MEDIENMITTEILUNG

Zürich, 19. August 2025

Digital Ad Trust veröffentlicht zertifizierte Inclusion List für programmatische Werbung

Über 500 geprüfte Schweizer Websites garantieren Sichtbarkeit, Markensicherheit und Schutz vor Ad Fraud.

Wer heutzutage programmatisch wirbt, landet schnell auf einer Vielzahl internationaler Websites – oft ohne Kontrolle über deren Qualität. Ab sofort bietet der Schweizer Verein Digital Ad Trust (DAT) eine Lösung: Eine frei zugängliche Inclusion List mit über 500 qualitätszertifizierten Websites steht nun zum Download auf der DAT-Website bereit.

Die gelisteten Seiten sind durch DAT in den Kategorien Visibility, Ad Fraud und Brand Safety zertifiziert. Die Inclusion List umfasst zum Grossteil Schweizer Medienangebote, ergänzt durch ausgewählte deutsche Websites mit hohem Schweizer Inventaranteil. Sie richtet sich an Mediaagenturen, Werbekunden und Publisher, die im Bereich Programmatic Advertising auf Qualität und Transparenz setzen.

„Unsere Inclusion List ist eine gezielte Antwort auf die oft unkontrollierte Streuung programmatischer Werbung“, sagt Roland Ehrler, Präsident von Digital Ad Trust. „Sie ermöglicht eine präzise Platzierung in qualitativ hochwertigem Umfeld – mit voller Transparenz für alle Beteiligten.“

Durch die Zertifizierung von Digital Ad Trust wird sichergestellt, dass Werbung dort erscheint, wo sie wirklich sichtbar ist, vor betrügerischen Aktivitäten geschützt wird und im markensicheren Umfeld erscheint. Werbekunden und Agenturen erhalten damit ein effizientes Werkzeug zur Optimierung ihrer digitalen Kampagnen – mit Fokus auf Wirkung statt Streuverlust.

Die DAT- Inclusion List ist ab sofort über die Website von Digital Ad Trust verfügbar:
https://digitaladtrust.ch/inclusionlist/

Weitere Informationen unter https://digitaladtrust.ch

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: Audrey Arnold (LSA), Beat Krebs (LSA), Urs Flückiger (IAB), Roger Baur (IAB), Roger Harlacher (SWA) und Roland Ehrler (SWA).
Projektleitung: Daniel Hünebeck

www.digitaladtrust.ch