



Criteo und Mirakl Ads launchen globale Integration, um das Umsatzwachstum im Marktplatzbereich zu beschleunigen

Die Zusammenarbeit nutzt Ad-Serving-Technologie, einheitliche Arbeitsabläufe sowie integrierte Abrechnungs- und Reporting-Funktionen für, um die Mid-to-Long-Tail-Aktivierung innerhalb von Retail Media-Netzwerken zu erschließen

München – 17. Juli 2025 – [Criteo](#) (NASDAQ: CRTO), die globale Plattform, die das Commerce-Ökosystem verbindet, und [Mirakl Ads](#), die Retail Media-Lösung des weltweit führenden Anbieters von E-Commerce-Lösungen, gaben heute eine globale Integration bekannt. Das Ziel dabei ist, die ungenutzten Möglichkeiten der „Mid-to-Long Tail“-Werbetreibenden im Bereich Retail Media zu erschließen und somit eine einzigartige Effizienz und Skalierbarkeit in dem bis 2027 auf 204 Milliarden US-Dollar* prognostizierten Retail Media-Markt zu erreichen.

Die strategische Allianz zwischen Criteo und Mirakl Ads zielt darauf ab, das immer wertvoller werdende, jedoch schwer erreichbare Retail Media Segment der Drittanbieter und Mid-to-Long-Tail-Werbetreibenden zu erschließen. Diese Akteure sind bereit, in Retail-Media zu investieren, agieren aber außerhalb der üblichen Vertriebs- und Medienmanagementkanäle. Durch die Verbindung des umfangreichen Mirakl-Ökosystems von Brands und Drittanbietern mit der Retail Media-Angebots- und Ad-Serving-Technologie von Criteo können Retailer neue Einnahmequellen in großem Umfang durch automatisierte und effiziente Kampagnen erschließen.

Mid-to-Long-Tail-Werbetreibende und Drittanbieter bestehen aus Tausenden kleinerer Marken und Marktplatzanbietern, die zwar einzeln nur einen geringen Anteil ausmachen, zusammen jedoch einen erheblichen Teil der Werbeausgaben darstellen. SmartScout zufolge geben sie 127 % mehr als First-Party Brands auf Amazon aus. Diese Zahl unterstreicht die Chance für andere Retailer, das Potenzial hochwertiger Marktplätze zu nutzen. Die Kooperation von Criteo und Mirakl unterstützt Werbetreibende mit Self-Service-Tools und einem automatisiertem Kampagnenmanagement dabei, ihre Retail Media-Aktivitäten über mehrere Marktplatzplattformen hinweg effizient zu skalieren.

Melanie Zimmermann, General Manager Global Retail Media bei Criteo, erklärt: „Retail Media entwickelt sich weiter und Retailer suchen nach optimierten Lösungen, um die Nachfrage zu steigern und mit verschiedenen Markenpartnern in Kontakt zu treten. Gemeinsam ermöglichen wir Drittanbietern die einfache Durchführung von Kampagnen und schaffen so eine größere Produktvielfalt, ohne dass Retailern zusätzliche Kosten oder Aufwand entstehen. Durch diese Integration können Retailer ihre Marktplätze effizienter monetarisieren und gleichzeitig das Einkaufserlebnis für Konsumentinnen und Konsumenten verbessern.“



Octavie Gosselin, Global Vice President bei Mirakl Ads, fasst zusammen: „Wir freuen uns sehr, diese integrierte Funktion Retailern anbieten zu können, die neues Potenzial bei Mid- und Long-Tail-Werbetreibenden durch Automatisierung und Self-Service erschließen möchten. Wir helfen Werbetreibenden und Verkäufern dabei, nahtlos an allen Retail-Programmen teilzunehmen. Diese Partnerschaft zeigt die wachsende Bedeutung von Marktplätzen im gesamten Commerce-Ökosystem.“

