

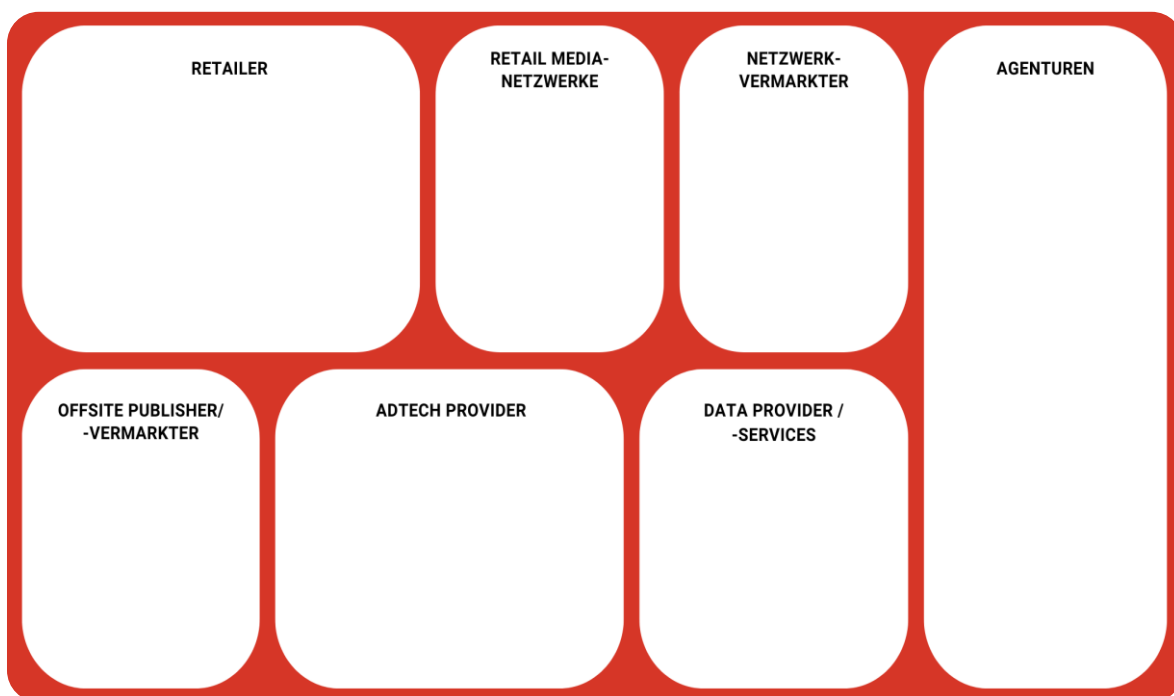
Retail Media Landscape - Österreich



Die Retail Media Arbeitsgruppe des iab.austria arbeitet derzeit an der Erstellung einer umfassenden Übersicht der relevanten Marktteilnehmer*innen im Bereich Retail Media in Österreich. Ziel dieser „Retail Media Landscape“ ist es, einen klaren Überblick über die wichtigsten Akteurinnen im österreichischen Markt zu bieten.

Um dein Unternehmen in dieser Übersicht zu berücksichtigen, laden wir dich ein, das verlinkte Umfrageformular auszufüllen und einzureichen. <https://forms.office.com/r/yEyq8Xqz1s>

Anbei findest du einen Entwurf der Landscape, auf dem die Logos der Marktteilnehmer*innen abgebildet werden. Wir bitten dich, uns den Namen einer zuständigen Ansprechperson für das Thema Retail Media in deinem Unternehmen mitzuteilen sowie die Kategorie, in der das Logo deiner Meinung nach platziert werden sollte.



Entwurf: Retail Media Landscape – iab.austria

Die Begriffsdefinitionen der einzelnen Kategorien sind nachfolgend beschrieben.

1. Retailer

Unter dieser Kategorie werden österreichische Einzelhändler gelistet, die Retail Media betreiben. Die Werbepplatzierungen auf den Seiten der Retailer werden als „Onsite Retail Media“ bezeichnet, da sie direkt auf den Plattformen des jeweiligen Retailers stattfinden.

2. Retail Media-Netzwerke

Retail Media-Netzwerke sind Vermarktungsunternehmen der Einzelhändler. Sie bieten Werbeflächen und Datenservices sowohl online (z. B. Onlineshops, In-App) als auch offline (z. B. im Geschäft) an. Diese Netzwerke ermöglichen es, Werbekampagnen zielgerichtet zu steuern und bieten dafür detaillierte Reporting-Möglichkeiten basierend auf Business-KPIs.

