MEDIENMITTEILUNG
Zürich, 18. November 2026

Ausverkaufte DEX26 mit Rekord: 1026 Besucherinnen und Besucher diskutieren die Zukunft der digitalen Werbung.

Die DEX26 CONFERENCE durchbricht die 1000er-Schallmauer und versammelt am 18. November 2026 im Zürcher KINOKONI 1026 Besucherinnen und Besucher. Die nun im dritten Jahr in Folge ausverkaufte DEX widmet sich künstlicher Intelligenz, neuen Werbekanälen sowie der Zukunft der Medien und digitalen Werbung. Im Zentrum steht die Frage, wie sich technologische Veränderungen in tragfähige Geschäftsmodelle und wirksame Werbung übersetzen lassen.

Zürich, 18. November 2026 – Grosses Interesse an der Konferenz, die sich mit über 60 Sessions und mehr als 90 Speakers der Zukunft der digitalen Werbung widmet. Wie verändert künstliche Intelligenz das Zusammenspiel von Medien, Marken und Menschen? Welche Chancen eröffnen sich durch neue Such- und Werbeangebote, Retail Media und Connected TV? Und welche Bedeutung haben gemeinsame Standards, verlässliche Daten und Vertrauen? Das Programm verbindet internationale Marktperspektiven mit konkreten Anwendungen und Diskussionen aus dem Schweizer Werbemarkt.

Urs Flückiger, Geschäftsführer von IAB Switzerland, zeigt sich erfreut über den Zuspruch: «Ich bin sehr zufrieden. Die wiederum mit Rekordbeteiligung ausgerichtete DEX26 zeigt einmal mehr: Guter Content schlägt alles. Und Networking wird auch in Zeiten von AI nicht an Bedeutung verlieren.»

Medienwandel zwischen Aufbruch und neuen Spielregeln
Nach der Begrüssung durch Moderator Frank Puscher und IAB-Switzerland-Präsident Roger Baur eröffnet Dr. Daniel Knapp von IAB Europe das Fachprogramm mit «The State of Advertising». Seine Ausführung bringen die Teilnehmenden wie immer nicht nur auf den neuesten Stand der Marktentwicklungen und Trends im Digitalmarketing, sondern auch zum Staunen, wie eine Fülle von Daten und Insights mitreissend vorgetragen werden kann.

Anschliessend setzt Ladina Heimgartner, Präsidentin des internationalen Verlegerverbands WAN-IFRA und CEO Ringier Medien Schweiz, mit ihrem Referat «Wir haben noch gar nicht richtig angefangen! Wie wir das nächste goldene Medienzeitalter gestalten.» einen Zuversicht verbreitenden Impuls zur Zukunft der Medien. Im anschliessenden Kamingespräch mit Persönlich-Verleger Matthias Ackeret wird das Thema kritisch beleuchtet und vertieft.

Mit «No Standards & Protocols: No Ecosystem!» rückt Shailley Singh vom IAB Tech Lab die stets steigende Bedeutung gemeinsamer technischer Grundlagen ins Zentrum – eine zentrale Aufgabe der IAB, welche auch Veranstalterin der DEX ist.

KI verändert Suche, Werbung und Wertschöpfung
Ein Schwerpunkt der Konferenz liegt auf künstlicher Intelligenz als neuer Schnittstelle zwischen Unternehmen und ihren Zielgruppen. Die aus den USA eingeflogene Michelle McKelvey von OpenAI beleuchtet unter dem Titel «Beyond Attention: The Future of Advertising with ChatGPT» die Zukunft der Werbung mit ChatGPT, und Markus Caspari von Dentsu Germany widmet sich «AI Media» als neuem Marketingkanal und der Rolle von ChatGPT Ads. Im anschliessenden Gespräch werden die beiden Perspektiven zusammengeführt.

Weitere Beiträge greifen die Veränderungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette auf:
von neuen Erlösstrategien für Publisher und Vermarkter über die Zukunft der Suche bis hin zu «Agentic Advertising». Zur Diskussion steht dabei, welche Aufgaben KI-Agenten künftig in Planung, Kreation und Buchung übernehmen könnten – und wie sich dadurch die Zusammenarbeit zwischen Menschen, Marken und Technologie verändert.

Weitere Fachthemen wurden von ausgewählten DEX-Partnern erstmals in spezifischen Deep Dives vertieft.

Der Mensch im Mittelpunkt
Den Abschluss des Fachprogramms bildet Maks Giordano mit der Keynote «Was menschlich bleiben wird.». Damit richtet die DEX26 zum Ende eines technologiegeprägten Konferenztages den Blick auf die Rolle des Menschen. Nach den Closing Remarks bietet der Networking-Apéro bis 20 Uhr Gelegenheit, die Diskussionen fortzuführen und Kontakte zu vertiefen.

Als Presenting Partner unterstützen audienzz, Goldbach und Ringier Advertising die DEX26 CONFERENCE.

Die nächste DEX findet am 16. November 2027 statt.

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, Bewegtbild, Content Marketing, Data-driven Advertising & AI, Digital Audio, Forschung, Kunden, Performance Marketing, Programmatic, Publisher, Recht, Retail Media, Sustainability.

www.iab-switzerland.ch