

 PRESSEMITTEILUNG

LAYA wird exklusiver Vermarktungspartner des Instore-DOOH-Netzes von Cyreen und RTG Media und macht Retail Media im Lebensmitteleinzelhandel erstmals vollständig messbar

München, 11.05.2026 – Die LAYA Group erweitert ihr Retail-Media-Portfolio um einen der innovativsten Bausteine im deutschen LEH: Das Instore-DOOH-Netz von Cyreen und RTG Media, das die fünf RTG-Partner GLOBUS, Bartels-Langness, Bünting, Netto APS und Georg Jos. Kaes vereint, wird ab sofort über LAYA vermarktet. Die Besonderheit: Das Netzwerk ermöglicht erstmals eine standardisierte, datengestützte und vollständig messbare Werbeausspielung direkt am Point of Sale – ein Durchbruch für Instore Retail Media. Es ist ab sofort national buchbar.

Mit dem neuen DOOH-Netz macht Retail Media im LEH sowohl einen quantitativen als auch einen qualitativen Sprung. Bis Mitte Mai 2026 stehen deutschlandweit 820 Screens in 163 Städten in 185 Märkten als Werbekanal bereit. Mit diesem neuen Netz kann LAYA monatlich bis zu 200 Millionen Kontakte erreichen.

Werbetreibende können das Netz über zwei Wege nutzen: Erstens über standardisierte DOOH-Buchungen – programmatisch oder via IO – einheitlich über die Systeme der One Tech Group. Damit sind retailerübergreifende Instore-Kampagnen ohne komplexe Sonderlogiken möglich.

Zweitens über die CAP-Technologie, die eine kontaktgenaue Ausspielung und konkrete Erfolgsmessung ermöglicht. Diese Technologie von Cyreen reagiert auf Einkaufswagen mit RFID-Chips, spielt Spots nur bei Annäherung aus und verknüpft Werbekontakte anonym mit realen Kassenbons. Damit lassen sich Conversion Rates, inkrementelle Verkaufseffekte und weitere KPIs präzise auswerten und im Dashboard transparent darstellen.

Die Screens arbeiten zudem mit Ton und sorgen für zusätzliche Aufmerksamkeit im Markt. Über die CAP-Technologie sind monatlich rund 50 Millionen kontaktbasierte, verifizierbare Impressionen buchbar.

„Mit der CAP-Technologie bringen wir digitale Messlogik erstmals vollständig in den stationären Handel. Die Kooperation mit LAYA ermöglicht Marken, Zielgruppen präzise zu erreichen und ihre Wirkung transparent nachzuweisen. Das ist ein Paradigmenwechsel für In-Store Werbung“, erklärt **Ciril Hofmann**, Geschäftsführer Cyreen.

Christian Heß, Geschäftsführer LAYA Group, ergänzt: „Mit der Integration der Cyreen-Screens bei der RTG heben wir unser bestehendes DOOH-Portfolio auf ein neues Level. Erstmals können Werbetreibende Konsumentinnen und Konsumenten audiovisuell direkt am Ort der Kaufentscheidung ansprechen und gleichzeitig klar messbare Verkaufseffekte sehen. Wir sind überzeugt, dass diese Innovation Werbetreibenden signifikante Mehrwerte bietet: höhere Aufmerksamkeit, messbare Wirkung und tiefere Insights. Gemeinsam schaffen wir ein zukunftsfähiges Retail-Media-Ökosystem, das Retail Media neu definiert.“

PRESEMITTEILUNG

Dirk Jung, Geschäftsführer RTG Retail Trade Group erklärt: „Diese Partnerschaft vereint Handelskompetenz, Technologie und Vermarktung in einem neuen Qualitätsniveau. Für Marken entsteht ein starkes Angebot: breite Reichweite, hohe Relevanz und ein messbarer Werbeerfolg genau dort, wo Kaufentscheidungen fallen.“

Das Netz ist ab sofort national buchbar und wird in den kommenden Tagen vollständig ausgerollt sein.

Über RTG Media:

Die RTG Retail Trade Group GmbH ist eine Handelskooperation der traditionsreichen Unternehmen Rossmann, GLOBUS, Bartels-Langness, Bünting, Netto Aps, tegut, Klaas & Kock und Georg Jos. Kaes. Ziel des Zusammenschlusses ist die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Partner, indem sie individuelle Stärken in der RTG gemeinsam bündeln. Dazu gehören neben einem gemeinsamen Einkauf für Food FMCG und Non Food auch weitere Funktionsbereiche wie der Technische Einkauf, das Supply Chain Management sowie das Marketing. Die acht Handelsunternehmen der RTG mit insgesamt 109.000 Mitarbeitenden vertreten bundesweit rund 569 SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte, 2.231 Drogeriemärkte, 6 C+C Märkte sowie über 764 Supermärkte und Discounter und versorgen täglich mit ihren Produkten eine Gesamtverkaufsfläche von 5 Millionen Quadratmetern.

Über Cyreen:

Cyreen ist auf die Entwicklung von neuartigen, hochwirksamen In-Store Retail Media Lösungen im stationären Handel spezialisiert. Mit dem C.A.P.-System, einem intelligenten Smart-Screen-Netzwerk mit integrierter Werbewirkungstechnologie, wurde der anerkannte Beweis erbracht, dass bisherige USPs von Online-Medien effektiv für In-Store Retail Media nutzbar gemacht werden können. Als wegweisend galt dabei die entwickelte Referenzierungsmethodik sowie das Datenschutzkonzept – ausgezeichnet von der EU-Kommission im Jahr 2021.

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, hochspezialisierten Data-Analytics-Produkten sowie starken Lösungen für modernes CRM, Couponing und Data-Driven-

PRESEMITTEILUNG

Marketing. Im Bereich Retail Media unterstützt die LAYA Group Kunden beim Aufbau und Betrieb von Retail Media-Inventaren im digitalen und stationären Handel sowie bei der standardisierten Vermarktung von Reichweite und Kundendaten. Die LAYA Group gehört zu den führenden Retail-Media-Vermarktern in Deutschland. Das Unternehmen wurde 2020 gegründet, hat seinen Sitz 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, Web: www.layagroup.de

<https://www.linkedin.com/company/laya-group/>