

## Criteo startet multimediales Commerce Media Magazin

*Erstes deutsches Magazin zu Commerce Media – ein neuer Ansatz für Marketing, das Commerce-Daten und maschinelles Lernen verbindet*

**München, 22. Juni 2021** – Criteo, das Technologieunternehmen mit der weltweit führenden Commerce Media Plattform, launcht das erste [deutsche Multimedia-Magazin zum Thema Commerce Media](#). Derzeit suchen Marken, Publisher und Händler nach zukunftssicheren und datenschutzkonformen Lösungen und Strategien, um weiter ihre Zielgruppen zu erreichen, ihren Kundenstamm zu vergrößern sowie neue Umsatzquellen zu erschließen. Das ermöglicht die neue Marketing-Disziplin [Commerce Media](#).

Mit seinem Commerce Media Magazin will Criteo alle Player des Online-Business dabei unterstützen, ihr Geschäft zukunftssicher zu gestalten. So erklärt das Magazin, welch großes Potential wirklich im Bereich Retail Media steckt, es begleitet die Travel-Branche, wie sie sich jetzt digital fit für den Post-Corona-Boom macht, oder lässt sich von Florian Tannen, einem profilierten Digital-Juristen, erläutern, was man über Cookies, Consent & Co. wissen muss. Dabei setzt das Storytelling immer wieder auf Multimedia wie Video- und Audio-Elemente. So verrät beispielsweise OMR-Gründer Philipp Westermeyer im Podcast-Interview, welche Digital- und Commerce-Trends er für die kommenden Monate sieht. Und Matthias Weth, CEO von SYZGY Performance Marketing, diskutiert in Video-Takes unter anderem über den Begriff Performance im Upper Funnel Marketing sowie das erfolgreiche Zusammenspiel von Agenturen und Tech-Unternehmen.

Auch der Themenkomplex Omnichannel kommt nicht zu kurz. So beschäftigen sich unter anderem, Björn P. Böer, Chefredakteur von „Der Handel“, Stadtentwickler Andreas Klopp und Andreas Schwabe, Partner & Director bei der Boston Consulting Group, mit der Frage, wie die Innenstädte zu retten sind und wie das perfekte Zusammenspiel von Online- und Offline-Handel aussehen sollte.

„Commerce Media ist ein neuer Ansatz für Werbung, der Commerce-Daten und maschinelles Lernen nutzt, um Konsumenten während ihrer gesamten Shopping Journey anzusprechen. Dieser Ansatz ist darauf ausgerichtet, bessere Ergebnisse in einem wettbewerbsintensiven, aber begrenzten Umfeld zu erzielen. Tatsächlich erfordert Commerce Media ausgereifte Adtech-Funktionen“, erklärt Corinna Hohenleitner, Country Director DACH bei Criteo. „Genau dieses Commerce Media-Feld mit all seinen Spielarten besetzen wir bei Criteo. Im Zuge dessen bieten wir schon heute viele Assets, die echte Commerce-Profis brauchen. Eines davon ist dieses Magazin.“

Das Magazin begleitet in Deutschland zudem das Rebranding und die Markenpositionierung von Criteo. Beides präsentierte das Technologieunternehmen gerade erst auf einem [virtuellen Investorentag](#). Künftig stellt Criteo sein Produktportfolio neu auf, mit dem Ziel, Marketern noch bessere Möglichkeiten zu geben, ihre Werbekampagnen zu aktivieren und zu messen. Media-Anbieter sollen zudem noch besser befähigt werden, ihr Inventar an Werbe- und Promotion-Flächen bestmöglich zu vermarkten – alles auf Grundlage des Commerce-Datensatzes, der die Technologie antreibt und Criteo in der Branche auszeichnet.

Um die Produktion des Commerce Media Magazins kümmerte sich das Redaktionsteam des Tech-Magazins Clutch der Agentur Frau Wenk, unter der Regie des Clutch-Chefredakteurs Alexander Becker.

### **Bildmaterial:**

[Porträtfoto Corinna Hohenleitner \(Bildcredit: Criteo\)](#)

[Magazin Screenshot #1 \(Bildcredit: Criteo\)](#)

[Magazin Screenshot #2 \(Bildcredit: Criteo\)](#)

[Magazin Screenshot #3 \(Bildcredit: Criteo\)](#)

[Magazin Screenshot #4 \(Bildcredit: Criteo\)](#)

## **Über Criteo**

Criteo (NASDAQ: CRTO) ist das Technologieunternehmen mit der weltweit führenden Commerce Media Plattform. 2.500 Criteo Mitarbeiter arbeiten mit über 20.000 Marketern und tausenden Publishern aus aller Welt zusammen, um den weltweit größten Bestand an Commerce-Daten zu aktivieren und mit ihm bessere Geschäftsergebnisse zu erzielen. Mit seinem Angebot für vertrauensvolles und effektives Advertising bereichert Criteo die Online-Erfahrungen jedes Konsumenten und fördert gleichzeitig ein faires, offenes Internet, das Entdecken, Innovation und Wahlfreiheit ermöglicht. Mehr Informationen unter [www.criteo.com/de](http://www.criteo.com/de).

### **Pressekontakt Criteo:**

Florian Herzing

Director PR EMEA

[f.herzing@criteo.com](mailto:f.herzing@criteo.com)

+49 89 143770366

### **PR-Agentur:**

Agentur Frau Wenk +++ GmbH

Kristin Steppeling / Susanne Hohenschuh

[criteo@frauwenk.de](mailto:criteo@frauwenk.de)

+49 40 329047380