

PRESSEMITTEILUNG

GALERIA startet bei Retail Media durch

GALERIA und LAYA Group bauen ihre Partnerschaft im Bereich Retail Media aus

München/Essen, 09.11.2023 – Die [LAYA Group](#), Spezialist für Technologie, Data Analytics und CRM-Lösungen für Retailer und Consumer Brands, arbeitet mit ihrer Tochtergesellschaft LAYA Media bereits seit 2022 mit GALERIA im Bereich Retail Media zusammen. Ab sofort bauen GALERIA und LAYA Media ihre Partnerschaft in der Vermarktung aus. Ziel der neuen Partnerschaft ist es, den bestehenden Industriepartnern von GALERIA, aber auch externen Werbetreibenden ein integriertes und optimiertes 360°-Multi-Channel-Mediaangebot zu unterbreiten. Dabei bündelt GALERIA ihre Media Assets wie POS-Flächen, Prospekt-Inventar, Digital Out of Home, Online, CRM oder Social Media bei der LAYA Media, die dieses Inventar zu einem übergreifenden Retail-Media-Angebot bündeln und für GALERIA vermarkten wird. Für die Partnerschaft eröffnet LAYA Media neben ihrem Hauptsitz in München auch einen Zweitstandort in der GALERIA-Unternehmenszentrale Essen, um eng mit den involvierten Fachabteilungen von GALERIA zusammenzuarbeiten.

„Wir freuen uns sehr über die neue Partnerschaft mit GALERIA und sehen enorme Potenziale, über die Bündelung von Media-Inventaren und Kundendaten GALERIA dabei zu helfen, ihr Retail-Media-Geschäft schnell zu skalieren und eine führende Adresse für Retail Media in Deutschland zu werden“, **erklärt Christian Heß, CEO der LAYA Group und Geschäftsführer der LAYA Media. Jörg-Peter Schmidem, Geschäftsleiter für den strategischen Einkauf bei GALERIA, ergänzt:** „Durch das Zusammenführen der Kompetenzen von GALERIA und LAYA treten wir im Bereich Retail Media aufs Gaspedal und werden unseren geschätzten Industriepartnern sehr kurzfristig moderne und datenbasierte Werbedienstleistungen anbieten können. Dabei bringen wir die digitalen Kanäle mit unseren hochfrequentierten POS-Flächen in den besten Innenstadtlagen zusammen und helfen unseren Lieferanten, ihre Werbe- und Marketingziele zu erreichen.“ **Alexa Deters, Director Marketing & CRM bei GALERIA, erklärt:** „Mit mehr als acht Mio. Kunden in unserem CRM-Programm und mehr als 500 Mio. Filial- und Online-Besuchern jährlich haben wir Zugang zu einem Großteil der werberelevanten Zielgruppen in Deutschland. Unseren Industriepartnern können wir nicht nur den Zugang zu diesen Zielgruppen bereitstellen, sondern speziell auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Medialeistungen anbieten.“

GALERIA startet bei Retail Media durch

Bereits im Sommer 2022 hat GALERIA in ihrer Partnerschaft mit LAYA Media erste und neue Retail-Media-Produkte gelaunched, u.a. Sponsored Products Ads in ihrem Webshop, Paketbeileger oder Newsletter-Formate im Rahmen ihres CRM-Programms, der GALERIA Kundenkarte mit derzeit über acht Mio. Mitgliedern. Die Resonanz der Industrie auf diese neuen Werbeangebote war vielversprechend. GALERIA hat zudem Ende 2022 in ihren Filialen ein Digital-Out-of-Home-Netzwerk mit mehr als 1.200 Screens aufgebaut und erfolgreich eigenvermarktet.

