### An der Mitgliederversammlung 2014 hatte die IGEM drei Vakanzen im Vorstand zu besetzen. Ausserdem konnte der neue IGEM-DigiMonitor angekündigt und der zweite IGEM Förderpreis an Larissa Haltiner verliehen werden.

*4. Juni 2014* Die statutarischen Geschäfte der Mitgliederversammlung waren wie üblich schnell erledigt. Alle Anträge des Vorstandes wurden einstimmig genehmigt. Speziell zu erwähnen ist die Ankündigung **des neuen IGEM-DigiMonitors** als Nachfolgeprojekt der 2012 letztmals publizierten KommTech-Studie. Dieses Studie wird in Zusammenarbeit mit der WEMF erhoben und **als einzige** der vielen verschiedenen Studien in diesem Bereich **echt bevölkerungsrepräsentativ** sein, da sie auf dem Sample der MACH-Studien beruht. Der IGEM-DigiMonitor wird Auskunft über die Nutzung und Verbreitung der digitalen Medien in der Schweiz geben und soll im vierten Quartal 2014 erstmals publiziert werden.

Präsident Stephan Küng und die wieder kandidierenden Vorstandsmitglieder wurden einstimmig für eine weitere Amtsdauer von einem Jahr bestätigt. **Aus dem Vorstand verabschiedet** wurden der 2012 gewählte **Philip Hofmann** als Vertreter Privat-TV, der 2002 gewählte **Marcel Bosshard** als Vertreter Radio und der 2003 gewählte **Ueli Weber** als Vertreter Online. **Neuer Vertreter Privat-TV wurde Roger Elsener**, Managing Director TV & VOD, AZ Medien AG / Belcom AG. Als neuen **Radiovertreter** wählten die anwesenden 24 Mitgliedervertreter **Raoul Gerber** von der Goldbach Group. Beim dritten frei gewordenen Vorstandssitz als **Vertreter Online** kam es, wie schon in den beiden Jahren zuvor, zu einer echten Wahl. Beworben hatten sich Edwina Gescheidle, Head of Adoperations & Tools der Omnicom Media Group sowie Jochen Witte, Partner und COO von Stailamedia. In der geheimen Abstimmung setzte sich **Jochen Witte** mit vier Stimmen Vorsprung durch.

Bereits zum zweiten Mal verliehen wurde der mit 5000 Franken dotierte **IGEM-Förderpreis**. Er ging an **Larisa Haltiner** mit ihrer Bachelorarbeit über kommerzielle Kommunikation auf Social Media an der HWZ, Hochschule für Wirtschaft in Zürich.

In einem anschliessenden Anlass wurde das hochaktuelle Thema **All-Screen-Planning** aufgegriffen. Denn Werbung mit bewegten Bildern wird immer wichtiger und immer vielseitiger einsetzbar. Die gleichen Spots können sowohl in klassischer Form im Rahmen von Fernsehprogrammen als auch online auf verschiedenste Art und Weise eingesetzt werden. Es ist aber nicht möglich, die Gesamtnutzung von Kampagnen auf allen Screens mit den bestehenden Tools zu messen. Am Anlass wurde ein IGEM-Statement zu diesem Thema vorgestellt. Weiter zeigt Martin Hehrne, Director Online Measurement, MMS, Stockholm den schwedischen Ansatz zur Lösung dieses Problems auf. Und die GfK stellte das in Deutschland bereits etablierte Panel GXL (Global Crossmedia Link) vor. In der abschliessenden Diskussionsrunde wurde herausgeschält, wohin die Reise in der Schweiz gehen könnte.

Bildlegende:  
Die drei neu gewählten Vorstandsmitglieder Raoul Gerber (Goldbach Group), Roger Elsener (Belcom) und Joch Witte (Stailamedia)

Ergänzende Auskünfte:

Ueli Custer, Geschäftsführer IGEM ([info@igem.ch](mailto:info@igem.ch), Tel. 032 641 06 10)