



iab-Programmatic-Days bauen Plattform-Expertise weiter aus â€“ BILD

ID: LCG18417 | 18.10.2018 | Kunde: iab austria -interactive advertising bureau | Ressort: Wirtschaft Ã–sterreich | Medieninformation

Von 20. bis 22. November 2018 widmen sich die iab-Programmatic-Days ausgewählten SSP-, DSP- und DMP-Plattformen, um Wissen über Features und USPs weiter zu stärken.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © iab austria

Wien (LCG) – Frei nach dem Motto „Wissen ist Vorsprung“ baut das interactive advertising bureau austria sein Programmatic-Angebot erneut aus: Von 20. bis 22. November 2018 werden heuer an gleich drei aufeinanderfolgenden Tagen Workshops angeboten, die die Anwenderexpertise weiter stärken und den Wissensvorsprung konstant ausbauen. In vier bis fünf Workshops analysieren die Teilnehmer pro Tag ausgewählte Plattformen der Kategorien Supply-Side-Plattformen (SSP), Demand-Side-Plattformen (DSP), Data-Management-Plattformen (DMP) und Targeting-Plattformen. Die Workshops machen die Features und Vorteile der einzelnen Plattformen besser vergleichbar und somit effizienter nutzbar.

„Programmatic Advertising verändert die digitale Werbebranche von Grund auf und ist weit mehr als nur ein neuer Marktplatz. Was mit dem Aktienhandel begonnen hat – und von Google und Facebook weitergeführt wurde – ist mittlerweile ein Milliardengeschäft und nicht mehr wegzudenken. Um am Puls der Zeit zu bleiben, ist es unerlässlich, sich hierzu ständig up-to-date zu halten und auszutauschen. Genau dafür sind die Programmatic Days da“, so iab-austria-Geschäftsführer **Stephan Kreissler** .

Drei Tage geballtes Plattformwissen

Der erste Tag der Programmatic Days steht ganz im Zeichen von Supply-Side-Plattformen (SSP), bevor sich am darauffolgenden Tag unterschiedliche Demand-Side-Plattformen (DSP) präsentieren. Am dritten und somit letzten Tag runden Workshops zu den Kategorien Data-Management-Plattformen (DMP) und Targeting-Plattformen das Weiterbildungsangebot ab. Zu den sich präsentierenden Plattformen zählen unter anderem DoubleClick for Publishers (DFP), AppNexus, Google Display & Video 360 (DBM), AdForm, Salesforce oder The ADEX. Damit jeder Teilnehmer an sämtlichen für ihn relevanten Workshops auch tatsächlich teilnehmen kann, werden diese hintereinander abgehalten.

Early-Bird-Tickets sind noch bis einschließlich 20. Oktober 2018 zu einem reduzierten Preis ab 89 Euro erhältlich. Sämtliche Details zu Programm und Anmeldung sind online auf <https://www.iab-austria.at/ausbildung/programmatic-workshop> zusammengefasst.

Über das interactive advertising bureau austria (iab austria)

In der Österreich-Sektion des iab (interactive advertising bureau - Verein zur Förderung der digitalen Wirtschaft) haben sich rund 170 führende Unternehmen der digitalen Wirtschaft organisiert. Sie setzen Maßstäbe für die digitale Kommunikation, unterstützen die werbetreibenden Unternehmen mit Expertise, sorgen für Transparenz und fördern den Nachwuchs. Durch die Vielfalt der Mitglieder aus allen Bereichen der digitalen Wirtschaft, ist der ganzheitliche Blick auf die für die Branche relevanten Themen gewährleistet. Das iab austria ist in ständigem Austausch mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessensgruppen. Weitere Informationen auf <https://www.iab-austria.at>.

+++ BILDMATERIAL +++

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im

Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung.
Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich auf
[https:// www.leisure.at](https://www.leisure.at) . (Schluss)