



PRESSEMITTEILUNG

DOOH Creative Challenge verlängert Einreichfrist

München, 03. März 2022 – Die DOOH Creative Challenge geht in die Verlängerung: Die besten Arbeiten für Digital Out of Home können noch bis zum 18. März 2022 eingereicht werden. Der Award für DOOH zählt auch für das jährliche Kreativranking der W&V.

Das Institute for Digital Out of Home Media verlängert die Einreichfrist für die DOOH Creative Challenge (DCC). Die Deadline, die ursprünglich auf den 4. März datiert war, ist nun auf den **18. März** verlegt. Agenturen, Vermarkter, Werbungtreibende und Nachwuchskreative haben also zwei Wochen länger Zeit, sich mit ihren Arbeiten für Deutschlands einzigen Kreativpreis für Digital Out of Home zu bewerben.

Die DCC zeichnet herausragende Kampagnen für DOOH aus. Eingereicht werden kann in fünf Kategorien: Bei „**DOOH Classic**“ sind reine DOOH-Kampagnen gefragt, die die Möglichkeiten des Mediums am kreativsten ausschöpfen. Die „**Beste crossmediale Kampagne**“ kürt die optimale Integration eines DOOH-10-Sekünders in einen kanalübergreifende Werbeauftritt. Im Fokus der Bewertung stehen hier DOOH-relevante Aspekte wie Rezeptionssituation, Touchpoint- und/oder Context-Bezug. In der Kategorie „**Best Use of Data**“ wird die DOOH-Kampagne gesucht, die am besten Kreativität und Emotionalität mit der nüchternen Welt der Daten verknüpft. „**Future Vision DOOH**“ zeichnet visionäre Solitär-Installationen auf DOOH aus, die heute zwar noch nicht kampagnenfähig sind, die aber zeigen, wohin die Reise von DOOH möglicherweise führen wird. Bei den „**DCC YoungSTARS**“ ist der kreative Nachwuchs gefragt, der einen 10-Sekünder für eine Non-Profit-Organisation nach Wahl erschaffen soll.

Die Teilnahme lohnt sich: Die Gewinneragenturen werden mit **Kreativpunkten** entsprechend des **Kreativrankings der W&V** belohnt. Der Siegerkampagne der Nachwuchskategorie winken **1 Milliarde Bruttokontakte**, indem sie deutschlandweit auf den teilnehmenden DOOH-Netzwerken ausgestrahlt wird. Bei der Preisverleihung am **20. September 2022** wird zudem noch ein von PLAN gesponserter, mit **einer Geldprämie dotierter Publikumspreis** vergeben.

Zur DOOH Creative Challenge zugelassen sind Kampagnen, die in Deutschland, Österreich oder der Schweiz realisiert wurden. Es können sowohl Einzelspots als auch Serienspots eingereicht werden. Mehr Informationen zur DOOH Creative Challenge sowie den Teilnahmebedingungen gibt es auf der begleitenden [DCC-Website](#).

IDOOH



Mit Kreativen, Werbungtreibenden, Vermarktern und Agenturvertretern ist die Jury der DCC bewusst breit aufgestellt. Mit dabei sind: **Jo Marie Farwick** (Überground), **Ekki Frenkler** (Mediaplus), **Alexander Fürthner** (Weischer.JvB), **Frank Goldberg** (DMI), **Verena Gründel** (W&V), **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), **Simone Podlich** (Cittadino), **Christian-Georg Siebke** (TV-Wartezimmer), **Stan Skolnik** (IU Internationale Hochschule), **Robert Stahl** (Goldbach), **David Stephan** (David + Martin), **Matthias Storath** (Heimat), **Alexander Stotz** (Ströer), **Andrea Tauber-Koch** (Commerzbank), **Holger Walsch** (Planus) und **Frank Youssoffi** (Neo Advertising).

Kontakt für weitere Informationen:

Anja v. Fraunberg
Institute for Digital Out of Home Media (IDOOH)
anja.vonfraunberg@idooh.media
Mob: 0175 / 521 94 31

Wir danken unseren Partnern:



JETZT MAL MIT PLAN.

Über das IDOOH

Das Institute for Digital Out of Media (IDOOH) ist die zentrale Anlaufstelle für die Digital Out of Home (DOOH) Branche. In Zusammenarbeit mit dem Digital Media Institute treffen sich bei uns die Anbieter und Kunden von DOOH Werbung. Das IDOOH veranstaltet Kongresse und stimmt in seinen Arbeitsgruppen die Standards für die Branche mit dem Markt ab. In Zusammenarbeit mit den Joint Industry Committees entwickelt das IDOOH die Markt Media Studie Public & Private Screens, in der die Leistungswerte für DOOH Werbeträger in Deutschland erfasst werden. Das IDOOH macht die Gattung DOOH bekannter und führt dazu Schulungen und Webinare sowie den Kreativ Award DOOH Creative Challenge durch.

Besuchen Sie das IDOOH auf <https://idooh.media/> und folgen Sie uns auf Twitter [@IDOOHmedia](https://twitter.com/IDOOHmedia), [instagram.com/idooh.media](https://www.instagram.com/idooh.media) und LinkedIn.