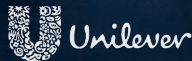


# Welcome to the retail & ecommerce shark tank

Here comes your survival guide



**Christian Leihner,**  
Head of eCommerce  
Consumer Strategy



ARTEFACT

**Anna Rude,**  
Lead New Business & AI  
Transformation



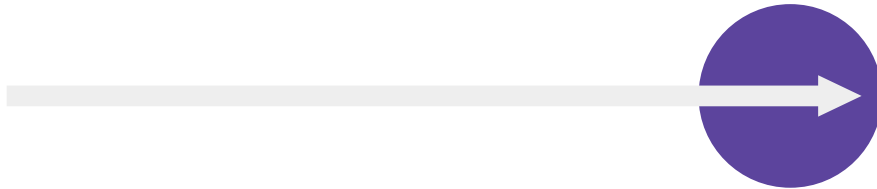
ARTEFACT

**Joachim Sontag,**  
Partner Consulting



# Summie.ai

- **Download our summarized Talk 15 min after**
- **Key takeaways**
- **in english & german language**



# Marken & Retailer im Spannungsfeld zwischen KI, Technologie und dem internationalen Markt

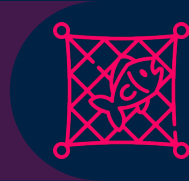
Internationale Anbieter sind auf dem Vormarsch  
und drängen in den deutschen Markt



Technologie wird immer komplexer



Das Konsumverhalten der Menschen verändert  
sich rapide



Datenschutz und Cookiecalypse



Internationale Anbieter sind auf dem Vormarsch  
und drängen in den deutschen Markt



Technologie wird immer komplexer



Das Konsumverhalten der Menschen verändert  
sich rapide

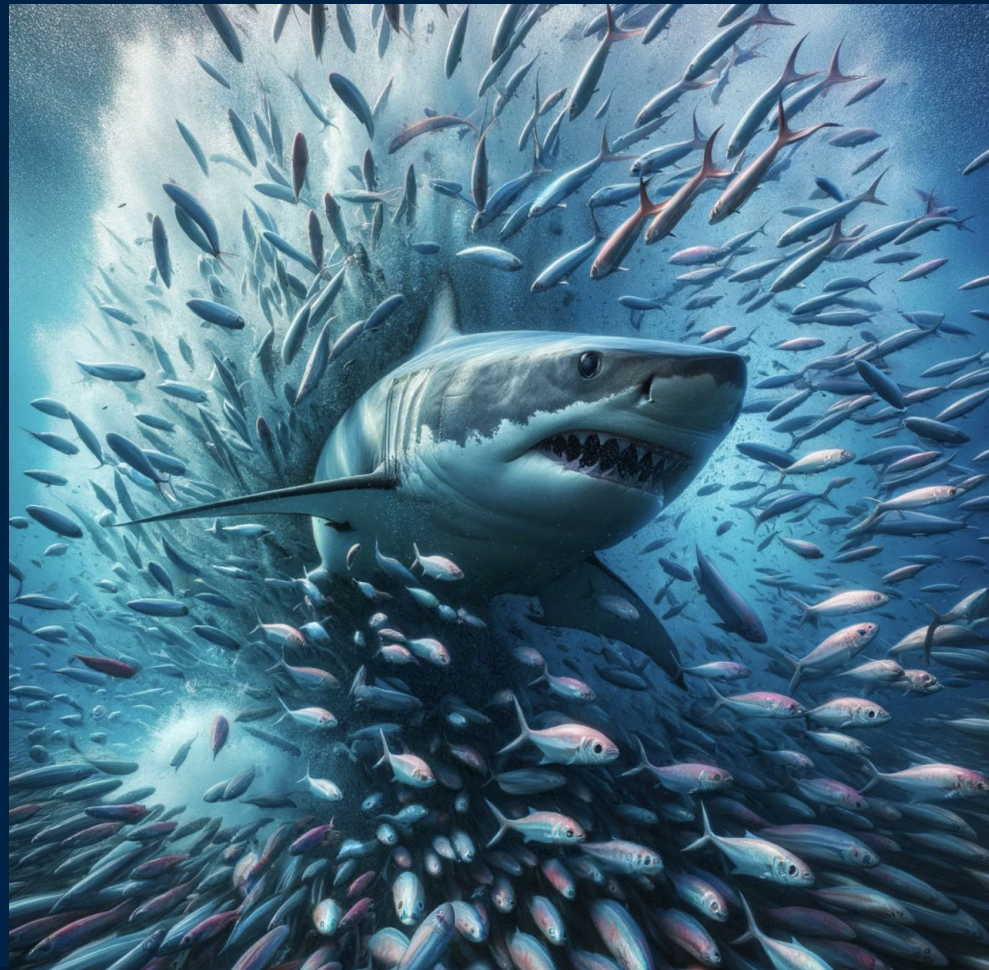
# Cookiecalypse

Daten sind die Cookiecalypse



# Cookiecalypse

Hilft da nur  
noch **blanke**  
**Panik ?....**



# Cookiecalypse

oder Kopf in  
den Sand  
stecken....?



Schwimmflügel an,  
Rettungsweste  
aufpusten.

