



Programm für den Programmatic Day – BILD

ID: LCG22381 | 14.09.2022 | Kunde: iab austria -interactive advertising bureau | Ressort: Wirtschaft –sterreich | Medieninformation

Morgen, Donnerstag, dreht sich in der Kultlocation „Reaktor“ alles um programmatische Werbung. Achim Schlosser (European netID Foundation) widmet seine Keynote der Suche nach der kritischen Masse.

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

Wien (LCG) – Mit dem Programm für den diesjährigen „Programmatic Day“ ist den iab-austria-Vorstandsmitgliedern **Philip Miro** (ORF-Enterprise) und **Christoph Truppe** (Adverserve) ein Programmfeuerwerk aus heimischen und internationalen Speakern geglückt, das bereits morgen, Donnerstag, im „Reaktor“ gezündet wird. Die Tagesveranstaltung, für die noch letzte Restkarten verfügbar sind, macht Programmatic zum Programm. Aktueller könnte das Thema vor dem Hintergrund der Fokussierung auf First Party Data, regulatorischen und datenschutzrechtlichen Fragen sowie der angespannten Budgetsituation durch die geopolitische Lage und dem damit verbundenen Verlangen nach Effizienzsteigerung kaum sein. Der „Programmatic Day“ des interactive advertising bureau austria ist ein Kompass durch die wachsenden technischen Möglichkeiten und strategischen Einsatzmöglichkeiten programmatischer Werbung. Besonderes Augenmerk gilt den großen Weichenstellungen hinsichtlich des Aufbruchs von Datensilos und der Fokussierung auf First Party Data.

Mit „magischen“ Technologien, geeigneten Plattformen zur gewinnbringenden Nutzung von First Party Data und der Version einheitlich anwendbarer ID-Lösungen beschäftigt sich **Achim Schlosser**, CTO der European netID Foundation. Unter dem Titel „Auf der Suche nach der kritischen Masse“ gibt er einen Ausblick auf die großen Trends, die das Digitalmarketing in naher Zukunft prägen werden und praktische Handlungsweisungen, mit denen Marketer heute schon die effiziente und wirksame Kampagnenplanung von morgen auf die Schiene bringen.

Dem großen Thema des kontextbasierten Targetings widmet sich das erste Panel unter der Moderation von **Jürgen Schmidt** (strg.at). Mit ihm diskutieren **Iris Handelsberger** (e-dialog), **Esther Murlasits** (Content Garden), **Peter Rosenkranz** (Media 4 More), **Olga Kundius** (Nespresso) und **Johannes Pernkopf** (Willhaben).

Mit **Maurizio Berlioni** (Soluzioni Berlizi) tauschen sich über den harten Weg zu First Party Data und deren großes Erfolgspotenzial im zweiten Panel **Andreas Grasl** (Adform), **Corinna Höll** (Agentur Corinna Höll), **Sarah Sihelnik** (Quantcast), **Christopher Sima** (Krone Multimedia) und **Hermann Tragner** (Technisches Museum Wien) aus. Letzter wurde für seine datenbasierte Kampagne gerade beim Media Award in der Kategorie „Exzellenter Einsatz von Daten“ ausgezeichnet.

Das spielentscheidende Thema der ID-Lösungen diskutieren **Melanie Gegenleithner** (iProspect), Keynote-Speaker **Achim Schlosser** (European netID Foundation), **Annette Dielmann** (Goldbach Next), **Sabine Weiden** (Google), **Sonja Schneeweiss** (Österreich Werbung) und **Tom Peruzzi** (Virtual Minds) mit iab-austria-Präsident **Markus Plank**.

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

Restkarten für den „Programmatic Day“ 2022 sind noch 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 (Schluss)

