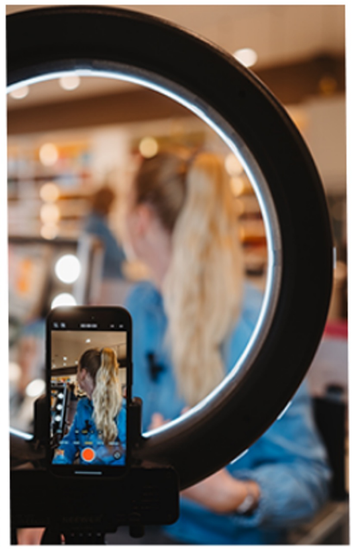










BPN
Beauty Alliance








INSTORE VISTA

Wir schaffen das “Google Analytics” des stationären Handels

INSTORE VISTA

Instore VISTA

RETAIL MEDIA

DIE ZUKUNFT DES HANDELS IST DATENBASIERT





Instore VISTA



Situation im stationären Handel

AUFMERKSAMKEIT

Sinkende Aufmerksamkeit und rückläufige Kundenfrequenz im stationären Handel

KLASSISCHE WERBUNG

ist teuer, hoher Streuverlust, geringe Messbarkeit

TRANSPARENZ

Fehlende Transparenz über den tatsächlichen Return on Investment (ROI)

