

MEDIENMITTEILUNG
Zürich, 1. April 2025

Erfolgreicher PAD25: Die ausverkaufte Branchen-Konferenz der IAB bringt neueste Erkenntnisse zur Zukunft des Programmatic Advertising

Der von IAB Switzerland veranstaltete Swiss Programmatic Advertising Day (PAD25) darf als weiteren Erfolg in der Reihe der IAB-Veranstaltungen verbucht werden. Die mit über 270 Teilnehmenden ausverkaufte halbtägige Konferenz, die heute bei Google an der Europaallee in Zürich stattfand, zog zahlreiche nationale und internationale Fachleute der programmatischen Werbung an und bot eine Plattform für anregende Diskussionen und wertvolle Einblicke.

Die Teilnehmenden hatten die Möglichkeit, sich mit führenden Experten der Branche auszutauschen und die neuesten Trends im Media Trading zu erkunden. Die Keynotes und Panel-Diskussionen deckten ein breites Spektrum ab, darunter den Einfluss der Künstlichen Intelligenz auf den programmatischen Einkauf, die Auswirkungen aktueller Entwicklungen auf Mediastrategien sowie Spezialthemen wie Programmatic CTV und DOOH.

Besonders hervorzuheben sind die lebhaften Panel-Diskussionen mit ausgewiesenen Branchen-Expert:innen. *«Genau darin sehen wir von IAB Switzerland als Branchenverband den Fokus und Lohn unserer Arbeit: Unseren Mitgliedern und Konferenz-Teilnehmenden Anregungen und Ansporn zu geben, um innovative Ansätze für ihre eigenen Strategien zu entwickeln»*, freut sich Urs Flückiger, Geschäftsführer der IAB Switzerland Association.

Die IAB Switzerland bedankt sich bei allen Referenten, Partnern und Teilnehmenden und explizit der IAB-Arbeitsgruppe Programmatic, die diese Konferenz zu einem prägenden Erlebnis gemacht haben.

Weitere Informationen und Programm-Highlights des PAD25 unter iab-switzerland.ch/pad25

***** ENDE *****

Medienkontakt:

Urs Flückiger (Geschäftsführer IAB Switzerland Association)

urs.flueckiger@iab-switzerland.ch

Tel: +41 79 403 35 53

Information IAB Switzerland

Die IAB Switzerland (Interactive Advertising Bureau Association) ist die Vertreterin der digitalen Marketing- und Werbebranche in der Schweiz und unterstützt die Branche um in der digitalen Werbewelt erfolgreich zu sein.

Der Verband setzt sich objektiv/aktiv für Wissensvermittlung, Transparenz, Qualität und Standards zur digitalen Werbung ein und klärt seine Stakeholder sowie im Bedarfsfall die Öffentlichkeit über Entwicklungen und Sachverhalte rund um die digitale Marketing- und Werbebranche auf. Zu den Mitgliedern zählen Agenturen, Medienunternehmen, Werbeauftraggeber und Technologieunternehmen.

Durch die Zusammenarbeit mit anderen Schweizer Kommunikationsverbänden setzt sich die IAB für ihre Mitglieder ein und wirbt bei Gesetzgebern und politischen Entscheidungsträgern für die Interessen der digitalen Werbebranche. Die IAB setzt sich insbesondere für Rahmenbedingungen ein, die eine Finanzierung publizistischer Inhalte über Werbung unterstützen und setzt sich zum Ziel den Umgang mit Daten und KI im Rahmen der Werbewirtschaft aus einer wirtschaftlichen sowie gesellschaftlichen Perspektive zu thematisieren.

In dieser Rolle agiert die IAB als die primäre Anlaufstelle für Informationen bezüglich der digitalen Marketing- und Werbewirtschaft und gewährleistet mit ihren Aus- und Weiterbildungen, Konferenzen und Fachveranstaltungen einen optimalen Ideen- und Wissensaustausch. In Zusammenarbeit mit Ihren weltweiten Schwester-Verbänden und mit dem IAB Tech Lab entwickelt und verbreitet die IAB technische Standards und Lösungen.

www.iab-switzerland.ch