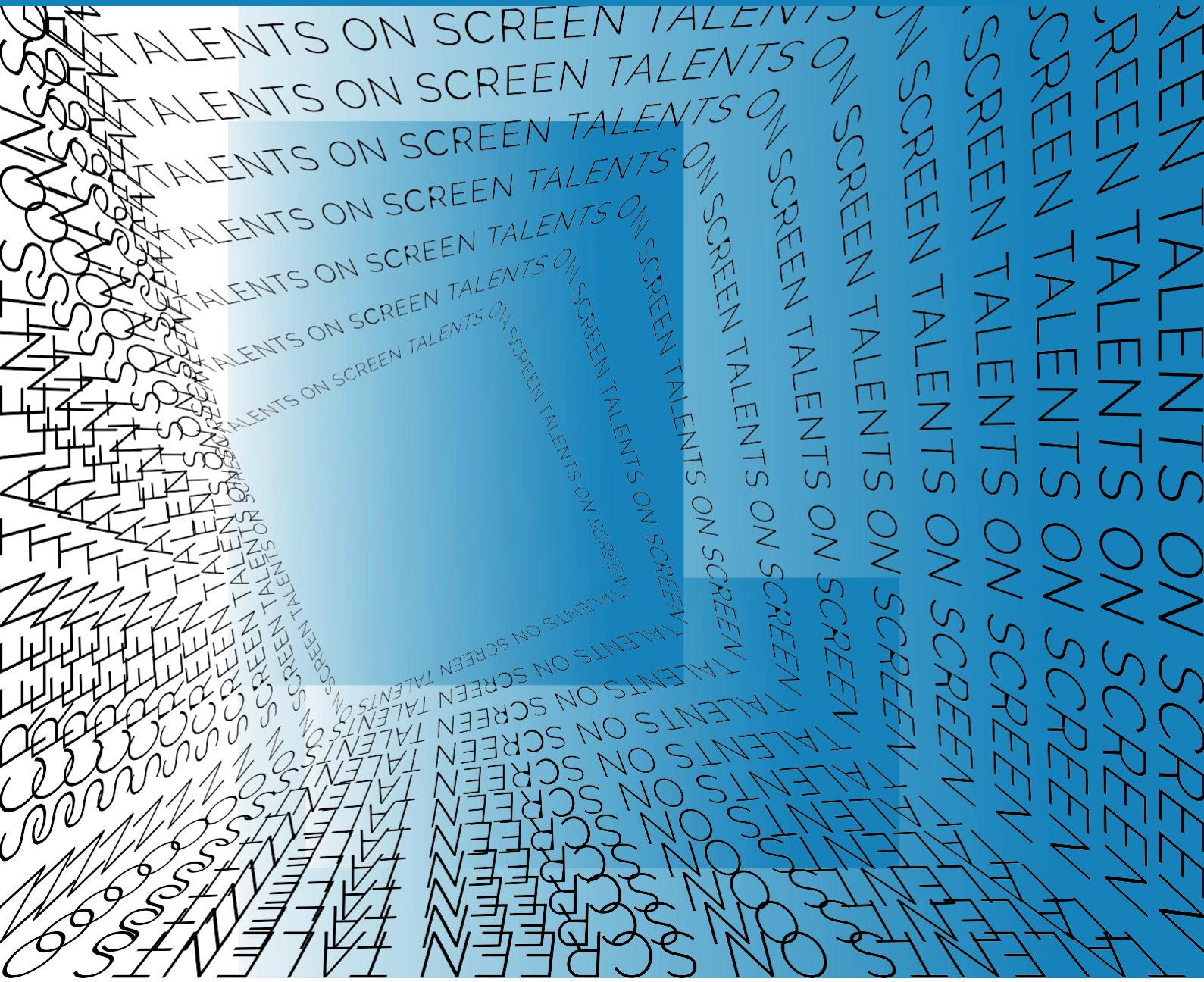
DMI
DIGITAL MEDIA INSTITUTE

DIGITAL OUT OF HOME CONTEST

TALENTS ON SCREEN



DIGITAL MEDIA INSTITUTE

DIGITAL OUT OF HOME CONTEST
TALENTS ON SCREEN

PRESSEMITTEILUNG

Talents on Screen: Frische Ideen für ein junges Medium gesucht

München, 15. September 2020 – Das Digital Media Institute ruft mit „Talents on Screen“ einen Wettbewerb ins Leben, der sich gezielt an den kreativen Nachwuchs richtet. Gesucht wird eine Kampagne, die Marketing-Entscheider von Digital Out of Home begeistert. Der Aufruf erfolgt auf Instagram und per Direct Mail.