DATEN

Keine verlässlichen Daten zur Messung von Besucherfrequenz und Kundenverhalten

CONVERSIONRATE

Unklare Conversion-Raten zwischen Store-Besuchern und tatsächlichen Käufen

RETAIL MEDIA

Instore VISTA

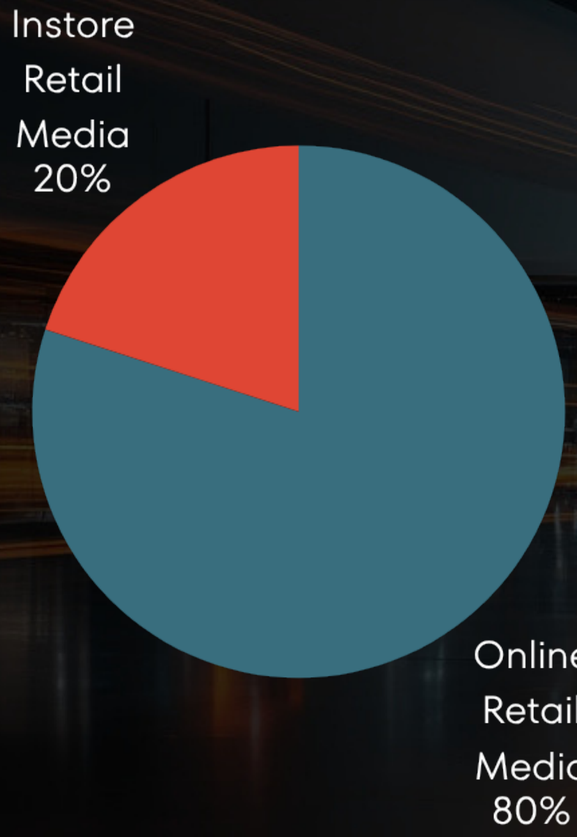
3,3 Mrd. €

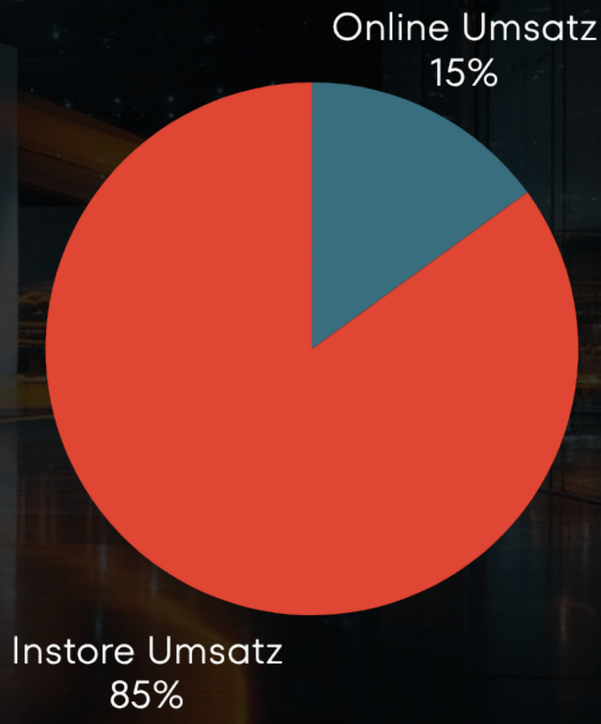
Retail Media Marktvolumen in Deutschland

ROSSMANN XXXLutz OTTO OBI MediaMarkt SATURN breuninger

tegut... gute Lebensmittel EDEKA SCHWARZ MEDIA REWE dm DOUGLAS

MARKTVOLUMEN





Prognose:
Jährliches Wachstum > 20 % in den nächsten 5 Jahren
Gewinnmargen von 60 bis 70 %

INTELLIGENCE

Instore VISTA

Retail Media Intelligence

Kombination von Digital Signage mit intelligenter Datenerfassung

- Frequenzmessung und Verweildauer zur Potenzialanalyse
- Zielgruppen-Analyse
- dynamische Content-Steuerung
- Performance-Messung digitaler Kampagnen
- Gezielter Einsatz von Conversion-Tools
- Monetarisierung der Daten durch Retail Media-Kampagnen







VORTEILE

Warum Instore Retail Media

Instore VISTA

↗ Umsatz Uplift

- Umsatzsteigerung durch 10- fache Aufmerksamkeit und zielgruppenangepasste Kommunikation

↗ Datenkompetenz

- Messbarkeit & Transparenz analog zum Online-Marketing
- Kampagnenoptimierung

↗ Zusätzlicher Gewinn

- Retail Media Erlöse
- Vermarktung der Konsumentendaten
- Kampagnen -Beratung der Lieferanten

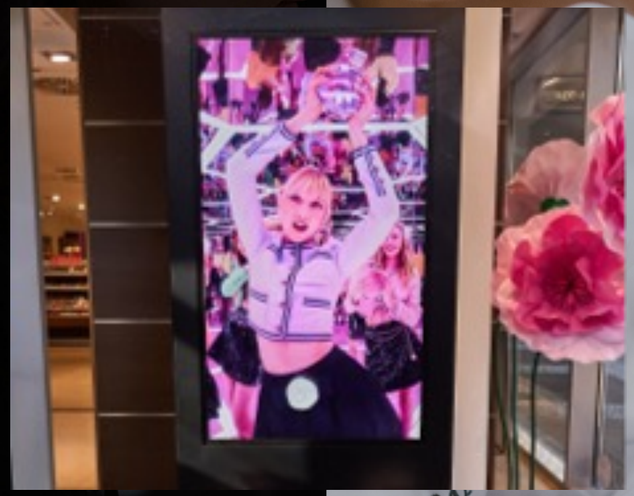
CASE STUDY: BA

Instore VISTA

Case Study: Beauty Alliance



Step 1:
digitale Screens am POS



Step 2:
Digitalisierung im Schaufenster

CASE STUDY: BA





320 Displays

Step 1: POS

Instore VISTA

- 320 Displays in den Stores (40%)
- Hoch skalierbare Content-Ausspielungen und Vermarktung
- Mix aus Industrie Assets, POS-Aktionen und lokalen Inhalten, Produktwerbung mit individueller Preisanpassung der Händler

Ergebnis 2025

Personal	1,5 MA , Vollrollout: 2,5 MA
Retailmediaerlös:	1,1 Mio.€
Marge:	+ 30%
ROI	innerhalb eines Jahres

