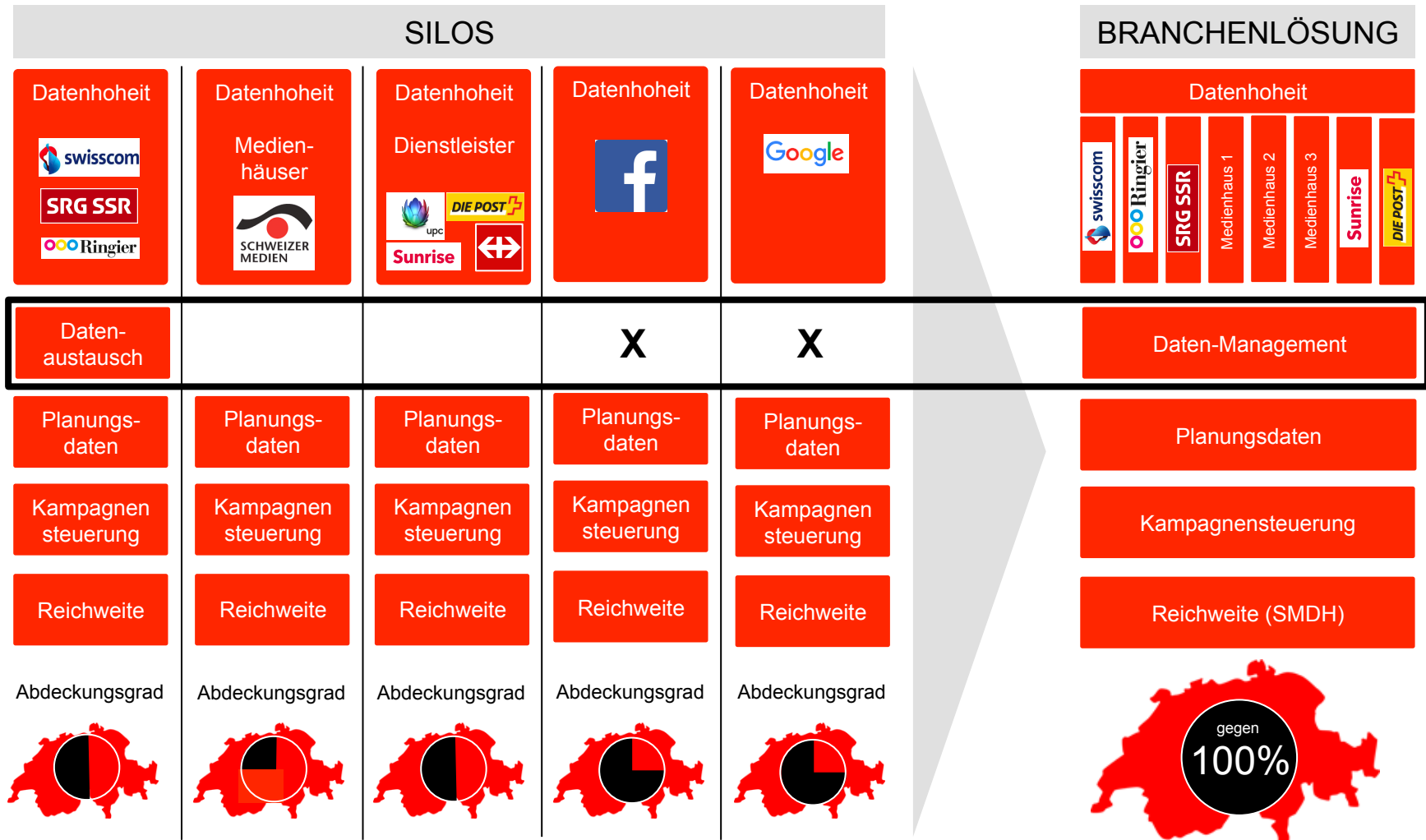


Daten-Branchenlösungen stärken Schweizer Medienmarkt

**DISKUSSIONS
GRUNDLAGE**



Von der **BRANCHENLÖSUNG** für die **WERBEPLANUNG** und **REICHWEITENMESSUNG** profitieren alle:

- **Werbeauftraggeber** (transparente und qualitativ hochwertige Werbeprodukte)
- **Agenturen** (einfachere Buchung)
- Schweizer **Medienunternehmen** (gleich lange Spiesse wie Google und Facebook)
- **Benutzer** (relevantere Werbung)

Abgrenzung: Zwei Datenplattformen, ähnliche Daten für unterschiedliche Zwecke

Vor der Kampagne	Nach der Kampagne
WERBEPLANUNG /-AUSLIEFERUNG (Admeira, Google, Tamedia etc.)	WERBE- und REICHWEITENMESSUNG (Swiss Media Data Hub, SMDH)
Ziel: Zielgenaue Werbe-Auslieferung	Ziel: Neutrale, unabhängige Online-Währung für den Gesamtwerbemarkt
Datengrundlage: Nutzungsdaten wie Cookies, Login-Daten, TV-Set-Top-Box	Datengrundlage: Nutzungsdaten wie Cookies oder Login-Daten, ergänzt um Daten aus Panels etc.
Zeitpunkt: Vor und während der Auslieferung einer Werbekampagne	Zeitpunkt: Ex-post, im Nachgang zu einer Werbekampagne
Exklusivität vs. Neutralität: exklusiv	Exklusivität vs. Neutralität: neutral
Anspruch: Treffgenauigkeit in einer bestimmten Zielgruppe	Anspruch: Vollständigkeit , Abbild der ganzen Bevölkerung
Betrieb: Non-Profit-Organisation, zu gründen	Betrieb: Net-Matrix (WEMF/Mediapulse)

PLANUNGSPHASE: Das Monopolisieren der Daten bei wenigen Playern führt zu Marktverzerrungen, nur eine Zusammenlegung, eine Branchenlösung stärkt den Schweizer Medien- und Werbemarkt.
ERFOLGSMESSUNG: Auch der SMDH ist auf die Kooperation aller Marktplayer angewiesen, um der Schweizer Werbewirtschaft die bestmögliche Erfolgsmessung zur Verfügung zu stellen.