

iab: Die Kandidaten

In wenigen Wochen wird ein neuer iab-Vorstand und ein neuer Präsident oder eine neue Präsidentin gewählt – hier alle Kandidaten auf einen Blick.

•• Von Dinko Fejzuli

WIEN. 2017 ist auch für den iab Internet Advertising Bureau ein spannendes Wahljahr: Ein neuer Vorstand wird gewählt und bei der Generalversammlung am 4. Oktober vorgestellt.

Allein für die Präsidentschaft bewerben sich drei Kandidaten: Alexandra Vetrovsky-Brychta, Geschäftsführerin Purpur Media, André Eckert, Geschäftsführer Russmedia Digital, und

Thomas Urban, Director Operations & Growth bei Improvee.

Bisher wurde der iab von Martina Zadina als Präsidentin und Lilian Meyer-Janek als Geschäftsführerin geführt.

Insgesamt rekrutieren sich die Kandidaten für den Vorstand selbst aus den Bereichen Auftraggeber der Werbung, Tech-

nische Dienstleister/Forschung & Entwicklung, Agenturen und Medien/Vermarkter.

Im iab sind führende Vertreter der heimischen Digitalbranche vertreten; in der Österreich-Sektion des iab selbst haben sich über 130 führende Unternehmen der digitalen Wirtschaft organisiert.

Sie setzen die Maßstäbe für die digitale Kommunikation, unterstützen die werbetreibenden Unternehmen mit Expertise, sorgen für Transparenz und fördern den Nachwuchs.

2001 gegründet, veranstaltet die Organisation jährlich den größten österreichischen Online-Award, den iab webAd.



André Eckert
Präsidentschaftskandidatur

GF Russmedia Digital Eckert, derzeit iab-Vizepräsident, möchte, um der Digitalisierung Rechnung zu tragen, den iab künftig unter anderem gegenüber Tech-Firmen, Start-ups, aber auch Studenten öffnen.



Alexandra Vetrovsky-Brychta
Präsidentschaftskandidatur

GF Purpur Media Vetrovsky-Brychta fasst ihr Wahlprogramm in sechs Punkten zusammen; u.a. möchte sie den iab zum „ersten Ansprechpartner der Politik machen“.



Thomas Urban
Präsidentschaftskandidatur

Director Operations & Growth bei Improvee Für ihn stehen u.a. die Themen Weiterbildung, internationale Vernetzung des iab und auch eine bessere Sichtbarmachung des iab als Innovations-Lab.



Alexander Falchetto
Vorstandskandidatur

GF APA-IT Falchetto war bisher noch kein persönliches Mitglied des iab. Dies wird angestrebt bzw. in Kürze abgeschlossen; er kandidiert erstmals für den iab-Vorstand.

„Es obliegt dem iab, im Austausch mit internationalen Organisationen einheitliche Standards zu entwickeln.“



Alexander Kunz
Vorstandskandidatur

Managing Director zeum Austria Kunz möchte mit den Interessensvertretungen anderer Medien, etwa MMA, VÖZ, VÖP, die Digitalisierung des Wirtschaftsstandorts Österreich vorantreiben.



Alexandra Hofer
Vorstandskandidatur

Leitung Digital Sales RMA. Hofer möchte sich vor allem für die Einführung von standardisierten Messkriterien einsetzen, um neben quantitativen auch qualitative Aspekte in den Vordergrund zu stellen.



Andreas Martin
Vorstandskandidatur

GF trigomedia Er möchte weiterhin ein verbandsübergreifender „Brückenbauer“ zwischen iab und MMA sein.



Benjamin Ruschin
Vorstandskandidatur

GF WeAreDevelopers Will den iab zum führenden Digitalverband Österreichs ausbauen und Mitgliedern echten Mehrwert bieten bei Sales/Business Development, Vernetzung und int. Zugängen zur Digitalbranche.



Bernd Wollmann
Vorstandskandidatur

Leitung Digital Marketing Casinos Austria, „Der iab soll sich breiter aufstellen und explizit junge Zielgruppen ansprechen, um seinem Anspruch, zentrale Anlaufstelle für digitales Marketing in Österreich zu sein, gerecht zu werden.“



Cosima Serban
Vorstandskandidatur

Director bei Newcast Möchte unter anderem das Beste der zwei Welten Kreation und Media vereinen und dafür die Besten der Branche bei ihrer Arbeit motivieren und unterstützen.