CASE STUDY: BA



200 Displays

Instore VISTA

Step 2: Schaufenster

- 200 Displays in den Schaufenster mit Sensorik (Voll Roll Out in 3 Jahren)
- Brandcontent für zwei Wochen / 36 Kampagnen p.a
- Echtzeitkommunikation für die Zielgruppe
- Einspielung von Conversion Tools
- Individualisiertes Branding des Händlers

Ergebnis 2025

- Personal : 1,5 MA , Vollrollout: 2,5 MA
- Retailmediaerlös: 1,2 Mio.€
- Erlös Datenverkauf: 0,1Mio.€
- ROI innerhalb 1,5 Jahren
- Etat zusätzlich zum Marketingetat

SENSORIK

Instore VISTA

Sensorik im Schaufenster



AUSWERTUNG

- Kampagne: Dolce & Gabbana Duft The One
- Zeitraum: 28.01.-10.02.2026
- Anzahl der Standort: 59

51,2 %

Blickquote

Kontakte nach Geschlecht

- Frau: 1.353.643
- Mann: 1.278.863
- Unbekannt: 1.251.083

Frequenz	4.710.754
Kontakt	3.883.589
Blickkontakte	1.276.201

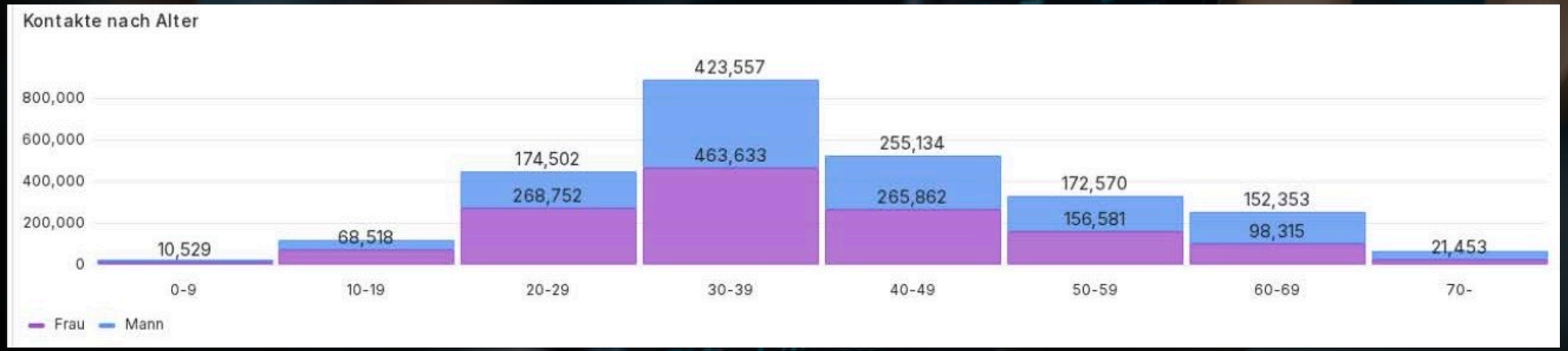


AUSWERTUNG

- Kampagne: Dolce & Gabbana Duft The One
- Zeitraum: 28.01.-10.02.2026
- Anzahl der Standort: 59

