

Allianz für Brand Safety: Meetrics und NewsGuard starten innovative Partnerschaft

Auch in Deutschland und Europa gewinnt das Thema Brand Safety für die Werbebranche immer weiter an Bedeutung. Insbesondere bei Online-Kampagnen bleibt für Werbetreibende oft intransparent, in welchen Umfeldern ihre Anzeigen geschaltet werden und ob diese für ihre Marke überhaupt geeignet sind. Als ein zentrales Problem erweisen sich dabei "Fake News"-Webseiten. Mit aktuell verfügbaren technischen Mitteln können zwar einige unangemessene Inhalte identifiziert und herausgefiltert werden; Falsch- und Desinformation lassen sich jedoch auf diese Weise nicht so zuverlässig erkennen wie durch geschulte Analytistinnen und Analysten.

Um dieses Problem zu lösen, haben Meetrics, Europas führender Anbieter von Lösungen im Bereich Ad Verification, und NewsGuard, ein Online-Dienst zur Bewertung der Glaubwürdigkeit und Transparenz von Nachrichten- und Informations-Websites, eine innovative Lösung entwickelt. Im Gegensatz zu Ansätzen, die nur auf Künstlicher Intelligenz basieren, wird NewsGuards einzigartige Datenbank von Journalistinnen und Journalisten aus mehreren Ländern zusammengestellt. Anstelle eines Algorithmus kommt dabei ausschließlich menschliche Intelligenz zum Einsatz. In Kombination mit den ausgefeilten analytischen Fähigkeiten von Meetrics steht Werbetreibenden nun ein Tool zur Verfügung, mit dem Unternehmen ihre Marken wirksam schützen und Kampagnen gezielt auf seriöse Nachrichten-Websites ausrichten können.

Meetrics hat die NewsGuard-Datenbank mit mehr als 6000 Website-Bewertungen in sein Angebot integriert. Auf diese Weise können Unternehmen die Ausspielung ihrer Anzeigen auf Webseiten vermeiden, die von NewsGuards geschulten Journalisten als unzuverlässig identifiziert wurden, und im gleichen Zuge seriöse Nachrichtenanbieter unterstützen. Eines der wichtigsten Problemfelder, das durch die gemeinsame Lösung von Meetrics und NewsGuard umgangen werden kann, sind Falschinformationen zur Corona-Pandemie: Seit Anfang des Jahres hat NewsGuard rund 350 Webseiten in seinem Coronavirus Misinformation Tracking Center katalogisiert.

"Der Grad an Desinformation auf einigen Webseiten hat ein Niveau erreicht, das zum sofortigen Einschreiten zwingt, zum Beispiel dann, wenn im Zusammenhang mit dem Coronavirus zu Maßnahmen geraten wird, die schwerwiegende gesundheitliche Folgen nachziehen können und vor denen offizielle Stellen eindringlich warnen. Werbetreibende

laufen Gefahr unwissentlich auf solchen Webseiten ihre Werbung zu platzieren und ungewollt das Vertrauen in ihre Marke zu gefährden,” sagt Philipp von Hilgers, Geschäftsführer bei Meetrics und führt weiter aus: “Durch die Partnerschaft mit NewsGuard verfügt Meetrics über die nötigen und belastbaren Daten, um mit seiner Technologie eine Platzierung der Werbung zu unterbinden. Werbetreibende können damit auf eine Lösung zurückgreifen, die einerseits erlaubt, auf seriösen Nachrichten weiterhin zu werben, also einem Umfeld, das enorme Reichweiten erzielt und für Nutzer eine hohe Bedeutung hat und andererseits vor massiven Reputationsverlusten schützt.”

Der Datensatz umfasst alle Nachrichten- und Informationsseiten, die 95% der Interaktionen mit News-Content in sozialen Netzwerken in den USA, Großbritannien, Deutschland, Frankreich und Italien ausmachen. Er enthält Informationen über verschiedene Kategorien von Falschinformationen, etwa zu Gesundheitsfragen, aber auch zu Verschwörungsmäthen und Hoaxes. Diese Informationen können Werbetreibende dafür nutzen, ihre Kampagnen gezielter auszurichten und bestimmte Arten unzuverlässiger Webseiten zu vermeiden.

