

MEDIENMITTEILUNG

Zürich, 21. Juni 2023

Digital Ad Trust Switzerland mit erfolgreichem zweitem Jahr

Der Verein Digital Ad Trust Switzerland (DAT) existiert nun seit über zwei Jahren. Er setzt sich für mehr Transparenz in der Digitalwerbung ein und führt entsprechende Zertifizierungen von Publishern durch. Am 31. Mai fand nun die zweite Generalversammlung des Vereins statt.

Der «junge» Verein Digital Ad Trust Switzerland (DAT) setzte auch im Jahr 2022 seine Aktivitäten nahtlos fort. Insbesondere wurden die Zertifizierungen von Publishern erneuert, Quartalsreports veröffentlicht und halbjährliche Studien in Zusammenarbeit mit Zulu5 durchgeführt.

Seit Dezember 2022 ist nun auch das Newsnet aus dem Haus Goldbach zertifiziert. Damit sind die folgenden Publisher zertifiziert worden:

- 20 Minuten Advertising
- Audiencz
- Goldbach Audience
- Newsnet
- Ringier Advertising
- Teads
- Watson

In seiner Begrüssung zur Generalversammlung freute sich DAT-Präsident, Roland Ehrler, dass damit inzwischen 90 Prozent des CH-Werbeinventars zertifiziert ist. Damit seien Werbeauftraggeber bei ihren Buchungen bezüglich Brand Safety, Viewability, Ad Fraud und User Experience auf der sicheren Seite.

Ein weiterer Meilenstein im Jahr 2022 war die Einführung des Ambassadorsprogramms für Agenturen und Werbeauftraggeber. Durch dieses Programm verpflichten sich die Teilnehmer, die DAT-Initiative zu unterstützen und vorrangig DAT-zertifiziertes Inventar zu buchen. Zudem müssen sie ein Online-Training absolvieren und erhalten bei erfolgreichem Bestehen des Tests ein DAT-Ambassdor-Zertifikat. Per Mitte Juni waren bereits über 170 Zertifikate ausgestellt worden.

Digital Ad Trust arbeitet permanent an der Weiterentwicklung. So wurden die Zertifizierungsbedingungen ab 1. Juli 2023 mit weiteren Mobile Formaten ergänzt. Neben dem Mobile Rectangle müssen neu auch das Halfpage Ad und die Ricchi/Poster Ads (320x416/480) die Auditkriterien erfüllen, um für das neue Jahr die Zertifizierung zu erhalten.

Zudem arbeitet Digital Ad Trust intensiv an einer zusätzlichen Zertifizierung für das Videoinventar. Die ersten Publisher sollten noch in diesem Jahr zertifiziert werden.



Der Digital Ad Trust Vorstand (v.l.): Roger Harlacher (SWA), Urs Flückiger (IAB), Beat Krebs (LSA), Stefan Wagner (Revisor), Roger Baur (IAB), Catherine Purgly (LSA), Roland Ehrler (SWA)

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 Ehrlé, Direktor SWA

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

www.digitaladtrust.ch