



iab.austria feiert Jahresauftakt mit ambitionierten Projekten â€“ BILD

ID: LCG24018 | 25.01.2024 | Kunde: iab.austria -interactive advertising bureau | Ressort: Wirtschaft Ã–sterreich | Medieninformation

Beim „Happy New Year Get-together“ im „Creo.“ blickt die grÃ¶ÃŸte Interessenvertretung der Digitalwirtschaft am Mittwochabend auf ein Jahr mit Weichenstellungen fÃ¼r den heimischen Standort.

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

Wien (LCG) – 2024 hat Potenzial, in die Geschichte des Digitalmarketings einzugehen. Nicht nur, weil die Third Party Cookies heuer endgÃ¼ltig zu Tode getragen werden sollen. In den nÃ¤chsten Monaten wird sich auch die genaue Ausformung des AI Acts der EuropÃ¤ischen Union zeigen, die Ã¼ber die globale WettbewerbsfÃ¤higkeit des europÃ¤ischen Digitalstandorts im Umgang mit KÃ¼nstlicher Intelligenz entscheiden wird. Im weltweiten Superwahljahr wird Digitalmedien und ihrer journalistischen Kompetenz eine SchlÃ¼sselrolle zukommen. Schon jetzt tauchen in den Vereinigten Staaten die ersten Deep Fakes auf und erst kÃ¼rzlich meldete eine der grÃ¶ÃŸten Softwareschmieden der Welt einen Hackerangriff. Mit der zunehmenden demokratiepolitischen Bedeutung der Digitalmedien wird auch der Ruf des iab.austria lauter, die Rekordeinnahmen aus der Digitalsteuer – 2023 flossen 103 Millionen Euro in die Staatskassen – gerecht auf reine Digitalmedien und NeugrÃ¼ndungen aufzuteilen. Sie sind verstÃ¤rkt gefordert, in Technologien und neue Berufsbilder wie Faktenchecker zu investieren, um ihrem hohen journalistischen Anspruch gerecht zu werden und grÃ¶ÃŸtenteils kosten- und barrierefreien Zugang zu fundierten und recherchierten Informationen zu ermÃ¶glichen.

Neuer Vorstand mit Tatendrang

In Sachen Arbeitsmarkt gelang der Arbeitsgruppe Programmatic im iab austria gleich zu Jahresbeginn ein großer Wurf. Mit der neuen **Fachkräftezertifizierung für Programmatic Advertising** werden Professionalität und Transparenz in einem massiv wachsenden Segment des Digitalmarketings gestärkt. Für dieses Jahr kündigt die größte Interessenvertretung der Digitalwirtschaft einen signifikanten Ausbau des Aus- und Weiterbildungsangebots an, um der hohen Nachfrage gerecht zu werden und dem Markt einen deutlichen Mehrwert zu bieten.

Der Tatendrang des neuen Vorstands unter Präsidentin **Rut Morawetz** (A1) und Vizepräsident **André Eckert** (Show Heroes) zeigt sich auch in den zwei neu formierten Arbeitsgruppen zu den großen Trend-Themen Retail Media und Big Screen Advertising. Insgesamt neun Arbeitsgruppen werden im iab austria heuer für ein dichtes und reichhaltiges Veranstaltungsprogramm sorgen.

„Gemeinsam mit dem hoch motivierten Vorstandsteam und den engagierten Arbeitsgruppen werden wir das iab austria als führende Stimme der Digitalwirtschaft etablieren. Die geballte Expertise möchten wir der gesamten Branche zur Verfügung stellen und die Kompetenz der größten Interessenvertretung der Digitalwirtschaft einbringen, um den Standort Österreich zum Gewinner im digitalen Transformationsprozess zu machen“, kündigt Morawetz an. „Als Dialogpartner auf Augenhöhe wird sich das iab austria wichtiger Themen wie unter anderem Female Empowerment annehmen und sowohl seinen Mitgliedern als auch der gesamten Kommunikationsindustrie Mehrwert bieten.“

Neuer Vorstand lädt zum „Happy New Year Get-together“

Auf Einladung von iab-austria-Präsidentin **Rut Morawetz** (A1) sowie der Vorstandsmitglieder **Michael Buchbinder** (ProSiebenSat.1 PULS 4), **Josip Cukic** (Sportradar), **Gerhard Günther** (Digitalsunray Media), **Sher Khan** (Google), **Stephanie Mauerer** (e-dialog), **Philip Miro** (ORF-Enterprise), **Maximilian Mondel** (CMS Momentum), **Helene Roba** (Wien Tourismus) und **Christoph Szüts** (Der Standard) wurden beim Networking im „Creo.“ unter anderem gesichtet: **Lena Artes** (Mediaplus), **Bernhard Brückl** (Sportradar), **Aida de Martin** (IP Österreich), **Judith Dobretzberger** (Google), **Markus Duft** (Krone Multimedia), **Philip Fumolo** (Brame), **Christoph Gabriel** (Mediamarkt), **Sebastian Hahn** (Media 1), **Lukas Hetzendorfer** (Otago), **Kathrin Hirczy** (Billa), **Isabella Höninger** (Goldbach), **Christoph Kellner** (Mediaplus), **Stephan Kreissler** (Ads That Work), **Olga Kundius** (Nespresso), **Christina Leeb** (United Internet Media), **Alexander Leitner** (Goldbach), **Sabine Liehr** (Drei), **Clemens Marischen** (Die Goldkinder), **Konrad Mayr-Pernek** (Purpur Media), **Sarah Ostermann** (ORF-Enterprise), **Alexander Oswald** (Futura), **Jenny Phillipek** (Omnicom Media Group), **Michael Prüwasser** (Der Standard), **Mathias Sadjadi** (Sky), **Georg Scheu** (YOC), **Daniela Schopf** (IP Österreich), **Thomas Schuster** (austria.com/plus), **Christopher Sima** (Krone Multimedia), **Philipp Stein** (ORF-Enterprise), **Fritz Strobl** (Show Heroes), **Thomas Urban** (Traffic3), **Alexandra Vetrovsky-Brychta** (Dialog Marketing Verband Österreich), **Hannes Wurzwallner** (Capture Media) oder **Viktoria Zischka** (Billa).

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)