

Top-Speaker, Austausch und Wissenstransfer

Programmatic Advertising Day 2017

Automatisierte Werbebuchung verzeichnet mehr Zuwachs als jemals zuvor und nimmt im Digital Marketing eine immer bedeutendere Stellung ein. Zudem steigt durch nationale und internationale Entwicklungen die Technologisierung in der Branche, und steter Know-how-Transfer ist gefragt. Am 23. November laden die IAB Switzerland Association, die Interessengemeinschaft elektronische Medien (IGEM), Leading Swiss Agencies und der Schweizer Werbe-Auftraggeber-Verband (SWA) zum dritten Mal zum Swiss Programmatic Day, um Austausch und Wissenstransfer zu fördern. Internationale Speaker zeigen Trends auf und erörtern gemeinsam mit nationalen Marktteilnehmern Herausforderungen und Lösungsansätze von programmatischer Werbung in der heutigen Zeit.

Text: Jennifer Wagner, IAB Switzerland



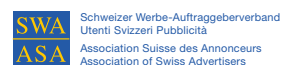
Volles Haus beim Programmatic Day 2016.

Programmatic Advertising ist schon lange kein Trend mehr, sondern gehört zum Basiswerkzeug aller Teilnehmer im digitalen Werbemarkt. Laut dem «European Programmatic Market Sizing Report 2016» von IAB Europe und IHS Markit wird bereits die Hälfte des europäischen Display-Werbeinkommens programmatisch gehandelt. Zudem zeigt die Studie, dass der gesamte programmatische Display-Werbemarkt in Europa ein zweistelliges Wachstum von 42,7 Prozent von 5,7 Milliarden Euro im Jahr 2015 auf 8,1 Milliarden Euro im Jahr 2016 zu verzeichnen hatte. Zahlen in der Schweiz belegen ebenfalls einen Zuwachs: Eine IAB-Schätzung geht davon aus, dass in der Schweiz bereits über ein Drittel des Display-Volumens programmatisch abgewickelt wird.

Programmatic Advertising Day – das Programm.

Der Programmatic Advertising Day startet mit zwei Top-Keynotes von Danny Hopwood, EVP Programmatic EMEA and Strategic Advisor bei Publicis Media, und Sasha Berlik, Managing Director EMEA bei The

Die IAB wird von folgenden Partnern unterstützt



Trade Desk. Es folgt ein spannendes und wichtiges Panel zum Thema «Qualität in der programmatischen Werbebuchung» zwischen dem BVDW, der IAB Austria und der IAB Switzerland.

Weitere Top-Keynotes sind:

«**Programmatic & Creation**»

Astrid Guillon, Google Inc.,
Creative & Mobile Product Lead, EMEA

«**Programmatic everywhere**»

Bernd Hauprich, Seven One Media GmbH,
Unit Director, Business Intelligence & Programmatic Advertising

«**The Future of E-Commerce**»

Alexander Gösswein, Criteo, Managing
Director Central Europe

«**Walled Gardens**»

Joachim Schneidmadl, virtual minds AG, Vorstand
Andreas Schwabe, Blackwood Seven Germany, CEO

Damit nicht genug: Zu jeder Keynote findet im Anschluss ein Panel mit nationalen und internationalen Marktexperten statt. Der dritte Programmatic Advertising Day richtet sich gleichermaßen an Fachpublikum wie auch an interessierte Newcomer.

Datum: 23. November 2017, 11.00 Uhr bis 17.00 Uhr mit anschliessendem Networking-Apéro

Location: Volkshaus Zürich

Ticketpreis: 50 Franken (regulär), 30 Franken (Mitglieder IAB, SWA, LSA, IGEM)

Veranstalter: IAB Switzerland Association, Interessengemeinschaft elektronische Medien (IGEM), LEADING SWISS AGENCIES, Schweizer Werbe-Auftraggeber-Verband (SWA)

Das gesamte Programm, weiterführende Information zu den Referenten und Tickets gibt es unter: www.programmatic-switzerland.ch.

Sind Sie fit für den Programmatic Advertising Day? Join the PADcademy!

Für alle, die sich noch nicht zu hundert Prozent fit fühlen beim Thema, bieten die Referenten der IAB Academy am Morgen des Programmatic Advertising Day zwei Einheiten an, in denen Sie sich das nötige Basiswissen in Kurz-Sessions holen können.

Die Plätze sind begrenzt, daher vorab bitte anmelden unter: contact@iab-switzerland.ch.

Einheit 1: Grundlagen

8.15–8.45 Uhr
9.45–10.15 Uhr
13.30–14.00 Uhr

Einheit 2: Data Targeting

9.00–9.30 Uhr
10.30–10.55 Uhr
14.15–14.45 Uhr

ANZEIGE

HTW Chur
Hochschule für Technik und Wirtschaft
University of Applied Sciences

Executive MBA

Digital Transformation

Das berufsbegleitende Studium vermittelt die wichtigsten Trends, Strategien, Methoden und Prozesse, die sich aus der digitalen Transformation ergeben.

Weitere Informationen:
htwchur.ch/embadt

**Studienort:
Zürich (KLZ)**

In unmittelbarer Nähe
vom Zürich HB

Themen:

- Leadership
- Digitale Trends und Strategien
- Digitale Geschäftsmodelle
- Digitales Marketing
- Digitales Prozessmanagement
- Digitale Innovation und Entwicklung