



Medieninformation

Breuninger investiert in den Aufbau eines Retail-Media-Netzwerks im Premium- und Luxusbereich

Stuttgart, 10.08.2023

Das Fashion- und Lifestyle-Unternehmen Breuninger setzt weiter auf innovative Geschäftsmodelle und intensiviert die strategische Vermarktung seiner eigenen Online- und Offline-Werbeflächen. Dafür erweitert das Stuttgarter Unternehmen sein Retail-Media-Netzwerk kontinuierlich. Ziel ist es, das führende Retail-Media-Netzwerk im Premium- und Luxusbereich zu bauen.

Die vertrauensvolle Beziehung und enge Zusammenarbeit mit seinen Markenpartnern war schon immer zentraler Teil der Breuninger Unternehmensphilosophie. Mit dem Ausbau seiner Aktivitäten im Bereich Retail Media und der gezielten Vermarktung der eigenen Werbeflächen geht Breuninger jetzt den nächsten Schritt, um seinen Markenpartnern den Zugang zu den exklusiven Breuninger Zielgruppen zu ermöglichen. Dafür hat Breuninger bereits im letzten Jahr den Geschäftsbereich „Retail Media & Brand Cooperations“ geschaffen, der das Thema strategisch vorantreibt und als interne Mediaagentur fungiert. Als Technologiepartner hat sich Breuninger für die Retail-Media-Lösung von Microsoft entschieden. Mit Microsoft Retail Media (ehemals PromoteIQ) erhalten Markenpartner perspektivisch Zugang zu einer Reihe von neuen Vermarktungsprodukten, die personalisiert und programmatisch an die relevanten Zielgruppen ausgespielt werden.

Ziel ist es, den Markenpartnern zu ermöglichen ihre Zielgruppen entlang der kompletten Customer Journey gezielt anzusprechen. Sei es durch klassische Sichtbarkeits- und Branding-Maßnahmen als auch Lower-Funnel-Kampagnen bis hin zu Brand-Experience-Aktivierungen am Point-of-Sale.

„Retail Media ist ein wichtiger Baustein unserer Unternehmensstrategie - ein hochattraktives Geschäftsfeld mit großem Wachstumspotenzial. Wir freuen uns, Microsoft Advertising dafür als starken Partner mit an Bord zu haben. Unser Ziel ist es, diesen dynamischen Bereich voranzutreiben und innovative Lösungen zu entwickeln, die unsere Partner begeistern werden“, sagt Dr. Felix Kreyer, Chief Customer Officer (CCO) bei Breuninger.

„Microsoft Advertising freut sich, mit Breuninger zusammenzuarbeiten, um ein komplettes Omnichannel-Retail Media-Programm für den Einzelhandel zu starten. Durch das führende Retail-Media-Ökosystem von Microsoft Advertising werden Einzelhändler dabei unterstützt, profitabler zu arbeiten, indem es ihren Marken ermöglicht, mit Kunden in Kontakt zu treten, personalisierte Erlebnisse zu schaffen und die Shopping Journey zu transformieren“, sagte Paul Longo, Global Head of Retail Media Sales.

Große Reichweite der eigenen Plattformen

Die große Reichweite seiner digitalen Plattformen macht Breuninger zu einem attraktiven Partner für Unternehmen, die ihre eigene Marktposition im Premium- und Luxusbereich nachhaltig ausbauen wollen. Mit 2,5 Millionen aktiven Kund:innen, mehr als 1 Million Breuninger Card Mitglieder sowie mehr als 200 Millionen Websiteaufrufen verfügt Breuninger über eine der größten Reichweiten in den relevanten Zielgruppen der Premium- und Luxuskund:innen im deutschsprachigen Raum. Die Breuninger Zielgruppen zeichnen sich hierbei durch ein überdurchschnittliches Einkommen sowie eine hohe Affinität gegenüber

neuen Trends und Inspirationen aus. Bereits heute bietet Breuninger vielfältige Werbeplatzierungen im Online-Shop auf [breuninger.com](https://www.breuninger.com), auf Social Media und in seinen 13 Department-Stores.

Breuninger entwickelt neue Vermarktungsprodukte

Ab September launcht Breuninger zudem weitere attraktive Vermarktungsprodukte. So werden für ausgewählte Markenpartner Sponsored Product Ads (SPA) eingeführt. Für das Jahr 2024 plant Breuninger die Einführung neuer Onsite-Formate, die personalisiert und programmatisch ausgespielt werden können. Darüber hinaus sollen auch Vermarktungsmöglichkeiten für nicht-endemische Partner geschaffen werden, die einen hohen Brand-Fit mit den Breuninger Zielgruppen aufweisen.

Eine Grafik zum Download finden Sie [hier](#)

E. Breuninger GmbH & Co.

Das Fashion- und Lifestyle-Unternehmen Breuninger wurde 1881 von Eduard Breuninger gegründet und zählt heute zu den führenden Omnichannel-Department-Stores in Europa. Seit über 140 Jahren setzt Breuninger mit einer exklusiven Auswahl an internationalen Designermarken und ausgesuchten Newcomer Brands hohe Maßstäbe in den Bereichen Fashion, Beauty und Lifestyle. Der im Jahr 2008 gestartete Onlineshop www.breuninger.com zählt zu den erfolgreichsten im Premiumsegment und ist auch in Österreich, der Schweiz, Polen, Tschechien, Belgien, den Niederlanden, Luxemburg, Spanien und Italien verfügbar. Neben Stilbewusstsein und Trendgespür steht Breuninger für eine ausgeprägte Kundenorientierung: Serviceangebote wie der Special Service, das hauseigene Maßatelier, Click & Collect und Online Reservierung, der Instore Bestellservice sowie der Shuttle Service sorgen stationär und online für ein einzigartiges Einkaufserlebnis. In Deutschland und Luxemburg gehören nunmehr 13 Häuser mit rund 6.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu Breuninger. 2024 ist die Eröffnung von Breuninger in Hamburg geplant.