

Pressemeddelelse | 8. juni 2017

## JP/Politikens Hus lancerer kvalitetsløfte til annoncørerne

---

For at garantere både annoncører og mediebureauer maksimal effekt og fuld transparens i et ellers uigennemskueligt digitalt annoncemarked, lancerer JP/Politikens Hus nu et kvalitetsløfte. Bag løftet står husets fire medier, Ekstra Bladet, Jyllands-Posten, Politiken og Politikens Lokalaviser.

”Annoncørerne reagerer i øjeblikket stærkt på den voksende risiko for, at deres annoncer ender sammen med ekstremistisk propaganda og utroværdige historier hos de sociale medier, eller bliver placeret i ugenomsigtige annoncenetværk. Med det nye kvalitetsløfte sætter vi fokus på den sikkerhed, som redigerede kvalitetsmedier er garanter for”, siger Dorthe Bjerregaard-Knudsen, COO i JP/Politikens Hus.

Hun peger samtidig på, at kvalitetsløftet gør op med markedets ensidige fokus på målretningen overfor brugerne, hvor mange er gået på kompromis med konteksten i deres jagt på brugere.

”Fokuserer man kun på brugerne i sit annonceindkøb, er det umuligt at kontrollere, hvor og i hvilke sammenhænge man optræder, og alle sidevisninger er bestemt ikke lige gode eksponeringsmiljøer for et værdifuldt brand,” understreger Dorthe Bjerregaard-Knudsen.

Ekstra Bladet, Jyllands-Posten, Politiken og Politikens Lokalaviser har alle været garanter for kvaliteten af konteksten for annoncørerne i over 100 år.

”Vi adskiller os fundamentalt fra robot- og algoritmestyrede platforme, hvor alle har adgang til at uploade egenproduceret indhold. Vi præsenterer redigerede medier til såvel vores brugere som til vores annoncører. Alt indhold på vores sider lever op til klart definerede etiske standarder. Indholdet er – i alle hjørner af vores medier – produceret og godkendt af mennesker. Det repræsenterer en helt særlig kvalitet, sikkerhed og dermed værdi for en annoncør ” siger Dorthe Bjerregaard-Knudsen.

**Kvalitetsløftet** består af fem hovedelementer:

- 1. Brand safety:** Alt indhold er menneskeligt godkendt, og annonceområderne er trygge miljøer.
- 2. Viewability og tid:** Tid er en forudsætning for effekt – vi kan garantere tid med vores brugere.
- 3. Brugere:** Det er reelle, menneskelige brugere, der ser annoncerne hos os.
- 4. Data:** 1. parts data af bedste kvalitet – fuld deklaration og oplysning af brugerne.
- 5. Transparens:** Kun akkrediterede 3. parts teknologier anvendes til måling og dokumentation.

Læs mere om Kvalitetsløftet her <http://kvalitetsloeftet.dk/>

---

For yderligere oplysninger kontakt COO i JP/Politikens Hus Dorthe Bjerregaard-Knudsen, tlf.: 3347 2501