Criteo und Notino bündeln ihre Kräfte, um Retail Media im europäischen Beauty-Markt voranzubringen

Eine strategische Partnerschaft, mit der Beauty-Marken die einzigartige pan-europäische Reichweite von Notino in 27 Märkten nutzen können: durch relevante Ansprache von Shopperinnen und Shoppern sowie durch transparentes, messbares und effektives Retail Media

München, 2. November 2026 – Criteo, die globale Commerce Intelligence-Plattform, und Notino, Europas größter Online-Beauty-Retailer*, haben heute eine strategische Partnerschaft bekannt gegeben. Ziel ist es, die nächste Phase von Retail Media im Beauty-Bereich voranzubringen. Da Notino seine Retail Media-Aktivitäten auf die Plattform von Criteo überführt, kann der Retailer Marken künftig neue Marketingmöglichkeiten in allen 27 europäischen Märkten bieten, in denen Notino aktiv ist. Dazu zählen unter anderem Deutschland, Frankreich, Italien, Großbritannien, Tschechien, Polen, Rumänien, Ungarn und Kroatien.

Die Technologie von Criteo ermöglicht bei Notino Sponsored Product Ads, Onsite Display Ads und Onsite Video Ads und fördert so inkrementelles Wachstum und zusätzliche Verkäufe. Die Lösungen helfen Marken dabei, relevante Produkte entlang des gesamten Kaufprozesses gezielt sichtbar zu machen – von der Entdeckung über die Erwägung bis hin zum Kauf. Das gilt auch dann, wenn Shopperinnen und Shopper zunächst nach einer Lösung für einen Bedarf suchen, ohne ein konkretes Produkt im Sinn zu haben. Werbetreibende können die Formate auf unterschiedliche Kampagnenziele abstimmen und anhand von transparentem Performance-Reporting und Media-Insights die Ergebnisse bewerten und ihre Kampagnen optimieren. Die Grundlage bilden die umfangreichen First-Party-Daten von Notino.

Langfristig beabsichtigen beide Unternehmen, ihre Zusammenarbeit auf Offsite auszuweiten und das Onboarding von Offline-Verkaufsdaten für Omnichannel-Targeting und -Messung zu unterstützen. Die Partnerschaft steht außerdem für das Bekenntnis zu kontinuierlicher Innovation und zu mehr Standardisierung im Retail Media. Beides sind wichtige Grundlagen für die nächste Wachstumsphase der Kategorie.

Zitate:

„Retail Media entwickelt sich rasant weiter, und Beauty ist eine Kategorie, in der Discovery und Commerce eng miteinander verbunden sind. Notino bringt tiefe Kategorie-Expertise und eine einzigartige pan-europäische Präsenz mit. Criteo steuert Retail Media-Technologie und umfassende Erfahrung bei, um die weitere Entwicklung zu unterstützen. Wir freuen uns darauf, gemeinsam mit Notino diese Stärken in die Praxis umzusetzen, zunächst im Onsite-Bereich.“

- **Alex Crowe, Managing Director, Retail Media, EMEA bei Criteo**

„Für Beauty-Marken war die Expansion in Europa schon immer eine komplexe Herausforderung. Diese Partnerschaft macht daraus eine beispiellose strategische Chance. Indem wir die Technologie von Criteo mit unseren eigenen Kanälen und einem Ökosystem von 40 Millionen

Kundinnen und Kunden verbinden, definieren wir neu, wie Marken ihre Marketingkraft aufbauen. Unsere Vision ist unmissverständlich: Notino ist das Tor zu Europa. Wir bieten einen einzigen, hochgradig messbaren Wachstumsmotor über 27 Märkte hinweg und befähigen Marken, unsere enorme pan-europäische Reichweite nahtlos zu ihrem eigenen Wettbewerbsvorteil zu machen.“

- **Bartosz Kliś, Co-CEO & Chief Growth Officer bei Notino**

„Marken wünschen sich einen einfachen Zugang, transparentes Reporting und messbare Ergebnisse. Mit der Technologie von Criteo hinter unseren Formaten Sponsored Product Ads, Onsite Display Ads und Onsite Video Ads, aufgebaut auf den First-Party-Daten von Notino, können wir genau das bieten. Onsite ist der erste Schritt. Unser Fokus liegt nun darauf, es Marken leicht zu machen, ihre Kampagnen mit uns zu planen, auszuspielen und auszuwerten. Gemeinsam mit Criteo wollen wir darauf mit unseren Partnern aufbauen. Offsite und Offline-Daten sind die Bereiche, die wir als Nächstes erschließen möchten.“

- **Šárka Černá, Retail Media Director bei Notino**

*Quelle: *Cross-Border Commerce Europe, “TOP 500 B2C Cross-Border Retail Europe”, 8th Edition, April 2026*.

Kontakt:

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

Notino Public Relations:
Alexandra Išuninová, alexandra.isuninova@notino.com

Über Notino

Notino wurde 2004 in Tschechien gegründet und hat sich zum größten Online-Beauty-Retailer Europas entwickelt. Das Unternehmen bringt Beauty- und Körperpflegeprodukte zu Millionen von Kundinnen und Kunden in ganz Europa. Heute bietet Notino bis zu 115.000 Produkte von mehr als 1.800 internationalen und lokalen Marken an, ist in 27 europäischen Märkten aktiv und betreibt 30 stationäre Filialen.

Im Ranking „TOP 500 B2C Cross-Border Retail Europe“ von Cross-Border Commerce Europe zählt Notino zu den zehn größten grenzüberschreitenden Online-Händlern Europas und belegt in der Branchenwertung für Beauty den ersten Platz. Mit starkem Fokus auf das Kundenerlebnis investiert das Unternehmen weiter darin, das Beauty-Shopping einfacher, bequemer und zugänglicher zu machen. Eine schnelle und zuverlässige Lieferung wird durch Logistikzentren in Tschechien, Polen, Italien und Rumänien unterstützt.

Über Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO) ist die globale Commerce Intelligence-Plattform, über die Brands, Agenturen, Retailer und Publisher ihre Performance steigern. Basierend auf proprietären Commerce-Daten aus jährlichen Umsätzen von mehr als 1 Billion US-Dollar sowie zwei Jahrzehnten an KI-Innovation unterstützt Criteo Unternehmen im gesamten Ökosystem dabei, intelligentere Entscheidungen zu treffen, bessere Ergebnisse zu erzielen und relevantere Shopping-Erlebnisse zu gestalten. Mit Tausenden von Kunden und engen Partnerschaften im weltweiten Retail und digitalen Commerce stellt Criteo die Technologie und die Erkenntnisse bereit, mit denen Unternehmen wettbewerbsfähig bleiben und wachsen. Weitere Informationen unter criteo.com.