3. Netzwerk-Vermarkter

Netzwerk-Vermarkter bieten Zugang zu Werbeflächen und -daten verschiedener Retailer und übernehmen eine aggregierende Funktion im Markt. Ihre Angebote umfassen Online- und Offline-Werbeprodukte, die durch gemeinsame Daten- und Reportingstrukturen ein breites Targeting und zusätzliche Erlösmodelle für Retailer ermöglichen.

4. Agenturen

Mediaagenturen unterstützen bei der Planung und Umsetzung von Retail-Media-Kampagnen. Sie fungieren als Bindeglied zwischen Retailern, Netzwerken und Werbetreibenden und bieten Services wie Kampagnenstrategie, Mediaeinkauf, Analyse und Optimierung. Außerdem beraten sie Retailer zu Themen wie Ad Tech Setup und Monetarisierungsstrategien.

5. Offsite Publisher / -Vermarkter

Diese Kategorie umfasst Anbieter von Werbepplatzierungen außerhalb der eigenen Retailer-Plattformen. Dazu gehören Formate wie Online-Video, Display, Native Ads, soziale Netzwerke, (D)OOH, CTV, Audio und Print. Offsite Publisher ermöglichen es, Zielgruppen außerhalb der Retailer-Websites zu erreichen und Kampagnen breit zu skalieren.

6. AdTech Provider

Diese Unternehmen bieten Technologien für die Verwaltung und Aussteuerung von Retail Media. Dazu gehören:

Ad Server: Steuern die Auslieferung von Werbeanzeigen auf den digitalen Plattformen der Retailer und bieten Reporting- und Optimierungstools.

DSP (Demand Side Platform): Plattformen, die es Advertisern ermöglichen, Werbeflächen programmatisch zu kaufen und Kampagnen zu steuern, oft unter Nutzung von Retailer-Daten.

Bid & Campaign Management: Tools zur Verwaltung von Kampagnen, inklusive Budgetverwaltung, Zielgruppen- und Keyword-Definition sowie Gebotsstrategien.

SSP (Sell Side Platform): Plattformen, die Retailern helfen, ihre Werbeflächen programmatisch zu monetarisieren und Anzeigen effizient zu verwalten.

7. Data Provider /-Services

Diese Kategorie umfasst Unternehmen, die Produkte oder Services in den Bereichen Data Provider oder Data Services anbieten:

Data Provider: Diese Anbieter liefern Third-Party-Daten für Retail-Media-Prozesse, um Konsument*innen gezielt anzusprechen. Dazu gehören Abverkaufsdaten, Shopper Insights und Daten zur Anreicherung der First-Party-Daten von Retailern.

Data Services: Anbieter in diesem Bereich unterstützen bei der Datenverarbeitung und -aktivierung, zum Beispiel durch Consent Management Platforms (CMP), Customer Data Platforms (CDP) oder Data Clean Rooms (DCR). Sie bieten Technologien für die effiziente Nutzung und Analyse von Retail-Daten.

Disclaimer

Alle Angaben und Informationen in dieser Veröffentlichung wurden vom iab austria sorgfältig recherchiert und geprüft. Sie dienen als Service des Verbandes. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte übernehmen weder iab austria noch die an der Erstellung und Veröffentlichung beteiligten Personen und Unternehmen eine Haftung. Die Inhalte dieser Veröffentlichung sowie Verweise auf Inhalte Dritter sind urheberrechtlich geschützt. Jegliche Vervielfältigung von Informationen oder Daten, insbesondere die Nutzung von Texten, Textteilen, Bildern oder anderen Inhalten, bedarf der vorherigen Zustimmung durch den iab austria oder die jeweiligen Rechteinhaber.

Die in dieser Landscape aufgeführten Unternehmen sind nicht abschließend gelistet. Es besteht kein Anspruch auf Vollständigkeit. Berücksichtigt wurden ausschließlich Unternehmen, die im Bereich Retail Media tätig sind und deren Geschäftsmodelle den definierten Kategorien entsprechen. Die Reihenfolge und die Größe der Unternehmenslogos sagen nichts über die Relevanz oder Gewichtung der jeweiligen Unternehmen im entsprechenden Segment aus. In zukünftigen Arbeiten der Arbeitsgruppe soll die Landscape kontinuierlich erweitert werden. Die hier verwendeten Definitionen wurden in Anlehnung an Veröffentlichungen des iab Europe und des BVDW (Bundesverband Digitale Wirtschaft) erarbeitet.

Ansprechpersonen - AG Retail Media – iab austria

Christoph Truppe, AG Leiter Retail Media, Österreichische Post
christophe.truppe@post.at, +43 664 624 53 58

Florian Leitner, Projektlead Retail Media Landscape, UM PanMedia
florian.leitner@umww.com, +43 660 379 05 72