MEDIENMITTEILUNG

Zürich, 1. Juli 2026

Generalversammlung 2026: Digital Ad Trust erhöht Visibility-Standard und wählt neuen Präsidenten

DAT zieht positive Bilanz für 2025 und hebt die Benchmark für Display-Zertifizierungen auf 65 Prozent an

Die fünfte Generalversammlung des Vereins Digital Ad Trust Switzerland (DAT) hat am 29. Juni 2026 eine positive Bilanz des Geschäftsjahres 2025 gezogen und zentrale Weichen für die weitere Entwicklung des Qualitätsstandards gestellt. Neben personellen Veränderungen beschloss die Generalversammlung, die Visibility-Benchmark in den Display-Zertifizierungsbedingungen von 60 auf 65 Prozent anzuheben.

Mehr Sichtbarkeit und direkter Zugang zu Qualitätsinventar

DAT hat seine Rolle als Schweizer Qualitätsstandard für digitale Werbung im Jahr 2025 weiter gestärkt. Die Quartalsreports mit Kennzahlen zu Visibility, Ad Fraud und Brand Safety wurden konsequent fortgeführt. Sie zeigten über das Jahr eine hohe Sichtbarkeit der Displaywerbung sowie durchgehend sehr tiefe Werte bei Ad Fraud und Brand Safety.

Mit der frei zugänglichen, zertifizierten Inclusion List machte DAT über 500 geprüfte Websites für Werbetreibende und Agenturen einfacher nutzbar. Die Partnerschaft mit OneDSP schuf anschliessend einen direkten programmatischen Zugang zum DAT-zertifizierten Schweizer Qualitätsinventar. Zudem wurden die Grundlagen für eine mögliche Erweiterung des Qualitätsrahmens auf Connected TV (CTV) erarbeitet.

Höhere Visibility-Benchmark ab 1. Juli 2026

Der Vorstand beschloss, die Mindestanforderung für die durchschnittliche Sichtbarkeit im Teilbereich Visibility der Display-Zertifizierung von bisher 60 auf neu 65 Prozent anzuheben. Die neue Benchmark gilt für alle neuen Zertifizierungen ab dem 1. Juli 2026. DAT trägt damit der positiven Marktentwicklung Rechnung und erhöht zugleich den Qualitätsanspruch an zertifizierte Publisher und Werbenetzwerke.

«Die höhere Visibility-Benchmark ist der nächste konsequente Qualitätsschritt. Unser Anspruch ist nicht, bestehende Standards lediglich zu verwalten, sondern sie mit der Entwicklung des Marktes weiterzuführen», sagt Roland Ehrler, Präsident von Digital Ad Trust Switzerland.

Wechsel im Vorstand und geregelte Übergabe des Präsidiums

Roger Harlacher aus dem Vorstand zurück. Als neue Vertreter des Schweizer Werbe-Auftraggeberverbands (SWA) wählte die Generalversammlung Jan de Schepper und Yvonne Baumgartner in den Vorstand. DAT dankt Roger Harlacher für sein langjähriges Engagement und seinen Beitrag zum Aufbau und zur Weiterentwicklung des Vereins.

Auch die Nachfolge im Präsidium wurde geregelt. Roland Ehrler führt den Verein noch bis zum 31. Dezember 2026. Ab dem 1. Januar 2027 übernimmt Urs Flückiger von der IAB Switzerland Association das DAT-Präsidium.

«Ich freue mich, diese Initiative nach einer erfolgreichen Aufbauphase mit dem erneuerten Vorstand weiter voranzutreiben und anlässlich meiner Pensionierung auf Ende Jahr an Urs Flückiger übergeben zu dürfen», erklärt Roland Ehrler.

Ausblick

Im laufenden Jahr stehen die Umsetzung der erhöhten Visibility-Anforderungen, die Weiterentwicklung des Zertifizierungsrahmens und die stärkere Nutzung des DAT-zertifizierten Inventars im Markt im Zentrum. Die Quartalsreports werden weiterhin Transparenz über die Qualität der digitalen Werbeumfelder in der Schweiz schaffen. Mehr zu DAT unter: www.digitaladtrust.ch

(von links) Stefan Wagner, Urs Flückinger, Audrey Arnold, Beat Krebs, Roland Ehrler, Daniel Hünebeck, Roger Harlacher. Es fehlen: Roger Baur, Jan de Schepper, Yvonne Baumgartner

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 2021 den Verein Digital Ad Trust Switzerland gegründet. Dieser setzt sich für mehr Transparenz in der Digitalwerbung ein. Der Fokus liegt 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 bis 31. Dezember 2026. Ab 1. Januar 2027: Urs Flückiger.
Vorstand (Stand 1. Juli 2026): Audrey Arnold (LSA), Beat Krebs (LSA), Urs Flückiger (IAB), Roger Baur (IAB), Jan de Schepper (SWA), Yvonne Baumgartner (SWA) und Roland Ehrler (SWA).
Projektleitung: Daniel Hünebeck

www.digitaladtrust.ch