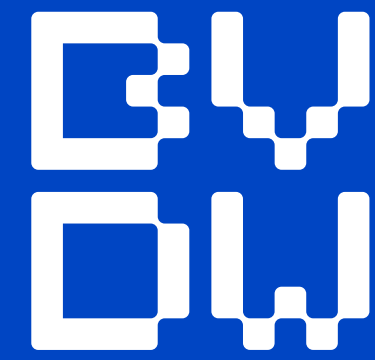




Commerce Media: Status, Definition & Landscape

Vor allem im internationalen Kontext findet zunehmend auch der Begriff „Commerce Media“ im Umfeld von Retail Media Verwendung. Um auch im deutschen Markt frühzeitig eine klare Definition und Abgrenzung der beiden Begrifflichkeiten zu verankern, zeigen wir hiermit den Status Quo sowie die Commerce Media Landscape für Deutschland auf.

Commerce Media

„Sometimes the term ‘commerce media’ is used within the industry – this incorporates retail media but also other verticals, including travel, quick service restaurants, auto and b2b companies. Increasingly, non-retail commerce companies are establishing media businesses similar to those offered by retailers ...“

IAB Europes 101 Guide To Retail Media, 2024

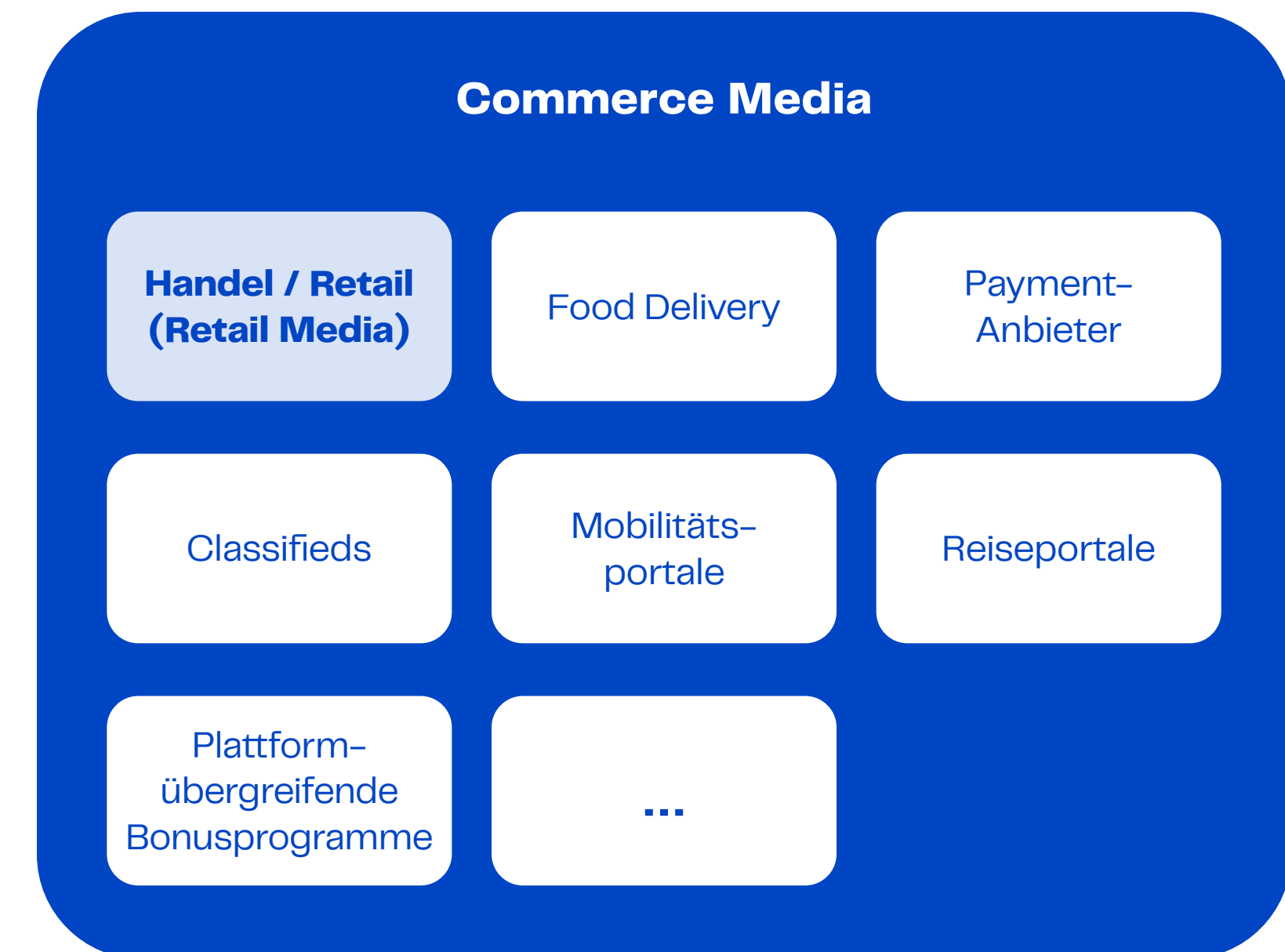
Definition

Commerce Media beschreibt **Werbeplatzierungen auf kommerziellen Plattformen, auf denen Transaktionsprozesse geschehen.**

Ein Teilbereich hiervon ist **Retail Media, was Werbeplatzierungen auf Retailer-Seiten** bezeichnet. Während die **Transaktionen beim Retail Media physische Güter bzw. den Handel von Waren** betreffen, sind bei **anderen Kategorien von Commerce Media auch Dienstleistungen, Transportwege oder weitere Services** im Vordergrund. Beispiele hierfür sind Reise- und Mobilitätsportale, Payment Anbieter, Food Delivery oder Classifieds. Dabei steht konkret **die Anbahnung und Durchführung von kommerziellen Prozessen sowie die damit verbundene Ansprachemöglichkeit transaktionsgetriebener Zielgruppen und Bereitstellung von kommerziellen Daten** als Reporting- und Aktivierungsbasis im Fokus.

Analog Retail Media können die Werbeplatzierungen bei Commerce Media auf **Onsite- sowie Offsite-Inventaren** stattfinden.

