

ID: LCG21159 | 12.05.2021 | Kunde: iab austria -interactive advertising bureau | Ressort: Wirtschaft Ã–sterreich | Personalameldung

Mit Gegenleithner Ã¼bernimmt nicht nur eine ausgewiesene Programmatic-Spezialistin, sondern erstmals eine Frau die Leitung der Arbeitsgruppe .

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien (LCG) – Programmatische Werbung ist marktbestimmend geworden und steht durch die bevorstehende ePrivacy-Verordnung vor einer elementaren Weiterentwicklung. Die Auswirkungen der neuen Browser-Politik von Google hinsichtlich Third-Party-Cookies und das jÃ¼ngste Update des Apple-Mobilbetriebssystems iOS stellen zusÃ¤tzliche Herausforderungen fÃ¼r programmatische Kampagnen dar. Die Arbeitsgruppe Programmatic in der grÃ¶Ãten Interessenvertretung der Digitalwirtschaft definiert einheitliche Marktstandards, sorgt fÃ¼r mehr Transparenz und hebt das Wissensniveau. Mit iProspect-Managerin **Melanie Gegenleithner** (28) zeichnet seit 10. Mai 2021 eine ausgewiesene Expertin in Sachen Programmatic Advertising fÃ¼r die AktivitÃ¤ten in der gleichnamigen Arbeitsgruppe des iab austria verantwortlich.

„Ich danke **Christoph Tagger** im Namen des gesamten Vorstands fÃ¼r seine engagierte Arbeit in der Arbeitsgruppe Programmatic. **Melanie Gegenleithner** Ã¼bernimmt ein bestens bestelltes Feld, das ob seiner enormen Bedeutung marktbestimmend ist. Programmatische Werbung ist ein wesentlicher Umsatzfaktor fÃ¼r die gesamte Digitalwirtschaft“, kommentiert iab-austria-PrÃ¤sident **Markus Plank** (Adverserve) .

„Über Programmatic Advertising können Konsumentinnen und Konsumenten automatisiert und datengetrieben bestmöglich erreicht werden. Ein essenzieller Faktor in einer Zeit, in der Konsumentinnen und Konsumenten selbst bestimmen, wann und mit welcher Marke sie auf welchen Kanälen interagieren. Ich freue mich auf das gemeinsame Gestalten von mehr Klarheit und Transparenz, um die gesamte Branche mit dem Expertenwissen der Arbeitsgruppe zu unterstützen“, so Neo-Arbeitsgruppenleiterin Gegenleithner.

Gegenleithner ist seit drei Jahren Mitglied der Arbeitsgruppe Programmatic des iab austria, deren Leitung sie per 10. Mai 2021 von Tagger übernommen hat. Die 28-jährige Oberösterreicherin ist seit 2019 Head of Programmatic and Data bei der Dentsu-Austria-Agentur iProspect und wird ihr umfassendes Expertenwissen künftig in die Weiterentwicklung von programmatischer Werbung am österreichischen Markt einfließen lassen. Zuvor zeichnete sie zwei Jahre als Director Programmatic and Digital Operations im Dentsu Austria Network verantwortlich und leitete die Programmatic-Abteilung bei Media.at.

Über das interactive advertising bureau austria (iab austria)

Mit über 200 Mitgliedern aus allen Teilbereichen (Verlagshäuser und Medienunternehmen, Werbetreibende, Agenturen, technische Dienstleister und Start-ups) ist das iab austria die größte unabhängige Interessenvertretung der österreichischen Digitalwirtschaft. Das iab austria entwickelt im Dialog der spezialisierten und vernetzten Arbeitsgruppen mit allen Stakeholdern holistische Sichtweisen und vertritt die Interessen der gesamten Digitalwirtschaft konsensual. Um den Digitalstandort zu stärken, entwickelt das iab austria technische und rechtliche Standards sowie Aus- und Weiterbildungsprogramme, fördert den Wissensaustausch durch Veranstaltungen und Publikationen, veranstaltet mit dem iab webAD den wichtigsten

Preis der Digitalwirtschaft und vertritt die politischen Interessen auf nationaler und europäischer Ebene. Weitere Informationen auf iab-austria.at

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at
(Schluss)