



Halbzeit bei der DOOH Creative Challenge 2023: Early Bird endet bald – Neu: Special Tarif für Nachwuchskreative

München, 23. Januar 2023 – Die Hälfte der Einreichungsphase ist vorbei: Noch bis zum 27. März kann bei der DOOH Creative Challenge eingereicht werden. Mit dem Award zeichnet das IDOOH herausragende Kampagnen auf Digital Out of Home aus. Den Gewinneragenturen winken dabei wertvolle Punkte für das Kreativranking der W&V. Die beste Nachwuchskampagne wird mit 1 Milliarde Kontakten belohnt. Young Talents können ab sofort in jeder Kategorie für den vergünstigten Tarif einreichen.

Neun Wochen haben Agenturen, Unternehmen und Nachwuchskreative noch Zeit, ihre Arbeiten bei der „DOOH Creative Challenge 2023“ (DCC) einzureichen. Mit dem Award zeichnet das Institute for Digital Out of Home Media (IDOOH) bereits zum dritten Mal herausragende Kreationen für Digital Out of Home (DOOH) aus. Der Preis wird in den fünf Kategorien „DOOH Classic“, „Beste crossmediale Kampagne“, „Best Use of Data“, „Innovative Use of DOOH“ und – speziell für die jungen Kreativ-Talente – „DCC YoungSTARS“ vergeben.

Das Einreichportal der DCC ist bis einschließlich dem **27. März 2023** für Agenturen, Unternehmen, Vermarkter und Studierende geöffnet. Einreichungen bis zum 27. Januar 2023 profitieren von einer vergünstigten Early-Bird-Rate. **Und: Ab sofort zahlen Young Talents für Einreichungen in allen Kategorien den vergünstigten Tarif.** Die Teilnahme lohnt sich: Der DOOH-Award des IDOOH ist auch im **Kreativranking der W&V** vertreten. Die Gewinnerkampagne der Nachwuchskategorie wird mit **1 Milliarde Kontakten** belohnt, indem sie deutschlandweit auf den teilnehmenden DOOH-Netzwerken ausgestrahlt wird.

Bei der **Preisverleihung im September 2023** wird zudem noch ein von **PLAN gesponserter, mit einer Geldprämie dotierter Publikumspreis** vergeben: Dabei wählen die Teilnehmer der Award-Verleihung aus allen Shortlistplatzierten in einem Live-Voting ihren persönlichen Favoriten.

„Digital Out of Home zählt aufgrund seiner Flexibilität, Schnelligkeit und Effizienz zu den gefragtesten Mediengattungen“, sagt **Frank Goldberg, Geschäftsführer des IDOOH und Chairman der Jury**. „Daher sind wir zuversichtlich, dass wir auch bei der DOOH Creative Challenge zahlreiche kreative Einreichungen erhalten werden.“



Diese 26 Experten aus Agenturen, Kunden und Vermarktern werden bei der DCC 2023 die Einreichungen auf Herz und Nieren prüfen: **Maike Abel** (Nestlé), **Jo Marie Farwick** (Überground), **Ekki Frenkler** (Mediaplus), **Alexander Fürthner** (Weischer.JvB), **Frank Goldberg** (IDOOH), **Verena Gründel** (W&V), **Matthias Harbeck** (Saint Elmo's), **Dimitri Herber** (Warsteiner), **Julian Hessel** (Sodastream), **Ralf Heuel** (Grabarz & Partner), **Christian Kaeßmann** (PLAN), **Hartwig Keuntje** (FischerAppelt), **Thomas Knüwer** (Accenture Song), **Thomas Koch** (The DOOH Consultancy), **Chris Lotz** (Heimat), **Andreas Orth** (mc R&D), **Ineke Paulsen** (Meta), **Simone Podlich** (Cittadino), **Christian-Georg Siebke** (TV-Wartezimmer), **Stan Skolnik** (IU Internationale Hochschule), **Robert Stahl** (Goldbach), **David Stephan** (David + Martin), **Alexander Stotz** (Ströer), **Andrea Tauber-Koch** (Commerzbank), **Holger Walsch** (Planus) und **Frank Youssoffi** (Neo Advertising).

DOOH Creative Challenge – Termine und Anmeldung:

Early Bird: 27. Januar 2023

Regular: 27. März 2023

Weitere Informationen und Registrierung: <https://idooh.media/dooh-creative-challenge/>

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.