

Ny brancheforening sætter overliggeren højt for annoncenetværkerne

Det er nemt for nye aktører at forsøge sig med en opstart på markedet for annoncenetværk på nettet, og det har betydet mange valgmuligheder for annoncørerne. Men det gør det også svært at overskue markedet og skelne de seriøse annoncenetværk fra dem, som kun er ude på at score en hurtig gevinst på kundens bekostning ved brug af tvivlsomme metoder.

Derfor stifter de seks førende annoncenetværk på nettet nu brancheorganisationen **Foreningen af Danske Internet-netværk (FDIN)**.

”Målet er at få samlet branchen samt at løfte overliggeren. Det skal ske gennem god forretningskik, øget gennemsigtighed og ensartethed samt større krav til netværkernes samarbejdspartnere,” siger foreningens nye formand, Jimmi Meilstrup, der er medstifter og medejer af EuroAds.

Brancheforeningens første medlemmer er **TradeDoubler, ad pepper media, SmartResponse-Media, Guava Media, SpecificMedia og EuroAds**. Men foreningen håber på flere medlemmer, der kan og vil leve op til foreningens regler.

”Vi er overbeviste om, at stiftelsen af denne forening vil være startskuddet til at løfte hele niveauet i branchen. Bl.a. gennemfører vi en intern revision af medlemmerne efter forbillede fra IASH, der er en lignende brancheforening i Storbritannien. Sempelthen for at skabe den nødvendige gennemskelighed.” siger Jimmi Meilstrup og fortsætter:

”Det har været en sej proces at få samlet medlemmerne, og der ligger et hårdt stykke arbejde forude. Som noget af det første skal vi f.eks. have lavet en fælles kvalitetsaftale med de førende mediebyureauer. Men vi er i gang nu, og Rom blev jo heller ikke bygget på én dag. Det vigtigste er, at branchen endelig er samlet, og det er et godt udgangspunkt. Hvis vi skal reformere branchen, er det det, der skal til.”

Formandskabet i **Foreningen af Danske Internet-netværk (FDIN)** består af formanden og næstformanden, og vil gå på skift blandt foreningens medlemmer.