



DOOH Venue Taxonomy

Februar 2023

Hintergrund und Zielsetzung der Venue Taxonomy

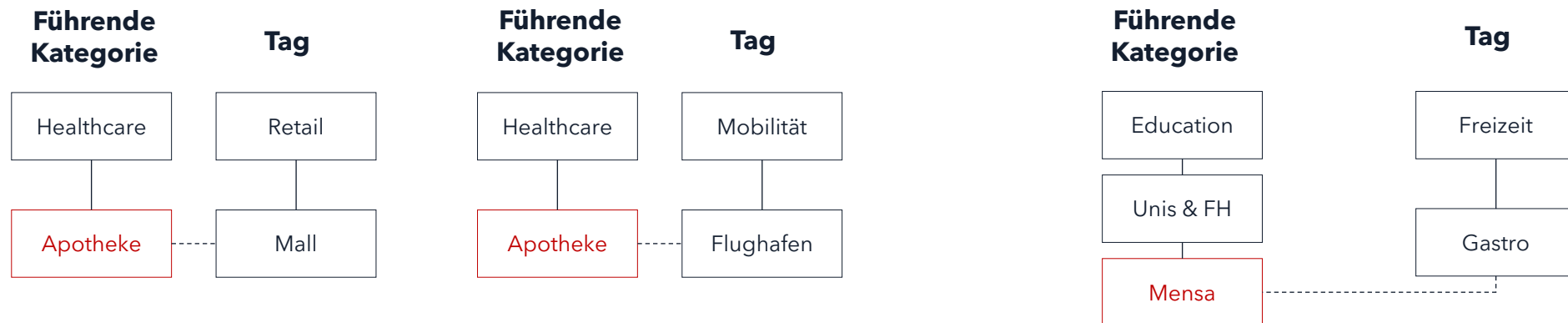


- Die „IDOOH Venue Taxonomy“ wurde im Sommer 2022 von einer Expertengruppe des IDOOH - bestehend Teilnehmenden von Publishern und Mediaagenturen - auf Basis der „DMI Venue Taxonomy“ und dem [OpenOOH Standard](#) entwickelt.
- Die Kategorisierung der DOOH Umfelder in der „IDOOH Venue Taxonomy“ soll Kunden und Agenturen bei der Lokalisierung von DOOH Werbeträgern unterstützen und eine Wiederauffindbarkeit nach Umfeldern in unterschiedlichen Systemen ermöglichen.
- Dazu soll die „IDOOH Venue Taxonomy“ die Buchungsverhalten der Kunden abbilden.
- Die „IDOOH Venue Taxonomy“ dient daher nicht der Abbildung aller Umfelder, in denen DOOH Werbeträger (zukünftig) vorhanden sein könnten, sondern lediglich der Abbildung von Umfeldern, in denen DOOH Werbeträger aktuell vorhanden sind.
- Gleichzeitig soll die „IDOOH Venue Taxonomy“ typische Buchungsmuster oder Buchungsanfragen wiedergeben. Wenn Kunden z.B. nicht unterscheiden zwischen den Umfeldern „Universität“ und „Fachhochschule“, dann müssen diese auch nicht als zwei unterschiedliche Umfelder in der „IDOOH Venue Taxonomy“ abgebildet werden, sondern können als ein Umfeld abgebildet werden.
- Dazu soll die „IDOOH Venue Taxonomy“ regelmäßig aktualisiert werden, um neu entstehende Umfelder bzw. DOOH Netze und das Wegfallen anderer Netze abzubilden.
- Die „IDOOH Venue Taxonomy“ wurde zunächst für den deutschen DOOH Markt entwickelt. Daraus resultierende Abweichungen vom [OpenOOH Standard](#) werden als notwendig und akzeptabel erachtet. Dennoch wird eine Harmonisierung auf internationaler Ebene angestrebt; die Abweichungen vom internationalen Standard sollten daher auf das notwendige Minimum beschränkt bleiben; ein [Mapping](#) des IDOOH Standards auf den internationalen Standard soll die parallele Verwendung beider Standards ermöglichen.

- Die Teilnehmenden halten eine möglichst große Detailtiefe für wünschenswert. Diese sollte sich jedoch an den Markterfordernissen („Was nicht gebucht wird, wird nicht gebraucht.“) und einer einfachen Handhabung durch die Nutzer orientieren. Dazu erhält die „IDOOH Venue Taxonomy“ eine hierarchische Baumstruktur mit 4 Ebenen.
- Die DOOH Touchpoints erhalten auf jeder Ebene eine Kategorie-ID auf Basis einer **hierarchischen Nummerierung**, z.B. Screens in der Mensa einer Uni:
 - Ebene 1: Education > 5
 - Ebene 2: Unis > 5.2
 - Ebene 3: Mensa > 5.2.5
- Dabei bildet Ebene 2 in der Regel den „Touchpoint“ ab (d.h. Shopping Malls, Bahnhöfe, Flughäfen etc.), während Ebenen 3 und 4 in der Regel die Zonierung innerhalb eines Touchpoints (Eingang, Kasse, Ankunft, Abflug etc.) abbilden. Ebene 1 fasst die Touchpoints in thematisch ähnliche Kategorien zusammen (Mobilität, POS, Healthcare etc.).
- Den Teilnehmenden ist bewusst, dass nicht alle DSPs oder Planungstools mit 4 Ebenen arbeiten. Diese können sich ggfs. auf die Abbildung der oberen beiden Ebenen beschränken. Die anwesenden Tech Anbieter gehen jedoch davon aus, dass sich DSPs und SSPs an verschiedene Baumstrukturen anpassen können.