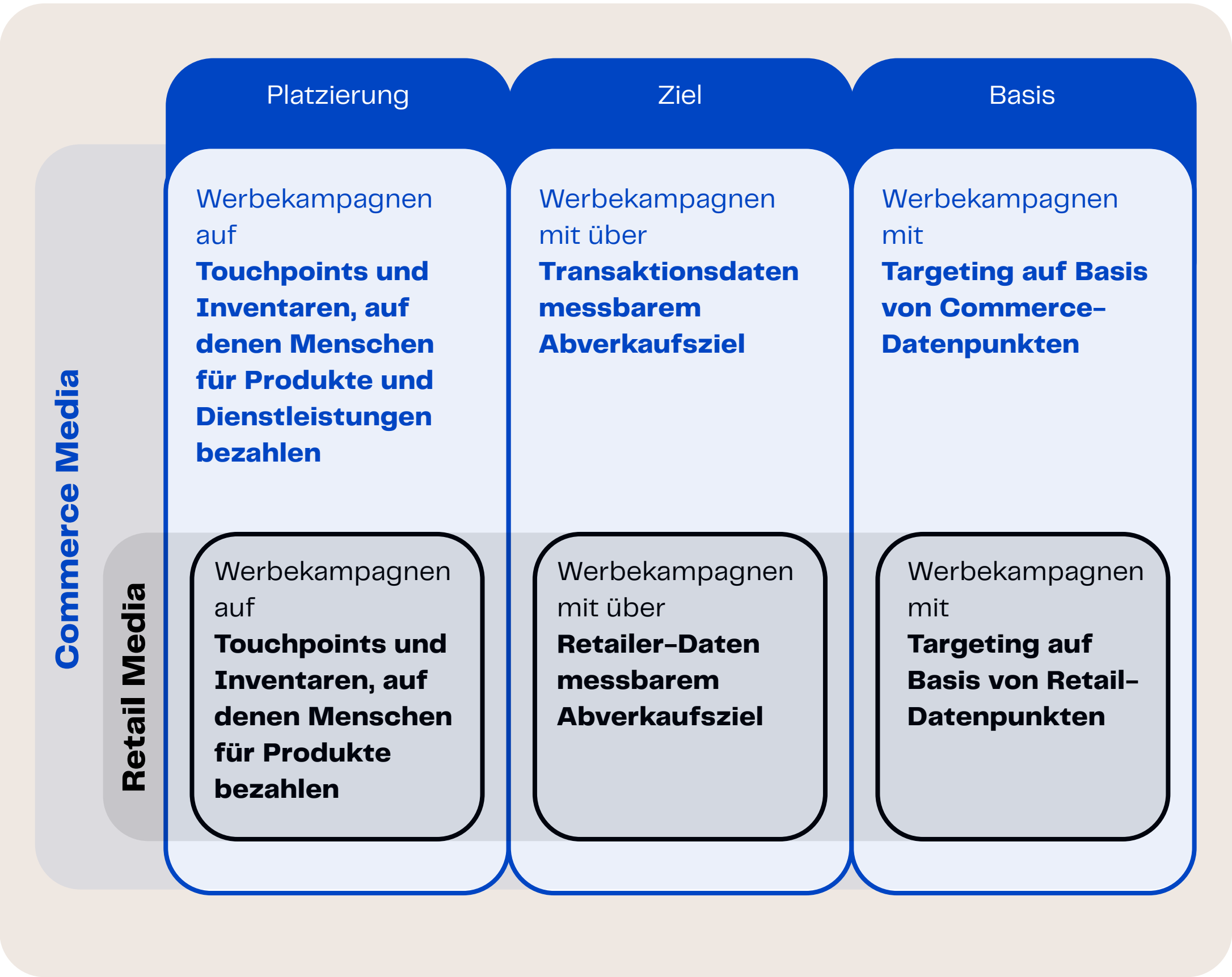
Zusammenhang von Commerce Media & Retail Media



Commerce Media kann somit auch als übergreifende Disziplin verstanden werden, welche dedizierte retailerbasierte Werbeprodukte innerhalb von Retail Media als Teilbereich unter sich vereint.

Charakteristika von Commerce und Retail Media im Vergleich

Gemäß der vorherigen Erläuterung beinhaltet Commerce Media somit alle Aspekte von Retail Media, ergänzt um entsprechend weitere Aspekte.



Effektivität durch Transaktionsdaten

Als Kernkomponente beinhaltet Commerce Media die Nutzung von Transaktionsdaten zur gezielteren Aussteuerung von Kampagnen. Unterschiedliche Datenquellen stehen hierfür zur Verfügung, u.a.:



BVDW Market Landscape – Commerce Media





Autor*innenverzeichnis:

Projektleitung & Autor*innen:

Dennis Götze, Marketing of Moments

Irina Schmitz, BVDW

Co-Autor*innen:

Rouven Aretz, PAYBACK

Christian Essenbach, LAYA Media

Philipp Frenz, im Auftrag der DeutschlandCard

Corinna Hohenleitner, Criteo

Impressum

BVDW Market Landscape – Commerce Media

Ihr BVDW-Kontakt für Fragen & weitere Informationen:

Irina Schmitz, Senior Programm Managerin, schmitz@bvdw.org

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Schumannstraße 2 · 10117 Berlin

Tel. +49 30 2062186-0 · info@bvdw.org · www-bvdw.org

#bvdw #zukunftsgestalter

