



Programm am iab Programmatic Day – BILD

ID: LCG22299 | 25.07.2022 | Kunde: iab austria -interactive advertising bureau | Ressort: Wirtschaft –sterreich | Medieninformation

Trotz Paradigmenwechsel im Digitalmarketing ist programmatische Werbung das Zukunftsthema. Aktuelle Trends und Ausblicke werden am iab Programmatic Day am 15. September 2022 in der Kult-Location „Reaktor“ diskutiert.

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

Wien (LCG) – Bereits zum zweiten Mal zeichnen die iab-austria-Vorstandsmitglieder und erfahrenen Programmatic-Spezialisten **Philip Miro** (ORF-Enterprise) und **Christoph Truppe** (Adverserve) für den iab Programmatic Day verantwortlich, der jährlich über aktuelle Trends und Entwicklungen in der programmatischen Werbung informiert und das Wissen der Branche in einem Event bündelt. Durch den Wegfall der Third Party Cookies wird es heuer besonders spannend, zumal einige bedeutende Weichenstellungen im Digitalmarketing bevorstehen, bei denen Programmatic Advertising in der kontextbasierten Zielgruppenansprache eine entscheidende Rolle spielen wird. Nicht minder spannend sind die Vorteile programmatischer Werbung im Umgang mit First Party Data im Zusammenspiel zwischen Auftraggebern, Vermarktern und Agenturen sowie Medien.

„Obwohl programmatische Werbung bestens etabliert ist und einen immer höheren Anteil an den digitalen Marketingspendings einnimmt, wird die Geschichte immer neu geschrieben. Am iab Programmatic Day 2022 blicken wir mit viel Optimismus in die Zukunft und beantworten Fragen, die sich die gesamte Digital- und Kommunikationswirtschaft stellt“, kündigt Miro an.

„Neben der inspirierenden Keynote von **Achim Schlosser** erwarten die Besucherinnen und Besucher des iab Programmatic Day 2022 hochkarätig besetzte Panels, die sich den großen Themen unserer Branche widmen und zeigen, wie programmatische Werbung die Zukunft des Digitalmarketings prägen und das Qualitätsniveau weiter heben wird. Selbstverständlich kommt auch der Networking-Teil zum Ausklang des Tages nicht zu kurz!“, ergänzt Truppe.

Ein Tag im „Reaktor“ im Zeichen programmatischer Werbung

Kontextbasiertes Targeting wird als das Zukunftsmodell für die Post-Cookie-Ära gehandelt. Über den Status quo, wesentliche Neuerungen sowie das Zusammenspiel programmatischer und kontextbasierter Werbung sprechen unter der Moderation von **Jürgen Schmidt** (Strg.at) im ersten großen Panel des Tages **Iris Handelsberger** (e-dialog), **Olga Kundius** (Nespresso), **Esther Murlasits** (Content Garden) und **Peter Rosenkranz** (media4more).

Das zweite Panel widmet sich First Party Data, denen eine zentrale Rolle in der Zukunft des Digitalmarketings attestiert wird. Während über die Theorie und den Aufbruch von Datensilos sowie die Bedeutung des rechtzeitigen Aufbaus eines eigenen Datenstamms unwidersprochene Einigkeit herrscht, stellen sich in der Praxis zahlreiche Fragen. Sie werden in der praxisorientierten Diskussion anhand von Worst und Best Cases analysiert, um den Teilnehmern des iab Programmatic Day 2022 Orientierung in der

Datenwelt und konkrete Handlungsanleitungen zu geben. Dabei werden auch Vergleiche mit anderen europäischen Ländern gezogen und die datenschutzrechtlichen Aspekte im Hinblick auf künftige juristische Vorhaben der Europäischen Union behandelt. Mit **Maurizio Berlioni** (Soluzioni Berlioni) diskutieren **Andreas Grasel** (Adform), **Corinna Höll** (Agentur Corinna Höll), **Sara Sihelnik** (Quantcast), **Christopher Sima** (Krone Multimedia) und **Hermann Tragner** (Technisches Museum Wien).

Das dritte Panel beschäftigt sich schließlich mit ID-Lösungen, deren steigende Anzahl zu immer mehr Walled Gardens führt. Wo der österreichische Digitalmarkt derzeit steht, welche nationalen ID-Lösungen kommen und welche Chancen sie bergen und wie unterschiedliche ID-Netzwerke gewinnbringend für eine Kampagne genutzt werden können, diskutieren unter der Moderation von **Karin Fauland** (Engage) die Leiterin der Arbeitsgruppe Programmatic im iab Austria, **Melanie Gegenleithner** (iProspect), **Sabine Weiden** (Google), **Annette Dielmann** (Goldbach Next) und **Achim Schlosser** (European netID Foundation).

Kurzweilige und kompakte Informationen versprechen die Elevator Pitches zwischen den Podiumsdiskussionen, die aktuelle Themen aufgreifen und ebenfalls praxisnahe aufbereiten.

Nach einem inhalts- und faktengeladenen Tag ist für ausreichend Gesprächsstoff beim abschließenden Get-together in der Kult-Location „Reaktor“ bei kühlen Drinks gesorgt.

Tickets jetzt sichern

Tickets für den iab Programmatic Day 2022 sind ab sofort für 79 Euro (exkl. USt) für iab-austria-Mitglieder und 119 Euro (exkl. USt) für Nichtmitglieder auf iab-austria.at erhältlich, wo sich auch weitere Details zum Programm und den Speakern finden.

Der iab Programmatic Day 2022 findet mit freundlicher Unterstützung von Adform statt.

iab Programmatic Day 2022

Datum: Donnerstag, 15. September 2022

Uhrzeit: 9 bis 20 Uhr

Ort: Reaktor

Adresse: 1170 Wien, Geblergasse 36-40

Tickets: ab 79 Euro

Lageplan: goo.gl/maps/uBNVa9i1LCS9VgVh9 Website: iab-austria.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

+++ AKKREDITIERUNG +++

Wir ersuchen um Akkreditierung per E-Mail an administration@iab-austria.at.

+++ COMPLIANCE HINWEIS +++

Transparenz ist uns wichtig! Durch Ihre Anmeldung gehen wir davon aus, dass Sie den Termin im Rahmen Ihrer journalistischen Tätigkeit bzw. Ihrer Repräsentationsaufgaben und in Übereinstimmung mit den für Sie gültigen Compliance-Richtlinien wahrnehmen.

+ + + BILDMATERIAL + + +

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