Double Tagging (1/2)

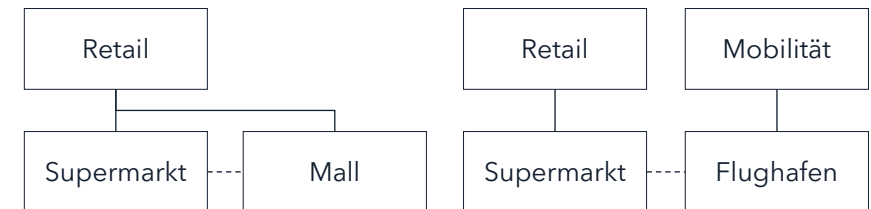
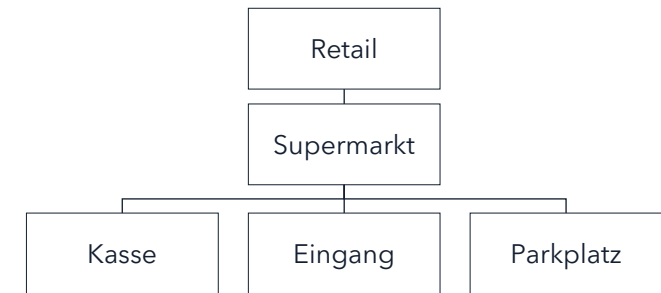
- Jedes DOOH Netz bzw. jeder Standort sollte genau einer Kategorie innerhalb eines hierarchischen Baumes zugeordnet sein. Dieses ist die „Führende Kategorie“.
- Zusätzlich kann der Standort einem weiteren Tag (d.h. einer Kategorie in der „IDOOH Venue Taxonomy“) zugeordnet werden, z.B. kann eine Apotheke im Flughafen der führenden Kategorie „Healthcare > Apotheke“ und zusätzlich der Kategorie („Tag“) „Mobilität > Flughafen“ zugeordnet sein und eine Apotheke in einer Shopping Mall der führenden Kategorie „Healthcare > Apotheke“ und dem Tag „Retail > Mall“.
- Screens in der Mensa einer Uni oder FH können der führenden Kategorie „Education > Unis“ oder „Education > FH“ zugeordnet werden (durchgezogene Linie) und zusätzlich mit einem Tag in der Kategorie „Leisure & Entertainment > Gastronomie“ (gestrichelte Linie) gekennzeichnet werden.



- Daher muss jeder einzelne Standort individuell Kategorien zuordenbar sein.

Double Tagging (2/2)

- Es besteht jedoch keine Verpflichtung, Standorte individuell Kategorien zuzuordnen. Stattdessen kann zur Vereinfachung auch lediglich ein komplettes Netz aus z.B. Burger King Standorten der Kategorie „Entertainment & Leisure > Fast Food“ zugeordnet werden. Generell ist das Double Tagging **optional**.
- Um Wildwuchs und Missbrauch zu vermeiden, werden klare Regeln für ein Double Tagging definiert (welche Standorte dürfen welchen Tags zugeordnet werden); diese sind in der „IDOOH Venue Taxonomy“ enthalten („Allowed Tags“) und werden zusammen mit der „IDOOH Venue Taxonomy“ regelmäßig aktualisiert.
- Es sollte unterschieden werden zwischen Bereichen innerhalb einer Einrichtung mit DOOH Screens und Bereichen außerhalb einer Einrichtung:
 - Dazu wird um die Einrichtung ein Polygon gelegt. Dieses Polygon schließt z.B. bei einem Supermarkt den Parkplatz ein.
 - Unterschiedliche Bereiche innerhalb des Polygons sind Unterkategorien der Einrichtung. Der Parkplatz eines Supermarktes ist - wie der „Eingang“ und die „Kasse“ - eine solche Unterkategorie.
 - Befindet sich ein Supermarkt in einer Mall oder einem Flughafen, dann sind die Bereiche „Mall“ und „Flughafen“ außerhalb des Polygons und damit keine Unterkategorien zu „Supermarkt“, sondern können als zusätzliche Tags dem Supermarkt zugeordnet werden.



