

MEDIENMITTEILUNG  
Zürich, 29. Juni 2017

## **Gemeinsam für ein sauberes Programmatic Advertising IAB Switzerland rollt Code of Conduct des BVDW in der Schweiz aus**

**Zürich 29. Juni 2017 – Programmatic Advertising ist inzwischen aus dem Online Marketing nicht mehr wegzudenken. Es hat jedoch immer wieder mit Vorurteilen zu kämpfen. Um Transparenz, Qualität und Sicherheit im Markt zu gewährleisten, spannt die IAB Switzerland mit dem Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) und der IAB Austria zusammen. Die IAB Switzerland rollt nun den im Herbst 2016 durch den BVDW e.V. veröffentlichten Code of Conduct Programmatic Advertising auch auf dem Schweizer Markt aus.**

Im November 2016 veröffentlichte die Fokusgruppe Programmatic Advertising im BVDW den Code of Conduct Programmatic Advertising. Die Selbstverpflichtung traf den Nerv der Zeit: Innerhalb kürzester Zeit haben sich rund 60, teilweise international tätige, Unternehmen aus den Marktbereichen Vermarkter/Publisher, Demand Side Platform (DSP), Sell Side Platform (SSP) und Datenanbieter auf die darin definierten Regeln für den automatisierten Mediahandel verpflichtet. Derzeit wird bereits an einer Erweiterung des Code of Conduct gearbeitet, mittels welcher sich auch Agenturen/Trading Desks der Selbstverpflichtung anschliessen können.

Das Projekt wurde anschliessend von der Programmatic Advertising Fokusgruppe der IAB Switzerland und der Arbeitsgruppe der IAB Austria in die jeweiligen Märkte transferiert. Seitdem haben bereits zehn Schweizer Unternehmen die Selbstverpflichtung unterzeichnet. Eine Übersicht über die teilnehmenden Unternehmen liefert die IAB Webseite: [www.iab-switzerland.ch/coc-programmatic](http://www.iab-switzerland.ch/coc-programmatic)

David Burst, Präsident der IAB Switzerland, unterstreicht die Bedeutung: «Die Qualitätssicherung in der Onlinewerbung war schon immer eine Herausforderung. Der Code of Conduct Programmatic Advertising als gemeinsame Lösung der DACH-Region ist eine Basis, auf die es aufzubauen gilt und die in der Branche bekannt werden muss. Der Code of Conduct liefert den Grundstein für Transparenz und Qualität beim programmatischen Einkauf.»

BVDW-Vizepräsident Thomas Duhr (IP Deutschland) freut sich über den internationalen Erfolg des Code of Conduct: „Die Entwicklung einer solchen Selbstverpflichtung war bereits ein wichtiger Schritt für Programmatic Advertising in Deutschland und weltweit einmalig. Gerade auch die Akzeptanz zahlreicher internationaler Marktteilnehmer bestärkt uns in der Ansicht, dass der deutsche Markt in vielerlei Hinsicht die Dinge richtig tut. Die jetzt vollzogene Ausweitung auf die Märkte in Österreich und der Schweiz führt zu wichtiger Transparenz im deutschsprachigen Raum und treibt die Professionalisierung von Programmatic Advertising auch international voran. Wir hoffen, dass es uns gelingt, diese internationale Vorreiterrolle weiter auszubauen.“

Christoph Tagger, Projektleitung CRM/ERP B2B & Programmatic Advertising bei der Standard.at und Leiter der Arbeitsgruppe Programmatic des IAB Austria sagt dazu: «Qualität und Transparenz im programmatischen Ökosystem sind in Wahrheit ein globales Anliegen. Deshalb freut mich besonders, dass wir hierzu einen weiteren Beitrag leisten können, indem wir den vom BVDW gelegten Grundstein auf eine breitere, gemeinsame Basis stellen und in Zukunft auch partnerschaftlich weiterentwickeln».

### **Beschwerdeausschuss prüft Verstösse**

Um die Einhaltung der Selbstverpflichtung sicherzustellen, haben die Mitglieder der IAB Fokusgruppe Programmatic Advertising einen 7-köpfigen Beschwerdeausschuss mit Experten gebildet. Äquivalent dazu gibt es Beschwerdeausschüsse in Deutschland und Österreich. Diese Gremien prüfen Hinweise zu Verstössen gegen den Code of Conduct und stehen darüber hinaus auch als Ansprechpartner insbesondere für beteiligte Unternehmen zur Verfügung.

Weitere Informationen über die IAB Switzerland und den Code of Conduct Programmatic Advertising unter:

[www.iab-switzerland.ch](http://www.iab-switzerland.ch)

[www.iab-switzerland.ch/coc-programmatic](http://www.iab-switzerland.ch/coc-programmatic)

[www.bvdw.org](http://www.bvdw.org)

**ENDE**

### Medienkontakt

jennifer.wagner@iab-switzerland.ch

Tel: +41 78 972 84 82

### *Information IAB Switzerland*

Die IAB Switzerland Association ist die Vertreterin der digitalen Werbebranche in der Schweiz, als Teil der IAB Europe auch international aktiv und vertritt die Branche in allen Belangen.

Die IAB hat sich zum Ziel gesetzt, aktiv Gattungsmarketing für den Digitalwerbemarkt zu betreiben, Know-how zu vermitteln, die Planbarkeit der Digitalwerbung zu vereinfachen wie auch rechtliche Grundlagen und Standards zu schaffen. Zu diesem Zweck wurden Fachgruppen gebildet, welche in den Bereichen Ausbildung, Forschung, Standards, Marketing und Kommunikation, Datenschutz, Social Media, Mobile, Agenturen, Bewegtbild und Technik aktiv tätig sind und sich für die Weiterentwicklung der digitalen Werbebranche einsetzen.