



## **Retail Media: Criteo und Otto Group Media schließen strategische Partnerschaft**

*Die Partnerschaft erschließt Händlern der Otto Group die Möglichkeit, ihren Websitetraffic effizient zu monetarisieren / Gleichzeitig wird die Reichweite für am Netzwerk angeschlossene Markenhersteller weiter steigen*

**München, 5. Juli 2018** – [Criteo](#), die offene Advertising-Plattform, und die [Otto Group Media](#) vereinbaren eine strategische Partnerschaft im Bereich Retail Media. Durch die Bündelung der Vermarktungskapazitäten der Otto Group Media und der Werbetechnologie von Criteo Sponsored Products können sich Händler der Otto Group ab dem vierten Quartal 2018 zusätzliche Erlösquellen erschließen.

„Mit Criteo Sponsored Products bieten wir in Deutschland seit einem Jahr Markenherstellern die Möglichkeit, Konsumenten im Kaufentscheidungsprozess auf Händlerseiten für ihre Produkte zu gewinnen. Bei Händlern ist die Lösung sehr beliebt, da sie hierüber ihren Websitetraffic und damit ihre Zielgruppen monetarisieren können, während die Abverkäufe weiter auf ihren Seiten stattfinden“, sagt Alexander Gösswein, Regional Managing Director DACH, MEA und Russland bei Criteo. „Wir freuen uns sehr, über die Partnerschaft mit der Otto Group Media unser Netzwerk weiter ausbauen und zusätzliches Momentum für Criteo Sponsored Products im Markt generieren zu können.“

Bei Criteo Sponsored Products handelt es sich um Native Product Ads, die in Onlineshops und Apps über den gesamten Kaufprozess angezeigt werden. Mit diesen Ads generieren Händler zusätzliche Einnahmen von Brands, deren Produkte im Shop des jeweiligen Händlers verfügbar sind. Konsumenten, die auf diese Ads klicken, bleiben bis zur Conversion im Shop; gleichzeitig vergüten die Brands jeden Klick.

„Wir freuen uns sehr, den Shops der Otto Group weitere Erlösmöglichkeiten anbieten zu können. Sehr gut gefällt uns die Möglichkeit, auf die bestehenden Partner von Criteo zugreifen zu können, sowie ausgewählte Kunden über das Tool im Managed Service betreuen zu können. Außerdem können wir damit auch die Kampagnen auf externes Inventar verlängern“, erklärt Torsten Ahlers; Geschäftsführer Otto Group Media

„Händlerseiten wie unsere sind besonders wertvolle Umgebungen für Marketer. Kunden befinden sich aktiv im Kaufprozess, die Entscheidung für eine Marke ist aber noch nicht notwendigerweise getroffen. Wir freuen uns sehr, schon bald mit Criteo Sponsored Products zu starten und effektive

Produkttempfehlungen für Markenhersteller ausspielen zu können“, sagt Steve Treybig, Head of Sales Cooperation beim Online-Händler BAUR. „Mit Criteo Sponsored Products bieten wir Brands einen Weg an, die Aufmerksamkeit für ihre Produkte zu erhöhen und ihre Sales messbar zu steigern.“

## Über Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO) ist eine offene Advertising-Plattform, ein Ökosystem, das Neutralität, Transparenz und Teilhabe forciert. 2.700 Criteo-Mitarbeiter arbeiten mit über 18.000 Kunden und tausenden Publishern weltweit an einem effektiven Advertising über alle Kanäle hinweg. Dafür verbindet Criteo fortschrittliches Machine Learning mit einzigartigen Datensets. Criteo bietet Unternehmen aller Größen die nötige Technologie, um ihre Kunden besser zu kennen und zu bedienen. Mehr Informationen unter [www.criteo.com/de](http://www.criteo.com/de).

## Über die Otto Group Media

Die Otto Group Media GmbH ist der Spezialist für Data Driven Advertising der Otto Group. Das 100-prozentige Unternehmen der Otto Group mit Sitz in Hamburg wurde im Mai 2015 gegründet und legt den Schwerpunkt auf nutzerbasierte Vermarktung und Aussteuerung von Werbeflächen auf den reichweitenstarken Plattformen der Otto Group und Partnerseiten. Das Angebot richtet sich an Werbetreibende, die über die Otto Group Media ihre Branding-Kampagnen nutzerspezifisch auf passenden Umfeldern ausspielen lassen wollen. 80 Prozent der erreichten Nutzer sind kaufaffine und produktinteressierte Frauen. Ganz nach dem Motto „Wir machen unser Kunden zu Ihren Kunden.“ Damit positioniert sich die Otto Group Media klar mit „The Perfect Match“ als Vermarkter, der Brands verbindet.

### Criteo:

Florian Herzing  
Senior PR Manager Central Europe  
[f.herzing@criteo.com](mailto:f.herzing@criteo.com)

+49-89-189285-159

### PR-Agentur von Criteo:

Martin Stummer / Andrej Kornienko / Duygu Duru  
HBI Helga Bailey GmbH - International PR & MarCom  
[martin\\_stummer@hbi.de](mailto:martin_stummer@hbi.de) / [andrej\\_kornienko@hbi.de](mailto:andrej_kornienko@hbi.de) /  
[duygu\\_duru@hbi.de](mailto:duygu_duru@hbi.de)

+49-89-99 38 87-34 / -37 / -44

## Otto Group Media

Swetlana Ernst  
Head of Marketing & PR  
M: +49 (0) 151 2280 7527  
[swetlana.ernst@ottogroup.media](mailto:swetlana.ernst@ottogroup.media)