

Pressemitteilung

Der Fachverband Aussenwerbung (FAW) und das Institute for Digital Out of Home Media (IDOOH) informieren:

Joined Forces für Out of Home-Kommunikation

FAW und IDOOH schließen Kooperationsvertrag über ihre künftige Zusammenarbeit zur Stärkung der Gattung (D)OOH. Im Zuge dessen wird FAW-Hauptgeschäftsführer Kai-Marcus Thäsler in den IDOOH-Vorstand berufen.

Der Fachverband Aussenwerbung (FAW) und das Institute for Digital Out of Home Media (IDOOH) rücken enger zusammen. In einem Kooperationsvertrag haben die FAW-Tochtergesellschaft Out-of-Home Research & Services und das IDOOH zur gegenseitigen Unterstützung eine Zusammenarbeit bei wichtigen Maßnahmen zur Entwicklung der Gattung (D)OOH vereinbart. Dazu gehören vor allem die Grundlagen für eine Marktforschung mit dem Ziel einer einheitlichen, nachhaltigen Mediawährung für Digital Out of Home.

Die nun beschlossene Kooperation bei marktforschungsbasierten Kommunikationsmaßnahmen könnte mittel- bis langfristig in eine ständige Partnerschaft zur Wahrnehmung der Interessen der gesamten Kommunikation im öffentlichen und halböffentlichen Raum münden. Über diese Möglichkeit wollen sich FAW und IDOOH in den kommenden Monaten intensiv austauschen.

"Wir freuen uns sehr über die Aussicht, als ‚Joined Forces‘ mit dem IDOOH die Zukunft von Out of Home zu gestalten. IDOOH und FAW

verfolgen letzten Endes dieselben Ziele zur Stärkung der Position von OOH und DOOH im intermedialen Wettbewerb. Wir wollen das aktuelle Momentum der Gattung nutzen und nahe liegende Synergien zum Nutzen der Werbekunden und zu neuen Nutzungsmöglichkeiten des Mediums schaffen", sagt FAW-Hauptgeschäftsführer Kai-Marcus Thäsler. Für die Out-of-Home Research & Services übernimmt Thäsler einen Sitz im Vorstand des IDOOH.

„Durch die strategische Kooperation von FAW und IDOOH ist die gesamte Power der deutschen Out of Home-Medien vereint“, erklärt Frank Goldberg, Geschäftsführer des IDOOH. „Mit geballter Kraft werden wir den Marktanteil von OOH als letztes, frei zugängliches Massenmedium im deutschen Medienmarkt noch weiter ausbauen. Dass die lange Zeit anvisierten und mittlerweile schon greifbaren zehn Prozent dabei nur ein Zwischenziel sein können, zeigt nicht zuletzt die anhaltend positive Entwicklung der reichweitenstarken (D)OOH-Medien. Gerade das IDOOH steht als junger Verband für neue digitale Kommunikationsformen, die auch immer mehr nicht werbende Akteure wie NGOs nutzen, um im öffentlichen Raum aufzuklären und zu interagieren.“

Alexander Stotz, neuer Präsident des FAW, Vorstand und Gründungsmitglied beim IDOOH und CEO Ströer Media Deutschland GmbH ergänzt: „Out of Home steht seit jeher für die Herstellung von Verbindungen durch Kommunikation als öffentliche Information und Werbung in ihrer vielfältigsten Form. Schon 1854 hat Ernst Litfaß in diesem Gedanken die ersten Anschlagssäulen erbaut und damit ein völlig neues, frei zugängliches und rezipierbares Stadtmedium für die Bürger geschaffen. Heute können wir dank vielfältig vernetzter Formate, programmatischer, digitaler Möglichkeiten und anlassbezogener Kommunikation auf Knopfdruck allumfassende Dialogmöglichkeiten mit dem Medium abbilden. Für kleine und große Werbekundensegmente, für NGOs, die Städte selbst und viele andere Akteure. Aus der Praxis kommend, ist es mir persönlich innerhalb der Vielfalt meiner Funktionen ein zentrales Anliegen, die Verbindungen herzustellen, um Out of Home gemeinschaftlich als Joined Force nachhaltig in die Zukunft zu führen.“

Der Fachverband Aussenwerbung e.V. (FAW) ist die führende Interessenvertretung für Anbieter von Out of Home-Medien in Deutschland. Aktuell repräsentiert der Verband rund 100 Unternehmen und damit weit über 90 Prozent des gesamten Umsatzes der OOH-Branche. Die Out-of-Home Research & Services GmbH ist eine 100prozentige Tochtergesellschaft des FAW; sie erarbeitet im Auftrag des FAW die marktforscherischen Grundlagen für Leistungswerte in der Aussenwerbung im öffentlichen, städtischen Raum.

Das Institute for Digital Out of Home Media (IDOOH) ist eine Interessenvertretung für Digital Out of Home („DOOH“)-Kommunikation in seiner vielfältigen Form. Es wurde Anfang 2022 von Ströer, Goldbach und dem Digital Media Institute (DMI) gegründet, seit 2023 ist auch WallDecaux als Partner mit an Bord. Im DMI sind knapp 50 Unternehmen der Digitalen Aussenwerbung zusammengeschlossen, darunter DOOH-Publisher, Agenturen und Tech-Anbieter.

Frankfurt/München, 9. Januar 2024

Ansprechpartner:

Karin Winter

FAW

Marketing & PR

Tel: +49 (0) 69 71 91 67 40

winter@faw-ev.de

Anja von Fraunberg

IDOOH

Unternehmenskommunikation &

Event-Management

Tel (Mobil): +49 (0) 175 521 94 31

anja.vonfraunberg@idooh.media