

MEDIENMITTEILUNG

Zürich, 25. September 2018

## **IAB Switzerland, BVDW und iab austria erzielen Sieg Sitebar von «Coalition For Better Ads» anerkannt**

**Zürich – Die «Coalition For Better Ads» ist ein Zusammenschluss weltweit agierender Verbände und Unternehmen, die sich als Ziel gesetzt haben, auf Basis von Nutzerbefragungen störende und aufdringliche Online-Werbeformate aus der Auslieferung auszuschliessen. Die «Better Ads Standards» definieren Werbeformen, die eine besonders hohe Akzeptanz bei Usern haben und den Einsatz von AdBlockern reduzieren. Sie stellte die in der Schweiz sehr beliebte und vom IAB Switzerland standardisierte Sitebar im Zuge neuer, userfreundlicher Werbestandards infrage, da das Format international kaum verbreitet ist.**

Als grösste Interessensvertretung der Digitalwirtschaft setzte sich das IAB Switzerland in Zusammenarbeit mit den Schwesterverbänden iab austria (Österreich) und dem Bundesverband Digitale Wirtschaft (Deutschland) sowie der Interessensvertretung Mediaagenturen in Österreich (IGMA) durch intensives Lobbying und ein Town-Hall-Meeting für die Anerkennung der im deutschsprachigen Raum stark genutzten Werbeform «Sitebar» ein und erzielt nun einen beachtlichen Erfolg. Die «Coalition For Better Ads» erkennt die Sitebar als userfreundlich an. Somit wird sie weiterhin im Browser Chrome ausgespielt werden.

### **Vergleichbarkeit mit Large Sticky Ad In Side Rail am Desktop**

Die Argumentation der «Coalition For Better Ads» folgt dem Ansatz, dass die Sitebar im deutschsprachigen Raum ein essenzielles Werbemittel sei, das den Erfolg von Digital-Werbung fördere. Sie sei vergleichbar mit der bereits anerkannten Large Sticky Ad In Side Rail und entspreche damit den Kriterien der Userakzeptanz. Der Vorstoss des iab austria trage dazu bei, länderspezifische Werbeformen zu fördern und international zu etablieren.

«Die Sitebar ist ein wichtiges Werbeformat für den Schweizer Digitalwerbemarkt. Sie hat userseitig eine extrem hohe Akzeptanz. Ein Blocken der Sitebar hätte grosse Auswirkungen auf den digitalen Werbemarkt. Mit der Sitebar wäre ein grossflächiges Werbeformat mit hoher Visibilität weggefallen», betont IAB Switzerland Geschäftsführer Roger Baur.