Kontakte nach Alter

- Kernzielgruppe: 25 bis 45 Jahre
- Frau 30-39: 463.633
- Mann 30-39: 423.557



CUSTOMER JOURNEY

Instore VISTA

Digitalisierung der Customer Journey



KUNDENSTOPPER VOR DEM STORE

→



DIGITALES SCHAUFENSTER

→



FREQUENZMESSUNG EINGANGSBEREICH

→



DISPLAYS AUF DER VERKAUFSFLÄCHE

→



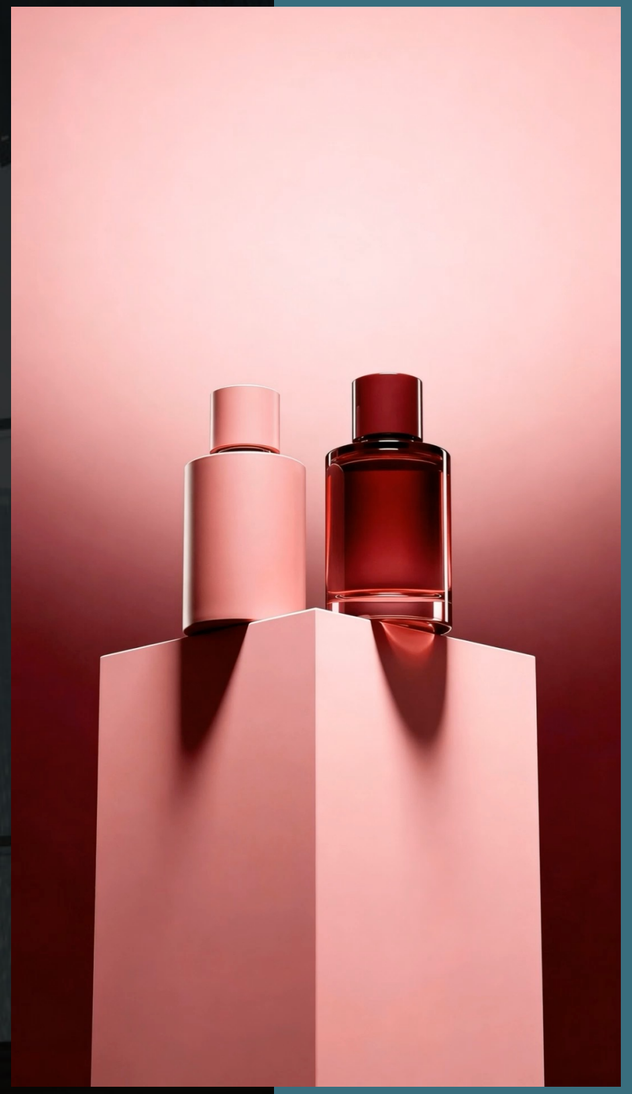
KASSENDISPLAY

CONTENT

Großes Potential bei digitalem Branding

- Eigener digitaler Content treibt Umsatz und ROI in die Höhe
- Ergebnisse eigener Kampagnen konvertieren deutlich besser als der Markencontent der Industrie

Wir produzieren Content für die angeschlossenen Gesellschafter oder Partner



PREMIUM AI VISUALS



IMAGES.
VIDEOS.
AUDIOS.
CAMPAIGNS.

SERVICE

Leistung für unsere Partner

Beratung & Strategieentwicklung

- Business-Plan-Rechner zur Kalkulation von Investitionen, Erlösen und Amortisation
- Einführungsberatung inkl. Auswahl eines passenden Vermarktungsmodells mit Reichweiten- und TKP-Einschätzungen
- Content-Beratung zur Kampagnenoptimierung
- Auswahl geeigneter Conversion-Tools

Plattform & Analytics Tools

- Komplettlösung für Digital Signage & Sensorik
- Individuell anpassbare Dashboards mit Echtzeit-Daten
- Kampagnenauswertungen auf Markenebene

SERVICE

Leistung für unsere Partner

Retail Media Datenpanel

- Frequenz- & Kontaktzahlen sowie Kampagnen-Performance
- Benchmarking & Reporting zur Transparenz gegenüber Industriepartnern
- Erlösgenerierung durch Vermarktung der Retail Media Daten

Retail Media Vermarktung

- Vermarktung freier Werbezeiten
- Einbindung Nicht-endemischer Werbung
- Digitales Branding durch Contentproduktion zur Stärkung der eigenen Marke



INSTORE VISTA

Innovation entsteht durch Zusammenarbeit