Sie sind beide jung, agil und am Puls der Zeit. Und sie stehen beide stellvertretend dafür, wie die Zukunft der Werbung aussehen wird: digital, flexibel und überall dort, wo das pure Leben stattfindet. Digital Out of Home (DOOH) und der kreative Nachwuchs passen einfach perfekt zusammen.

Aus diesem Grund hat das Digital Media Institute (DMI) den Wettbewerb „Talents on Screen“ ins Leben gerufen, der sich gezielt an die Studenten und Absolventen von Kreativschmieden sowie an die jungen Talente in den Agenturen richtet. Die Aufgabe des Contests hat es in sich: Gesucht wird eine Kampagne, die Marketing-Entscheider von DOOH begeistert!

Entsprechend erfolgt der Wettbewerbsaufruf auf den Kanälen, die die junge und mobile Zielgruppe am besten erreichen: In Social Media (Instagram und Facebook) sowie per direktes Mailing an die Universitäten, Kunsthochschulen und Agenturen.

Ab sofort können entweder schon fertig produzierte, maximal 10 Sekunden lange Spots (Bewegtbild oder Animation) ohne Ton oder detailliert ausgearbeitete Storyboards eingereicht werden. Dem oder der GewinnerIn winkt dabei jede Menge Ruhm: Der Spot, der die Stärken von DOOH am besten auf den Punkt bringt, wird – mit Nennung des oder der Kreativen – dauerhaft auf Zehntausenden Public Screens bundesweit ausgestrahlt, was rund 20 Milliarden Bruttokontakte (Videoviews) pro Jahr einbringt.

„Wer, wenn nicht der kreative Nachwuchs versteht am besten, wie Digital Out of Home tickt?“, sagt **Frank Goldberg, Geschäftsführer des DMI.** „Wir freuen uns daher auf frische, innovative und mutige Ideen, die der Gattung DOOH dabei helfen, ihren Anteil am Mediamix weiter auszubauen.“

Die jungen Talente haben bis zum 3. November 2020 Zeit, ihre Spots und Konzepte beim DMI einzureichen. Ende November ermittelt eine hochkarätige Jury, die sich aus Top-Kreativen, Vermarktern und DOOH-Experten zusammensetzt, den Gewinnerspot. Mit dabei sind Jo Marie Farwick (Überground), Alexander Fürthner (Weischer.JvB), Frank Goldberg (DMI), Thomas Heinz (Kolle Rebbe), Ralf Heuel (Grabarz & Partner), Hartwig Keuntje (Philipp & Keuntje), Bernd Kracke (Hochschule für Gestaltung Offenbach), Simone Podlich (Cittadino), Christian-Georg Siebke (TV Wartezimmer), Holger Walsch (Planus) und Frank Youssoffi (Neo Advertising).

Über das DMI

Das Digital Media Institute (DMI) ist ein Netzwerk für Entscheider aus allen Bereichen der digitalen Medien und hat zum Ziel, Digital Out of Home (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 Marktforschung, 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 sowie den DMI-Blog auf blog.dmi-org.com und folgen Sie uns auf Twitter @DMI_Institute, facebook.com/DigitalMediaInstitute/ und instagram.com/digitalmediainstitute.

Kontakt für weitere Informationen:

Nadia Abou-El-Ela
DMI Digital Media Institute GmbH
n.abouelela@dmi-org.com
Tel: 089 / 76 70 28 50
Mob: 0173 / 58 242 08