

MEDIENMITTEILUNG

Zürich, 9. Juli 2020

Transparenzinitiative der Branchenverbände

Neues Whitepaper von IAB Switzerland, LSA und SWA zu «Brand Safety»

Die Initiative, zu der sich die Branchenverbände IAB Switzerland, Schweizer Werbe-Auftraggeberverband SWA und Leading Swiss Agencies LSA zusammengeschlossen haben, dient neben der Offenlegung von Visibility- und Ad-Fraud Werten in der Schweiz auch der Aufklärung zu relevanten Themen im Bereich der Transparenz im Digital Marketing. Zu diesem Zweck wird nun ein neues Whitepaper veröffentlicht, das die Facetten von Brand Safety aufzeigt.

Ende vergangenen Jahres ging die Transparenzinitiative von IAB Switzerland und SWA mit der Ankündigung der Offenlegung von Visibility-Werten in der Schweiz erstmals an die Öffentlichkeit. Ihr folgte die Publikation eines Whitepapers zu «Ad Fraud». In der Zwischenzeit wurde der Kreis der Initianten um den Agenturverband LSA erweitert und erste Zahlen sowohl zu Visibility- wie auch Ad-Fraud-Werten in der Schweiz konnten publiziert werden. Ziel der Initiative ist es, neben der angekündigten quartalsweisen Offenlegung der Zahlen der grössten Publisher und Vermarkter, allgemeine Definitionen für den Themenbereich Transparenz im Digitalen Marketing in der Schweiz zu etablieren.

Mit der Publikation des Whitepapers «Brand Safety», d.h. dem Ausspielen von Werbekampagnen auf rechts- und markenkonformen Umfeldern, legt die Transparenzinitiative der drei Verbände nun einen weiteren Grundstein bezüglich des einheitlichen Verständnisses im Themenbereich. Aufgrund nicht zu unterschätzender Folgen für den Markt sowie der betreffenden Marken ist eine allgemeine Stellungnahme dringend notwendig, um die Bedeutung von Brand Safety klar hervorzuheben. Neben der Erklärung und Abgrenzung gängiger Begriffe ist sowohl die Schaffung eines einheitlichen Verständnisses als auch die klare Verortung von Brand Safety innerhalb des digitalen Ökosystems erklärtes Ziel.

Die Schweizer Branchenverbände arbeiten bei der Initiative eng mit dem deutschen Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. zusammen. Die Definitionen des Whitepapers zu «Brand Safety», die sich in die Bereiche «Legal Safety» und «Brand Suitability» unterteilt, müssen nach Auffassung der IAB Switzerland, des LSA, des SWA und der weiteren beteiligten Vertreter des Marktes übergreifend zur Anwendung kommen, um eine Basis für Transparenz zu schaffen. Roland Ehrler (SWA) betont: «Die Werbeauftraggeber müssen ihre Marken vor negativen Einflüssen unangemessener Inhalte schützen. Lokale Verbände können mit solchen Initiativen die Rahmenbedingungen dafür verbessern.»

Das Whitepaper steht gratis zum Download unter www.iab-switzerland.ch, www.leadingswissagencies sowie www.swa-asa.ch zur Verfügung.

ENDE



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

Medienkontakte:

IAB Switzerland
Urs Flückiger, Leiter Geschäftsstelle
T +41 79 788 50 00
urs.flueckiger@iab-switzerland.ch

Leading Swiss Agencies (LSA)
Catherine Purgly, Geschäftsführerin
T +41 43 444 48 18
catherine.purgly@leadingswissagencies.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 Ressorts geschaffen und Arbeitsgruppen 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.

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

Arbeitsgruppen: Agenturen, Kunden, Vermarkter/Publisher, Bewegtbild, Content Marketing, Mobile, Performance, Programmatic, Search

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

www.iab-switzerland.ch

Information LEADING SWISS AGENCIES (LSA)

Leading Swiss Agencies vereint die führenden Kommunikationsagenturen der Schweiz. Seine 80 Mitglieder arbeiten nach hohen ethischen Grundsätzen. Sie schaffen für ihre Kunden Mehrwerte durch erstklassige Leistungen - mit ganzheitlichen Kommunikations- und Businesslösungen bis zu langfristigen Markenführungsmandaten sichern sie den Erfolg ihrer Kunden. Die Mitglieder unterziehen sich einem strengen Aufnahmeverfahren und müssen sich über höchste Qualitätsanforderungen ausweisen.

www.leadingswissagencies.ch

Information Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA)

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