



iab.austria feiert programmatisches Hochamt – BILD

ID: LCG25200 | 13.07.2025 | Kunde: iab.austria – interactive advertising bureau | Ressort: Wirtschaft – Österreich | Medieninformation

Fünfter iab Programmatic Day geht am 21. August 2025 im Andaz Vienna Am Belvedere über die Bühne. Drei Panels widmen sich zentralen Fragestellungen der programmatischen Werbung. Daniel Knapp vom IAB Europe und Tom Peruzzi (Virtual Minds) halten Keynotes. Veranstaltung unterstützt mit U-AID-Tickets humanitäre Hilfsprojekte in Zusammenarbeit mit dem IAB Ukraine. Anschließendes Sommerfest des interactive advertising bureau.austria in der „Wiener Cucina“.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © iab.austria/
Katharina Schiffl

Wien (LCG) – Laut AdEx Benchmark Report des IAB Europe legte programmatische Werbung im zurückliegenden Jahr in den 30 untersuchten Ländern um 18,4 Prozent deutlich zu. Mit einer Zunahme von sieben Prozent ist das Wachstum in Österreich moderater als im europäischen Vergleich, entspricht aber etwa der Entwicklung des gesamten heimischen Digitalwerbemarkts laut „MOMENTUM Spendingstudie 2024 und Prognose 2025“.

Drei wesentlichen Themen widmet sich am 21. August 2025 der Programmatic Day des iab.austria, für den **Philip Miro** (ORF-Enterprise) und **Christoph Truppe** (Österreichische Post) verantwortlich zeichnen. In drei hochkarätig besetzten Panels werden Retail Media, KPIs und Curation diskutiert. Die Opening

Keynote im Hotel Andaz Vienna Am Belvedere wird IAB-Europe-Chefökonom **Daniel Knapp** halten und die Entwicklung von programmatischer Werbung aus europäischer Perspektive betrachten. Die Closing Keynote widmet **Tom Peruzzi** (Virtual Minds) unter dem Titel „Digital 2025: Die Stunde der Europäer“ ebenfalls Chancen, die sich für den europäischen Digitalmarkt und die Europäische Union öffnen.

Anastasiya Baydachenko (IAB Ukraine) wird aus dem Kriegsgebiet berichten und aufzeigen, mit welchen Herausforderungen die Digitalbranche einerseits konfrontiert ist und welche Entwicklungen andererseits durch die Ausnahmesituationen vorangetrieben wurden.

„Der iab Programmatic Day ist die zentrale Fachveranstaltung für programmatische Werbung in Österreich. Mit renommierten internationalen Speakerinnen und Speakern wirft er in seiner fünften Auflage einen Blick über den Tellerrand und beleuchtet europäische Gesichtspunkte. Österreich zählt laut AdEx Benchmark Report zu den zehn dynamischsten Digitalmärkten Europas. Im Bereich der programmatischen Werbung gibt es noch großes Potenzial. Mit dem iab Programmatic Day wollen wir nicht nur einen gesamtgesellschaftlichen Blick auf das Thema werfen, sondern durch konkrete Beispiele und ehrliche Diskussionen inspirieren und zukünftige Entwicklungen gemeinsam einordnen“, erklären Miro und Truppe.

„Der iab Programmatic Day gibt der heimischen Digitalwirtschaft zum fünften Mal Orientierung und schafft einen Überblick über aktuelle und künftige Entwicklungen. Der diesjährige Schwerpunkt auf Retail Media thematisiert einen der wachstumsstärksten Kanäle im Digitalmarketing. Als Plattform für den Wissensaustausch bietet der iab Programmatic Day Mehrwert für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer und Möglichkeiten zum Austausch mit internationalen Expertinnen und Experten“, betont iab-austria-Geschäftsführerin **Ursula Gastinger** .

Antworten auf drei zentrale Fragen

Drei prominent besetzte Panels, die von Mitgliedern der iab-austria-Arbeitsgruppe Programmatic – insbesondere **Katharina Holland** (Smec), **Martin Kunz** (Lime Soda) und **Christoph Truppe** (Österreichische Post) – kuratiert wurden, erörtern wesentliche Weichenstellungen im Programmatic Advertising und setzen sich mit den Potenzialen für den österreichischen Digitalmarkt auseinander.

Unter dem Titel „Retail Media: The Place (ment) to be in Programmatic Advertising?“ tauschen sich am Podium **Wout Gijssbers** (Google), **Utku Gündüz** (Dentsu), **David von Hilchen** (Stack Adapt) und **Hans Jürgen Wimmer** (Interspar) aus. Sie gehen der Frage nach, wie reif der Retail-Media-Markt wirklich ist und beleuchten technologische Herausforderungen und Potenziale, die sich aus der Integration von Retailer-Daten und neuen Plattformlösungen ergeben. Weitere Themen der Experten sind der wachsende Einfluss des Handels auf das digitale Ökosystem, Skalierbarkeit und Datenschutz.

