

MEDIENMITTEILUNG

Zürich, 22. November 2023

Die ausverkaufte DEX23 CONFERENCE mit neuem Besucherrekord, breitgefächerten Referaten und einer Exklusivpremiere

Rund 700 Digitalmarketing-Profis kamen am Branchentreff des Jahres in den Genuss von hochkarätig besetzten Keynotes, lehrreichen Masterclasses und Workshops mit Best Practices zu topaktuellen und brisanten Themen. Mehr als 60 Referentinnen und Referenten sorgten für spannende und hoch relevante Insights. Auch das Networking funktionierte im ansprechendem Ambiente des Zürcher FRAME Kinos hervorragend. Nach der DEX ist vor der DEX: Die nächste Ausgabe findet am 20. November 2024 statt.

In gutgelaunter Stimmung konnten die Gäste aus einer grossen Vielfalt von Vorträgen in vier verschiedenen Kinosälen wählen: Das Programm enthielt 10 Keynotes, 12 Masterclasses und 23 Workshops, dargeboten von 63 nationalen und internationalen Branchenprofis. Die rund 700 Besucherinnen und Besucher schätzten auch die einzigartige Atmosphäre des Frame für das Networking bei Pausen, Lunch und Apéro.

Die Reihe der hochkarätigen Keynotes eröffnete Marc Walder, CEO und Managing Partner von Ringier. Mit einer thematisch breit angelegten und brillant vorgetragenen Präsentation teilte er seine Insights zur von der KI getriebenen erneuten Transformation der bereits laufenden digitalen Transformation der Branche. Zwei einflussreiche Persönlichkeiten – Bea Knecht, Gründerin von Zattoo und Dave Morgan, der aus den USA angereiste Gründer von Simulmedia – diskutierten unter Leitung von IAB Switzerland-Präsident Martin Radelfinger über aktuelle und zukünftige Entwicklungen im Digital TV.

Gespannt erwartete das Publikum den als «exklusive Bekanntgabe» angekündigten Programmpunkt. Als Primeur konnte die DEX23 CONFERENCE exklusiv die Identity-Initiative «OneID» präsentieren – eine Vermarkter- und Publisher-übergreifende, offene Marktlösung für digitale Werbetechnologie aus der Schweiz für die Schweiz. Sichtlich stolz stellten Topkader der beteiligten Unternehmen audiencz, CH Media, GOLDBACH und Ringier Advertising diese Neuheit vor.

IAB Switzerland zieht als Veranstalterin eine durchwegs positive Bilanz: «Die DEX stiess auch dieses Jahr auf grosses Interesse. Das ausgebuchte Ticketkontingent mit Warteliste zeigt einmal mehr das Bedürfnis nach aktuellem Input zu den relevanten Branchenthemen und nach intensivem Networking. Das Programm mit teilweise völlig anderen und neuen Themen im Vergleich zur letzten Ausgabe – etwa KI, Nachhaltigkeit oder eben OneID – untermauert dies zusätzlich. IAB Switzerland als Branchenverband sowie die DEX-Sponsoren und -Partner erfüllen mit der DEX genau diese Bedürfnisse. Die positiven Rückmeldungen aus dem Publikum verstehen wir als Ansporn und

Verpflichtung für die DEX24 Ausgabe am 20. November 2024.»), meint ein sichtlich gut gelaunter Urs Flückiger, Geschäftsführer der IAB Switzerland Association.

*****ENDE*****

Medienkontakt:

Urs Flückiger, Geschäftsführer IAB Switzerland Association

urs.flueckiger@iab-switzerland.ch

Tel: +41 79 403 35 53

Information IAB Switzerland Association

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.

Ressorts: Ausbildung, International, Marketing, Marktforschung, Recht, Standards

Arbeitsgruppen: Agenturen, Kunden, Vermarkter/Publisher, Bewegtbild, Content Marketing, Mobile, Performance, Programmatic, Search, Cookieless Future.

www.iab-switzerland.ch