MEDIENMITTEILUNG
Zürich, 1. September 2025

IAB Switzerland Association stärkt sich strategisch mit dem Advisory Circle

Mit der Gründung eines neuen Advisory Circles stärkt die IAB Switzerland Association gezielt ihre strategische Ausrichtung und Innovationskraft. Ein unabhängiges Gremium aus führenden Expertinnen und Experten der digitalen Werbe- und Medienbranche unterstützt ab sofort Präsidium und Geschäftsführung der IAB Switzerland Association mit Fachwissen, Impulsen und einem breiten Netzwerk. Ziel ist es, die Position des Verbands im dynamischen Marktumfeld weiter auszubauen.

Die IAB Switzerland Association, der führende Dachverband für die digitale Werbe- und Medienbranche in der Schweiz, setzt ein starkes Zeichen: Mit dem unter der Leitung von Ueli Weber, Ehrenpräsident der IAB Switzerland neu ins Leben gerufenen Advisory Circle bündelt der Verband das Knowhow und die Innovationskraft ausgewiesener Branchenexpertinnen und -experten. Der Advisory Circle unterstützt und ergänzt die bestehende Organisation von Präsident Martin Radelfinger, Vize-Präsident Roger Baur, den Vorständen Evelin Wachter, Eva Maria-Mörtenhuber, Stefan Wagner, Alexander Horrolt sowie Geschäftsführer Urs Flückiger.

Im Fokus stehen dabei die Förderung von relevanten Inhalten, das Angebot von Orientierungshilfen im Rahmen der digitalen Transformation sowie die konkrete Unterstützung bei aktuellen und künftigen Herausforderungen der digitalen Werbe- und Medienlandschaft. Der Advisory Circle öffnet neue Türen, erschliesst neue Partnerschaften und ermöglicht einen kontinuierlichen Transfer von internationalem und nationalem Branchen-Knowhow. Darüber hinaus begleitet das Gremium die strategische Weiterentwicklung und trägt dazu bei, die Position der IAB Switzerland am Markt nachhaltig zu festigen und weiter auszubauen.

Die Mitglieder des Advisory Circles der IAB Switzerland Association sind:

- Ueli Weber (Mediafocus), Leitung
- Rolf auf der Maur (VISCHER)
- Remo Baumeler (audienzz)
- Tom Hanan (Webrepublic AG)
- Andrea Iltgen (xeit AG)
- Beat Krebs (Omnicom Media Group Schweiz AG)
- Yves Mäder (Google)
- Jeannine Micheli (AMAG)
- René Plug (goTom)
- Sven Ruoss (Post Futurum)
- Guido Trevisan (Goldbach Group)

Jede dieser Persönlichkeiten bringt langjährige, fundierte Branchenerfahrung sowie ausgewiesene Expertise aus unterschiedlichsten Perspektiven und Unternehmensbereichen mit. Über ihre Vernetzung im Markt sowie ihr Engagement für Innovation und Qualität werden neue Impulse für die Branche gesetzt.

Mit dem Advisory Circle stärkt die IAB Switzerland Association ihre Rolle als zukunftsgerichtete Branchenvertretung und engagiert sich weiterhin für eine starke, vernetzte und innovative digitale Werbewelt. Die IAB Switzerland Association ist überzeugt, durch diesen Schritt die Wettbewerbsfähigkeit und Entwicklungsmöglichkeiten aller Mitglieder im stetig wandelnden digitalen Markt zu fördern und nachhaltige Sichtbarkeit für die Schweizer Digitalbranche zu schaffen.

ENDE

Medienkontakt:
Urs Flückiger (Geschäftsführer)
urs.flueckiger@iab-switzerland.ch
Tel: +41 79 403 35 53

Information IAB Switzerland

Die IAB (Interactive Advertising Bureau) Switzerland 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, Standards, Transparenz und Qualität 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.