

## Bigger, Bolder, Beyond: flaconi launcht eigenes Media House

Mit dem Launch des flaconi Media House transformiert sich der Online-Player zum unabhängigen globalen Anbieter für Full-Funnel-Markenaktivierung



**Berlin, 30.06.2026** – flaconi, der führende Online-Shop für Beauty und Parfum in Deutschland, verkündet den offiziellen Go-Live des flaconi Media House. Mit diesem Schritt bricht das Unternehmen das traditionelle Retail-Media-Modell auf, positioniert sich als unabhängiger Anbieter globaler Medialeistungen und festigt so seine strategische Vorreiterrolle im Markt.

**Bastian Siebers, CEO bei flaconi, erklärt:** „Retail Media ist für uns längst kein Experiment mehr, sondern ein hochprofitables Erfolgsmodell. Mit dem flaconi Media House erweitern wir unser Kerngeschäft strategisch und untermauern unsere Rolle als führendes, datengetriebenes Beauty-Ökosystem. Unser klares Ziel: Europas Nummer 1 für Premium-Beauty zu werden – angetrieben von unserem exzellenten E-Commerce-Business und einem starken Mediengeschäft.“

## **Retail Media Next Level: Partnerschaft statt Werbeplätze**

Statt reiner Werbeplätze setzt flaconi auf langfristige Partnerschaften: Durch das flaconi Media House entwickeln sich Brand-Partner:innen von klassischen Werbekund:innen zu einem festen Teil des gesamten flaconi-Ökosystems.

„Wir verabschieden uns vom reinen Werbeplatzverkauf. Unser Ziel ist es, Marken nicht nur zu platzieren, sondern sie langfristig strategisch zu beraten und gemeinsam nachhaltig zu wachsen. Durch maßgeschneiderte Kampagnen und eine tiefe, partnerschaftliche Zusammenarbeit heben wir unsere Partnerschaften auf ein neues Exzellenz-Level.“, **erklärt Martin Hoffmann, VP Retail Media bei flaconi.**

Die im Rahmen des Media House geschlossenen Vereinbarungen bieten ein neues Maß an finanzieller und operativer Transparenz, das den etablierten globalen Medienstandards entspricht.

## **First-Party-Data trifft auf 360°-Impact**

Für eine reibungslose operative Umsetzung bündelt das Unternehmen die Bereiche Retail Media und Brand Activation & Media in einer eigenständigen Unit.

„Erfolgreiche Markenkommunikation entsteht heute dort, wo Daten, Kreativität und echte Partnerschaften zusammenfinden. Mit dem flaconi Media House entwickeln wir gemeinsam mit unseren Brand-Partner:innen hochwirksame Brand Media Solutions, die weit über klassische Retail-Media-Konzepte hinausgehen. Ob aufmerksamkeitsstarker Brand Moment, integrierte 360°-Aktivierung oder individuelle Co-Branding-Initiative – unser Ziel ist es, Erlebnisse zu schaffen, die Markenwachstum und Kund:innen gleichermaßen fördern.“, **erklärt Anna-Louisa Nündel, Head of Brand Activation & Media Management.**

## **Vereinfachung der globalen Zusammenarbeit**

Mit der zunehmenden Internationalisierung des Online-Players – getrieben durch weitere sieben Expansionen im Jahr 2026 – wird auch die globale Zusammenarbeit auf ein neues Level gehoben. Das flaconi Media House bietet internationalen Brands einen standardisierten Rahmen, um Budgets direkt und ohne lokale Verhandlungen effizient zu aktivieren. Das flaconi Team, bestehend aus 20 Expert:innen, betreut die Aussteuerung über den gesamten Mediamix hinweg.

Passend zum Go-Live launcht flaconi die [flaconi Media House Website](#), einen spezialisierten B2B-Newsletter sowie eine dedizierte LinkedIn-Page. Über alle Kanäle erhalten Brand-Partner:innen ab sofort relevante Informationen, Neuigkeiten sowie Insights zu Best-Practices.

**Für Presse- oder Interviewanfragen wenden Sie sich gerne an die flaconi Pressestelle:**

Lisa Penzel  
Head of PR & Communications  
lisa.penzel@flaconi.de

Juliane Ahmerkamp  
Senior PR & Communications Manager  
juliane.ahmerkamp@flaconi.de