**IGEM Mitgliederversammlung 2017 mit Werkstattbericht von Mediapulse**

* Beatrice Kniel von Admeira als Nachfolgerin von Martin Schneider und Christoph Kaufmann von WerbeWeischer als Nachfolger von Nils Schilling in den IGEM-Vorstand gewählt
* Übergabe der Geschäftsführung der IGEM von Ueli Custer an Siri Fischer
* Prognosen im TV für 2018 neu auf stabileren Universen
* Mediapulse liegen erstmals TV-Nutzungsdaten aus Set-Top-Boxen vor. Konzepte für die Erschliessung der Blocknutzung hinter den heutigen Nullwerten werden bis Ende 2017 vorgestellt
* Neue Radioforschung startet am 1. Juli 2017 wie geplant den Parallelbetrieb
* Schliessung von Messlücken im TV und Radio durch neue Online-Forschung unter dem Dach des Swiss Media Data Hub SMDH angestrebt. Erste Datenlieferungen Anfang 2019 erwartet

**An der Mitgliederversammlung 2017 wählte die IGEM Beatrice Kniel von Admeira als Nachfolgerin von Martin Schneider sowie Christoph Kaufmann von WerbeWeischer als Nachfolger von Nils Schilling in den Vorstand. Die Geschäftsführung der IGEM wurde von Ueli Custer an Siri Fischer übergeben. Im anschliessendem Gastreferat stellte die Mediapulse ihre aktuellen Projekte zur Messung von Radio, TV und Online vor.**

Zürich 28. Juni 2017. Auch in diesem Jahr war die Mitgliederversammlung der Interessengemeinschaft elektronische Medien IGEM erfreulich gut besucht, waren doch fast drei Viertel der 44 Mitgliedsfirmen vertreten. Diese Mitgliederzahl bedeutet gleichzeitig einen neuen Rekordstand in der 19-jährigen Geschichte der IGEM. Alle Anträge des Vorstandes wurden einstimmig genehmigt. Als Nachfolgerin von Martin Schneider wurde Beatrice Kniel, CMO von Admeira, in den IGEM-Vorstand gewählt. Ebenso wurde Christoph Kaufmann, CEO von WerbeWeischer, als Nachfolger von Nils Schilling gewählt. Der restliche Vorstand sowie Stephan Küng als Präsident der IGEM wurden einstimmig bestätigt. Der langjährige Geschäftsführer Ueli Custer, der altershalber zurücktritt, wird von Siri Fischer abgelöst.

**Werkstattbericht von Mediapulse**

Im Anschluss an die Mitgliederversammlung gaben Tanja Hackenbruch und Mirko Marr aus der Geschäftsleitung der Mediapulse einen Überblick über ihre aktuellen Projekte in der TV-, Radio- und Online-Forschung. Die Online-Forschung wird gemeinsam mit der WEMF unter dem Namen Swiss Media Data Hub, kurz SMDH, neu lanciert.

Die neue Online-Forschung soll sowohl Werbeträger (Websites, Apps) als auch digitale Werbekampagnen messen und als Marktwährung für Online-Reichweiten in der Schweiz etabliert werden. Dabei dient die neue Online-Forschung aus Sicht der Mediapulse insbesondere zur Schliessung von Messlücken im TV und Radio im Bereich der digitalen Video- und Audio-Nutzung. Mediapulse rechnet mit ersten Datenlieferungen des SMDH Anfang 2019.

Die TV-Universen geben an, wie viele Personen in den verschiedenen Zielgruppen mit TV-Werbung in der Schweiz erreicht werden können. Neu werden die TV-Universen bereits im August statt im Dezember publiziert und können somit bereits für die Prognosen der Werbeblockleistungen des ersten Halbjahres 2018 verwendet werden. Zudem wird die Berechnungsbasis von 12'000 Fälle auf 30'000 Fälle vergrössert, was eine deutliche Stabilisierung der Universen insbesondere bei spezifischen, kleineren Zielgruppen mit sich bringt.

Mediapulse liegen erstmals TV-Nutzungsdaten aus Set-Top-Boxen vor. Erste Auswertungen zeigen zwar starke Parallelen zum bestehenden Messsystem, aber auch, dass viele Werbeblöcke in den Set-Top-Boxen dennoch Nutzung haben, obwohl sie im herkömmlichen Messsystem mit null Zuschauern ausgewiesen werden. Von rund 1’700 untersuchten Werbeblöcken wiesen ca. 45% mit dem bestehenden Messansatz keine Nutzung auf. Dagegen zeigten die Daten der Set-Top-Boxen nur bei 4 Werbeblöcken bzw. ca. 0.02% tatsächlich sogenannte «Nuller». Mediapulse folgert daraus, dass in der TV-Forschung «Null zwar in der Regel wenig, aber auch nicht Nichts bedeutet». Daher sollen Konzepte für die Erschliessung der Werbeblock-Nutzung hinter den heutigen Nullwerten dem Markt bis Ende 2017 vorgelegt werden.

Per Anfang 2018 startet die neue Schweizer Radiomessung «Explorradio». Um einen reibungslosen Übergang zu gewährleisten wird das neue System ab dem 1. Juli 2017 parallel zum bisherigen Radiocontrol betrieben. Die Aufbauarbeiten sind abgeschlossen und der Parallelbetrieb der neuen Radioforschung startet wie geplant. Vorteile der neuen Radioforschung sind eine grössere Stichprobe pro Tag, eine bessere Repräsentativität durch die Integration von Personen ohne (eingetragenen) Festnetzanschluss, eine schnellere Datenverfügbarkeit sowie die längere Tragedauer der Messuhren, so dass die Reichweiten von Radiokampagnen über grössere Zeiträume ausgewertet werden können.

Insbesondere das Thema SMDH und Rückfragen zu den Set-Top-Box-Daten bildeten auch Teil der abschliessenden Diskussion.

((Bildlegenden))

1. Beatrice Kniel von Admeira als Nachfolgerin von Martin Schneider neu in den IGEM-Vorstand gewählt
2. Christoph Kaufmann von WerbeWeischer als Nachfolger von Nils Schilling neu in den IGEM-Vorstand gewählt
3. Ueli Custer, der nach 19 Jahren als Geschäftsführer der IGEM zurücktritt
4. Stephan Küng von TWmedia, der nach 10 Jahren als IGEM-Präsident erneut bestätigt wurde
5. Siri Fischer, die Nachfolgerin von Ueli Custer und neue Geschäftsführerin der IGEM
6. Tanja Hackenbruch, Geschäftsführerin Mediapulse (Gastreferat)
7. Mirko Marr, Leiter Forschung Mediapulse (Gastreferat)
8. Martin Schneider von Admeira in der Bildmitte, der nach 13 Jahren aus dem IGEM-Vorstand zurücktritt, (links Axel Beckmann von Group M, der im Vorstand bestätigt wurde, und rechts Christoph Kaufmann von WerbeWeischer, der als Nachfolge von Nils Schilling neu in den Vorstand gewählt wurde)
9. Nils Schilling von WerbeWeischer, der nach 3 Jahren aus dem IGEM-Vorstand austritt

(alle Bilder: Oscar Alessio)

28.6.2017 / SF