

Pressemitteilung

Volle Power auf Data und Retail Media:

Mediaplus Group sichert sich 100 Prozent der LAYA Group

Die Mediaplus Group übernimmt die LAYA Group und investiert damit substantiell in weitere Kompetenz in den Segmenten First Party Data und Retail Media. Durch die Integration entsteht ein datenzentriertes und KI-basiertes 360-Grad Beratungs- und Betreuungs-Angebot für Händler und Werbungtreibende.

München, den XX.04.2024 — Es ist DAS zentrale strategische Investment der Mediaplus Group, um sich in einer datenzentrierten Welt richtig aufzustellen: Mit Wirkung zum 5. April 2024 hat die Mediaplus Group 100 Prozent der LAYA Group übernommen. Mit dem Management von über 22 Millionen Kundendaten und 72 Millionen Transaktionen pro Monat ist die LAYA Group der größte unabhängige Daten-, CRM- und Retail Media Spezialist im deutschsprachigen Markt. Die Übernahme wurde bereits vom Kartellamt genehmigt. Mit ihren Tochtergesellschaften LAYA Solutions GmbH, LAYA Media GmbH sowie LAYA Data GmbH deckt die neue Mediaplus-Tochter die komplette Wertschöpfungskette im Bereich des datengetriebenen Handels ab. Hierzu zählen das Management von Kundendaten, die Entwicklung von analytischen Modellen zur Kundenansprache sowie die datenbasierte Werbevermarktung.

Geschäftsführer der LAYA Group bleibt Christian Heß, der dem Unternehmen bereits seit seiner Gründung im März 2020 vorsteht. Organisatorisch eng verbunden und verzahnt werden die Produkte der LAYA Group und insbesondere ihrer Media und Data Töchter mit den Mediaplus-Geschäftsbereichen Retail Media und Marketing unter der Führung von Oliver Hey, sowie Data & Analytics unter der Leitung von Julian Simons. Beide sind Managing Partner und Mitglied des Mediaplus Boards.

Matthias Brüll, CEO der Mediaplus Group, erklärt: „Die Medien- und Datenlandschaft verändert sich massiv und rasant: Daten werden zum zentralen Asset für Kommunikationsdienstleister, um Menschen in einer digitalen Welt ohne Cookies in gewohnter Weise ansprechen zu können. Für uns als Agenturgruppe ist es deshalb essenziell, in First Party Data und Retail-Media-Kompetenz zu investieren. Der Zusammenschluss mit der LAYA Group markiert eine tiefgreifende strukturelle Erweiterung unseres Geschäftsmodells, das weit über Agentur-Dienstleistungen hinausgeht. Ziel ist eine vollumfängliche Beratung und Betreuung von Retailern und Werbetreibenden rund um Full-Service-Media, Daten, und Insights. Wir richten uns

damit zukunftsorientiert aus im Kontext Daten- und Retailkompetenz und schaffen neue Geschäftsfelder.

Christian Heß, Geschäftsführer LAYA-Group, erklärt: „Die LAYA Group hat sich darauf fokussiert, ihren Retail-Kunden dabei zu helfen, einen Mehrwert aus Daten zu generieren und ihre Geschäftsmodelle über Daten und Technologie zu modernisieren und kundenzentrierter auszurichten. Mit unseren drei Units LAYA Data, LAYA Solutions und LAYA Media bieten wir unseren Kunden ein in sich abgestimmtes vollumfängliches Lösungsportfolio an – von der DSGVO-konformen Sammlung von Daten, über die Nutzung von Daten im operativen Geschäft bis hin zu deren Monetarisierung über Retail Media. In dieser Kette bieten wir aus einer Hand strategische Beratung, Technologie, Data Analytics und operative Umsetzung an. Wir freuen uns sehr über die Partnerschaft mit der Mediaplus Gruppe, denn Mediaplus wird uns helfen, unsere Produkte und Lösungen mit den Assets der Mediaplus Gruppe zu einem neuen, optimierten Angebot für Retailer und Brands zu kombinieren.“

Das aus der Verzahnung von Mediaplus und LAYA entstandene Segment umfasst ein 360-Grad Angebot für Händler und Werbungtreibende: Retail Media Technologien, Data & Analytics, CRM & Loyalty Produkte der LAYA Group werden synergetisch mit dem KI-basierten und datenzentrierten Technologie- und Tool-Set sowie dem Full-Service-Media-Spektrum der Mediaplus verzahnt. Der Fokus liegt dabei verstärkt auf zwei zentralen Geschäftsfeldern:

1. **Data & Analytics** – Schaffung eines konsistenten Produkt- und Datenangebots aus den Leistungsbereichen von LAYA sowie den Tools und der Mediaexpertise von Mediaplus, damit Werbetreibende auf Basis von originalen First-Party-Händler-Daten ihre Zielgruppen ansprechen können. Geplant ist der Aufbau eines DSGVO-konformen Datenpools für die Adressierbarkeit diverser Zielgruppen.

Julian Simons, Managing Partner Mediaplus: „Die strukturellen und unumkehrbaren Veränderungen von Medienlandschaft, Mediennutzung und Kaufverhalten haben große Lücken in die Kommunikationsmaßnahmen von Händlern und Herstellern gerissen. Auch durch den Wegfall der Cookies bewegt sich der Markt in eine Richtung, die wir als Agentur im Blick haben müssen. Um diese Lücken zu schließen, braucht es neue, zeitgemäße und zukunftsfähige Lösungen, um Zielgruppen weiterhin identifizieren zu können und die Konsument:innen entlang ihrer individuellen Customer Decision Journey datengetrieben bis zum Kauf begleiten.“

2. **Retail Media:** Das erweiterte Geschäftsfeld umfasst Consulting und Begleitung der Retail-Kunden auf ihrem Weg zum Publisher. Ziel ist ein umfassendes End-to-End Angebot für Retail-Kunden hinsichtlich Marktstandards, technologischer Implementierung, DSGVO-konformen Datapooling, Reichweitenbündelung, Datendifferenzierung,

Targeting-Ansätzen, Werbeformaten und Funnel-übergreifender Messbarkeit der Werbewirkung. Werbungtreibende erhalten ein gesamtheitliches Retail Media Angebot als weiteren datenzentrierten Baustein in ihrer Mediastrategie.

Oliver Hey, Managing Partner Mediaplus: „Wir haben überdurchschnittlich viele Retailer in unserem Kunden-Portfolio und denken deshalb mehr und mehr in Partnerschaften jenseits des üblichen Mediaagenturspektrums. Kunden haben massiven Beratungsbedarf rund um Retail Media und Datennutzung. Diese Beratung müssen wir als Agentur abbilden können, deswegen ist LAYA mit ihrer Expertise für uns eine hervorragende Ergänzung. Dadurch erweitern und vertiefen wir das Leistungsspektrum von Mediaplus signifikant um alle relevanten Retail-Media-Services und -Technologien.“

Pressekontakt

Vera Günther
Head of Corporate Communications
Mediaplus Group
Haus der Kommunikation, Friedenstraße 24, 81671 München
Telefon: +49 89 2050-1122
E-Mail: v.guenther@house-of-communication.com

www.mediaplus.com
<https://serviceplan.blog/de>
www.linkedin.com/company/mediaplus
www.facebook.com/serviceplan
www.twitter.com/serviceplan
www.instagram.com/serviceplan
www.youtube.com/serviceplan