



PRESSEMITTEILUNG

## **DMI, Goldbach und Ströer gründen gemeinsame Gesellschaft IDOOH**

Digital Out of Home-Branche schließt sich in neuem Verband zusammen

München, 10. Februar 2022 – Das „Institute for Digital Out of Home Media“ soll Digital Out of Home als reichweiten- und wirkungsstarkes Medium im deutschen Werbemarkt weiter etablieren. Erstes Ziel von IDOOH ist die Schaffung einer einheitlichen Währung für den DOOH-Markt. Eine reichweitenstarke B2B-Kampagne begleitet den Launch.

Die deutsche Digital Out of Home-Branche übt den Schulterschluss: Das Digital Media Institute (DMI), Goldbach Germany und Ströer haben eine gemeinsame Gesellschaft unter dem Namen „Institute for Digital Out of Home Media“ (IDOOH) gegründet. Ziel des neuen Unternehmens ist, den DOOH-Markt zu stärken und in seiner Weiterentwicklung voranzutreiben und zu unterstützen. Dafür soll eine gemeinsame DOOH-Reichweitenstudie den Weg zur Schaffung einer einheitlichen Währung für den DOOH-Markt ebnen. Des Weiteren stehen die Etablierung von Standards sowie umfassende Forschungsarbeiten zu Zukunftsthemen der Werbung auf digitalen Medien im Vordergrund. Das Institute for Digital Out of Home Media spricht für nahezu die gesamte DOOH-Branche und steht allen Branchenteilnehmern offen.

Der Launch von IDOOH wird von einer reichweitenstarken B2B-Kommunikation begleitet: Im Zentrum der Kampagne stehen zwei Spots, die gezielt auf den Digital-Out-of-Home-Netzen in den größten deutschen Agenturstädten ausgespielt werden und dabei Awareness schaffen sowie neugierig auf IDOOH machen. Parallel dazu erfolgen ein Digital-Auftritt in der Fachpresse und in Social Media sowie ein Mailing mit vertiefenden Informationen zur neuen Gesellschaft und deren Zielen.

Folgende DOOH-Anbieter beteiligen sich an der Launch-Kampagne: airtango, Ambermedia, Ambient TV, Cittadino, Deutsche Hochschulwerbung, Edgar Ambient Media Group, echion, ECN, Goldbach, HYGH, inovisco, mc R&D, Neo Advertising, novum!, Piranha, Ströer, Stuttgart Airport, TV Wartezimmer, UZE, Viewento.

Unter dem Dach von IDOOH arbeiten drei der wichtigsten Vertreter des DOOH-Marktes in Deutschland zusammen: Das DMI bündelt als Netzwerk für Entscheider aus allen Bereichen der digitalen Medien nicht nur die mittelgroßen und kleineren DOOH-Anbieter, sondern auch die wichtigsten Spezialagenturen und Ad-Tech-Unternehmen. Goldbach spielt als technologieorientierte Vermarkterin Werbebotschaften in vier Bewegtbildmedien intelligent und skalierbar aus. Kontakte, Adressierbarkeit, technische Lösungen und Automatisierung stehen im Fokus, um dem Konsumenten die richtige Botschaft zur richtigen Zeit zu zeigen. Ströer ist allein mit seinem Public-Video-Netzwerk der mit Abstand größte Anbieter von digitaler Außenwerbung in Deutschland und gilt hierzulande als Pionier und stärkster Treiber der Digitalisierung von Out of Home.



Die Geschäftsführung von IDOOH, das zum 1. Januar 2022 gegründet wurde, übernehmen die DMI-Geschäftsführer Nadia Abou-El-Ela und Frank Goldberg.

„Mit IDOOH machen wir nicht nur einen großen Schritt hin zur Integration eines bisher deutlich fragmentierten DOOH-Marktes“, erklärt **Frank Goldberg**, Geschäftsführer **DMI**. „Mit IDOOH ist nun ein Verband aktiv, der sich fokussiert und in voller Verantwortung gegenüber Kunden und Mediaagenturen um das Medium Digital Out of Home kümmern kann. Wir sind übrigens keine geschlossene Gesellschaft: Bei uns kann jeder der Marktteilnehmer mitmachen - entweder im IDOOH selbst oder im Digital Media Institute, dessen Mitglieder über das DMI auch im IDOOH vertreten sind.“

