

MEDIENMITTEILUNG

Zürich, 16. April 2026

DAT verlängert Video-Zertifizierung führender Schweizer Publisher

20 Minuten, Audiencz, Goldbach Audience, Teads, Ringier Advertising und Watson bleiben für ein weiteres Jahr DAT videozertifiziert.

Digital Ad Trust Switzerland (DAT) bestätigt die erfolgreiche Rezertifizierung führender Schweizer Publisher im Bereich Video. 20 Minuten, Audiencz, Goldbach Audience, Teads, Ringier Advertising und Watson erfüllen weiterhin die hohen Anforderungen und bleiben für den Zeitraum vom 1. April 2026 bis zum 31. März 2027 DAT videozertifiziert.

Die DAT Video-Zertifizierung steht für höchste Standards in den Bereichen Brand Safety, Ad Fraud, Visibility und User Experience (UX). Werbeauftraggeber profitieren dadurch von geprüftem, transparentem und qualitativ hochwertigem Video-Inventar im Schweizer Digitalmarkt. Die erneute Zertifizierung bestätigt, dass die teilnehmenden Publisher die strengen Kriterien nachhaltig erfüllen. Dazu gehören unter anderem der Einsatz international anerkannter Monitoring-Tools, klar definierte Grenzwerte bei Ad Fraud und Brand Safety sowie transparente Leistungskennzahlen.

Roland Ehrler, Präsident von Digital Ad Trust Switzerland, betont die Bedeutung der kontinuierlichen Qualitätssicherung: «Die erneute Video-Zertifizierung dieser führenden Publisher zeigt, dass sich hohe Standards im Schweizer Digitalmarkt nachhaltig etablieren. Sie schafft Vertrauen bei Werbeauftraggebern und stärkt die Transparenz im digitalen Werbeökosystem.»

Mit der jährlichen Rezertifizierung stellt Digital Ad Trust sicher, dass Qualitätsstandards nicht nur erreicht, sondern langfristig eingehalten und weiterentwickelt werden.

Weitere Informationen finden sich 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 führenden 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), Jan de Schepper (SWA) und Roland Ehrler (SWA).

Projektleitung: Daniel Hünebeck

www.digitaladtrust.ch