

Presseinformation

Omnichannel-Werbe-Plattform: Mit Retail Media InStoreAds öffnet MediaMarktSaturn die Werbeflächenvermarktung am Point-of-Sale

MediaMarktSaturn stellt ab sofort seine Stärken als europaweite Omnichannel-Plattform für Werbetreibende noch besser zur Verfügung: Mit den InStoreAds wird die komplette Customer Journey optimal mit einem nahtlosen 360-Grad-Retail-Media-Angebot auf allen digitalen und stationären Touchpoints abgedeckt. In sechs Ländern stehen bereits InStoreAds in rund 650 stationären Märkten auf etwa 21.000 TV-Screens zur Verfügung.

Ingolstadt, 26. November 2024

Die InStoreAds sind bereits in Deutschland, Österreich, Ungarn, Luxemburg, der Türkei und den Niederlanden buchbar. Werbetreibende und Partner können nun ihre Online-Kommunikation mit den bereits vorhandenen Sponsored Product Ads, Sponsored Brand Ads oder A+ Content auch auf den Point-of-Sale im stationären Markt ausweiten. Das beworbene Produkt oder die Marke wird somit noch besser positioniert und profitiert in Kombination mit den weiteren Retail-Media-Angeboten von einer nahtlosen Omnichannel-Ansprache der Kundinnen und Kunden.

„Die optimale Customer Journey verbindet nahtlos digitale und stationäre Touchpoints, diesen Kreis haben wir mit den InStoreAds und den zusätzlichen Werbemöglichkeiten direkt am Point-of-Sale geschlossen. Mit unseren maßgeschneiderten Produktangeboten sowie relevanten First-Party-Daten schaffen wir ein herausragendes Omnichannel-Erlebnis für unsere Kunden und bieten unseren Partnern skalierbare Werbepotentiale, um ihre Werbeeffizienz zu steigern“, so Torsten Ahlers, Managing Director Media-Saturn Marketing GmbH.

First-Party-Datenintelligenz

Als Omnichannel-Retailer in elf Ländern hat MediaMarktSaturn gruppenweit über 40 Millionen Loyalty-Kunden sowie kanalübergreifend mehr als 2,2 Milliarden Kundenkontakte im Jahr und verfügt somit über eine sehr gute Datenqualität, einschließlich InStore, Mobile und Online. „Unsere Stärke liegt darin, dass wir unsere Käuferinnen und Käufer, anonymisiert und unter Einhaltung der Datenschutzbestimmungen, genau analysieren können, um sie in der richtigen Phase mit der richtigen Maßnahme anzusprechen. Wir können die Wirkung der



Kommunikation von der Awareness bis zur Transaktion genau aufschlüsseln. Zusätzlich werden wir unseren endemischen Kunden hierzu bald ein umfangreiches Omnichannel Reporting anbieten“, ergänzt Torsten Ahlers.

Der richtige Einsatz von First-Party-Daten verbessert nicht nur die Effektivität von Onsite-Kampagnen im Web oder der App, sie haben auch einen starken Effekt offsite im Markt und ebnen so den Weg für die Integration von InStore-Transaktionen in die Customer Journey. „Da wir einen Großteil unseres Umsatzes im stationären Geschäft generieren, ist die Einbindung von InStore-Transaktionen in die Customer Journey ein logischer und entscheidender Schritt, um eine 360-Grad-Abdeckung unserer Retail Media-Angebote sicherzustellen“, erklärt Torsten Ahlers.

Der weitere Roll out der InStoreAds ist in der Schweiz und in Spanien bereits in der Umsetzung und wird noch in diesem Kalenderjahr abgeschlossen. Anschließend wird das Angebot auch auf die weiteren Länder mit Belgien, Italien und Polen ausgeweitet.

Über MediaMarktSaturn Retail Group

Die MediaMarktSaturn Retail Group ist Europas führendes Handelsunternehmen für Consumer Electronics sowie die dazugehörigen Services und Dienstleistungen. Im Rahmen seiner strategischen Neuausrichtung entwickelt sich das Unternehmen vom reinen Produkthändler zu einer lösungsorientierten Omnichannelplattform, die die Themen Kunde und Nachhaltigkeit in alle Geschäftsaspekte miteinbezieht. Mit dem Begriff „Experience Electronics“ beschreibt MediaMarktSaturn seine Neupositionierung und zugleich das Leistungsspektrum für seine Kundinnen und Kunden, indem der Elektronikhändler mit seinem Portfolio an Formaten und Marken das Kundenerlebnis und die persönliche Beratung in den Mittelpunkt stellt. Zum Unternehmen zählen die Kernmarken MediaMarkt und Saturn, die ihre rund 1.000 stationären Märkte in 11 europäischen Ländern umfassend mit Online-Vertriebsplattformen vernetzen und dabei in neun europäischen Ländern die Marktposition 1 oder 2 besetzen. Die Eigenmarken PEAQ, KOENIC, ISY und ok. runden das Portfolio ab. MediaMarktSaturn beschäftigt rund 50.000 Mitarbeiter und gehört mehrheitlich zur CECONOMYAG. Der Umsatz des Unternehmens betrug im Geschäftsjahr 2022/23 rund 22,2 Milliarden Euro, 22 Prozent machte dabei der Online-Vertrieb inklusive Drittanbieter aus. Mit rund 2 Milliarden Kundenkontakten pro Jahr über alle Kanäle hinweg verfügt der Elektronikhändler über eine enorme Reichweite. Mehr Informationen unter www.mediamarktsaturn.com. (Daten Stand per 30.09.2023)

Michael Stengl

Corporate Communications

MediaMarktSaturn Retail Group

Tel.: +49 (0)151 20372644

corporate-communications@mediamarktsaturn.com

www.mediamarktsaturn.com

www.mediamarkt.de

www.saturn.de