

## Werben bei Müller Drogerie: EMSU beauftragt LAYA Media als exklusiven Media-Vermarkter des DOOH-Inventars

LAYA Media erweitert ihr Retail-Media-Portfolio um einen reichweitenstarken Handelsstandort: Seit dem 1. Oktober vermarktet die Media-Unit der LAYA Group exklusiv das Digital-Out-of-Home-Netz der EMSU GmbH in rund 400 Müller-Drogeriemärkten in Deutschland und Österreich – programmatisch buchbar und direkt am Point of Sale.

**München, 27. Oktober 2025** – Drogeriemärkte zählen zu den frequenzstärksten Handelsumfeldern – mit hoher Markenaffinität und Millionen Kund:innenkontakten pro Woche. Hier fallen täglich Millionen Kaufentscheidungen – und genau dort setzt nun LAYA Media an: Seit dem 1. Oktober ist die Retail-Media-Unit der LAYA Group exklusiver Vermarkter des Digital-Out-of-Home-Netzes der EMSU GmbH in den Müller-Drogeriemärkten.

Das von LAYA Media vermarktete Instore-Retail-Media-Netz umfasst derzeit rund 400 Müller-Filialen in Deutschland und Österreich. Die in Regalflächen oder Kühltruhen integrierten Screens liegen an hochfrequentierten Hauptlaufwegen. Mit den über SSP oder Adserver ansteuerbaren Flächen in den Müller Drogeriemärkten erreicht LAYA Media nun wöchentlich über 6 Millionen weitere Werbemittelkontakte. Damit baut LAYA Media ihr programmatisch ansteuerbares Retail-Media-Inventar im stationären Handel weiter aus – und ermöglicht Agenturen und Marken eine gezielte Ansprache von Konsument:innen direkt am Point of Sale.

Neben den EMSU-Screens bei Müller vermarktet LAYA Media weitere 3.000 Screens im stationären Handel – so etwa bei SportScheck, GALERIA, EDEKA oder REWE.

„Mit LAYA Media haben wir den idealen Partner gefunden, um unsere Digital-Out-of-Home-Vermarktung auf ein neues Level zu heben. Die langjährige Erfahrung und das Know-how von LAYA Media im Bereich Instore Retail Media ermöglichen eine noch bessere Monetarisierung des Inventars, die mit unserem schnellen Wachstum mithalten kann“, **erklärt Adrian Hoesch, Geschäftsführer EMSU.**

LAYA Media berät Brands und Agenturen, bei der **strategischen Kampagnenplanung im Rahmen ihrer Customer Journey**. Neben der Vermarktung kümmert sich LAYA Media um die gesamte Kampagnenabwicklung, -aussteuerung und -optimierung, das Reporting und die Abrechnung. Die Screens sind als Gesamtnetz oder über Targeting buchbar.

**Armin Nusser, Director Retail Media der LAYA Group, erklärt:** „Diese Partnerschaft markiert einen weiteren wichtigen Meilenstein für LAYA Media. Mit dem DOOH-Inventar von EMSU erweitern wir unser Portfolio enorm und bieten unseren Kunden eine effektive Plattform, ihre Werbebotschaften direkt am POS zu verbreiten. Das Netzwerk ist programmatisch buchbar und somit vor allem auch für Mediaagenturen ein attraktiver Kommunikationskanal, der voll standardisiert bespielt werden kann. Das EMSU-Netzwerk garantiert uns dabei höchste Qualität mit innovativen Screen-Systemen, die die Stärken von Retail Media besonders gut nutzen.“

Die Vermarktung des EMSU-eigenen Trade-Marketing-Produktes mit Sortimentsplatzierung obliegt – wie auch in den anderen Netzen – EMSU selbst.

### Über EMSU

Die EMSU GmbH mit Sitz in Aachen ist ein Technologieunternehmen, das sich auf Retail Media und digitale Lösungen am Point of Sale spezialisiert hat. Seit der Gründung im Jahr 2018 entwickelt EMSU innovative Plattformen, die Handelsflächen digitalisieren und Werbetreibenden eine zielgerichtete Ansprache direkt am Regal ermöglichen. Mit Hilfe KI-gestützter Software, Sensorik und einem zentralen Kampagnenportal verbindet EMSU datengetriebenes Marketing mit physischem Handel. Die Lösungen kommen bereits bei führenden Händlern im deutschsprachigen Raum zum Einsatz und tragen messbar zur Umsatzsteigerung bei.

### 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.

### Pressekontakt

**Susanne Knerich**

LAYA Group GmbH

Friedenstr. 24, 81671 München

Phone: +49 173 89 188 43

E-Mail: [S.Knerich@layagroup.de](mailto:S.Knerich@layagroup.de)

[layagroup.de](http://layagroup.de)

[linkedin.com/company/laya-group/](https://www.linkedin.com/company/laya-group/)