

# Presseinformation

## Wachstumsfeld Retail Media: MediaMarktSaturn führt Sponsored Brand Ads ein

MediaMarktSaturn erweitert sein internationales Retail Media-Angebot um Sponsored Brand Ads (SBA). Ab sofort können Partner das neue Produkt in acht von elf Ländern wählen, um ihrer Marke mehr Sichtbarkeit und Relevanz auf den Plattformen von Europas führendem Retailer für Consumer Electronics zu geben. Die Einführung der Sponsored Brand Ads ist eine wichtige strategische Weiterentwicklung neben den bereits verfügbaren Retail Media-Produkten der Sponsored Product Ads (SPA), des A+ Contents und der Reportings, um den starken Wachstumskurs von Retail Media im Unternehmen fortzuführen.

Ingolstadt, 23. Mai 2024

In Deutschland, Österreich, Italien, Spanien, Polen, Belgien sowie in der Schweiz und den Niederlanden sind die Sponsored Brand Ads ab sofort buchbar. Damit erweitert MediaMarktSaturn die Produktpalette um eine weitere attraktive Option und ermöglicht seinen Partnern, den gesamten Funnel zu nutzen und die Markenbekanntheit sowie die Sichtbarkeit ihrer Marke zu steigern. Der internationale Roll-out des neuen Produkts ist ein weiterer wichtiger Baustein, um das ausgegebene Ziel zum Ausbau des Retail Media-Geschäfts bei MediaMarktSaturn bis zum Ende des Finanzjahrs 2025/26 auf 45 Millionen Euro Umsatz zu steigern.



„Wir hatten einen sehr guten Start in das Jahr 2024 und sind stark gewachsen. In unseren gerade veröffentlichten Q2-Ergebnissen konnten wir eine Verfünffachung des Ertrags für unseren Retail Media-Bereich vermelden. Durch unser Neuprodukt mit den Sponsored Brand Ads wollen wir diesen Wachstumskurs beibehalten und unseren Partnern die bestmögliche Auswahl an

Produkten und Leistungen über den gesamten Funnel hinweg bieten“, so Torsten Ahlers, Managing Director Media-Saturn Marketing GmbH.

## **Vier Retail Media-Produkte bereits international verfügbar**

Will ein Partner ein spezielles Produkt über die Suche auf den MediaMarktSaturn Webshops hervorheben, dann sind Sponsored Product Ads die richtige Wahl. In acht von elf Ländern ist dies für Partner bereits im Self-Service erhältlich. Partner oder Werbeagenturen können ihre Budgets hiermit selbst verwalten und monitoren. Das zweite Produkt in diesem „onsite Bereich“ ist die nun eingeführte Sponsored Brand Ad. Es ermöglicht den Partnern ihre gesamte Marke, beispielsweise mit einer ganzen Gerätelinie, in den Fokus zu stellen und somit die Markenbekanntheit zu erhöhen (Beispiel siehe Bild). Auch das SBA-Produkt wird nach einer Testphase im Self-Service verfügbar sein. Beide Produkte vertreibt MediaMarktSaturn in Kooperation mit Criteo.

„Brands haben schon seit einiger Zeit die Möglichkeit, erfolgreich Lower Funnel Kampagnen mittels Sponsored Product Ads (SPA) zu launchen, um ihre Verkäufe auf den Webseiten von MediaMarktSaturn zu steigern. Wir sind sehr stolz, dass wir unsere Partnerschaft mit MediaMarktSaturn nun durch den Launch von Sponsored Brand Ads (SBA) ausweiten können. Dieses Display Ad Format kombiniert Branding- und Awareness-Elemente mit Produktabbildungen, die es Brands ermöglichen, Awareness- und Branding-Kampagnen auf den Seiten des Händlers zu aktivieren. Brands sowie deren Agenturpartner können nun aus einer einzigen Plattform heraus und über ihren bevorzugten Buchungsweg Full Funnel Kampagnen ausführen und den Effekt, den beide Formate zusammen bringen, in einer Closed Loop Attribution nachverfolgen“, sagt Sander Mes, Managing Director für Zentraleuropa & MEA Enterprise bei Criteo.

Außerdem bietet MediaMarktSaturn Partnern detaillierte Reports an, um einen genauen Einblick in die Customer Journey ihrer Kundinnen und Kunden zu erhalten. Das vierte Produkt ist der sogenannte A+ Content, der in neun von elf Ländern verfügbar ist. Hierbei können Partner die Produktdetailseiten noch exklusiver und zielgerichteter nach ihrem Ermessen gestalten.

Doch das ist erst der Anfang, Torsten Ahlers zeigt bereits den weiteren Weg auf: „Wir haben mit unseren vier verfügbaren Retail Media-Produkten, die wir nahezu in allen Ländern ausgerollt haben, eine starke Basis und ein attraktives Angebot für unsere Partner geschaffen. Jetzt heißt es weitere Bereiche in Angriff zu nehmen, beispielsweise das Thema Audience Extension, das wir weiter ausbauen und vereinheitlichen werden, um mit den Daten unserer Webseitenbesucher relevante Zielgruppen für Werbetreibende zu definieren. Künftig werden wir unsere Stärken als Omnichannel-Plattform auch bei Retail Media noch stärker ausspielen und unseren Werbekunden die Möglichkeit bieten, über Instore Ads die Awareness ihrer Marken und Produkte direkt am POS zu steigern. Wir sehen auch weitere Skalierungseffekte innerhalb des Unternehmens, beispielsweise dass wir auch für unsere Marketplace-Verkäufer unsere Retail Media-Produkte anbieten können.“



## 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](http://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](mailto:corporate-communications@mediamarktsaturn.com)

[www.mediamarktsaturn.com](http://www.mediamarktsaturn.com)

[www.mediamarkt.de](http://www.mediamarkt.de)

[www.saturn.de](http://www.saturn.de)