

MEDIENMITTEILUNG

Zürich, 12. Juni 2023

Digital Ad Trust Report Q1 2023: Deutlich bessere Sichtbarkeitswerte

Für das erste Quartal 2023 notiert Digital Ad Trust Switzerland deutlich bessere Visibilitätswerte, die sich um 11 Prozentpunkte auf nun 73.7% verbessert haben. Ad Fraud ist nochmal stark zurückgegangen auf einen neuen Wert von 0.37%. Die durch IAS erhobenen Brand Safety-Werte haben sich auf sehr tiefem Niveau nochmal leicht reduziert und liegen nun bei 0.04%.

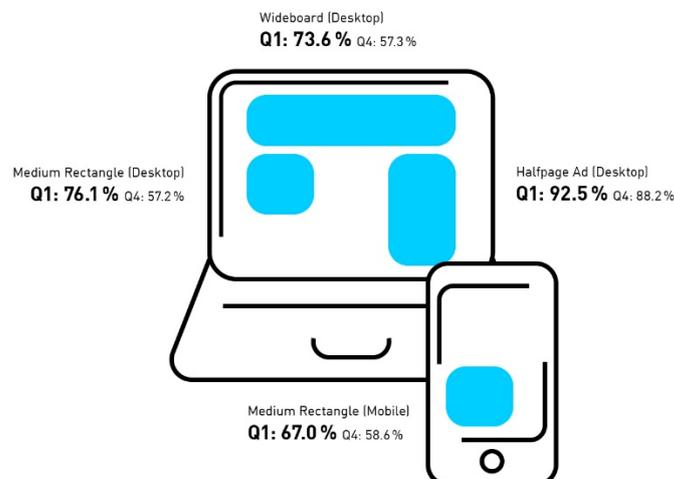
Deutlich bessere Visibilitätsraten

Im ersten Quartal 2023 lag die Overall Sichtbarkeit über alle Formate bei 73.7%. Vor allem das Medium Rectangle konnte sich um 18.9 Prozentpunkte auf 76.1% verbessern, aber auch das Wideboard verbesserte sich um 16.3 Prozentpunkte auf 73.6%. Das Halfpage Ad notiert erstmals über der 90%-Marke bei 92.5%.

Es muss allerdings angemerkt werden, dass dieser Anstieg vor allem auf einen Publisher zurückzuführen ist, der ein neues anerkanntes Messtool eingesetzt hat.

Visibilitätswerte nach Werbeformat

Sichtbarkeit eines Werbemittels auf dem Bildschirm des Users nach IAB 50/1 Standard.



((Quelle: Digital Ad Trust Report: www.digitaladtrust.ch))

Ad Fraud sinkt stark um ein Drittel auf 0.37%

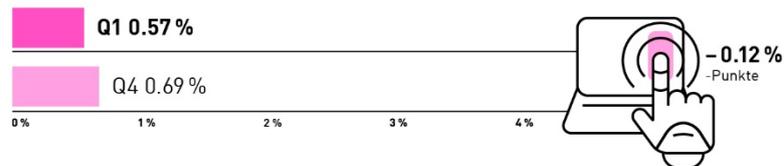
Die Sophisticated Invalid Traffic (SIVT) Ad Fraud-Quote ist im ersten Quartal nochmals deutlich gesunken und liegt nun über alle Kanäle bei einem neuen Wert von 0.37%.

Sophisticated Invalid Traffic (Ad-Fraud) über alle Kanäle

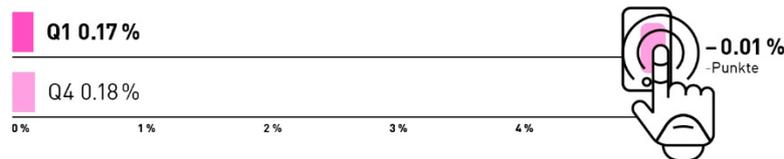
Werbekontakte, die nicht den Anforderungen der Buchung entsprechen.



Sophisticated Invalid Traffic (Ad-Fraud) Desktop



Sophisticated Invalid Traffic (Ad-Fraud) Mobile



((Quelle: Digital Ad Trust Report: www.digitaladtrust.ch))

Brand Safety-Werte sinkt auf tiefem Niveau

Die durch IAS erhobenen Brand Safety-Werte finden sich mit 0.04% auf einem sehr tiefen Niveau.

Brand Safety-Werte

Anteil der Unternehmen, deren Werbung in einem potentiell kritischen Umfeld ausgeliefert wurden.



((Quelle: Digital Ad Trust Report: www.digitaladtrust.ch))

Weitere Informationen auf <https://digitaladtrust.ch>.

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