Let's do it

The Artefact way



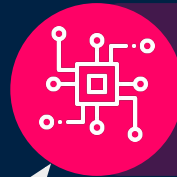


**The Artefact way**  
**Zwischen Retailern & Marken,**  
**Technologie & KI,**  
**und dem internationalen Markt**

*Globale & Internationale Projekte  
über alle Industrien hinweg*



*Viele intensive  
Tech-Partnerschaften*



# The Artefact Way

*Immer Nah am Markt mit  
Industrieexperten in allen Branchen  
- lokal & global*



*Datenschutzexperten und Consent-  
Lösungen für alle Facetten*



**Trends 2024**  
Wir haben  
vier “Hot-Topics”  
identifiziert

- GenAI

... jupp, still a trend

- Customer Data Ecosystem

- MROI

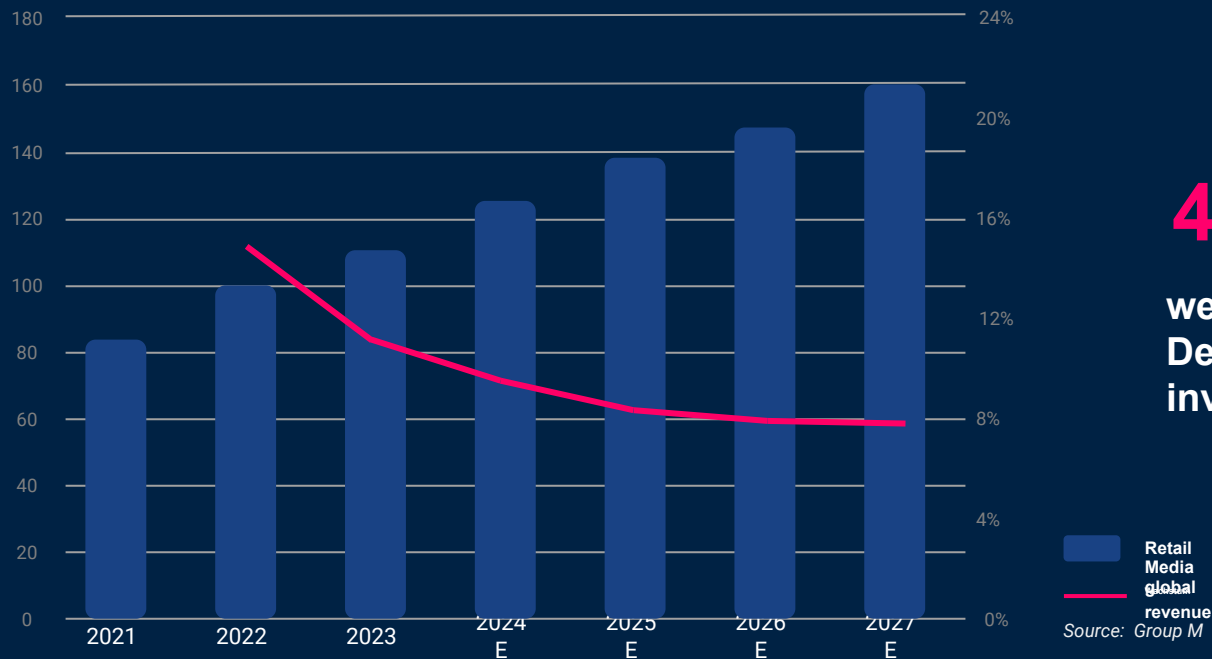
- Retail Media



# First-party-data So relevant wie nie.

# Retail Media

## Globaler Retail Media Forecast (in Mrd. US\$)



**4Mrd €**

**werden 2024 alleine in Deutschland in Retail Media investiert werden**

# Value Story

## Was soll mit Retail Media eigentlich erreicht werden?

# Der deutsche Markt hängt hinter dem internationalen Wettbewerb hinterher

*Observe*

*Learn*

*Adapt*



# Future proof Retail Media Setup:



Richtige **Balance zwischen Consent und Datennutzung**



Das **technologische Setup** muss End-2-End **stabil & sicher und future proof** sein



Passende Partnerschaften aufbauen - zwischen **Brands, Retailer und Publisher**



Immer neue Use-Cases entwickeln um **neue Revenue Streams zu öffnen**

# Der Markt

## Inflation & Konsumklima



# Ziel

**Hersteller & Händler bauen  
datenbasiert  
Shopper-Penetration aus**

# Ein Teil der Lösung

## Relevanz und Inspiration bei Konsumenten stärken

# Streugewinne

**Retail Media Daten auch über  
das eigene Inventar hinaus  
verfügbar machen**

**Auf Erkenntnissen aufbauen**

**Media Standards &  
Technologieoffenheit in den  
Retail Media Channels  
reflektieren**

# Important Take Away

## Future proof & state-of-the-art Retail Media Setup

- **Datenschutzkonformität muss gewährleistet werden** ohne dass die Customer Experience negativ beeinflusst wird.
- Das **technologische Setup** muss agnostisch mit bestehenden MarTech Stacks funktionieren
- Kontinuierlich müssen neue Use Case evaluiert werden um **schnelle Iterationen** zu ermöglichen.

# Important Take Away

**Datenpartnerschaften  
statt Datenleasing**



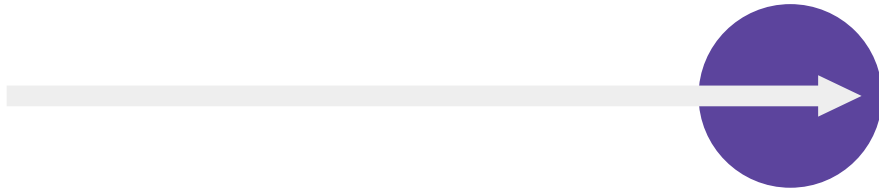
# 5 Schnelle Fragen an Jo & Christian

0:30



# Summie.ai

- **Download our summarized Talk 15 min after**
- **Key takeaways**
- **in english & german language**





*Christian Leihner,*



*Anna Rüde*



*Joachim Sontag,*