

PRESEMITTEILUNG

Cyberport baut Instore DOOH Netzwerk auf. LAYA übernimmt die exklusive Vermarktung.

München, 23. Juni 2026 – Der Consumer Electronics Händler Cyberport erweitert sein Retail Media Angebot und erschließt erstmals auch seine stationären Flächen für digitale Werbung. Gemeinsam mit LAYA wurde ein Instore DOOH-Netzwerk in Filialen in Deutschland und Österreich aufgebaut.

Mit dem Schritt öffnet Cyberport ein Umfeld, in dem Kaufentscheidungen häufig direkt im Markt getroffen werden. Gleichzeitig entsteht ein Angebot, das sich von Beginn an in bestehende Mediaplanungen integrieren lässt.

Das Netzwerk umfasst neun Filialen in sieben Städten und ist seit Juni 2026 live. Die Ausspielung erfolgt über die Systeme von MyShopradio. LAYA hat die Anbindung an die Technologie seines Partners One Tech Group umgesetzt, sodass das Inventar direkt programmatisch buchbar ist.

„Mit dem Aufbau des DOOH-Netzwerks erschließen wir unsere Filialen erstmals systematisch für Retail Media. Für uns ist das ein wichtiger Schritt, stationäre Reichweite mit digitaler Buchbarkeit zu verbinden. Neben Marken aus dem Consumer-Electronics-Umfeld eröffnen wir damit auch non-endemischen Werbepartnern die Möglichkeit, unsere technologieaffine Zielgruppe mit hoher Kaufbereitschaft direkt am Point of Sale anzusprechen. Mit LAYA haben wir das Setup so umgesetzt, dass unser Inventar direkt in bestehende Kampagnen integriert werden kann“, sagt Désirée Mai, **Retail Media & Customer Insights Lead bei Cyberport.**

Cyberport zählt im deutschsprachigen Raum zu den wichtigsten Anbietern im Bereich Consumer Electronics, IT und Lifestyle-Produkte. Für Werbetreibende entsteht damit ein Umfeld mit hoher Produktnähe und konkretem Kaufbezug.

LAYA erweitert sein bestehendes DOOH-Portfolio um diesen Bereich und übernimmt die exklusive Vermarktung. Das Inventar von Cyberport kann einzeln oder gemeinsam mit weiteren Handelsumfeldern gebucht werden. Insgesamt erreicht das Netzwerk von LAYA derzeit über 600 Millionen Kontakte pro Monat.

Benjamin Hintze, Head of Retail Media Products & Ad Technology bei LAYA, sagt: „Mit Cyberport erschließen wir ein Umfeld, in dem viele Kaufentscheidungen direkt vor Ort getroffen werden. Unser national bestehendes DOOH-Portfolio wird dadurch noch mehr gestärkt und unterstreicht unseren Ansatz, Instore DOOH händlerübergreifend zugänglich zu machen.“

PRESEMITTEILUNG

Mit dem Ausbau folgt Cyberport einer Entwicklung, die sich im Markt klar zeigt. Handelsflächen werden zunehmend als eigenständige Medienkanäle genutzt und enger in die Mediaplanung integriert.

Über Cyberport

Cyberport SE ist eines der führenden deutschen E-Commerce-Unternehmen und steht seit vielen Jahren für innovative Technik, starke Marken und ein ausgezeichnetes Einkaufserlebnis. Unter dem Dach von Cyberport SE vereinen sich die beiden Retail-Marken Cyberport und Computeruniverse, die Kund:innen in Deutschland, Österreich und darüber hinaus mit einem breiten Portfolio aus Consumer Electronics, IT und Lifestyle-Produkten begeistern.

Besonders macht Cyberport SE die Kombination aus digitaler Exzellenz, stationärer Präsenz und persönlichem Service: Kund:innen profitieren nicht nur von einer leistungsstarken E-Commerce-Plattform, sondern auch von kompetenter Beratung in neun Stores in Deutschland und Österreich sowie flexiblen Services rund um den Kauf. Als deutsches Unternehmen mit klarer Fokussierung auf Qualität, Innovation und Kundenzufriedenheit setzt Cyberport SE Maßstäbe im Omnichannel-Handel und gestaltet die Zukunft des Retail aktiv mit.

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.

PRESSEMITTEILUNG

Pressekontakt:

Susanne Knerich
LAYA Group GmbH

Friedenstr. 24, 81671 München

Phone: +49 173 89 188 43

E-Mail: s.knerich@layagroup.de

layagroup.de

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