



Aachen, 26.03.26

PRESSEMITTEILUNG

Retail Media Alliance startet:

Ganzheitliches In-Store Retail Media für den EDEKA-Verbund.

Aachen, 26. März 2026 – DIGOOH, Verve Retail Media und EMSU bündeln digitale Eingangsformate, Flächen-Screens, Kassen-TV und Couponing zum ersten national flächendeckenden 360-Grad-Werbenetzwerk im Markt. Kaufleute profitieren von nationalen Markenkampagnen, zusätzlichen Erlösen und stärkerer Eigenkommunikation.

DIGOOH Media, Verve Retail Media Holding und EMSU starten eine strategische Kooperation, die den stationären Lebensmittelhandel als Mediakanal neu aufstellt. Unter dem Dach von Retail Media Alliance verbinden die drei Partner ihre bestehende Infrastruktur zu einem durchgängigen Werbesystem, das alle relevanten Kontaktpunkte im Markt abdeckt: von der DCLP-Eingangsstele (DIGOOH) über Screens auf der Fläche (EMSU) und Kassen-TV (Viewento) bis hin zu Couponing direkt am Kassenbon (acardo).

Retail Media Alliance verbindet erstmals alle relevanten In-Store-Touch-points zu einem durchgängigen Kommunikationsnetzwerk im Markt.

Entlang der gesamten Shopper Journey – vom Eingang über die Fläche bis zur Kasse – können Händler ihre Kunden gezielt ansprechen und Angebote wirkungsvoll inszenieren. Den aufmerksamkeitsstarken Auftakt bildet das bundesweite DCLP-Netzwerk von DIGOOH mit digitalen Eingangsstelen und 65-Zoll-Screens in 4K-Auflösung. Als reichweitenstärkster Werbeträger im System sorgt es für maximale Sichtbarkeit direkt am Markteingang und aktiviert Kunden bereits beim Betreten des Marktes. Auf der Fläche begleiten EMSU-Screens die Kaufentscheidung am Regal. Im Checkout-Bereich erreicht Viewento-Kassen-TV den Shopper in der Phase mit der höchsten Verweildauer innerhalb der gesamten Customer Journey: mit durchschnittlich über 40 Sekunden Kontaktzeit direkt vor dem Kauf. Ergänzt wird das System durch Couponing am Kassenbon über acardo. Insgesamt macht Retail Media Alliance mehr als 3.300 Standorte mit über 5.000 Screens für Kampagnen und Kundenaktivierung im stationären Handel erreichbar, davon knapp 4.000 Screens bei Edeka.

Nachgewiesen: Mehr Umsatz durch die Kombination von Instore und Offsite

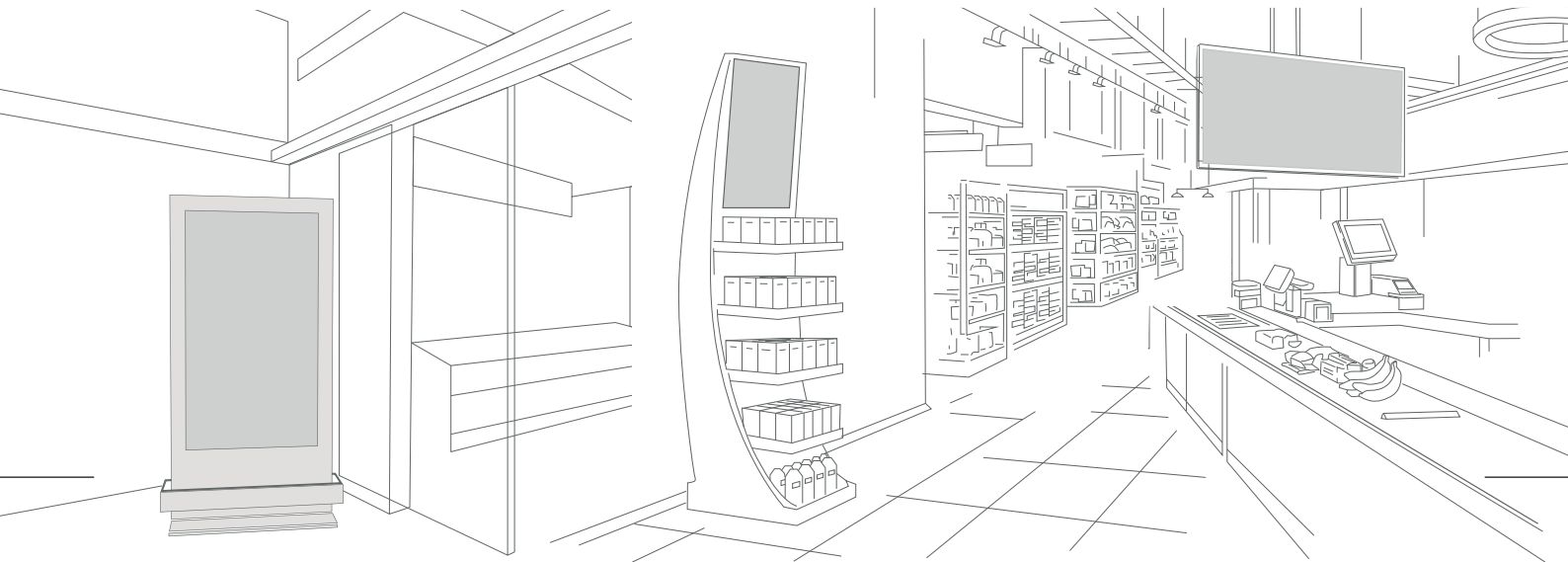
Was Retail Media Alliance leisten kann, zeigt ein Pilotprojekt in Bayreuth. Durch die Kombination von In-Store-Ausspielung und Offsite-Aktivierung konnte dort eine Umsatzsteigerung von neun Prozent auf Marktebene erzielt werden. In einzelnen Kategorien lag der Zuwachs noch deutlich höher: An der Frischetheke stieg der Umsatz um bis zu 20 Prozent. Die Ergebnisse belegen, dass digitale Werbung im Markt nicht nur Reichweite bringt, sondern den Abverkauf messbar steigert.