Doris Riedl
Vorstandskandidatur

Team Lead Brand & Communication ING-DiBa Austria „Ich bringe Erfahrung aus fünf Jahren Tätigkeit auf Unternehmensseite mit ein und werde fokussiert die Kundensicht in die Arbeitsgruppen und Initiativen des iab tragen.“



Eugen Schmidt
Vorstandskandidatur

CEO About Media „Für die nächste Periode möchte ich dabei unterstützen, die Aktivitäten des iab austria innerhalb der Politik und Wirtschaft stärker bekannt zu machen.“



Gerhard Guenther
Vorstandskandidatur

CEO & Co-Founder Digitalsunray Media Seine Ziele: u.a. das Vorantreiben der plattformübergreifenden Werbeauslieferung inkl. Standardisierung, Programmatic, Pricings, etc.



Kathrin Hirczy
Vorstandskandidatur

Investment Director Digital & Strategy IPG. Als persönliches Ziel habe ich mir die Weiterentwicklung von Programmatic Advertising, insbesondere mit dem Fokus, lokale Medien einzubinden, gesetzt.



Martin Raffener
Vorstandskandidatur

Director Technology bei GroupM Zu seinen Visionen zählen: Den iab mit technischem Wissen aus Agentursicht aufzuladen & die Standardisierung im iab weiter vorantreiben.



Matthias Selinger
Vorstandskandidatur

Leiter Sales Digital bei ORF-Enterprise „Für Onlinewerbung werden gerade national und international die Weichen neu gestellt. Der iab soll hier im Sinne seiner Mitglieder aktiv tätig sein.“



Michael Buchbinder
Vorstandskandidatur

Director Interactive/ GF Markt guru bei ProSiebenSat.1 Puls 4 „Ich möchte mich weiterhin dafür einsetzen, den iab als Instanz zu festigen, um das Verständnis für digitale Werbung weiter zu fördern und auszubauen.“



Nicola Dietrich
Vorstandskandidatur

Head of Content Strategy bei styria digital one Zu ihren Zielen gehört u.a. der Ausbau des Weiterbildungsangebots des iab & der Auf- und Ausbau der Kommunikationsstrategien des iab.



Peter Rathmayr
Vorstandskandidatur

Agency Head bei Google Austria „Als führender, globaler Technologieanbieter kann Google gemeinsam mit dem iab-Vorstand die österreichische, digitale Wirtschaft stärker vorantreiben.“



Sabine Auer-Germann
Vorstandskandidatur

CIO Mindshare Ihr Schwerpunkt liegt u.a. in einem verstärkten Lobbying, um den iab in der Werbetreibenden Wirtschaft und in der Politik zu pushen.



Sascha Mahdavi
Vorstandskandidatur

Performance Marketing Manager bei Allianz Elementar Versicherung Eines der für Mahdavi wichtigen Zukunftsthemen ist u.a. die Weiterentwicklung und Kommunikation des Themas KPIs.



Siegfried Stepke
Vorstandskandidatur

GF e-dialog Sein Motto lautet simpel, aber einprägsam: „Ich möchte nicht mehr auf andere Länder verweisen müssen, wenn Best-Practices gesucht werden.“



Steffen Kal
Vorstandskandidatur

Chief Digital Officer bei OmnicomMediaGroup „Unser gemeinsames Ziel muss es sein, den österreichischen Standort als Innovationstreiber international zu etablieren.“



Christopher Sima
Kassierskandidatur

GF UIM United Internet Media Austria Sima plädiert für die Etablierung eines „level playing fields“ zur Stärkung der nationalen digitalen (Werbe) Wirtschaft & die Lokalisierung von Werbemittelstandards.



Christoph Tagger
Kassierskandidatur

Leitung Programmatic Ad, Projektleitung CRM/ERP beim Standard Sein Thema ist die proaktive internationale Vertretung von iab-Interessen und die Erweiterung des Code of Conduct um Agenturen und Endkunden.



Stephan Kreissler
Schriftführerkandidatur

Director Futurezone bei Telekurier Online Medien „Mir ist der Ausbau der wirtschaftlichen Stärke des iab ein großes Anliegen, um wichtige Themen wie politisches Lobbying vorantreiben zu können.“



Andreas Janzek
Rechnungsprüferkandidatur

Leitung Werbemarkt National bei Anzeigen und Marketing Kleine Zeitung. Janzek ist bereits seit Oktober 2015 Mitglied im iab-Vorstand. Bisher übte er die Funktion des Schriftführers aus.



Markus Plank
Rechnungsprüferkandidatur

Head of Product Management bei adverserve digital advertising services Plank war bisher iab Arbeitsgruppen und kandidiert als Rechnungsprüfer.