

LAYA Group gewinnt VIEWENTO mit seinem DOOH-Netzwerk bei EDEKA als neuen Retail Media-Partner

München/ 08.07.2025 - Die LAYA Group, Spezialist für Retail Media, CRM-Technologie und Data Analytics für Händler und Consumer Brands, schließt mit VIEWENTO eine weitreichende Retail Media Partnerschaft und übernimmt damit die exklusive überregionale Vermarktung über deren DOOH-Inventar bei EDEKA.

Die LAYA Group ist bereits seit 2020 mit ihren Leistungen führend im Bereich Retail Media-Vermarktung in Deutschland. Mit der neuen langfristigen Partnerschaft strebt LAYA zusammen mit VIEWENTO eine führende Rolle im Bereich Digital Instore Retail Media im Lebensmittel-Einzelhandel in Deutschland an. Werbepartnern der LAYA ist es ab sofort möglich, tagtäglich ein Millionenpublikum direkt am Point of Sales insbesondere über Screens an den Kassen und Stelen im Eingangsbereich zu erreichen.

VIEWENTO, gegründet im Jahr 2007, betreibt eines der größten Instore Retail Media-Netzwerke in EDEKA Supermärkten in Deutschland. Mit über 400 angeschlossenen EDEKA-Filialen und mehr als 1.300 installierten Screens zählt VIEWENTO zu den Marktführern in diesem Bereich. Über die letzten 17 Jahre hat VIEWENTO in enger Zusammenarbeit mit den selbstständigen Kaufleuten der EDEKA eines der innovativsten Content-Management-Systeme für den Lebensmitteleinzelhandel entwickelt. Dieses System optimiert nicht nur die Vermarktung der Sendezeiten, sondern überzeugt auch durch eine besonders benutzerfreundliche Oberfläche und nahtlose Schnittstellen zu ERP-Systemen, Bilddatenbanken, Kassen und Waagensystemen. Durch eine langfristige Kooperation mit einer der größten EDEKA-Regional-gesellschaften, der EDEKA Nordbayern-Sachsen-Thüringen, wird derzeit ein gemeinsamer Rollout umgesetzt, der die Reichweite des Netzwerks erheblich erweitert. Während die lokale und regionale Vermarktung weiterhin eigenständig durch VIEWENTO erfolgt, übernimmt die LAYA Group ab sofort exklusiv die überregionale Vermarktung des Netzwerks. Dies ermöglicht eine gezielte und professionelle Ansprache von Werbetreibenden und deren Agenturen.

“Wir als LAYA freuen uns sehr über die neue Partnerschaft. Unser Ziel ist es, gemeinsam mit VIEWENTO bis Ende 2026 über 1.200 Filialen mit insgesamt ca. 4.000 Screens und 500 bis 1.000 Stelen zu bespielen und damit rund 1,3 Milliarden Werbemittelkontakte pro Jahr in einer besonders attraktiven Zielgruppe zu erreichen”, so Armin Nusser, Director Retail Media bei der LAYA Group.

Zusammen mit seinem bereits bestehenden DOOH-Inventar – weiteren 1.600 Screens im Lebensmitteleinzelhandel, in Warenhäusern und im Sporthandel in urbanen Bestlagen – verfügt LAYA über eine einzigartige nationale Abdeckung und baut seine Führungsposition als Retail Media-Vermarkter in Deutschland weiter aus.

 PRESSEMITTEILUNG

„Wir als VIEWENTO sind sehr erfreut, mit LAYA einen so professionellen und führenden Retail Media Partner für die Ausweitung unseres Geschäfts gefunden zu haben. Mit dieser Partnerschaft zielen wir darauf ab, die überregionale Vermarktung für Agenturen und Kunden zu vereinfachen und in erfahrene, professionelle Hände zu legen,“ ergänzt Kay Schulz, Geschäftsführer der VIEWENTO GmbH.

