

MEDIENMITTEILUNG

Zürich, 26. Juni 2018

Datenerhebungsprojekt Swiss Media Data Hub (SMDH)

IAB Switzerland neuer Mitaktionär bei Net-Metrix

Die IAB Switzerland hat Aktien der Net-Metrix AG übernommen. Mit diesem Schritt ist die IAB Switzerland ebenfalls an dem von Mediapulse und WEMF gemeinsam initiierten Datenerhebungsprojekt SMDH beteiligt. Die IAB Switzerland hält künftig Anteile in Höhe von 2.5% und stellt mit David Burst in seiner Funktion als Präsident der IAB Switzerland einen Verwaltungsratssitz.

Der Vorstand der IAB Switzerland unterstützt das Datenerhebungsprojekt SMDH als wichtiges Zeichen für die Online-Branche und den Werbemarkt. David Burst, Präsident der IAB Switzerland erklärt: «Das Projekt schafft einen enormen Mehrwert. Die IAB Switzerland steht hinter der neuen Währung und dem SMDH. Mit dieser unabhängigen Forschung können künftig publisherübergreifende Nettoreichweiten für Kampagnen ausgewiesen werden». Die IAB Switzerland als Branchenvertreterin möchte die Online Währung generell und die konvergente Medienforschung bzw. die Onlinekampagnenforschung im Speziellen aktiv unterstützen.

Der IAB Switzerland steht mit dieser Beteiligung zusätzlich die Stellung eines Verwaltungsrates zu. David Burst wurde am 18. Juni 2018, in seiner Funktion als Präsident der IAB Switzerland, von der Generalversammlung als Verwaltungsrat der NET-Metrix AG bestätigt.

Der SMDH arbeitet an einer Lösung für eine neue, einheitliche und neutrale Medienwährung, die es Werbetreibenden erlaubt, ihre digitalen Kampagnenleistungen zu vergleichen. Die Vorbereitungsphase ist nun abgeschlossen. In einem ersten Schritt implementieren Publisher testweise den Tag von comScore, um mit den gewonnenen Daten die notwendige Modellentwicklung voranzutreiben. In einem zweiten Schritt erfolgt ab der zweiten Jahreshälfte 2018 sukzessive der definitive Tag-Einbau in alle Angebote der Vertragspartner wie Websites (stationär und mobil) und Apps (Android, iOS). Parallel dazu wird das Swiss Media Panel (SMP) aufgebaut. Das heisst, dass mittels einer repräsentativen Stichprobe die Nutzungsgewohnheiten der Schweizer Online-Bevölkerung als weitere Grundlage für das spätere Methodenmodell erfasst werden.

ENDE

Medienkontakt:

Leitung Kommunikation, Marketing & Events

jennifer.wagner@iab-switzerland.ch

Tel: +41 78 972 84 82

Information IAB Switzerland

Die IAB Switzerland Association hat sich als Vertreterin der digitalen Werbebranche in der Schweiz zum Ziel gesetzt, aktiv Gattungsmarketing für den Digitalwerbemarkt zu betreiben, Know-how zu vermitteln, die Planbarkeit der Digitalwerbung zu vereinfachen wie auch rechtliche Grundlagen und Standards zu schaffen. Zu diesem Zweck wurden Fachgruppen gebildet, welche in den Bereichen Ausbildung, Forschung, Standards, Marketing, Recht, Mobile, Agenturen, Programmatic, Bewegtbild, Performance, Search, Technik, Native Advertising und Diversity aktiv tätig sind und sich für die Weiterentwicklung der digitalen Werbebranche einsetzen. Die IAB ist mit der IAB Europe Teil eines internationalen Netzwerks.

Swiss Media Data Hub (SMDH)

Der SMDH (Swiss Media Data Hub) ist ein Joint-Venture-Projekt zwischen der Mediapulse AG und der WEMF AG für Werbemedienforschung. Das Projekt wird innerhalb der NET-Metrix AG (einer Tochterfirma von Mediapulse und WEMF) organisiert. Mediapulse und WEMF sind paritätisch als Mehrheitsaktionäre, die IAB Switzerland (International Advertising Bureau Switzerland Association), der SWA (Schweizer Werbe-Auftraggeberverband) und die LSA (Leading Swiss Agencies) ebenfalls paritätisch als Minderheitsaktionäre am SMDH beteiligt. Für finanzielle Beteiligungen von weiteren Branchenvertretern steht das Projekt offen. SMDH bildet in Zukunft die Basis für eine Organisation zur umfassenden, gattungsübergreifenden Beschaffung, Verbreitung und Analyse von Online-basierten Mediennutzungsdaten.