

MEDIENMITTEILUNG

Zürich, 9. Februar 2023

Digital Ad Trust startet Ambassador-Programm für Agenturen und Werbeauftraggeber

Die Digital Ad Trust Switzerland (DAT) Initiative zur Verbesserung der Transparenz in der Onlinewerbung, insbesondere in den Bereichen Viewability, Ad Fraud, Brand Safety und User Experience, bietet nach dem Angebot einer Zertifizierung für Publisher nun neu ein «Ambassador-Programm» für Agenturen und Werbeauftraggeber an.

Über 80% aller Schweizer Publisher sind bereits Digital Ad Trust zertifiziert. Die Initiative kann aber nur dann erfolgreich sein, wenn auch Agenturen und Werbeauftraggeber bei ihren Werbebuchungen berücksichtigen, ob eine Website Digital Ad Trust zertifiziert ist oder nicht. Um nun verstärkt auch die Agenturen und Werbetreibenden für diese Thematik zu sensibilisieren, startet Digital Ad Trust ein Ambassador-Programm.

Agenturen, die am DAT-Ambassador-Programm teilnehmen:

- empfehlen ihren Kunden den Einsatz eines von Digital Ad Trust zugelassenen 3rd Party Tools für Ad Fraud, Brand Safety und Visibility-Messung,
- ermutigen ihre Kunden - wo immer möglich - nur Digital Ad Trust zertifiziertes Inventar zu buchen.
- klären ihre Kunden über potenzielle Risiken und geeignete Schutzmassnahmen auf,
- geben ihren Kunden einen transparenten Überblick (Reporting) über gebuchtes Inventar bei Netzwerk- und/oder programmatischen Buchungen (Sitelist)
- schulen ihre am Display-Mediaeinkauf beteiligten Mitarbeiter*innen jährlich mit dem Digital Ad Trust Online-Training. Dieses dauert ca. 30 Minuten und am Ende wird allen Teilnehmenden - bei erfolgreich bestandenem Test - das «Digital Ad Trust PRO»-Zertifikat ausgestellt.

Werbeauftraggeber, die am DAT-Ambassador-Programm teilnehmen:

- buchen wenn immer möglich nur Digital Ad Trust zertifiziertes Inventar,
- hinterfragen Nicht-Digital Ad Trust zertifizierte Publisher und ermutigen diese, sich ebenfalls zertifizieren zu lassen,
- bringen öffentlich ihre Unterstützung für Digital Ad Trust zum Ausdruck und
- schulen ihre am Display-Mediaeinkauf beteiligten Mitarbeiter*innen jährlich mit dem Digital Ad Trust-Online-Training. Alle Teilnehmenden erhalten – bei erfolgreich bestandenem Test – wie die Agenturmitarbeitenden das «Digital Ad Trust PRO» Zertifikat.

Weder für Agenturen noch für Werbetreibende fallen bei diesem neuen Programm Kosten an. Alle Unterstützer dürfen ab sofort das neue «Digital Ad Trust Ambassador-Programm»-Label tragen.

Als erste Agenturen sind Omnicom Media Group, Webrepublic und Konnex von Anfang an beim neuen DAT-Ambassador-Programm mit dabei.

Der Präsident von DAT, Roland Ehrler meint dazu: «Ich freue mich, dass mit der Weiterentwicklung von Digital Ad Trust nun auch die Agenturen und Werbeauftraggeber die Initiative aktiv unterstützen können. Unser neues Online-Training soll zudem mithelfen, den Wissenstand der Mitarbeiter*innen zu erhöhen.»

Agenturen und Werbeauftraggeber können sich ab sofort für das Ambassador-Programm auf der Digital Ad Trust Website unter digitaladtrust.ch/ambassador-programm anmelden.

ENDE



Medienkontakt:

Digital Ad Trust Switzerland

Roland Ehrler, Präsident

T +41 44 363 18 38

info@digitaladtrust.ch

Verein Digital Ad Trust Switzerland

Die drei Verbände IAB Switzerland Association (IAB), Leading Swiss Agencies (LSA) und Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA) haben den Verein Digital Ad Trust Switzerland gegründet. Dieser setzt sich für mehr Transparenz in der Digitalwerbung ein. Der Fokus liegt hierbei auf Zertifizierung, Aufklärung und Ausbildung, insbesondere in den Bereichen Ad Fraud, Brand Safety, Visibility, User Experience (UX) und weiteren Herausforderungen im schweizerischen Digitalmarkt. Der Verein verfolgt keine kommerziellen Zwecke und erstrebt keinen Gewinn.

Präsident: Roland Ehrler, Direktor SWA

Vorstand: Catherine Purgly (LSA), Beat Krebs (LSA), Urs Flückiger (IAB), Roger Baur (IAB), Roger Harlacher (SWA) und Roland Ehrler (SWA).

www.digitaladtrust.ch