Das gesamte über LAYA verfügbare DOOH-Inventar ist sowohl per IO, als auch via SSP-Anbindung programmatisch buchbar und somit ideal für die Anforderungen von Brands und Agenturen. Des Weiteren setzt LAYA bei der Konsolidierung und Standardisierung all ihrer sich im LAYA-Netzwerk befindlichen Inventare auf ein einheitliches Tech-Stack (Adserver & SSP), um die Standards im Retail Media Umfeld mit deren Partnern weiter zu formen. Gelistete Marken (sogenannte Endemic Brands) können ihre Zielgruppen deutschlandweit mit einer sehr hohen Abdeckung in stark frequentierten Märkten erreichen, um Bekanntheit zu stärken, Interesse zu wecken und den Abverkauf zu steigern. Gleichzeitig können nicht gelistete Marken (sogenannte Non Endemic Brands) von der hohen Reichweite und den gerade bei EDEKA anzutreffenden Premium-Kunden profitieren und ihre Markenbotschaften im Upper Funnel platzieren. Desweiteren sind LAYA und VIEWENTO aktive Mitglieder der Brancheninitiative BVDW und iDOOH und setzen auf deren etablierte Messmethoden und Standards, um eine transparente und vergleichbare Reichweitenermittlung zu gewährleisten.

Werbepartner profitieren von der jahrelangen Expertise von LAYA in der Retail Media-Vermarktung, insbesondere im DOOH-Umfeld. Dies garantiert höchste Qualität in der Beratung, Ausspielung, Messung und im Reporting von Werbekampagnen. Basis hierfür ist das übergreifende Portfolio der LAYA Group: Mit ihren drei Business-Units LAYA Data, LAYA Solutions und LAYA Media deckt sie die komplette Wertschöpfungskette rund um die Sammlung, Nutzung und Monetarisierung von Kundendaten ab. LAYA digitalisiert mit ihrer One-Stop-Solution bestehende Geschäftsmodelle im Handel – datengetrieben, kundenzentriert und kanalübergreifend.

Über VIEWENTO

Die VIEWENTO GmbH ist auf Digital Out-of-Home (DOOH) spezialisiert und betreibt ein deutschlandweites Instore Retail Media Netzwerk in EDEKA Supermärkten. Die digitalen Werbeflächen bieten sowohl endemischen als auch nicht-endemischen Werbekunden direkten Zugang zu ihrer Zielgruppe am Point of Sale (POS). Zusätzlich stellt VIEWENTO eine speziell auf die Bedürfnisse der EDEKA-Händler abgestimmte Software bereit, mit der eigene Inhalte auf allen Bildschirmen im Markt gesteuert werden können. Während die lokale und regionale Vermarktung eigenständig durch VIEWENTO erfolgt, übernimmt

die LAYA Group die überregionale Vermarktung, um eine gezielte und professionelle Ansprache von Werbetreibenden und deren Agenturen zu ermöglichen. VIEWENTO wurde 2007 gegründet und beschäftigt über 40 Mitarbeiter an seinem Hauptsitz in Bayreuth sowie in den Niederlassungen in Garching bei München, Chemnitz und Hamburg. Die Teams arbeiten in den Bereichen Software-Entwicklung, Contentproduktion, Marketing und Sales.

Über LAYA Group

Als One-Stop-Solution digitalisiert die LAYA Group bestehende Geschäftsmodelle im Handel – datengetrieben, kundenzentriert und kanalübergreifend. Mit ihren drei Business-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, die ihnen einen 360-Grad-Blick auf Kund:innen erlaubt und ermöglicht, Data Insights in konkrete Maßnahmen und Entscheidungen zu überführen. Im Bereich Retail Media unterstützt die LAYA Group Retail-Kunden beim Aufbau und Betrieb von Retail Media-Inventaren im digitalen und stationären Handel sowie bei der standardisierten Vermarktung der Reichweite und Kundendaten an endemische und nicht-endemische Advertiser. Die LAYA Group gehört zu den führenden Retail-Media-Vermarktern in Deutschland.

Die LAYA Group wurde 2020 gegründet, hat ihren Unternehmenssitz in München und beschäftigt über 120 Mitarbeitende.