**Robert Stahl**, Geschäftsführer **Goldbach Germany**, zur Gründung von IDOOH: „Wir freuen uns sehr, dass das Medium DOOH durch IDOOH für Werbetreibende und Agenturen nun standardisiert, transparent und einfach zugänglich gemacht wird. Die neu erhobenen KPIs führen zu einer Vereinfachung der Planung für Agenturen und Kunden und bieten eine erhöhte Planungssicherheit. Als technologieorientierte Vermarkterin sehen wir, dass Programmatic DOOH ein stark wachsender Markt ist und die Nachfrage von standardisierten Prozessen und einer einheitlichen Währung in diesem Bereich steigt.“

„DOOH ist ein digitales Produkt mit analoger OOH-Reichweite. Unsere Erfahrung zeigt, dass Kunden ein gesteigertes Bedürfnis nach Flexibilität, Kurzfristigkeit, Granularität und Automatisierung haben, ohne dabei auf die Reichweite eines Massenmediums verzichten zu wollen. Die starke Nachfrage nach digitaler Außenwerbung ist ungebrochen - aus diesem Grund ist eine Fokussierung auf DOOH jetzt notwendig“, sagt **Alexander Stotz**, CEO der **Ströer Media Deutschland**.

Besuchen Sie das IDOOH auf <http://idooh.media/>.

Bilder der drei Gesellschafter und die Logos der Gründungsunternehmen stehen [hier zum Download bereit](#).

#### **Kontakt:**

Institute for Digital Out of Home Media (IDOOH) GmbH

Nadia Abou-El-Ela

Theatinerstraße 11

80333 München

Tel: 0173/58 24 208

Mail: [n.abouelela@idooh.media](mailto:n.abouelela@idooh.media)

# IDO OH



Das Digital Media Institute (DMI) ist ein Netzwerk für Entscheider aus allen Bereichen der digitalen Medien und hat zum Ziel, 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 Markt-forschung, 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, [facebook.com/DigitalMediaInstitute/](https://facebook.com/DigitalMediaInstitute/) und [instagram.com/digitalmediainstitute](https://instagram.com/digitalmediainstitute).

**GOLDBACH** Als technologieorientierte Vermarkterin spielt Goldbach Germany Werbebotschaften auf allen videobasierten Plattformen intelligent und skalierbar aus und bietet dabei ein vielfältiges Bewegtbild-Produktportfolio, das von Digital-out-of-Home über Online Video und Advanced TV bis zu einem vielseitigen linearen TV-Angebot reicht. Kontakte, Adressierbarkeit, technische Lösungen und Automatisierung stehen im Fokus, um dem Konsumenten die richtige Botschaft zur richtigen Zeit auf dem richtigen Bildschirm zu zeigen. Die Goldbach Germany GmbH ist eine Tochtergesellschaft der Goldbach Group AG mit Sitz in Küsnacht, Schweiz. Die Goldbach Group AG ist hauptsächlich in der Schweiz, Österreich und Deutschland tätig und ist ein Unternehmen der TX Group.

[www.goldbach.com](http://www.goldbach.com)

**STRÖER** Ströer ist ein führender deutscher Außenwerber und bietet werbungstreibenden Kunden individualisierte, voll integrierte Komplettlösungen entlang der gesamten Marketing- und Vertriebswertschöpfungskette an. Ströer setzt mit der „OOH plus“ Strategie auf die Stärken des OOH-Geschäfts unterstützt durch die flankierenden Geschäftsfelder Digital & Dialog Media und DaaS & E-Commerce. Mit dieser Kombination ist das Unternehmen in der Lage kontinuierlich die Relevanz bei Kunden weiter auszubauen und besitzt dank starker Marktanteile und langfristiger Verträge auf dem deutschen Markt eine hervorragende Voraussetzung, um auch in den kommenden Jahren am Marktwachstum überproportional profitieren zu können.

Das Unternehmen beschäftigt rund 10.000 Mitarbeiter:innen an rund 100 Standorten. Im Geschäftsjahr 2020 hat Ströer einen Umsatz in Höhe von 1,44 Milliarden Euro erwirtschaftet. Die Ströer SE & Co. KGaA ist im MDAX der Deutschen Börse notiert.

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie unter [www.stroeer.de](http://www.stroeer.de)