

PRESSEINFORMATION

Zeitungen unterstützen „Qualitätsinitiative Werbewirkungsforschung“

**An der marktübergreifenden Initiative für mehr Qualität in der
Werbewirkungsforschung beteiligen sich neben sieben Mediengattungen
auch Facebook und Google.**

Frankfurt am Main, 29. November 2016. Mit einem Treffen der Entscheider aller beteiligten Gattungen und Marktpartner am 18. November 2016 in Berlin ist die „Qualitätsinitiative Werbewirkungsforschung“ offiziell gestartet. Als Folgeprojekt aus dem Pilot der gattungsübergreifenden Werbewirkungsplattform will die Initiative für mehr Qualität und Transparenz in dem immer wichtiger und anspruchsvoller werdenden Feld der Werbewirkungsforschung sorgen. Neben den sieben Gattungen Kino, Online, Außenwerbung, Radio, TV, Zeitschriften und Zeitungen sowie der Organisation Mediaagenturen (OMG) und der Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) haben sich zum Kick-off auch Google und Facebook der Initiative angeschlossen.

Im ersten Schritt wird ein Dokumentationsraster für Werbewirkungsstudien mit allen relevanten Parametern für die qualitative Einschätzung von Studien erstellt. Dieses soll für Werbungtreibende, Agenturen und Medien mehr Transparenz über die Leistungsfähigkeit von Studien schaffen und so die Sichtbarkeit von Qualität im Markt deutlich erhöhen. Gleichzeitig werden Empfehlungen für die Abbildung von Kampagnenkontakten erarbeitet, um dem Markt konkrete Hilfestellung anzubieten. In einem dritten, späteren Schritt ist es geplant, Guidelines für die qualitative Einschätzung von Studienergebnissen anzubieten. Mit dem Projektmanagement der Qualitätsinitiative ist die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma) beauftragt worden. Unter ihrem Dach wird die Qualitätsinitiative

ZMG ZEITUNGS MARKETING GESELLSCHAFT MBH & CO. KG

Werbewirkungsforschung als neue Arbeitsgruppe durch die Mitglieder der Initiative geführt.

Uwe Storch, stellvertretender OWM-Vorsitzender: „Als Stimme der werbungstreibenden Unternehmen hat die OWM den Anspruch, dass die Werbewirkungsforschung den heutigen Ansprüchen gerecht wird. Deshalb ist es ein weiterer Fortschritt für die Werbewirkungsforschung in Deutschland, dass wir mit dem Einstieg von Google und Facebook nahezu den gesamten Markt für dieses Projekt gewinnen konnten. Als freiwillige Selbstkontrolle wird die Initiative dafür sorgen, dass sich durch klare Standards und eine einheitliche Sicht auf Qualität die Sensibilität für das Thema erhöht und die Qualitätssicherung in der Forschung deutlich vorankommt.“

Karl Pall, Director Brand Solutions DACH Google Germany: "Der Fokus auf Datenanalyse und Messbarkeit ist von jeher Bestandteil unserer Unternehmenskultur. So können wir unseren Kunden hocheffiziente Online-Werbelösungen anbieten. Jede weitere Entwicklung in dieser Richtung unterstützen und betreiben wir gerne. Wir freuen uns, Partner der Qualitätsinitiative Werbewirkungsforschung zu sein und somit zu kanalübergreifenden Messungsstandards beitragen zu können."

Marianne Bullwinkel, Country Director DACH Facebook: „Transparenz und Vergleichbarkeit sind unverzichtbar für eine zeitgemäße Werbewirkungsforschung. Mit unserem Engagement in der Initiative setzen wir uns dafür ein, dass sich die veränderte Mediennutzung hin zu mobilen Endgeräten stärker in der heutigen Werbewirkungsforschung widerspiegelt. Die besten Methoden zur Messung mobiler Werbekontakte werden von der Forschung nicht immer implementiert. Wie auch die OWM wünschen wir uns Studien, die ein realistisches und vergleichbares Bild medienübergreifender Werbewirkung liefern.“

Im Schlußwort mit den anderen Gattungen begrüßen auch die Zeitungen die Qualitätsoffensive, wie Markus Ruppe, Geschäftsführer der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft, unterstreicht: „Die ursprüngliche OWM-Initiative hat einen wichtigen Impuls gesetzt und sich mit diesem Schritt genau in die richtige Richtung



weiterentwickelt. Werbewirkung ist kampagnenindividuell, werbeträgerspezifisch und auf spezielle Zielgruppen ausgerichtet. Auf all das können wir bei dieser Vorgehensweise in Zukunft eingehen. Die Zeitungen stehen für Qualität, Glaubwürdigkeit und Reichweite – genau das erwarten wir auch von einer Initiative, an der wir uns beteiligen. Der Rahmen ist geschaffen.“

Die ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft zeigt die Kraft der Zeitung. Das Medium erreicht mit seinen gedruckten und digitalen Ausgaben über 60 Millionen Leser. Die ZMG bietet Werbekunden und Agenturen Orientierung im Zeitungsmarkt. Sie unterstützt diese mit Werbewirkungsforschung sowie Planungs- und Buchungssystemen. Zudem ist sie Marketingdienstleister für Zeitungshäuser.

Ansprechpartnerin ZMG:

ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft
Dr. Andrea Gourd
Pressekoordination
Tel. 069/97 38 22 - 46
Fax 069/97 38 22 – 51
E-Mail: gourd@zmg.de