

Talents-on-Screen-Gewinner kreieren DOOH-Gattungskampagne

München, 12. Mai 2021 – Die DOOH-Branche geht auf Initiative des DMI mit einer nationalen Gattungsmarketingkampagne an den Start. Die Kreation des DOOH-Auftritts, der unter dem Claim „#DOOH – Der größte Influencer der Stadt“ steht, stammt von den Miami-Ad-School-Absolventinnen Sophia Cordes und Sonja Zimmerli, die damit den Nachwuchswettbewerb „Talents on Screen“ gewonnen haben.

Was haben ein Ei, eine Käsereibe und ein Pflaster gemeinsam? Auf den ersten Blick nichts. Außer, dass sie alle Hauptdarsteller der neuen Gattungsmarketingkampagne für Digital Out of Home (DOOH) sind, die auf Initiative des **Digital Media Institutes (DMI)** an den Start geht. Unter dem Claim „#DOOH – Der größte Influencer der Stadt“ bringen insgesamt fünf Spots die Stärken von DOOH auf den Punkt – stets mit der Aussage: Ein Werbeauftritt auf DOOH verschafft selbst banalsten Alltagsgegenständen mehr Aufmerksamkeit, als sie so mancher bekannter Influencer jemals bekommen kann.

Für Kreation und Konzeption der Kampagne verantwortlich sind die jungen Kreativen **Sophia Cordes** und **Sonja Zimmerli**, die als Praktikantinnen bei Grabarz & Partner mit ihrer „Influencer“-Idee den „Talents on Screen“-Contest des DMI gewonnen haben. Auf Basis ihres Konzepts entwickelte das DMI daraufhin gemeinsam mit den beiden Young Talents, **Grabarz & Partner** und **TV-Wartezimmer** die Gattungsmarketingkampagne „#DOOH – Der größte Influencer der Stadt“. Christian Siebke und sein Content-Team bei TV-Wartezimmer haben zudem die Produktion der Spots übernommen.

Die Kampagne, die deutschlandweit auf Tausenden DOOH-Screens zu sehen ist, soll Media-Entscheider in Unternehmen und Agenturen von den Vorzügen von DOOH überzeugen. „DOOH ist reichweiten- und aufmerksamkeitsstark, schnell, treffsicher und an allen relevanten Touchpoints vertreten“, sagt **Frank Goldberg, Geschäftsführer des DMI**. „Diese eher abstrakten Stärken macht unsere Kampagne nun sichtbar – auf humorvolle Weise und mit einer Kreation, die reduziert und auffällig zugleich und somit perfekt auf das Medium Digital Out of Home und seine Rezeptionsbedingungen abgestimmt ist.“

Die Kampagne startet am **12. Mai 2021** und soll dauerhaft auf mehreren Tausend **Screens** bundesweit laufen. Damit wird der DOOH-Auftritt an den verschiedensten Touchpoints wie Shopping Malls, Bahnhöfen, U-Bahnhöfen, Autobahn-Raststätten, Fahrgast-Fernsehen, an der Straße, Flughäfen, Arztpraxen, Taxen, Fitness-Studios, Universitäten und Supermärkten zu sehen sein. **Alle 5 Spots stehen auf der [Talents on Screen-Site](#) zum Download bereit.**

Folgende DOOH-Anbieter und -Vermarkter beteiligen sich gleich zum Start an dem Projekt: Cittadino/Goldbach, Deutsche Hochschulwerbung, echion, Executive Channel Network (ECN), EyeScreen New Media, Flughafen Berlin Brandenburg, Flughafen Stuttgart, Framen, Hygh, mc R&D (Berliner und Münchner Fenster), Neo Advertising, piranha media, Ströer, Taxi-Ad, TV-Wartezimmer, UNICUM TV, Verner & Friends und ZS LED Werbeflächen.

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 sowie den DMI-Blog auf blog.dmi-org.com und folgen Sie uns auf Twitter @DMI_Institute sowie auf facebook.com/DigitalMediaInstitute/

Kontakt für weitere Informationen:

Anja v. Fraunberg
DMI Digital Media Institute GmbH
anja.vonfraunberg@dmi-org.com
Tel: 0175 / 521 94 31

Logos der Unternehmen, die die #DOOH-Sommerkampagne unterstützen:

