



## interactive advertising bureau publiziert erstmals Standards für Retail Media – BILD

ID: LCG24242 | 30.06.2024 | Kunde: iab.austria -interactive advertising bureau | Ressort: Wirtschaft –sterreich | Medieninformation

**15 europäische Retailer sowie Auftraggeber und Agenturen wurden in die Weiterentwicklung der US-Standards eingebunden. iab.austria beteiligte sich an der Formulierung der neuen Standards für die aufstrebende Werbeform, die Definitionen für Attributionsmodelle und Kampagnenmetriken umfassen.**

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien (LCG) – Bereits frühzeitig fokussierte sich die größte Interessenvertretung der Digitalwirtschaft auf den stark wachsenden Sektor Retail Media und gründete eine eigene Arbeitsgruppe unter der Leitung von iab.austria-Vorstandsmitglied **Christoph Truppe** (Österreichische Post). Neben ersten Veranstaltungen, die zu einem einheitlichen Verständnis am Markt beitragen sollen, beteiligte sich Österreich damit auch an der Schaffung neuer Standards für den europäischen Markt in einer gemeinsamen Initiative des IAB Europe. Sie setzen an den bereits im Jänner 2024 veröffentlichten Richtlinien des IAB US auf und entwickeln diese um wesentliche Aspekte weiter. Die europäischen Ergebnisse sollen teilweise auch in die US-Standards einfließen, um global vergleichbare Richtlinien und Metriken zu schaffen. Bis Ende des Jahres möchte das IAB Europe Standards für weitere Bereiche wie Audience Measurement, Werbeformate, Produktkategorien, Digital Shelf Ranking und Messung von Markenbekanntheit entwickeln und dem Markt zur Verfügung stellen. Bereits in Kürze soll der Vorschlag für die Standardisierung kreativer Werbeformate in die öffentliche Begutachtungsphase gehen.

Die aktuellen Retail Media Standards des IAB Europe umfassen die Bereiche Media Metrics, Attribution und Insights. An ihrer Entwicklung waren 15 europäische Einzelhändler sowie Auftraggeber und Agenturen beteiligt. Mit Fokus auf On-Site- und Off-Site-Metriken erlauben sie eine einheitliche Messung und fundierte Investitionsentscheidungen für Mediaplaner. Künftig sollen auch In-Store-Analysen Berücksichtigung finden. Bestehende Publikationen nationaler IAB-Organisationen fließen ebenso in die aktuellen Standards des IAB Europe ein, wie Grundlagen des Responsible Retail Media Framework der ISBA für das Vereinigte Königreich. Nach einer öffentlichen Kommentierungsphase wurde nun die Finalversion präsentiert, die am [Retail Media Hub](#) kostenlos abgerufen werden kann.

„Die Definition der Retail Media Standards ist ein wichtiger Schritt für die österreichische Werbewirtschaft“, sagt iab-austria-Vorstand und Leiter der Arbeitsgruppe Retail Media, **Christoph Truppe** (Österreichische Post). „Sie bieten sowohl Werbetreibenden als auch Einzelhändlern eine verlässliche Grundlage für ihre Marketingstrategien und tragen dazu bei, das Vertrauen in diesen Wachstumskanal zu stärken.“

## Die Retail Media Standards des IAB Europe im Detail

Die Media Metrics umfassen klare Definitionen für Impressions, Clicks, Click-Through-Rates, Viewability, Video-Completion-Rates und Sophisticated Invalid Traffic (SIVT). Sie dienen als Grundlage für die einheitliche Messung und Bewertung von Retail-Media-Kampagnen. Im Bereich Attribution werden Richtlinien für Return on Advertising Spend (ROAS), Lookback Windows und Sponsored Product Ads für endemische Kunden formuliert, um den Erfolg ihrer Marketinginvestitionen zu analysieren und zu optimieren. Aufschlussreiche Insights zur Umsatzsteigerung durch Retail Media ermöglichen eine ganzheitliche Bewertung der Performance

und umfassen unter anderem Sales Uplift, Sales Value, Kundengewinnung und -bindung.

## Wachstumsförderung

Durch die Formulierung einheitlicher Standards möchte das IAB Europe das Vertrauen in die sich rasch entwickelnde Werbeform stärken und ihr Wachstum fördern. Bisher beurteilten 70 Prozent der Auftraggeber und Mediaeinkäufer das Fehlen einheitlicher Standards als Investitionsbarriere.

## Die Definition von Retail Media des IAB Europe

Unter Retail Media versteht man die digitale Werbefläche, Retail-Daten und In-Store-Möglichkeiten eines Einzelhändlers oder Markplatzes, die Marken zur Verwendung zur Verfügung gestellt werden für Werbekampagnen. Retail Media umfasst ein zunehmendes Angebot an digitalen Möglichkeiten, die eingeteilt werden können in Off-Site, On-Site und In-Store-Umgebungen. Retail Media umfasst auch das Targeting, die Optimierung und Messung digitaler Kampagnen.

## Über das interactive advertising bureau austria (iab austria)

Mit über 200 Mitgliedern aus allen Teilbereichen (Verlagshäuser und Medienunternehmen, Werbetreibende, Agenturen, technische Dienstleister und Start-ups) ist das iab austria die größte unabhängige Interessenvertretung der österreichischen Digitalwirtschaft. Das iab austria entwickelt im Dialog der spezialisierten und vernetzten Arbeitsgruppen mit allen Stakeholdern holistische Sichtweisen und vertritt die Interessen der gesamten Digitalwirtschaft konsensual. Um den Digitalstandort zu stärken, entwickelt das iab austria technische und rechtliche Standards sowie Aus- und Weiterbildungsprogramme, fördert den Wissensaustausch durch Veranstaltungen und Publikationen, veranstaltet mit dem iab webAD den wichtigsten Preis der Digitalwirtschaft und vertritt die politischen Interessen auf nationaler und europäischer Ebene. Weitere Informationen auf [iab-austria.at](http://iab-austria.at)

- 
- Die Standards sollen die Messung und Optimierung von Retail-Media-Kampagnen vereinheitlichen und global vergleichbar machen.
  - Die Standards definieren klare Metriken für die Performance von Retail-Media-Kampagnen und geben Richtlinien für die Attribution von Umsatzsteigerungen, Kundengewinnung und Markenbekanntheit.
  - Retail Media ist ein aufstrebender Werbekanal, der die digitale Werbefläche und die Datenbestände von Einzelhändlern und Marktplätzen nutzt. Die Standards sollen sowohl Werbetreibenden als auch Einzelhändlern eine verlässliche Basis für ihre Marketingstrategien bieten und die Investitionsbarrieren senken.

**+ + + BILDMATERIAL + + +**

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf [leisure.at](https://www.leisure.at)  
(Schluss)

