MEDIENMITTEILUNG
Zürich, 6. März 2025

Swiss Programmatic Advertising Day 2025: Neuauflage des Branchen-Events mit breit gefächertem Programm

Am 1. April präsentiert die IAB Switzerland Association den PAD25, eine halbtägige Konferenz, die sich voll und ganz der Zukunft der programmatischen Werbung widmet.

Der Event verspricht anregende Diskussionen, wertvolle Einblicke sowie die Gelegenheit, mit führenden Experten der Branche in Kontakt zu treten. Nationale und internationale Programmatic-Profis erkunden Trends im und zeigen auf, wie sich Werbetreibende und Agenturen für die Zukunft des Media Tradings aufstellen.

Die Themen der Keynotes, Impulsreferate und Panel-Diskussionen sind breit gefächert: Vom Einfluss der KI auf den programmatischen Einkauf über die Auswirkungen der Entwicklungen auf die Mediastategie bis zu Spezialthemen wie Programmatic CTV und DOOH.

Der Event findet bei Google an der Europaallee in Zürich statt. In den Pausen und im Anschluss an die Vorträge haben die Teilnehmenden Gelegenheit für Networking bei Erfrischungen.

Weitere Informationen sowie Tickets erhalten Interessierte direkt 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 Association hat sich als Vertreterin der digitalen Werbebranche in der Schweiz 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 Ressorts geschaffen und Arbeitsgruppen gebildet, welche in den unterschiedlichen Bereichen des Digital Marketing aktiv tätig sind und sich für die Weiterentwicklung der digitalen Werbebranche einsetzen. Die IAB ist mit der IAB Europe Teil eines internationalen Netzwerks.

www.iab-switzerland.ch