

Moonova 2023

Warum Retail Media bald in jeden Mediaplan gehört

Die Expert:innen auf dem großen Retail Media-Roundtable auf der Moonova waren sich einig: Retail Media mausert sich immer mehr vom Hype zum eigenen Kanal, der auch für Fremd-Marken viele Vorteile bietet.

Text: **Julia Gundelach** 14. März 2023



Patricia Grundmann, Obi First Media Group (o. l.), Sabine Jünger, Otto Advertising (o. r.), Uwe Roschmann, Omnicom Media Group Germany (u. l.), Torsten Ahlers, Mediamarkt Saturn (u. r.) **Foto:** Unternehmen / W&V

Freiluftkind | **Vergiss normale Schuhe - Endlich gesund Laufen!**

Viele große Händler und
:in Kunden und das Wissen über
evorstehende Ende der Cookies

beflügelt das Geschäft zusätzlich. Kein Wunder also, dass sich die Expert:innen auf dem großen Retail Media-Roundtable auf der Moonova einig waren: Retail Media wächst weiter. „Das Thema ist sehr relevant“, sagte Uwe Roschmann von der Omnicom Media Group Germany. Die Vorteile lägen auf der Hand: Die Unabhängigkeit von Third Party-Cookies, die Transaktionsnähe, die Targetingmöglichkeiten und das Wissen über die Kunden sowie immer größere Reichweiten und Player. „Retail Media ist definitiv mehr als ein Hype. Das Thema hält Einzug in die Mediapläne.“

Retail Media zieht Budgets an

Torsten Ahlers, Mediamarkt Saturn, stellte eine optimistische Prognose auf: „Die Marktanteile von Retail Media im Mediamix werden steigen.“ Denn Budgets würden sich innerhalb von digitalen Kanälen immer mehr zu Retail Media verschieben, auf Kosten von Search oder Social Media. Insgesamt werde aber der Anteil von Digital selbst auch noch größer. Retail Media sei mittlerweile ein Thema für den gesamten Funnel – und punkte mit einem hohen ROAS und guten Sell-out Werten. Das sieht auch Patricia Grundmann, Obi First Media Group, so: Im gesamten Funnel seien die Potenziale von Retail Media angekommen – dabei werde auch das Thema Branding immer wichtiger. Im Moment, sagte Grundmann, gebe es bei Obi sogar mehr Nachfrage nach Awareness-Kampagnen als nach Kampagnen mit anderen Zielen. Die Baumarktkette sieht in Retail Media einen „Triple Win“: „Es stärkt das Handelsgeschäft, die Marken unserer Industrie, und die Relevanz der Marke und Plattform.“

— ANZEIGE —

Ein logischer Schritt für Fremd-Marken

Auch bei Otto gehört Retail Media inzwischen als wichtige Säule zum Vermarktungsgeschäft. „Wir sind nicht mehr nur Händler, sondern Plattform“, erklärte Sabine Jünger, Otto Advertising. Retail Media sei bei Otto strategisch relevant und extrem wichtig. Das Herzstück: Sponsored Product Ads – doch dazu kommen viele weitere Disziplinen, wie DOOH, Display und Offsite-Kanäle. Auch bei Obi werden Kampagnen in den stationären Handel verlängert: Etwa mit 18/1 Plakatflächen auf den Parkplätzen, Videowalls in den Geschäften, auf denen 20-Sekünder laufen und Radiospots im Store. Und das nicht nur für endemische Marken, also diejenigen, die dort auch verkauft werden. Gerade Fremd-Marken kämen um das Thema nicht herum, sagte Patricia Grundmann. Für alle, die die Zielgruppe der Haus- und Gartenbesitzer im Shoppingkontext erreichen wollen, sei Retail Media „ein logischer Schritt“:

Riernproduzenten Versicherungen Telekommunikation, Umzugsunternehmen,
Vergiss normale Schuhe - Endlich gesund Laufen!

... und damit den Weg von Retail
 ...laner Roschmann ist sich sicher,
 ...edes Mediaplans sein“. Auch für

... mehr endemische Marken.

14.-16. März 2023 | Digital Conference

MOONOVA

MARKETING & COMMERCE, WHAT'S NEXT?

Themen, Trends & Expertise für dein Business

FREE TICKETS

presented by

INTERNET WORLD **WV** **com!** **PAGE** **print.de**

Jetzt
noch

Foto: EMG

schnell anmelden für die Moonova 2023! Remote-Arbeit, mobile Recruiting, personalisierte Ansprache und eine Unternehmenskultur, die Diversität und Inklusion, soziales Engagement und nachhaltiges Handeln fördert. Das macht die neue Workforce aus. Dazu diskutieren die führenden Köpfe der Branche auf der MOONOVA 2023, der Digitalkonferenz zu den Themen Marketing, Commerce, Tech und Product. Über alle Branchen und Akteure hinweg wirft MOONOVA den holistischen Blick auf Trends und Themen und wird so zum zentralen Touchpoint für alle Marketing-, Commerce-, Tech- und Product-Experten aus Handel, Werbung, Informations- und Kommunikationstechnologie. **JETZT KOSTENLOS ANMELDEN**

...

Freiluftkind | **Vergiss normale Schuhe - Endlich gesund Laufen!**

Du willst die schnelle News-Übersicht am Morgen? Starte mit dem W&V
.....genpost-Newsletter bestens informiert in den Tag. [Melde dich hier an.](#) Die
geballte Ladung Knowhow zu Digital Marketing bekommst du vom 14. bislärz
auf der MOONOVA. [Checke hier das Programm](#) und sichere dir jetzt dein [kostenloses
und digitales Event-Ticket.](#) Willst du deine Marke nachhaltig positionieren? Im
W&V-Seminar "Nachhaltige.....rking" lernst du, wie: [Melde dich hier an.](#)

KONTAKT

IMPRESSUM

DISCLAIMER

AUTOR:INNEN

DATENSCHUTZ

DATENSCHUTZ-EINSTELLUNGEN

AGB

RSS-FEED

MEDIADATEN

WERWOWAS

VERTRÄGE HIER KÜNDIGEN

Hol dir den Newsletter **JETZT ABONNIEREN**

Folgen Sie uns:



© 2022 - W&V | All right reserved

Um den Lesefluss nicht zu beeinträchtigen wird in unseren Texten nur die männliche Form genannt, stets sind aber die weibliche und andere Formen gleichermaßen mitgemeint.

Freiluftkind | **Vergiss normale Schuhe - Endlich gesund Laufen!**

X

Freiluftkind |
Vergiss normale Schuhe - Endlich gesund Laufen!