

MEDIENMITTEILUNG
Zürich, 20. Juni 2025

IAB Switzerland Association und BVDW veröffentlichen deutschsprachiges Glossar zur Nachhaltigkeit in der Werbebranche

Die IAB Switzerland Association (IAB) und der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. haben gemeinsam ein neues Glossar zum Thema Nachhaltigkeit veröffentlicht. In diesem Verzeichnis werden zentrale Fachbegriffe definiert, die im Zusammenhang mit der digitalen Werbebranche verwendet werden. Die beiden Organisationen streben damit ein vereinheitlichtes Verständnis für Begriffe an, die nachhaltige und sozial verträgliche Werbepraktiken betreffen.

«Ein gemeinsames Sprachverständnis schafft die notwendige Basis, um den Dialog zum Thema Nachhaltigkeit in der digitalen Werbebranche zu fördern" sagt Stefan Rageth, Co-Leiter der IAB Switzerland Sustainability Fachgruppe und Senior Consultant bei Adisfaction-Annex.

Darüber hinaus hat Ad Net Zero am 17.06.2025, ein bedeutendes Update seines Global Media Sustainability Frameworks (GMSF) veröffentlicht. Der BVDW war aktiv an der Überarbeitung, Weiterentwicklung sowie Aktualisierung dieses Rahmenwerks beteiligt. Das neue Glossar ergänzt die Bemühungen um freiwillige Selbstverpflichtungen im Bereich Nachhaltigkeit in der digitalen Werbewirtschaft.

Das vollständige Glossar steht ab sofort bei iab-switzerland.ch zur Verfügung und kann als Ressource für zukünftige Projekte genutzt werden. Um die sprachliche Dynamik rund um das Thema Nachhaltigkeit weiterhin zu berücksichtigen, wird das Glossar regelmässig überprüft und aktualisiert.

***** ENDE *****

Medienkontakt:

Urs Flückiger (Geschäftsführer IAB Switzerland Association)

urs.flueckiger@iab-switzerland.ch

Tel: +41 79 403 35 53



Information IAB Switzerland

Die IAB (Interactive Advertising Bureau) Switzerland Association ist die Vertreterin der digitalen Marketing- und Werbebranche in der Schweiz und unterstützt die Branche, um in der digitalen Werbewelt erfolgreich zu sein.

Der Verband setzt sich objektiv/aktiv für Wissensvermittlung, Transparenz, Qualität und Standards zur digitalen Werbung ein und klärt seine Stakeholder sowie im Bedarfsfall die Öffentlichkeit über Entwicklungen und Sachverhalte rund um die digitale Marketing- und Werbebranche auf. Zu den Mitgliedern zählen Agenturen, Medienunternehmen, Werbeauftraggeber und Technologieunternehmen.

Durch die Zusammenarbeit mit anderen Schweizer Kommunikationsverbänden setzt sich die IAB für ihre Mitglieder ein und wirbt bei Gesetzgebern und politischen Entscheidungsträgern für die Interessen der digitalen Werbebranche. Die IAB setzt sich insbesondere für Rahmenbedingungen ein, die eine Finanzierung publizistischer Inhalte über Werbung unterstützen und setzt sich zum Ziel den Umgang mit Daten und KI im Rahmen der Werbewirtschaft aus einer wirtschaftlichen sowie gesellschaftlichen Perspektive zu thematisieren.

In dieser Rolle agiert die IAB als die primäre Anlaufstelle für Informationen bezüglich der digitalen Marketing- und Werbewirtschaft und gewährleistet mit ihren Aus- und Weiterbildungen, Konferenzen und Fachveranstaltungen einen optimalen Ideen- und Wissensaustausch. In Zusammenarbeit mit Ihren weltweiten Schwester-Verbänden und mit dem IAB Tech Lab entwickelt und verbreitet die IAB technische Standards und Lösungen.

www.iab-switzerland.ch