

MEDIENMITTEILUNG

Zürich, 25. November 2019

Zusammenarbeit von IAB Switzerland und Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA)

Künftige Offenlegung der Visibility-Werte

Die IAB Switzerland Association und der Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA) haben in Folge ihrer gemeinsamen Transparenzinitiative nun einen ersten Erfolg zu verzeichnen. Ab 2020 werden die grossen Schweizer Medienhäuser und Vermarkter in ihren Preislisten transparent für alle Werbeformen und -platzierungen auch Visibility-Werte (Leistungswerte) veröffentlichen.

Der Verband der digitalen Werbebranche IAB Switzerland und der SWA haben erstmals eine verbandsübergreifende Initiative in die Wege geleitet, um den Marktbedürfnissen in Bezug auf mehr Transparenz in der Digitalwerbung Rechnung zu tragen. Mit der neuen Initiative, die Verbandsvertreter gemeinsam mit den grossen Medienhäusern und Vermarktern der Schweiz erarbeitet haben, wird künftig die Visibility-Leistung offengelegt.

Die grossen Schweizer Verlage einigen sich mit SWA und IAB Switzerland auf transparente Veröffentlichung der Visibility-Werte

Die folgenden Schweizer Verlage bzw. Vermarkter werden ab dem 1. Januar 2020 neben ihren Preisen auch transparent im Vorfeld die Visibility-Leistung der einzelnen Werbemittel und -platzierungen publizieren. Die Veröffentlichung wird entweder in Form von garantierten oder indikativen Visibility-Werten bzw. einer Visibility-Bandbreite erfolgen. Diese gelten für sämtliche Kampagnen und alle Kunden. Die Messung erfolgt nach dem 50/1 IAB-Standard mit einem von einer anerkannten Organisation (z.B. Media Rating Council (MRC)) akkreditierten Tool der Publisher.

Zum aktuellen Zeitpunkt haben folgende Schweizer Medienhäuser und Vermarkter sich dazu bereiterklärt, diese Initiative zu unterstützen:

- Admeira
- Audienz
- Goldbach Audience
- Romandie Network
- Tamedia
- Watson

Quartalsweiser Benchmark-Report von SWA und IAB zur Entwicklung der Visibility-Rate in der Schweiz

Um Transparenz bezüglich der Entwicklung der Visibility-Rate über alle grossen Werbeangebote in der Schweiz zu erhalten, wird im Rahmen dieser Initiative zudem vierteljährlich ein Visibility-Report von IAB und SWA veröffentlicht, zu dem die oben genannten Vermarkter die Daten anliefern. SWA/IAB werden diese Daten unabhängig kontrollieren und für den Gesamtmarkt aggregieren. Der erste Visibility-Benchmark-Report wird Anfang des zweiten Quartals 2020 veröffentlicht.



Schweizer Werbe-Auftraggeberverband
Utenti Svizzeri Pubblicità
Association Suisse des Annonceurs
Association of Swiss Advertisers

Medienkontakt:

IAB Switzerland

Roger Baur, Geschäftsführer

+41 79 600 13 17

roger.baur@iab-switzerland.ch

Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA)

Roland Ehrler, Direktor

T +41 44 363 18 38

roland.ehrler@swa-asa.ch

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 Fachkreise, Ressort und Fokusgruppen gebildet, welche in den unterschiedlichen Bereichen des Digital Marketing aktiv tätig sind und sich für die Weiterentwicklung der digitalen Werbebranche einsetzen. Die IAB ist mit der IAB Europe Teil eines internationalen Netzwerks.

Fachkreise: Agenturen, Kunden, Vermarkter/Publisher

Ressorts: Ausbildung, International, Marketing, Marktforschung, Recht, Standards

Fokusgruppen: Bewegtbild, Content Marketing, Mobile, Performance, Programmatic, Search

www.iab-switzerland.ch

Information Schweizer Werbeauftraggeber-Verband

Der unabhängige Verband vertritt seit 1950 ausschliesslich die Interessen der Schweizer Werbeauftraggeber. Die heute über 190 Mitglieder repräsentieren etwa 75% Mediaausgaben im Schweizer Werbemarkt. Eines der wichtigsten Ziele des Verbandes sind kompetitive Rahmenbedingungen für die Marketing- und Kommunikationsaktivitäten seiner Mitglieder. Der SWA vertritt u.a. die Werbeauftraggeber mit Sitz und Stimme in allen Schweizer Mediaforschungsinstitutionen. Zudem ist der SWA eines der Gründungsmitglieder des internationalen Verbands „World Federation of Advertisers“ (WFA) und damit ein Teil eines internationalen Netzwerks.

Organisiert ist der Verband mit einer Geschäftsstelle in Zürich, einem Vorstand und folgenden Fachgruppen: Integrated Marketing Committee, Media Committee, Digital Committee, Regulation Committee, Sponsoring Committee und Groupe Romand.

www.swa-asa.ch