“Unsere Partnerschaft mit Meetrics wird es Marken und Agenturen in ganz Europa ermöglichen, die Daten von NewsGuard einfacher und flexibler zu nutzen”, sagt Anna-Sophie Harling, Managing Director of Europe bei NewsGuard. “Gemeinsam können wir glaubwürdige Nachrichtenorganisationen unterstützen und gleichzeitig verhindern, dass die Werbegelder zu Desinformations-Webseiten fließen.”

Über Meetrics

Seit 2008 bietet Meetrics Lösungen zur Qualitätssteigerung im Online Marketing an und trägt somit zu einem transparenteren und effektiveren digitalen Ökosystem bei. Über die Sichtbarkeitsmessung von Online-Werbung hinaus, bietet Meetrics Kontrolle über Markenumfelder mit Brand Safety und Brand Suitability, Audience Verifizierung und Ad Fraud Prevention. Meetrics war das erste europäische Unternehmen, welches vom relevantesten Industriegremium, dem Media Rating Council (MRC), für Sophisticated Invalid Traffic Detection im Desktop/mobilen Web und In-App Sichtbarkeitsmessungen für Video- und Display-Umgebungen akkreditiert wurde. Meetrics ist Global Measurement Partner von Google, Facebook und anderen Plattformen. Führende Unternehmen der ganzen Welt vertrauen Meetrics Produkten und Dienstleistungen.

Über NewsGuard

NewsGuard wurde im März 2018 von dem preisgekrönten Journalisten und Medienunternehmer Steven Brill und dem ehemaligen Wall Street Journal-Verleger Gordon Crovitz ins Leben gerufen. Das Unternehmen bietet Glaubwürdigkeits-Ratings und liefert detaillierte Bewertungen für Tausende von Nachrichten- und Informations-Webseiten. NewsGuard hat alle Seiten bewertet, deren Inhalte für 95% des Social-Media-Engagements in den USA, Großbritannien, Deutschland, Frankreich und Italien verantwortlich sind. Zu den NewsGuard-Produkten gehören NewsGuard, HealthGuard und BrandGuard. Diese drei zusammen mit NewsGuards Misinformation Fingerprints-Datenbank aller bekannter Mythen, unterstützen Anbieter dabei die Brand Safety ihrer Marke zu gewährleisten.

NewsGuard bewertet jede Webseite anhand von neun grundlegenden journalistischen Kriterien. NewsGuard gewichtet jedes Kriterium anhand einer Punktzahl; für weniger als 60 von 100 Punkten gibt es die Bewertung „Rot“, für 60 und mehr ein „Grün“ – was bedeutet, dass die Webseite im Allgemeinen zuverlässig ist.

Die Bewertungen und Labels von NewsGuard können durch Anbieter von Internetdiensten, Browsern, Nachrichtenaggregatoren, Social Media-Plattformen und Suchmaschinen lizenziert werden, um ihren Benutzern die Informationen von NewsGuard zur Verfügung zu stellen. Diese Bewertungen werden den Verbrauchern über eine Browser-Erweiterung zur Verfügung gestellt, die in Chrome, Safari, Edge und Firefox verwendbar ist, sowie auf mobilen Geräten über NewsGuards iOS- und Android-Apps und über den mobilen Edge-Browser. Hunderte von Bibliotheken weltweit nutzen die kostenlose Browser-Erweiterung von NewsGuard zur Unterstützung von Medienkompetenz auf ihren öffentlich zugänglichen Computern. Damit bieten sie ihren Besuchern mehr Kontext für die Nachrichten im Netz. Weitere Informationen, auch zum Herunterladen der Browser-Erweiterung und des Bewertungsverfahrens, finden Sie unter newsguardtech.com/de/.