Fragen der Messbarkeit und sinnvoller KPIs widmen sich **Sebastian Brenner** (Digitl), **Svenja Müller** (Hurra.com), **Ramin Rahimi** (Media 1), **Christian Schneider** (Manner) und **Florian Wagner** (Gewista). Sie erörtern unter dem Titel „Clicks, Conversions, Chaos? Von welchen

KPIs wird Programmatic bestimmt?“ die Auswahl und Bestimmung von Erfolgskriterien im Spannungsfeld zwischen Performance-Druck, Brand Building und neuen Technologien.

Aufgrund von Intransparenz, Fraud und abnehmender Qualität wird programmatische Werbung kontrovers diskutiert. Curation gewinnt als Lösung dieser Probleme im programmatischen Handel an Bedeutung. Ob es sich dabei um einen effektiven Ansatz oder doch nur ein Buzzword handelt, besprechen **Melanie Gegenleithner** (Dentsu), **Andreas Grasel** (Adform), **Tobias Hauschild** (Krone Multimedia) und **Jan-Henrik Scharlach** (Pubmatic). Der Titel ihres Panels lautet „Curation in Programmatic Advertising: Hype, Hoffnung oder echter Fortschritt?“ und verspricht eine spannende Diskussion aus der Sicht von Medien, Agenturen und technischen Anbietern.

Komptakte Spotlights

Das Programm des iab Programmatic Day 2025 runden prägnante Spotlights zwischen den Panels und Keynotes ab, die sich Teilaspekten der programmatischen Werbung widmen. Beim neuen Spotlight-Format erwarten die Teilnehmer Live-Demonstrationen, die durch ihre Praxisnähe Mehrwert für das Auditorium liefern.

Nina Santner und **Peter Schinhan** (Adform) starten mit „Think Easy: Omnichannel aus einem Flow“. **Alban Grossenbacher** (Go Tom) setzt mit „CRM in Programmatic Advertising“ fort und präsentiert Best Practices und Learnings aus der Publisher-Praxis. Unter dem Titel „Leveraging Data and AI for Better Strategies“ erklärt **Stefan B. Müller** (Displayce), wie effektive, kontextuelle und datengetriebene programmatische Digital-out-of-Home-Kampagnen gelingen. Zusätzliche Insights liefert **Cyrus Zaboli** von Amazon.

Sommerfest des iab austria lässt den iab Programmatic Day ausklingen

Der spannende Konferenztag mit internationalen Experten klingt anschließend in der „Wiener Cucina“ im Arsenal mit dem Sommerfest des iab austria aus. Bei österreichisch-italienischen Schmankerl

werden die Digitalexperten den Sommer Revue passieren lassen und gemeinsam in den Digitalherbst blicken.

Tickets für den Programmatic Day sind ab sofort erhältlich

Tickets für den iab Programmatic Day 2025. Sind ab sofort online auf iab-austria.at erhältlich. Mitglieder des iab austria zahlen 119 Euro pro Person (exkl. USt) und Nichtmitglieder 159 Euro pro Person (exkl. USt). Interessenten haben die Möglichkeit, beim Ticketkauf zehn Euro mehr zu bezahlen, mit denen in Zusammenarbeit mit dem IAB Ukraine humanitäre Hilfsprojekte in der Ukraine unterstützt werden.

Weitere Details zum Programm und den Speakern auf iab-austria.at

Der Eintritt zum Sommerfest des iab austria ist für iab-austria-Personenmitglieder frei. Für Nichtmitglieder steht ein streng limitiertes Kartenkontingent zum Preis von 89 Euro pro Person (exkl. USt) zur Verfügung. Karten für das Sommerfest können ebenfalls bereits online auf iab-austria.at gebucht werden.

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

iab Programmatic Day 2025

Datum: Donnerstag, 21. August 2025

Uhrzeit: 9.00 bis 17.00 Uhr

Ort: Andaz Vienna Am Belvedere

Adresse: 1100 Wien, Arsenalstraße 10

Lageplan: maps.app.goo.gl/sM3897qTnRnH5BHh7 Website: iab-austria.at

- Der fünfte iab Programmatic Day findet am 21. August 2025 im Andaz Vienna Am Belvedere statt.
- Drei Panels behandeln zentrale Themen der programmatischen Werbung: Retail Media, KPIs und Curation.
- **Daniel Knapp** vom IAB Europe hält die Eröffnungs-Keynote.
- Der Tag endet mit einem Sommerfest des iab austria in der „Wiener Cucina“.
- Tickets sind ab sofort online erhältlich.

+++ BILDMATERIAL +++

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

(Schluss)