Was sich für Kaufleute ändert

Die Kooperation schafft für Kaufleute mehrfachen Mehrwert. Nationale Markenkampagnen werden über Retail Media Alliance zentral auf die Bildschirme im eigenen Markt gebracht. Der Kaufmann erhält Zugang zu Werbebudgets, die bisher an Instore-Kanälen vorbeiflossen. acardo-Coupons wird sichtbar in den Markt integriert und auf den Screens ausgespielt, was Einlösequote und Abverkauf steigert. Dazu kommt Eigenwerbezeit für lokale Aktionen und Angebote auf allen Screens. Über eine zentrale Plattform können Kaufleute eigene Inhalte selbst erstellen und aussteuern.

Der operative Aufwand für Kaufleute ändert sich nicht. Installation, Betrieb und Wartung der Screens laufen wie gewohnt über die Kooperationspartner – inklusive Rundum-sorglos-Paket ohne eigene Investition. Die bestehenden Miet- und Standortvereinbarungen bleiben bestehen. Kaufleute erhalten kostenfreie Schulungen und Support für die Nutzung ihrer Eigenwerbezeit.

Vom Einzel-Screen zur wirkungsvollen In-Store-Kommunikation



DIGO []

EM
SU

verve
VIEWENTO [] acardo

Digitale Screens im Markt wurden bislang häufig isoliert betrachtet und vor allem als zusätzliche Nebeneinnahme genutzt. Mit Retail Media Alliance verändert sich diese Perspektive grundlegend. Händler erhalten erstmals die Möglichkeit, alle Screens entlang der gesamten In-Store Shopper Journey – vom Eingang über die Fläche bis zur Kasse – als zusammenhängendes Kommunikationssystem einzusetzen. Dadurch entsteht eine deutlich stärkere Aktivierung im Markt: Angebote, Markenbotschaften und Couponing können gezielt miteinander verzahnt werden und so messbar zur Umsatzsteigerung beitragen.

„DIGOOH hat in den vergangenen Jahren das größte unabhängige DCLP-Netzwerk im deutschen LEH aufgebaut. Mit Retail Media Alliance machen wir dieses Netzwerk zum Fundament eines durchgängigen Retail-Media-Angebots. Für Kaufleute bedeutet das: Die Stele am Eingang wird zum Einstiegspunkt in ein nationales Werbesystem, das sich für den Händler rechnet.“

Alexander Houben, Geschäftsführer, DIGOOH Media GmbH

„Unsere Erfahrung zeigt: Wenn Screens nicht als Fremdkörper im Markt stehen, sondern als Teil des Einkaufserlebnisses funktionieren, profitieren Kaufleute direkt. Mit Retail Media Alliance wird die Fläche zum Medienstandort.“

Adrian Hoesch, Geschäftsführer, EMSU GmbH

„Kaufleute wollen keine zusätzliche Komplexität, sondern zusätzliche Erlöse. Genau das liefert Retail Media Alliance: nationale Markenkampagnen auf den eigenen Screens, Eigenwerbezeit für lokale Aktionen, null operativer Aufwand. Der Kaufmann profitiert, ohne etwas ändern zu müssen.“

Raimund Bau, Geschäftsführer, Verve Retail Media

Über Retail Media Alliance

Retail Media Alliance ist Deutschlands erstes national flächendeckendes In-Store Retail Media Netzwerk mit Fokus auf den Edeka-Verbund. Das Netzwerk verbindet digitale Eingangsformate (DIGOOH/INOVISCO), Flächen-Screens (EMSU), Kassen-TV (Viewento) und Couponing (acardo) zu einem durchgängig buchbaren Mediasystem für den stationären Lebensmittelhandel. Retail Media Alliance ist eine strategische Kooperation von DIGOOH Media GmbH, INOVISCO Mobile Media GmbH, Verve Retail Media Holding GmbH und EMSU GmbH.

Über DIGOOH Media

Die DIGOOH Media GmbH (Köln) ist führender unabhängiger Anbieter digitaler Indoor-Werbedisplays am Point of Sale und zentraler Infrastrukturpartner von Retail Media Alliance. DIGOOH betreibt das größte Netzwerk digitaler City-Light-Poster (DCLP) im Eingangsbereich des Lebensmitteleinzelhandels mit mehreren tausend Displays bei Edeka, MPREIS und weiteren Partnern. Die Formate sind national, regional und lokal buchbar – auch programmatisch über den Vermarktungspartner INOVISCO Mobile Media. www.digoooh.com

Über Verve Retail Media / Viewento / acardo

Die Verve Retail Media Holding GmbH (Berlin) ist die Retail-Media-Einheit der börsennotierten Verve Group SE. Viewento betreibt mit Kassen-Screens eines der größten Checkout-Netzwerke im deutschen LEH. Die acardo group AG betreibt mit 5.600 Filialen das größte Checkout-Couponing-Netzwerk im deutschen Markt und verfügt über ein Clearing-Netzwerk von über 30.000 Filialen. Die Verve Group SE (Stockholm/Frankfurt, SDAX) beschäftigt weltweit über 1.000 Mitarbeitende. www.verve.com | www.viewento.de | www.acardo.com

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. www.emsu.io