

## PRESSEMITTEILUNG

# crossvertise launcht Planungstool für Digital Out-of-Home-Werbung

München, 10. April 2025 – Mit der Einführung des neuen Digital Out-of-Home-Planers vereinfacht der Münchner Media-Dienstleister [crossvertise GmbH](#) die Planung digitaler Außenwerbung. Das Tool bietet Unternehmen eine übersichtliche Plattform zur selbstständigen Planung ihrer DOOH-Kampagnen. Sie erhalten einen umfassenden Überblick über das Angebot an digitalen Screens in einer Stadt sowie Preise und Kontaktzahlen an verschiedensten Touchpoints. Damit unterstützt der Planer insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen (KMUs) dabei, ihre Zielgruppen auch regional mit digitaler Außenwerbung gezielt und datenbasiert zu erreichen.

## DOOH-Werbung gewinnt an Relevanz – auch im Mittelstand

Laut dem aktuellen crossvertise KMU-Werbeindex, für den mehr als 2.700 Buchungen aus dem Jahr 2024 ausgewertet und mit dem Vorjahr verglichen wurden, steigt die Nachfrage nach DOOH-Werbung kontinuierlich. Die Buchungen in diesem Segment sind im Jahr 2024 im Vergleich zum Vorjahr um 31 Prozent gestiegen, da DOOH zunehmend regional buchbar wird. „Immer mehr Anbieter bieten Werbung auf verschiedenen Screens und an unterschiedlichen Touchpoints an. Das sorgt aber auch für eine zunehmende Fragmentierung“, erklärt Thomas Masek, Co-CEO der crossvertise GmbH. „Unser Ziel ist es, den Zugang zu DOOH-Werbeflächen so einfach und verständlich wie möglich zu machen. Gerade KMUs profitieren davon, ihre regionalen und lokalen Kampagnen gezielt nach Standort, Reichweite und Touchpoints zu planen.“

## Interaktive Benutzeroberfläche – Standorte, Preise und Kontaktzahlen auf einen Blick

Der neue DOOH-Planer bietet eine intuitive Benutzeroberfläche. Die Nutzerinnen und Nutzer wählen einfach ihren gewünschten Standort aus. Eine interaktive Karte zeigt alle Standorte im Umkreis auf einen Blick. Die Preise und Kontaktzahlen errechnet das Tool automatisch für den definierten Zeitraum, die angegebene Spotlänge und die gewünschte Häufigkeit der Einblendungen. Außerdem sind Format, Spottyp und Anzahl der Bildschirme klar und verständlich angegeben. Ergänzend stehen Filteroptionen zur Verfügung, mit denen die Nutzerinnen und Nutzer gezielt nach relevanten Touchpoints (z.B. Bahnhöfe, Gastronomie, Shopping Malls, Wartezimmer usw.) und nach Formaten (hoch, quer) suchen können. Die Auswahl nach letzteren ermöglicht eine gezielte Zielgruppenansprache. Mit wenigen Klicks können Unternehmen sich so die gewünschten DOOH-Werbeflächen zusammenstellen und anfragen.

## DOOH-Planer schafft Zugang zu Retail Media

Über den neuen DOOH-Planer lassen sich auch Instore-Kampagnen im Bereich Retail Media einfacher planen – also digitale Screens in Supermärkten und Einzelhandelsketten, die eine gezielte Kundenansprache direkt am Point of Sale ermöglichen. Dies bietet Unternehmen die Möglichkeit, ihre Botschaften genau dort zu platzieren, wo die Kaufentscheidung getroffen wird. „Immer mehr Werbetreibende erkennen das Potenzial von Retail Media und binden verschiedene Elemente des Retail-Ökosystems in ihre Mediaplanung ein – auch KMUs. Aktuell ist hier viel Bewegung im Markt. Spannend bleibt, wie Händler, Technologieanbieter und Advertiser in Zukunft zusammenwirken, um dieses Potenzial voll auszuschöpfen“, sagt Masek. „Vor allem die neuen Möglichkeiten, die Händler künftig nicht nur für endemische, sondern auch für non-endemische Kunden schaffen, könnten eine entscheidende Rolle für die weitere Entwicklung spielen,“ so Masek.

Weitere Informationen zum DOOH-Planer: <https://market.crossvertise.com/de-de/media/dooh/planner>

### Über die crossvertise GmbH

Die crossvertise GmbH kombiniert seit mehr als 10 Jahren Media-Selbstbuchung und individuelle Mediaberatung. Auf Deutschlands umfassendster Buchungsplattform [crossvertise.com](https://www.crossvertise.com) können Unternehmen und Agenturen alle Werbemedien – von Plakat-, Print- und Radio- über Online- bis zu Kino- und TV-Werbung – einfach vergleichen, direkt planen und buchen. Darüber hinaus entwickelt das Team erfahrener Mediaberater unter der Mediaagentur-Marke [crossadvise](https://www.crossadvise.com) ([www.crossadvise.com](https://www.crossadvise.com)) individuelle Media-Strategien und übersetzt diese in wirkungsvolle Werbekampagnen. Regionale und diversifizierte Kampagnen abseits der Standardmedien gehören dabei zum Alltag. Zu den Kunden zählen u.a. Festina Uhren, Mey Bodywear, Malteser Hausnotruf, Münchner Bank und Bimmerle Private Distillery.

Die crossvertise GmbH wurde 2011 gegründet, hat seinen Sitz in München und beschäftigt rund 60 Mediaprofis und Technologieexpert:innen. Geschäftsführer sind Maximilian Balbach und Thomas Masek. Als White-Label Lösung für Vermarkter und große Händlerorganisationen bietet crossvertise seine Technologie unter der Marke [crossvertise.adbase](https://www.crossvertise.com) auch als Software-as-a-Service-Lösung an.

Mehr unter [crossvertise.com](https://www.crossvertise.com) und [crossadvise.com](https://www.crossadvise.com).

### Pressekontakt:

crossvertise GmbH  
Carola Konz  
T: +49 89 45 21 45-183  
M: [c.konz@crossvertise.com](mailto:c.konz@crossvertise.com)

crossvertise GmbH  
Denise Moscariello  
T: +49 89 45 21 45- 136  
M: [d.moscariello@crossvertise.com](mailto:d.moscariello@crossvertise.com)