

Frankfurt / München, 09. Juni 2021

Pressemitteilung

agof und Digital Media Institute vereinbaren zukünftige Zusammenarbeit

Ziel ist ein Reichweitenstandard für das Wachstumssegment Digital Out of Home

Digital Out of Home, kurz DOOH, gilt derzeit als einer der am stärksten wachsenden Werbekanäle mit hoher Reichweite.

Zwei starke Partner wollen ab sofort zusammenarbeiten, um den digitalen Werbemarkt in diesem Segment gemeinsam weiter voranzubringen: Die Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung (agof), Experte und Hüter der digitalen Reichweitenwährung, sowie eine breite Allianz aus DOOH Anbietern unter dem Dach des Digital Media Institute (DMI), dem Netzwerk und zentralen Bindeglied für die Digital Out of Home-Branche.

Um die Möglichkeiten für eine Reichweiterhebung für DOOH im Indoor-Bereich und Etablierung eines einheitlichen Mediastandards auszuloten, werden Experten aus beiden Organisationen in eigens dafür geschaffenen Projektgruppen zeitnah die Gespräche aufnehmen.

Damit besteht die Chance, dieses hochinteressante Wachstumssegment DOOH Indoor erstmalig unter dem Dach eines Joint Industry Committees zu erfassen.

Claudia Dubrau, Geschäftsführerin der agof, freut sich auf die Zusammenarbeit: *„Als agof haben wir den Anspruch, für alle digitalen Kanäle valide Standards und vergleichbare Planungsdaten anzubieten. Daher haben wir uns sehr gefreut, dass die DOOH-Branche über das DMI den Kontakt zu uns gesucht hat. Wir möchten hier gerne unsere langjährige Expertise und Erfahrung in der Entwicklung von neuen Mediastandards einbringen und dabei helfen, auch in diesem Werbesegment für weitere Planungssicherheit zu sorgen. Dabei freuen wir uns über einen erfahrenen Partner wie das DMI, das sowohl eine hervorragende Kenntnis des Mediums als auch bereits einige Erfahrung bei der Erhebung von DOOH-Daten mitbringt.“*

Dies bestätigt auch **Dr. Frank Goldberg**, Geschäftsführer des DMI, und führt weiter aus: *„Digital Out of Home weist - trotz der Tatsache, dass es ein One-to-Many-Medium ist - sehr viele Parallelen zum klassischen digitalen Werbekanal auf. Für uns war es daher die natürliche Wahl, die agof als Kooperationspartner für die Entwicklung eines validen Standards anzusprechen. Denn unser erklärtes Ziel ist, einheitliche, verlässliche Planungsdaten für DOOH auf einem Niveau mit der bisherigen digitalen Reichweitenwährung zu schaffen. Denn so kann DOOH im Vergleich und gemeinsam mit dem gesamten digitalen Kanon geplant und bewertet werden, ein aus unserer Sicht entscheidender Schritt zum weiteren Wachstum dieses agilen Mediums. Wir freuen uns darauf, unsere bisherigen Ergebnisse und Erkenntnisse nun im Expertenkreis austauschen und gemeinsam weiterentwickeln zu können.“*

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Franklinstraße 52, 60486 Frankfurt
Tel: 069-264 888-310, Fax: 069-264 888-320, E-Mail: geschaeftsstelle@agof.de

Steuer-Nr.: 045_227_3093_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau
Vorstände: Björn Kaspring, Steffen Bax, Dirk Maurer

Über die agof

Als Joint Industry Committee (JIC) aus den führenden deutschen Internet-Vermarktern, Agenturen und Werbungtreibenden setzt die agof Standards und Maßstäbe für digitales Marketing. Sie sichert damit die Professionalität, die Qualität und das Wachstum des Werbemediums Internet. Im Zentrum ihrer Arbeit steht die Ermittlung digitaler Reichweiten und Nutzungsdaten zur Vermarktung von digitalen Angeboten. Anforderungen des sich dynamisch verändernden Marktes integriert sie aktiv in ihr Leistungsangebot und richtet ihre Weiterentwicklung nachhaltig daran aus. Dabei agiert sie stets unabhängig von Individualinteressen. Darüber hinaus engagiert sie sich für das digitale Medium in wichtigen Branchenorganisationen, vor allem für einen vertretbaren Datenschutz für Online-Marketing, und setzt sich auch auf europäischer Ebene für länderübergreifende Forschungsstandards ein.

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.

Bei Rückfragen:

Katharina Metzger
agof Pressesprecherin
Tel.: 0151/126 713 88
Fax: 069/264 888-320
Mail: katharina.metzger@agof.de

Dr. Nadia Abou El Ela
Corporate Affairs
Tel.: 0173/582 42 08
Fax: 089/767 028 49
Mail: n.abouelela@dmi-org.com