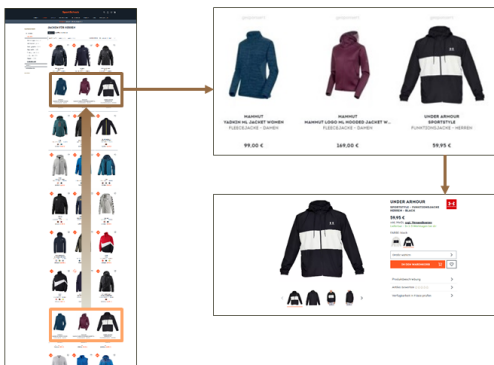


Pressemitteilung

06. August 2019

Retail Media bei SportScheck: Neue Vermarktungslösung für Marken auf der Suche nach aktiven und sportlichen Kunden

Unterhaching – SportScheck bietet Marken auf der Suche nach aktiven und sportlichen Kunden neue Vermarktungslösungen an. Die Resonanz beim 1. Retail Media Day Ende Juli war groß. Über 90 Entscheider der Industrie kamen in die Unternehmenszentrale nach Unterhaching, um sich persönlich von den Chancen des neuen Retail Media-Angebots zu überzeugen. Aufgrund der attraktiven Zielgruppen-Situation ist das Angebot auch für Werbetreibende außerhalb der Sportartikel-Industrie interessant. Damit kommt SportScheck seinem Ziel, das begehrteste Ökosystem für den aktiven und sportlichen Lebensstil in der DACH-Region zu werden, einen weiteren Schritt näher.



Sponsored Products: Herausragende Platzierung im Product Listing

SportScheck CEO Markus Rech freut sich über das große Echo auf die Einladung und hat eine treffende Erklärung: „Die Industrie sucht händeringend nach neuen, effektiveren Kommunikationsmöglichkeiten. Retail Media verspricht genau das. Im Gegensatz zur Publisher Welt aus Nachrichten und Unterhaltung, die den Kunden nur thematisch abholt, erreicht SportScheck die Zielgruppe immer ganz nah an der Kaufentscheidung.“

Wanted: Sportliche Zielgruppe, nur einen Klick vom Kauf entfernt

Für viele Veranstaltungsteilnehmer war das eines der wichtigsten Argumente für Retail Media bei SportScheck: Der Kontakt zu aktiven und sportlichen Menschen. Diese erreichen Werbetreibende nun über Retail Media-Lösungen, die auf die Reichweiten und Flächen des gesamten SportScheck-Ökosystems zugreifen: 15 Millionen Unique User auf sportscheck.com, 13 Millionen Filialkunden an 17 Standorten, über 350.000 Event-Teilnehmer und -Besucher und mehr als 1,6 Mio. Social Media Fans. Der entscheidende Vorteil bei Retail Media ist, dass sich die Zielgruppe bereits im Kaufmodus befindet, also aktiv auf der Suche nach Marken und Produkten ist. Auf reinen Publisher-Seiten interessieren sich User eher für Informationen zu bestimmten Themen. Diesen Vorteil von SportScheck können sich werbeinteressierte Marken nun mittels Retail Media zu Nutze machen.

SportScheck ergänzt dabei seine eigenen Lösungen mit denen von Partnern wie Google, Otto Group Media und Criteo.

Data-Insights, Sichtbarkeit und 360-Grad-Kommunikation

Die Retail Media-Produktpalette reicht im Online-Bereich von „Sponsored Products“ über „Onsite und Offsite Brand Promotion“ bis hin zu Googles „Shopping Campaigns with Partners“. Auf speziellen Flächen in den Filialen können z. B. „Pop Up Space“, „OOH-Großflächen“, „digitale Schaufenster“ oder „Promotions“ gebucht werden. Events wie die bundesweite SportScheck RUN-



BMW Motorrad Pop Up Store in München

Serie, das GletscherFestival, Micro-Events oder der MADE FOR MORE Award bieten außerdem eine hochemotionale Plattform, um als Marke direkt mit der aktiven und sportlichen Zielgruppe in Kontakt zu treten.

„Retail Media-Angebot auch für Player außerhalb der Sport-Industrie interessant“

Armin Nusser, seit Juni 2019 Leiter Retail Media bei SportScheck: „Es ist unglaublich spannend, die neue Vermarktungsform Retail Media von Anfang an mit aufzubauen. Wir ermöglichen unseren Partnern den Zugriff auf eine besonders attraktive Zielgruppe mit einem hochinteressanten Mindset, nur einen Klick vom Kauf entfernt. Wir als Retail Media Team sehen uns dabei als Inhouse-Agentur, die gemeinsam mit der Industrie neue spannende Kommunikationslösungen entwickelt. Unser Retail Media-Versprechen: Sichtbarkeit, Data-Insights und ein 360-Grad-Produktportfolio. Das ist natürlich auch für Player außerhalb der Sportartikelindustrie ein interessantes Spielfeld.“

Das SportScheck Retail Media-Angebot auf einen Blick



- Online:** Sponsored Products, Offsite und Onsite Brand Promotion, Shopping Campaigns with Partners, Brand Shop
- Store:** Pop Up Space, OOH, ScheckShelf, Digitale Schaufenster, Promotions
- Events:** SportScheck RUN, GletscherFestival, MADE FOR MORE AWARD, Outdoor- und Micro-Events
- Offline:** Mailings, Sampling und Beileger
- Begleitend:** Social Media Campaigns & Coops, Newsletter

Über SportScheck

SportScheck ist einer der führenden Sportfachhändler Deutschlands und stationär mit 17 Filialen vertreten. Das Sortiment ist auch im Web, im Mobile Shop und via Shopping-App in Deutschland, Österreich und der Schweiz erhältlich. Die Firmenzentrale des 1946 von Otto Scheck gegründeten und seit 1991 zur Otto Group gehörenden Unternehmens ist in Unterhaching bei München. Rund 1.300 Mitarbeiter sind derzeit bei SportScheck beschäftigt. „Unsere Mission ist, Menschen zusammen zu bringen, die einen aktiven, sportlichen Lebensstil führen möchten, und SportScheck zu einem authentischen Treffpunkt für das Erlebnis Sport zu machen“, erklärt Markus Rech, Vorsitzender der Geschäftsführung von SportScheck. Gemeinsam mit der Sporterlebnisplattform Fitfox, einer hundertprozentigen Tochtergesellschaft der SportScheck GmbH, wird die Umsetzung dieser Mission konsequent vorangetrieben.

Pressekontakt:

Pressestelle SportScheck
E-Mail: pr@sportscheck.com
Tel: 089 6654 1851
www.sportscheck.com/presse



Folgen Sie uns jetzt auf Twitter und erhalten Sie SportScheck News immer als Erstes!