

ID: LCG19406 | 06.11.2019 | Kunde: iab austria -interactive advertising bureau | Ressort: Wirtschaft Ã–sterreich | AVISO

Vom 19. bis 21. November 2019 widmen sich die iab austria Programmatic Days erneut ausgewählten SSP-, DSP- und DMP-Plattformen, die für den österreichischen Markt besonders relevant sind.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © Omnicom Media Group

Wien (LCG) - Das interactive advertising bureau austria (iab austria) lädt im November 2019 zu einer der wichtigsten Veranstaltungen der Digitalwirtschaft, die nun schon das dritte Jahr in Folge steigende Teilnehmerzahlen verzeichnet und damit die wachsende Bedeutung programmatischer Digitalwerbung unterstreicht.

Expertenwissen ist gefragt

„Der für das programmatische Business typische kontinuierliche technologische wie wirtschaftliche Wandel erfordert eine permanente Weiterbildung. Das gilt für Agenturen, Kunden, Publisher oder Technologiedienstleister gleichermaßen“, so **Steffen Kai**, Chief Digital Officer der OmnicomMediaGroup und Leiter der iab austria Programmatic Days.

Der Know-how-Bedarf steigt: Programmatic Advertising erfreut sich in Österreich eines rasanten Wachstums. Trotzdem - oder gerade deswegen - fühlen sich mehr als zwei Drittel der verantwortlichen Entscheider und Marketer (noch) nicht so sicher im programmatischen Geschäftsfeld wie im klassischen Digitalgeschäft.

Vom 19. bis 21. November 2019 erwartet die Teilnehmer und Marketingentscheider erneut ein topaktueller Überblick zu den Vorteilen und Trends der wichtigsten Programmatic-Plattformen, um ihren Wissensvorsprung auszubauen.

„Die iab austria Programmatic Days sind das Forum, in dem sich Marketer und Entscheider kompakt und praxisorientiert mit den aktuellen Neuerungen und Möglichkeiten auseinandersetzen und das gebündelte Know-how von Experten abrufen können“, so Kai weiter.

Big Picture

In bis zu fünf Workshops pro Tag analysieren die Teilnehmer global führende Vertreter der Kategorien Supply-Side-Plattformen (SSP), Demand-Side-Plattformen (DSP), Data-Management-Plattformen (DMP) und Targeting-Plattformen.

„Darüber hinaus ergibt sich die besondere Chance des Perspektivenwechsels, nicht nur den Media-Einkauf oder -verkauf kennenzulernen, sondern auch einen bewussten Blick auf die jeweils im Alltag, gegenüberstehende Plattform werfen zu können“, so **Christoph Tagger**, Country Manager Austria Factor Eleven und Leiter der iab-austria-Arbeitsgruppe Programmatic.

Die Programmatic Days des iab austria präsentieren sich heuer erneut über drei Tage hinweg mit attraktiven Themenschwerpunkten und decken dabei alle wichtigen Player entlang der Wertschöpfungskette zwischen Anbieter- und Nachfrageseite ab.

„Das wechselseitige Verständnis zwischen Einkauf und Verkauf ist essenziell, um Missverständnisse und Probleme in der operativen Zusammenarbeit weitgehend zu vermeiden“, so Tagger weiter.

Von Profis lernen

Internationale Größen wie Adition (Hauptsponsor), Adform (Hauptsponsor), OpenX, Smart, Yieldlab, Xandr, 1plusX, The ADEX und Google präsentieren sich und geben detaillierte Einblicke in ihre Geschäftsmodelle. Kritischen Fragen der Anwender und Entscheider sind ebenso Teil der Veranstaltung wie offene Diskussionen.

Keine Kompromisse: Die vorgegebenen Inhalte und das verpflichtende Konzept der iab-austria-Arbeitsgruppe Programmatic stellen dabei nicht nur die Vergleichbarkeit zwischen den Plattformen sicher, sondern auch eine fachliche Tiefe, die bei vergleichbaren Events nicht selbstverständlich ist.

Damit alle Teilnehmer an allen für sie relevanten Workshops auch tatsächlich teilnehmen können, werden diese erstmals nicht parallel, sondern hintereinander durchgeführt.

Jetzt einchecken und Vorteile sichern!

Neben den regulären Tickets ab 119 Euro pro Einzeltag gibt es natürlich wieder den exklusiven Rabatt für iab-austria-Mitglieder. Zusätzlich können sich Interessierte noch bis zum 8. November 2019 einen attraktiven Early-Bird Nachlass sichern. Zum Programm und zur Online-Anmeldung geht es auf <https://www.iab-austria.at/veranstaltung/programmatic-days-2019>.

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 über 200 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) .

iab austria Programmatic Days

Datum: 19. bis 21. November 2019
Uhrzeit: 9.00 bis 16.30 Uhr
Ort: weXelerate Innovation Hub
Adresse: 1020 Wien, Praterstraße 1
Lageplan: [https:// goo.gl/ maps/ CCPEwfUfuXszeA8n8](https://goo.gl/maps/CCPEwfUfuXszeA8n8)
Website: [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)

