



Analoges Netzwerken der Digitalwirtschaft â€“ BILD/ VIDEO

ID: LCG19250 | 12.07.2019 | Kunde: iab austria -interactive advertising bureau | Ressort: Medien Ã–sterreich | Medieninformation

Donnerstagabend feierte die Digital- und Medienszene beim Summer-Get-together des interactive advertising bureau austria im KLEINOD STADTGARTEN.

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

Video zur Meldung auf <https://www.oe24.at/tv/stars/Das-grosse-IAB-Sommerfest-2019/388262598>

Wien (LCG) - Auf ein spannendes erstes Halbjahr wurde am Donnerstagabend beim traditionellen Summer-Get-together der mit über 190 Mitgliedern größten Interessenvertretung der Digitalwirtschaft bei kühlen Cocktails im KLEINOD STADTGARTEN angestoßen. Nicht nur die innenpolitischen Turbulenzen zeigten in den letzten Monaten, wie wichtig unabhängige und freie Digital-Medien als primäre und verlässliche Informationsquelle für die Österreicherinnen und Österreicher sind. Auch die seit einem Jahr in Kraft befindliche EU-Datenschutzgrundverordnung und die drohende ePrivacy-Verordnung hielten die Branche auf Trab. Auf ein Sommerloch kann sich die heimische Digitalwirtschaft in Anbetracht der Neuwahlen nicht freuen: Das innen- und außenpolitische Geschehen sorgt für konstante Reichweitenhochs der österreichischen Publisher-Seiten und fordert den top-aktuellen Qualitätsjournalismus täglich aufs Neue.

Gute Aussichten: Internationale Vernetzung und globales Wachstum

Beim Summer-Get-together gab es aber auch genug Gründe für ein zufriedenes Lächeln: Das interactive advertising bureau austria

konnte die Zusammenarbeit mit den deutschsprachigen Schwesterverbänden iab switzerland und Bundesverband Digitale Wirtschaft deutlich intensivieren und arbeitet aktuell an einheitlichen Aus- und Weiterbildungsstandards. Positiv fällt auch der Ausblick in die Zukunft aus: Laut aktuellem Zenith-Advertising-Expenditure-Forecast wird Digital-Werbung im Jahr 2021 bereits 52 der globalen Werbeausgaben ausmachen. 2019 wird dieser Wert mit 47 Prozent angegeben. Heuer werden die weltweiten Digital-Werbeausgaben um zwölf Prozent wachsen.

„In den letzten Monaten konnten die österreichischen Digital-Medien ihre wichtige Rolle als vertrauenswürdige und verlässliche Informationsquelle unter Beweis stellen. Digital-Medien sind das Rückgrat der aktuellen Berichterstattung und punkten durch Aktualität und mobile Verfügbarkeit. Jetzt geht es darum, die exzellenten Reichweiten in Umsätze zu verwandeln, um den Digital-Journalismus und die Medienvielfalt zu finanzieren. Österreichische Digital-Medien bieten die Qualität und Umfeldsicherheit, die der Markt braucht“, betont iab-austria-Präsident **André Eckert** (oe24.TV).

Intensives Networking und kühle Drinks statt Sommerloch

Über aktuelle Themen der heimischen und europäischen Digitalwirtschaft diskutierten auf Einladung von iab-austria-Präsident **André Eckert** (oe24.TV), Vizepräsidentin **Alexandra Vetrovsky-Brychta** und Geschäftsführer **Stephan Kreissler** unter anderem: **Josef Almer** (Goldbach Austria), **Felix Badura** (Meetrics), **Daniel Bessler** (Philip Morris), **Reinhard Binder** (Robin Consult), **Sabrina Blagojevic** (oe24.TV), **Christian Brandt-Di Maio** (Gewista), **Philipp Breitenecker** (Elektra Bregenz), **Jana David-Wiedemann** (PKP BBDO), **Roland Divos** (Showheroes), **Mathias Fanschek** (Dentsu Aegis), **Joachim Feher** (RMS Austria), **Axel Ganster** (Ganster Business Consult), **Isabella Graf** (WienTourismus), **Pierre Greber** (styria digital one), **Gerhard Guenther** (Digitalsunray Media), **Kathrin Hirczy** (IPG Mediabrands), **Reinhard Iglér** (Krone Multimedia), **Steffen Kai** (Omnicom Media Group), **Johannes Knierzinger** (Newsadoo), **Florian Magistris** (Httpool Cross Channel Ad Network), **Eva Mandl** (Himmelhoch PR), **Omid Novidi** (MediaCom), **Susanne Ostertag** (Microsoft), **Niko Pabst** (Österreichischer Marketing Club), **Elisabeth Plattensteiner** (Purpur Media), **Christian Pesau** (Industriellenvereinigung), **Nicola Pohoralek** (GroupM), **Herbert Pratter** (Vizeum), **Maximilian Pruscha** (YOC), **Martin Raffener** (GroupM), **Peter Rathmayr** (Google), **Christina Raunegger** (oe24.TV), **Thomas Reiter** (Reiter PR), **Helene Roba** (austria.com/ plus), **Melanie Rondonell** (The Swatch Group), **Christian Schicker** (MasterCard), **Eugen Schmidt** (AboutMedia), **Angela Schuh-Haunold** (Österreichische Web Analyse), **Matthias Seiringer** (ORF-Enterprise), **Cosima Serban** (iab austria), **Claudia Simbürger** (Regionalmedien Austria), **Martin Trzebin** (Teads Schweiz), **Georg Wiedenhofer** (Dialog Marketing Verband Österreich), **Marcus Wild** (IDEAL), **Martin Wilfing** (Dialog Marketing Verband Österreich), **Bernd Wollmann** (Casinos Austria), **Karina Wundsam** (austria.com/ plus) oder **Marcus Zinn** (Dialog Marketing Verband Österreich).

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

190 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](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)

