



Digital Media Institute unterstützt gemeinsam mit DOOH-Vermarktern Kampagne gegen Gewalt an Frauen

München, 28. Mai 2020 – „Corona kann töten. Der eigene Partner auch.“ Mit dieser und weiteren markanten Botschaften startet die Initiative #sicherheit eine bundesweite Kampagne gegen häusliche Gewalt an Frauen. Das Digital Media Institute (DMI) unterstützt das Projekt, indem zahlreiche seiner Teilnehmer Digital-Out-of-Home-Werbeflächen im Wert von über 3 Millionen Euro dafür kostenlos zur Verfügung stellen.

„Stay at home“ – bleib zuhause und schütze dadurch dich und die anderen. Der Appell zur Eindämmung des Corona-Virus wurde für viele Frauen weltweit erst recht zur Falle: Anstatt in den eigenen vier Wänden in Sicherheit zu sein, werden sie Opfer häuslicher Gewalt. Allein in Deutschland stiegen die Anrufe beim Hilfefestellen „Gewalt gegen Frauen“ Ende April um 17,5 Prozent.

Mit einer bundesweiten Kampagne, die ab Juni auf verschiedenen Medien zu sehen sein wird, möchte die Initiative #sicherheit auf das Problem aufmerksam machen und gleichzeitig Betroffene dazu ermutigen, aktiv nach Hilfe zu suchen. Über die Website sicherheit.org werden zudem Organisationen und Vereine sichtbar, die den Opfern zur Seite stehen.

Initiatoren von #sicherheit sind die Schauspielerin Natalia Wörner, UFA-CEO Nico Hofmann und Marc Lepetit, ausführender Produzent der UFA, sowie Tom Daske, CEO der Agentur Die Botschaft, und die Designagentur Taikonauten. Unterstützung erhält die Kampagne auch von staatlicher Seite durch die Familienministerin Dr. Franziska Giffey. Verantwortlich für die Kommunikation rund um die Initiative sind die PR-Agenturen Reichert + Communications und schoessler.

Neben weiteren Medien beteiligt sich auch die Digital-Out-of-Home-Branche an dem Projekt: Das Digital Media Institute (DMI) hat zahlreiche seiner Teilnehmer davon überzeugen können, ihre Werbeflächen für den schnellen Reichweitaufbau der Kampagne pro bono zur Verfügung zu stellen. Ab dem 6. Juni werden daher zwei 10-Sekünder vier Wochen lang auf den Screens in Flughäfen, Autobahnraststätten, Shopping Malls, Sportgeschäften, Fastfood-Restaurants, Apotheken, Getränkemärkten, Arztpraxen, Supermärkten, Universitäten, im ÖPNV sowie in Bürogebäuden ausgestrahlt. Damit ist die #sicherheit-Kampagne bundesweit auf rund 20.000 DOOH-Screens im öffentlichen Raum mit einem gesamten Bruttomediawert von über 3 Millionen Euro zu sehen.

Folgende DOOH-Anbieter und -Vermarkter unterstützen als Mediaspace-Sponsoren das Projekt: Ambient TV, Apovid/SK2, Cittadino/Goldbach, DHW (Deutsche Hochschulwerbung), echion, ECN, Piranha, TV Wartezimmer, UNICUM TV und X-City-Marketing.

Frank Goldberg, Geschäftsführer des DMI: „Häusliche Gewalt an Frauen ist ein noch immer unterschätztes, da im Verborgenen wirkendes Problem unserer Gesellschaft. Umso dringender ist es, die breite Öffentlichkeit mit einer aufmerksamkeitsstarken Kampagne im öffentlichen Raum dafür zu sensibilisieren. Ich freue mich daher, dass zahlreiche unserer DMI-Mitglieder sich spontan dazu bereit erklärt haben, auch in diesen Krisenzeiten ihre Werbeflächen für #sicherheit kostenlos zur Verfügung zu stellen.“

Über das DMI:

Das Digital Media Institute (DMI) ist ein Netzwerk für Entscheider aus allen Bereichen der digitalen Medien und hat zum Ziel, Digital Out of Home (DOOH) als wirkungsstarkes Medium mit einheitlicher Marktforschung zu unterstützen und bekannter zu machen. Dazu führt das DMI in regelmäßigen Abständen die Markt Media Studie „Public & Private Screens“ durch, in der die Leistungswerte für DOOH-Werbeträger in Deutschland erfasst werden. Mit der „Public & Private Screens Realtime“ stellt das DMI Echtzeitdaten für DOOH auf Währungsniveau zur Verfügung. Das DMI entwickelt zudem Standards für Marktforschung, Technik, Werbemittelformate und Programmatic DOOH. Gemeinsam mit Kreativen sorgt das DMI auch für ein besseres Verständnis der speziellen Anforderungen an die Kreation von DOOH.

Besuchen Sie das DMI auf www.dmi-org.com und folgen Sie uns auf Twitter @DMI_Institute sowie auf facebook.com/DigitalMediaInstitute/

Kontakt für weitere Informationen zur DOOH-Beteiligung:

Nadia Abou-El-Ela

DMI Digital Media Institute GmbH

n.abouelela@dmi-org.com

Tel: 089 / 76 70 28 50

Mob: 0173 / 58 242 08

Kontakt für weitere Informationen zur Initiative #sicherheit:

Beatrix Reißig

schoesslers GmbH

Tel: 0172/147 41 33

beatrix@schoesslers.com

Logos der teilnehmenden DOOH-Anbieter und -Vermarkter