**(\$204 Milliarden bis 2027 – Quelle: Activate, eMarketer, GroupM, Madison & Wall)*

Über Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO) ist die globale Plattform, die das gesamte Commerce Ökosystem für Brands, Agenturen, Retailer und Medienunternehmen verbindet. Die KI-gestützte Werbeplattform von Criteo verfügt über einen einzigartigen Zugang zu über einer Billion US-Dollar jährlichem Handelsumsatz. Sie verbindet Unternehmen mit Käuferinnen und Käufern, inspiriert diese zu neuen Entdeckungen und schafft hochgradig personalisierte Kundenerlebnisse. Criteo hat weltweit Tausende Kunden und Partner im Handel und im digitalen Commerce und bietet die Technologie, Tools und Insights, die Unternehmen benötigen, um ihre Performance und ihr Wachstum zu steigern. Weitere Informationen finden Sie unter criteo.com.

Über Mirakl

Mirakl ist der weltweit führende Anbieter von Innovationen im Plattformgeschäft. Das Lösungsangebot von Mirakl bietet Unternehmen eine transformative Möglichkeit, ihr Online-Geschäft deutlich zu steigern und effizienter zu gestalten.

Seit 2012 ist Mirakl ein Pionier in der Plattformökonomie und hilft Einzelhandels- und B2B-Unternehmen mit der fortschrittlichsten, sichersten und skalierbarsten Technologie, das Produktsortiment über Marktplätze und Dropship zu digitalisieren und zu erweitern, die Effizienz bei der Verwaltung von Lieferantenkatalogen und Zahlungen zu verbessern, das Einkaufserlebnis zu personalisieren und die Gewinne durch Retail Media zu steigern.

Mehr als 450 branchenführende Unternehmen weltweit vertrauen auf Mirakl, darunter Airbus, ASOS, Best Secret, Carrefour, Conrad Electronic, Coca Cola Hellenic, Douglas, Fressnapf, H&M Home, Home24, MediaMarktSaturn und Sonepar. Für weitere Informationen: www.mirakl.com



Kontakt

Criteo Public Relations
Florian Herzing
f.herzing@criteo.com

Trilligent GmbH (PR Agentur)
Criteo@trilligent.com

Forward Looking Statements Disclosure

This press release contains forward-looking statements, including our expectations regarding our market opportunity and future growth prospects and other statements that are not historical facts and involve risks and uncertainties that could cause actual results to differ materially. Factors that might cause or contribute to such differences include, but are not limited to: failure related to our technology and our ability to innovate and respond to changes in technology, uncertainty regarding our ability to access a consistent supply of internet display advertising inventory and expand access to such inventory, investments in new business opportunities and the timing of these investments, whether the projected benefits of acquisitions or strategic transactions materialize as expected, uncertainty regarding international operations and expansion, including related to changes in a specific country's or region's political or economic conditions (such as changes in or new tariffs), the impact of competition or client in-housing, uncertainty regarding legislative, regulatory or self-regulatory developments regarding data privacy matters and the impact of efforts by other participants in our industry to comply therewith, the impact of consumer resistance to the collection and sharing of data, our ability to access data through third parties, failure to enhance our brand cost-effectively, recent growth rates not being indicative of future growth, client flexibility to increase or decrease spend, our ability to manage growth, potential fluctuations in operating results, our ability to grow our base of clients, and the financial impact of maximizing Contribution ex-TAC, as well as risks related to future opportunities and plans, including the uncertainty of expected future financial performance and results and those risks detailed from time-to-time under the caption "Risk Factors" and elsewhere in the Company's SEC filings and reports, including the Company's Annual Report on Form 10-K filed with the SEC on February 28, 2025, and in subsequent Quarterly Reports on Form 10-Q as well as future filings and reports by the Company. Importantly, at this time, macro-economic conditions including inflation and fluctuating interest rates in the U.S. have impacted and may continue to impact Criteo's business, financial condition, cash flow and results of operations.

Except as required by law, the Company undertakes no duty or obligation to update any forward-looking statements contained in this release as a result of new information, future events, changes in expectations or otherwise.

###