

## DMI vergibt ersten deutschen Award für Digital Out of Home

München, 1. Dezember 2020 – Die deutsche Kreativ-Szene hat einen neuen Award: Mit der „[DOOH Creative Challenge](#)“ zeichnet das DMI herausragende Kampagnen auf Digital Out of Home aus. Der Preis, der die Gewinner mit Punkten im W&V-Kreativranking belohnt, soll die Aufmerksamkeit für DOOH als effektive und kreative Kommunikationsplattform erhöhen. Eine mit dem „Who is Who“ der Branche besetzte Jury entscheidet über die Gewinner.

Großformatiges Bewegtbild im öffentlichen Raum – das ist die Kraft von Digital Out of Home (DOOH). Kein anderes Medium vermag die Emotionalität von bewegten Bildern mit der Reichweite der Außenwerbung auf die gleiche Weise zu vereinen. Damit sind die digitalen Screens, die den Zielgruppen an den unterschiedlichsten Touchpoints begegnen, auch eine ideale Spielwiese für große kreative Ideen.

Diese einzigartige gestalterische Stärke von Digital Out of Home will nun die „DOOH Creative Challenge“ (DCC) hervorheben. Entsprechend zeichnet der neue Award, der vom Digital Media Institute (DMI) vergeben wird, herausragende Kampagnen auf DOOH in den Kategorien „Beste crossmediale Bewegtbild-Kampagne“, „Best Use of Data“ und – speziell für den kreativen Nachwuchs – „DCC YoungSTARS“ aus. Die DCC ist ab 2021 auch mit einem Punkt im W&V-Kreativranking vertreten.

Ab sofort können alle Personen und Institutionen, die mit Werbung zu tun haben, an der DCC teilnehmen. Das Einreichportal ist bis zum 1. März 2021 für Agenturen, Unternehmen und Studierende geöffnet. Bei der Preisverleihung im Sommer 2021 wird darüber hinaus noch ein mit einer Geldprämie dotierter Publikumspreis vergeben: Dabei wählen die Teilnehmer der Award-Verleihung aus allen Shortlistplatzierten ihren persönlichen Favoriten.

„Wir werden immer wieder gefragt, ob es sinnvoll ist, inmitten der Corona-Krise einen neuen Award für Digital Out of Home ins Leben zu rufen“, sagt **Frank Goldberg, Geschäftsführer des DMI**. „Unserer Ansicht nach ist aber jetzt genau der richtige Zeitpunkt dafür: Denn gerade in dieser auch für die Werbewirtschaft schwierigen Zeit konnte vor allem DOOH seine Stärken ausspielen und kurzfristig mit starken Kampagnen auf die sich beständig wandelnden Bedingungen reagieren. Das wird auch von den Werbungtreibenden immer mehr honoriert, was sich auch in den aktuellen, für DOOH sehr positiven Nielsen-Zahlen widerspiegelt.“

Die Jury der DOOH Creative Challenge setzt sich aus Kreativen, Kundenvertretern, Vermarktern und Agenturvertretern zusammen und ist hochkarätig besetzt: Mit dabei sind Jo Marie Farwick (Überground), Ekki Frenkler (Mediaplus), Alexander Fürthner (Weischer.JvB), Frank Goldberg (DMI), Matthias Harbeck (Serviceplan), Thomas Heinz (Kolle Rebbe), Dimitri Herber (Bahlsen), Ralf Heuel (Grabarz & Partner), Christian Kaeßmann (PLAN), Christina Keller (Facebook), Hartwig Keuntje (Philipp & Keuntje), Arne Kirchem (Unilever), Thomas Koch (The DOOH Consultancy), Bernd Kracke (Hochschule für Gestaltung Offenbach), Simone Podlich (Cittadino), Holger Schellkopf (W&V), Christian-Georg Siebke (TV-Wartezimmer), Matthias Storath (Heimat), Alexander Stotz (Ströer), Andrea Tauber-Koch (Commerzbank), Kai-Marcus Thäsler (FAW), Holger Walsch (Planus) und Frank Youssoffi (Neo Advertising).

## 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](http://www.dmi-org.com) sowie den DMI-Blog auf [blog.dmi-org.com](http://blog.dmi-org.com) und folgen Sie uns auf Twitter [@DMI\\_Institute](https://twitter.com/DMI_Institute), [facebook.com/DigitalMediaInstitute/](https://facebook.com/DigitalMediaInstitute/) und [instagram.com/digitalmediainstitute](https://instagram.com/digitalmediainstitute).

### Kontakt für weitere Informationen:

Nadia Abou-El-Ela  
DMI Digital Media Institute GmbH  
[n.abouelela@dmi-org.com](mailto:n.abouelela@dmi-org.com)  
Tel: 089 / 76 70 28 50  
Mob: 0173 / 58 242 08