

## Pressemitteilung

### **MIA Projekt forciert einheitliche internationale Reichweitenstandards**

#### **IAB und EIAA präsentieren erste Ergebnisse der globalen Initiative auf der Interact 2008**

**Berlin/Brüssel, 23. Mai 2008. Immer noch erschweren verschiedene Standards und durcheinander wirbelnde Begrifflichkeiten die länderübergreifende Planung von Online-Werbekampagnen. Genau hier setzt die gemeinsame Initiative des Interactive Advertising Bureau (IAB) Europe und der European Interactive Advertising Association (EIAA) an. Das im Oktober 2007 gestartete MIA (Measurement of Interactive Audience) Projekt hat sich langfristig einheitliche, vergleichbare Standards und Leistungswerte bei der Messung von Online-Reichweiten zum Ziel gesetzt. Den ersten Meilenstein, ein Glossar, präsentieren die beiden Organisationen im Rahmen der Interact 2008 in Berlin, dem Kongresshighlight der europäischen Online-Werbeszene.**

Hochrangige Vertreter der Internet-, Werbe- und Medienszene haben ihr Kommen zur Interact 2008 bereits zugesagt. Sie alle eint das stetig steigende Interesse an internationalen Strategien und Kampagnen. Mit besonderer Spannung werden dabei die ersten Ergebnisse des MIA Projekts erwartet, bilden sie doch die elementare Grundlage für den Erfolg einer länderübergreifenden Online-Planung. Noch schwirren hier die Fachbegriffe durcheinander. Teils beinhalten dieselben Begrifflichkeiten sogar je nach Land verschiedene Bedeutungen. Das MIA Projekt setzt dieser Fehlentwicklung in einem ersten Schritt mit einem Glossar, das beim IAB-Kongress Interact 2008 erstmals veröffentlicht wird, ein Ende.

#### **Grundlagenarbeit für erfolgreiche internationale Online-Werbekampagnen**

„Wir beobachten ein verstärktes Interesse seitens der Werbetreibenden an internationalen Kampagnen, die zentral geplant werden“, so Thomas Duhr, Vizepräsident des IAB Europe und verantwortlich für das MIA Projekt im IAB Council. „Daher arbeiten wir mit Hochdruck an international einheitlichen, vergleichbaren Leistungswerten und Standards für die Online-Reichweitenmessung. Das Glossar ist ein erster Schritt, den wir binnen weniger Monate gemeinsam mit der EIAA und vor allem auch außereuropäischen IABs vollzogen haben – ein richtiges und wichtiges Signal für die werbetreibende Industrie.“ Mit der Schaffung einheitlicher Definitionen stellt die Branche eine Grundlage für die einheitliche Bewertung und Messung von Online-Reichweiten bereit. In einem zweiten Schritt werden in Kürze die verschiedenen Ansätze und Methoden zur Online-Reichweitenmessung analysiert und bewertet.

Zu den weiteren Kongresshighlights der Interact 2008, die am 2. und 3. Juni in Berlin stattfindet, zählen prominente Keynotes u.a. von Dr. Andreas Wiele (Axel Springer), Jaap Favier (Forrester Research), Jay Stevens (MySpace), Michel Lambert (Procter & Gamble) oder Randall Rothenberg (IAB US), die Präsentation der europäischen Werbemarktzahlen im Ad-Ex-Report sowie erfolgreiche, internationale Case Studies etwa von Kellogg oder Reebok. Eröffnet wird der Kongress von Paul Mudter, Vorsitzender des Online-Vermarkterkreises (OVK) und

Alain Heures, Präsident des IAB Europe, sowie Alison Fennah, Executive Director der EIAA, die den paneuropäischen Kongress aktiv unterstützt. Partner der Veranstaltung, zu der mehrere hundert Teilnehmer aus ganz Europa und der Welt erwartet werden, sind zudem die European Association of Communications Agencies (EACA) und die World Federation of Advertisers (WFA).

Weitere Informationen: [www.interactcongress.eu](http://www.interactcongress.eu)

**Kontakt:**

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.  
Björn Kaspring, Referent Online-Vermarktung  
Kaistraße 14, 40221 Düsseldorf, Germany  
Tel.: +49 (0)211 60 04 56 -14; Fax: -33  
<mailto:kaspring@bvdw.org>  
[www.bvdw.org](http://www.bvdw.org)

**Presse:** Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.  
Christoph Salzig, Pressesprecher  
Kaistraße 14, 40221 Düsseldorf, Germany  
Tel.: +49 (0)211 60 04 56 -0; Fax: -33  
<mailto:salzig@bvdw.org>  
[www.bvdw.org](http://www.bvdw.org)

**Sponsoren der Interact 2008:**

Nugg.ad  
online-marketing-düsseldorf

**Medienpartner der Interact 2008:**

Horizont  
Internet World Business  
Werben & Verkaufen

**Interactive Advertising Bureau – Europe ([www.iabeurope.eu](http://www.iabeurope.eu))**

IAB Europe is the European trade association for Digital and Interactive Marketing representing its 15 national IABs and some European corporate members. With some 50 staff and more than 3000 members, IAB Europe represents the voice of the industry at national and European level.

IAB Europe is focusing its work on two major areas being public affairs and standardisation. Firstly, legal issues in EU Parliament and Commission become more and more critical for the industry, and IAB Europe is ensuring that the regulator receives the right information.

Secondly, as part of the Digital and Interactive Marketing start to become pan-European driven campaigns, it is important to develop standards and guidelines accepted at national level and applied at European dimension.

**IAB Germany ([www.bvdw.org](http://www.bvdw.org))**

IAB Germany wird vom Online-Vermarkterkreis (OVK) als das zentrale Gremium der führenden deutschen Onlinevermarkter repräsentiert. Er gehört zum Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW). Ziel des gemeinsamen Auftritts ist es, der Gattung Online noch mehr Gewicht im Markt zu verleihen.

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung aller am digitalen Wertschöpfungsprozess beteiligten Unternehmen. Der BVDW steht im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen (Verbraucherorganisationen, andere Branchenverbände etc.), um ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche zu unterstützen.

Zudem bietet der BVDW ein Expertennetzwerk, das Unternehmen und Interessierten innerhalb wie außerhalb der Branche schnell und gezielt Antworten auf konkrete Fragestellungen rund um die Lösungen der Digitalen Wirtschaft liefert.

Der BVDW bietet ein umfangreiches Service- und Informationsportfolio für seine Mitgliedsunternehmen. Er hat sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Technologien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern.

**European Interactive Advertising Association ([www.eiaa.net](http://www.eiaa.net))**

The European Interactive Advertising Association is a unique pan-European trade organisation for sellers of interactive media and technology (service) providers. The primary objectives of the EIAA are to champion and to improve the understanding of the value of online advertising as a medium, to grow the European interactive advertising market by proving its effectiveness, thus increasing its share of total advertising investment.. Since its founding in 2002 the EIAA has invested substantially in multimedia research and marketing across Europe and as such has grown quickly to command a solid reputation and influential position within the European online market.

The European Interactive Advertising Association's current main members are: AOL Europe, AdLINK Group, Microsoft Digital Advertising Solutions, Yahoo! Europe, AD Europe - Orange, United Internet Media. Libero, LYCOS Europe, Tiscali, WunderLOOP, Atlas and DrivePM, DoubleClick, PREMIUM PUBLISHERS ONLINE and MTV Networks Europe.

With these member networks reaching the majority of the European online audience, the EIAA is in a unique position to work with advertisers and agencies to realise the full potential of interactive media in any marketing strategy.