- Umfeldkategorien beschreiben nicht den Standort des Screens selbst (dies wird von den oben beschriebenen DOOH-Touchpoint-Kategorien oder Tags geleistet) sondern die Umgebung eines Standortes bzw. Objektes.
- Am Beispiel eines Bürogebäudes: Finden sich im Umkreis von 200 Metern Supermärkte (ggfs. welche), Malls oder Restaurants (ggfs. welche)?
- Die Teilnehmenden sehen Probleme bei der Standardisierung und Qualitätssicherung von Umfeldkategorien und beschließen daher, diese nicht in die „IDOOH Venue Taxonomy“ aufzunehmen.

Erläuterungen zu einzelnen Änderungen (1/2)

- **E-Ladesäulen** gehören zur Versorgungsinfrastruktur von KFZ und damit zur Kategorie „Tankstelle“ (Gas Station oder zukünftig ggfs. Fueling Station). Sie können aber auch an Straßen oder auf Parkplätzen von Malls oder Supermärkten stehen und daher den Tags „Outdoor“, „Mall“ oder „Supermarkt“ zugeordnet werden.
- **Hotels** werden in Anlehnung an den internationalen Standard zur Kategorie „Entertainment & Leisure“ zugeordnet. Flughafenhotels oder Hotels an Bahnhöfen können zusätzlich den Tags „Flughafen“ oder „Bahnhof“ zugeordnet werden.
- **Coworking Spaces** und **Bürogebäude** werden separat in zwei Level 2 Kategorien erfasst, da es deutliche Unterschiede in den Zielgruppen und der Art der dort werbenden Kunden gibt. Konferenzzentren an Flughäfen können dem Tag „Flughafen“ zugeordnet werden.
- **Duty Free Shops** werden in der Kategorie „Flughafen > Sicherheitsbereich“ erfasst und können zusätzlich dem Tag „Retail“ zugeordnet werden.
- **Apotheken** werden in der Kategorie „Healthcare“ erfasst und können den Tags „Flughafen“, „Bahnhof“ oder „Mall“ zugeordnet werden.
- In Apotheken (und anderen Retail-Standorten wie Mini Markets) können - neben den Screens im Innenraum - auch **Screens in Schaufenstern** installiert sein. Diese sollten separat kategorisiert werden. Screens in Schaufenstern sollten zudem dem Tag „Outdoor“ zugeordnet sein, da sie Zielgruppen vor den Schaufenstern und auf der Straße ansprechen.
- Dasselbe gilt für **Screens an Außenfassaden** von Bahnhöfen oder Malls: Wenn Zielgruppen auf der Straße erreicht werden, werden die Screens den Kategorien Bahnhof / Mall und dem Tag „Outdoor“ zugeordnet.

Erläuterungen zu einzelnen Änderungen (2/2)



- Alternativ können die **Screens an den Außenfassaden** auch der Kategorie „Outdoor“ zugeordnet werden mit den Tags „Retail“, „Bahnhof“ oder „Mall“.
- Die Teilnehmenden stellen fest, dass im Buchungsverhalten der Werbungtreibenden nicht zwischen **Universitäten, Technischen Universitäten und Fachhochschulen** unterschieden wird. Diese werden daher zusammen in einer Kategorie erfasst.
- Screens in der **Mensa** werden in der Kategorie „Universitäten, Technische Universitäten und Fachhochschulen“ erfasst und können dem Tag „Gastronomie“ zugeordnet werden.
- **Bahnhöfe** können in die Kategorien „Fernbahnhöfe“ (mit IC, ICE, ECE Halt) und „Regional- und S-Bahnhöfe“ (alle anderen) unterteilt werden.
- **U-Bahnhöfe** stehen neben den Bahnhöfen auf Level 2 – dies entspricht dem Planungsalltag der Agenturen.
- **Bus- und Straßenbahnhaltstellen** gehören zum Bereich „Outdoor“. Dazu wird für die Level 2 Kategorien „Roadside“ und „Pedestrian Zone“ jeweils eine Unterkategorie „Bus & Tram Stations“ eingerichtet.
- Der Bereich „**Outdoor**“ wird deutlich verschlankt und enthält nur noch die Level 2 Kategorien „Roadside“, „Pedestrian Zone“ und „Taxi Top“.
- Die im Bereich Outdoor möglichen **Tags „Airport“, „Mall“, „Train Station“** können für die Screens an Außenfassaden der entsprechenden Touchpoints (siehe oben) genutzt werden.
- Die Kategorie **Residential** wird neu aufgenommen mit den Unterkategorien „Entrance/Lobby“ und „Elevator“.
- Die Fachrichtungen in Bereich **Healthcare** (Wartezimmer und Kliniken) wurden neu strukturiert.



Ansprechpartner: Frank Goldberg
Institute for Digital Out of Home Media
Theatinerstr. 11
80333 München

frank.goldberg@idooh.media
www.idooh.media