Im Rahmen der erweiterten Partnerschaft werden sämtliche Medien, Produkte und Kanäle, die bisher teilweise autark agiert haben und vermarktet wurden, zu einem integrierten Angebot zusammengefasst. GALERIA öffnet in diesem Zuge ihr komplettes Media-Portfolio für zugeschnittene und datenbasierte Marketingleistungen für Werbekunden. Abhängig von den individuellen Zielen der Lieferanten und Werbepartner, bieten GALERIA und LAYA Media einerseits reichweitenstarke Lösungen wie z. B. POS-Flächen, Digital Out of Home oder hochfrequentierte Webshop-Flächen an. Dieses Angebot wird jedoch ergänzt um zielgruppenspezifisch zugeschnittene Formate wie kundendatenbasiertes Newsletter-Targeting, programmatisch ausgespielte Audience-Extension-Formate oder performance-basierte Sponsored Product Placements. Ob es den Industriepartnern um Zielsetzungen wie Abverkauf, Branding, Awareness oder Neuprodukteinführung geht – GALERIA und LAYA bieten maßgeschneiderte Media-Lösungen sowie den Zugang zu relevanten Zielgruppen und Kundensegmenten in einem kaufaffinen Marketingumfeld an.

Victor Cordes, bisher verantwortlich für den Digital-Out-of-Home-Vertrieb bei GALERIA, wechselte mit seinem Team in die LAYA Media und **wird das neu integrierte GALERIA-Vermarktungsangebot als Director Retail Media über die Standorte Essen und München ganzheitlich verantworten**: „Ich freue mich über den strategischen Zusammenschluss von GALERIA und LAYA Media“, sagt Victor Cordes. „Die Chancen, die der Retail-Media-Markt in Deutschland birgt, sind enorm und mit GALERIA und LAYA bündeln wir unsere Kompetenzen, um in diesem Markt schnell eine bedeutende Rolle zu spielen. Neben Kooperationen mit dem bestehenden Lieferanten-Netzwerk soll durch die Partnerschaft mit der LAYA Media aber auch der externe Werbemarkt aktiv erschlossen werden. Strategische Kooperationen mit Media-Agenturen und Technologie-Anbietern werden für uns hierfür eine wesentliche Rolle, spielen.“

Über die LAYA Group

Als One Stop Solution digitalisiert die LAYA Group bestehende Geschäftsmodelle im Handel – datengetrieben, kundenzentriert und kanalübergreifend. Mit ihren drei Units LAYA Data, LAYA Solutions und LAYA Media deckt sie die komplette Wertschöpfungskette rund um die Sammlung, Nutzung und Monetarisierung von Kundendaten ab. Handelsunternehmen und Consumer Brands profitieren dabei von flexiblen Software-Modulen, hochgradig spezialisierten Data-Analytics-Produkten sowie starken Lösungen für modernes CRM, Couponing und Data Driven Marketing, welche ihnen einen 360-Grad-Blick auf ihre Kunden erlaubt und ihnen hilft, Data Insights in konkrete Maßnahmen und Entscheidungen zu überführen. Die LAYA Group wurde 2020 gegründet, hat ihren Unternehmenssitz in München und beschäftigt über 120 Mitarbeiter.

Über LAYA Media

LAYA Media ermöglicht ihren Retail-Partnern, über Retail-Media-Dienstleistungen zusätzliche Umsatzquellen zum Kerngeschäft zu erschließen. Dies geschieht über die Vermarktung von Werbedienstleistungen in den stationären wie digitalen Kanälen des Retail-Partners an Industriepartner und Werbetreibende, die ein Interesse an der Buchung von speziell auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenen Medialeistungen im shopping-affinen Werbeumfeld des Retailers haben und spezifische Zielgruppen des Retailers mit Werbung erreichen wollen. LAYA Media übernimmt hierbei die ganzheitliche Verantwortung für Vertrieb, Technologie und Umsetzung der Werbe- und Mediadienstleistungen im Auftrag des Retail-Partners. Zu den Auftraggebern der LAYA Media gehören u. a. GALERIA, SportScheck, Dressforless sowie Kika/Leiner in Österreich.

Pressekontakt LAYA Group

schoesslers GmbH

Corinna Leschke

Leipziger Str. 126 | 10117 Berlin

+49 176 325 68 368

www.schoesslers.com | corinna.leschke@schoesslers.com