

MEDIENMITTEILUNG

Zürich, 19. April 2018

Generalversammlung 2017

## **IAB Switzerland erweitert Vorstand und Advisory Board**

**Die Interactive Advertising Bureau (IAB) Switzerland Association, der Branchenverband der Schweizer Digitalwerbung, zog für das Geschäftsjahr 2017 an der Generalversammlung vom Mittwoch, 18. April 2018, eine positive Bilanz: Das Geschäftsjahr 2017 wurde mit einem Gewinn von 18'926 CHF abgeschlossen. Daran haben allen voran die IAB Academy sowie die Branchenevents der IAB Switzerland ihren Anteil. Ferner kommt es zu zwei personellen Veränderungen.**

Begonnen hat das Jahr 2017 für die IAB Switzerland mit der erfolgreichen Erstaufgabe des Digital Marketing Branchenevents D:PULSE im Volkshaus. Bereits im ersten Jahr kamen über 1'000 Besucher an die neu ins Leben gerufene Business Konferenz für den Schweizer Markt. Es folgten weitere erfolgreiche Events wie u.a. der Programmatic Day mit über 600 Besuchern und ein stark frequentierter Stand an der dmexco in Köln.

### **Erweiterung des Vorstands und des Advisory Boards**

Mit der Generalversammlung vom 18. April 2018 beruft die Generalversammlung neue Mitglieder in den Vorstand sowie in das Advisory Board. Die IAB Switzerland freut sich, mit Christian Hermle, Head of Group Marketing bei AMAG Import AG, die Kundenseite im Vorstand neu besetzen zu können. Mit einem Vertreter aus der Automobilindustrie kann die IAB Switzerland sicherstellen, dass die Sichtweise der Kunden weiterhin aussagekräftig vertreten ist.

Ebenfalls erweitert wird das Advisory Board. Künftig wird Gregor Doser, Industry Leader bei Google Switzerland, die IAB Switzerland verstärken. Fokus seiner Arbeit innerhalb des Verbandes wird die Weiterentwicklung der IAB Academy Kurse sein, insbesondere des Führungskräfte-Kurses.

### **IAB Academy**

Die Teilnehmerzahl der Digital Marketing Diplomlehrgänge steigt stetig an. Immer mehr Fachkräfte lassen sich im Digital Marketing von der IAB Switzerland ausbilden und vertrauen auf das Know-How der IAB Academy-Experten aus der Praxis. Zudem liessen 2017 Unternehmen wie Credit Suisse, Raiffeisen, Ringier (Blick-Gruppe) sowie APG ihre Mitarbeiter zu den neuesten Trends aus dem Marketing durch die IAB Academy mittels Inhouse-Trainings weiterbilden. Insgesamt waren es letztes Jahr 309 IAB Academy Absolventen.

### **Ziele für 2018**

Für 2018 steht vor allem der Datenschutz sowie die Umsatzmeldung der digitalen Werbebranche im Fokus. Darüber hinaus wird die IAB Switzerland mit Nachdruck das Thema Viewability weiter vorantreiben. Hierzu konnte sich die Fokusgruppe der IAB im 2017 noch nicht einigen. Die IAB hat aber bereits Schritte für weitere Lösungen in die Wege geleitet.

Zuletzt legt die IAB Switzerland 2018 verstärkt Wert darauf, die Themen der IAB Switzerland und der internationalen Initiativen im Markt stärker sichtbar zu machen.

Medienkontakt:

Leitung Kommunikation &amp; Events

jennifer.wagner@iab-switzerland.ch

+41 79 788 50 00

**\*\*\*ENDE\*\*\***Aufstellung IAB Switzerland Geschäftsführung, Vorstand und Advisory Board*Geschäftsstelle:*

Roger Baur,

Geschäftsführer

*Vorstand:*

David Burst,

Präsident des Vorstandes

Claus Bornholt,

Vize-Präsident des Vorstandes

Marco Gasser,

Mitglied des Vorstandes

Urs Flückiger,

Mitglied des Vorstandes

**Christian Hermle,****Mitglied des Vorstandes (neu)***Advisory-Board:*

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

**Gregor Doser,****Mitglied des Advisory-Boards (neu)***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.