

## **FINALE DEUTSCHE PRESSEMITTEILUNG COMMERCE MEDIA**

### **Axel Springer und Criteo kooperieren für datengetriebene Media-Strategien**

*Media Impact steigert Anzeigenpräzision als Kurator der Commerce Grid Plattform (SSP) von Criteo / Kooperation aktiviert erstmals Daten zur Kaufabsicht (E-Commerce-Intent-Daten) von idealo*

**Berlin, 12. Juni 2025** – Der Vermarkter Media Impact ist ab sofort Kurator der Supply-Side-Plattform *Commerce Grid* des Commerce Media Unternehmens Criteo. Zum ersten Mal macht Axel Springer damit programmatischen Einkäufern Intent-Daten seiner Medienmarken sowie der Commerce-Plattform idealo über kuratierte Deal-IDs zugänglich.

Im Rahmen dieser strategischen Kooperation kuratiert Media Impact leistungsstarke Media-Angebote, die die Intent-Signale zum potenziellen Kaufinteresse aus dem deutschen Nachrichtenportfolio – darunter BILD, WELT und BUSINESS INSIDER Deutschland – mit den detaillierten Produkt- und Preisvergleichsdaten von idealo sowie den deterministischen Daten der Commerce Audiences von Criteo kombinieren.

Dieser strategische Schritt ermöglicht es Axel Springer, die Monetarisierung seiner Datenbestände auszubauen und der wachsenden Nachfrage nach Performance Media und transparenten Supply-Pfaden gerecht zu werden. Die Zusammenarbeit mit Criteo setzt neue Maßstäbe für die Integration von Premium-Media und Commerce-Daten zur Erzielung messbarer Commerce-Ergebnisse.

Erstmals werden hierbei Daten der Preisvergleichsplattform idealo in Werbekampagnen aktiviert. Diese kuratierten Deals können entweder im Axel-Springer-Inventar oder im erweiterten Netzwerk des *Commerce Grid* aktiviert werden. So erhalten Werbetreibende skalierbaren und flexiblen Zugang zu kaufbereiten Zielgruppen in relevanten Produktkategorien. Dadurch wird die Anzeigenpräzision in den relevanten Produktkategorien maßgeblich gesteigert.

Die Kooperation nutzt die Commerce Audiences von Criteo, die auf realen Kaufdaten tausender Einzelhändler weltweit basieren. Die kuratierten Deal-IDs bieten Media-Einkäufern die Möglichkeit:

- eine höhere Zielgenauigkeit und Reichweite im offenen Web zu erzielen
- Media-Verluste zu reduzieren, indem nur echte, kaufbereite Konsumenten angesprochen werden
- die Kampagnen-ROI für Branding- und Performance-Ziele zu verbessern
- die Deals nahtlos in ihren bevorzugten DSPs zu aktivieren
- über Axel Springer, insbesondere Media Impact, Zugriff auf zusätzliche Werbeinventare und -formate zu erhalten

„Diese Zusammenarbeit ist ein bedeutender Entwicklungsschritt für Publisher, um direkt an datengestützten und -getriebenen Media-Strategien teilzuhaben“, sagt **Mathias Sanchez, Geschäftsführer Media Impact & SVP Global Strategic**

**Partnerships bei Axel Springer.** „Indem wir die Intent-Daten unserer Nachrichtenmarken mit idealos E-Commerce-Nutzungsdaten sowie den Commerce Audiences von Criteo in einem datenschutzkonformen, leistungsgetriebenen Ansatz kombinieren, bieten wir Marken neue, wirkungsvolle Möglichkeiten zur Ansprache von interessierten Konsumenten.“

### **Commerce Intelligence für Werbetreibende erschließen**

Axel Springers Nachrichtenmarken zählen zu den reichweitenstärksten digitalen Medienangeboten Deutschlands. Die BILD-Gruppe und die PREMIUM-Gruppe (WELT, POLITICO, BUSINESS INSIDER) erreichen gemeinsam 79 Prozent der deutschen Bevölkerung – rund 56 Millionen Menschen pro Monat (b4p 2024 III)<sup>[1]</sup>. Dieses Reichweitenpotenzial ermöglicht es Media Impact, zielgerichtete und datengestützte Werbelösungen auf hochfrequentierten digitalen Plattformen anzubieten.

Mit monatlich 76 Millionen Besuchen zählt idealo zu den führenden Produkt- und Preisvergleichsplattformen Europas. Erstmals können Werbetreibende diese Commerce-Signale nun programmatisch nutzen – und Zielgruppen auf Basis aktueller Produktsuchen, Preissensitivitäten und konkreter Kaufabsicht ansprechen.

**Mark Dekan, Managing Director von idealo und Vorstandsmitglied von Axel Springer:** „Wir freuen uns, idealos einzigartige Einblicke in den Handel in diese Partnerschaft einzubringen. Dadurch können wir Innovationen im E-Commerce weiter vorantreiben und unseren Nutzern sowie Partnern Mehrwert bieten. Unsere Zusammenarbeit eröffnet neue Wachstumspotenziale und stärkt idealos Kernangebot, den Produkt- und Preisvergleich.“

„Diese Partnerschaft zeigt die besondere Stärke kuratierter Commerce-Daten von Verlagen, und wie sie genutzt werden kann, um den sich wandelnden Bedürfnissen der Media-Käufer gerecht zu werden“, sagt **Benedict Gründig, Senior Director Commerce Grid Activation bei Criteo.** „Die Aufbereitung ihrer Intent- und idealo-Daten durch Axel Springer ist ein wichtiger Meilenstein für den Markt und ein Zeichen dafür, wohin sich Premium-Media entwickelt.“