: Rund 600 Teilnehmer am PAD17

**Automatisierte Werbebuchung verzeichnet mehr Zuwachs als jemals zuvor. Es nimmt im Digital Marketing eine immer bedeutendere Stellung ein. Einen deutlichen Anstieg erfährt auch der Programmatic Day 2017, welcher am 23. November 2017 stattfand. Mit rund 35 % mehr Teilnehmern, kamen gesamt knapp 600 Besucher in das Volkshaus Zürich, um den internationalen sowie nationalen Keynotes und spannenden Paneldiskussionen beizuwohnen. Auch die am Vormittag vor dem offiziellen Beginn organisierten Kurz-Workshops fanden Zuspruch und waren bis auf den letzten Platz ausgebucht.**

Über den Erfolg zeigten sich vor allem die organisierenden Verbände IAB Switzerland, Schweizer Werbe-Auftraggeber SWA, Interessengemeinschaft elektronische Medien IGEM und Leading Swiss Agencies LSA, erfreut:

«Programmatic wird immer wichtiger – höchste Zeit, dass sich auch die Werbeauftraggeber damit auseinandersetzen!», sagt Roland Ehrler vom SWA.

Catherine Purgly vom LSA meint: «Das grosse Interesse am PAD17 ist erfreulich und bestätigt die Arbeit der Verbände, mit hochkarätigen, zukunftsweisenden Veranstaltungen gemeinsam die Branche vorwärtszubringen».

Stephan Küng, Präsident IGEM Interessengemeinschaft elektronische Medien: «Wir freuen uns sehr, dass sich der PAD in so kurzer Zeit zu einem so wichtigen und begehrten Event entwickelt hat. Dabei begrüsst IGEM besonders, dass dieses Jahr mit dem Block «Programmatic everywhere» auch spannende Ausblicke für Audio und TV aufgezeigt werden konnten.»

Roger Baur, Geschäftsführer der IAB Switzerland freut sich ausserordentlich, dass der Programmatic Day innerhalb von drei Jahren diesen Zuwachs erfährt. «Mit solchen Events hat man die Möglichkeit, Experten aus anderen Märkten zu hören und immer auf dem neusten Stand der Dinge zu bleiben».

## Lancierung Qualitätszertifikat für Agenturen am Programmatic Advertising Day 2017

Der Programmatic Advertising Day startete mit einem spannenden und elementar wichtigen Panel zum Thema «Qualität in der programmatischen Werbebuchung» zwischen der IAB Switzerland, dem Bundesverband für Digitale Wirtschaft BVDW und der IAB Austria. Sam Lutz, Leiter der Programmatic Advertising Fachgruppe der IAB Switzerland gab dabei bekannt, dass die IAB Switzerland im Januar 2018 ein Qualitätszertifikat Programmatic Advertising für Agenturen auf den Schweizer Markt bringen wird.



LEADING  
SWISS AGENCIES  
Verband der führenden  
Kommunikationsagenturen der Schweiz



Schweizer Werbe-Auftraggeberverband  
Utenti Svizzeri Pubblicità  
Association Suisse des Annonceurs  
Association of Swiss Advertisers

Dies ist eine wichtige Erweiterung, mittels der sich Agenturen und Trading Desks für ein Qualitätszertifikat bewerben können und einer unabhängigen Prüfung unterzogen werden. Ein Bedürfnis, welches aus dem Markt gewachsen ist und welchem die IAB Switzerland nachkam.

Auf das Panel folgten zwei Top-Keynotes von Danny Hopwood, EVP Programmatic EMEA and Strategic Advisor bei Publicis Media und Sasha Berlik, Managing Director EMEA bei The Trade Desk. Nach der Lunch-Pause ging es mit den Themenblöcken *Programmatic everywhere*, *Walled Gardens* und *Brand Safety weiter*. Der Abschluss bildete der Themenbereich *E-Commerce*, bevor die Gäste sich beim Networking Apéro über den Programmatic Day 2017 austauschen konnten.

**\*\*\* ENDE\*\*\***

Medienkontakt:

Projektleitung Kommunikation, Marketing & Events, IAB Switzerland Association

[jennifer.wagner@iab-switzerland.ch](mailto:jennifer.wagner@iab-switzerland.ch)

Tel: +41 78 972 84 82