

Claudius von Soos | TV-Wartezimmer

Warum 2025 nicht nur für Mathematiker, sondern auch für TV-Wartezimmer ein Jahr voller Potenziale wird, erläutert Claudius von Soos im Jahreskommentar.

10. Januar 2025 von [Gastautor](#)



2025 ist schon jetzt ein perfektes Jahr – zumindest aus Mathematiker-Sicht. Denn: Die Quadratwurzel aus 2025 ist 45. Oder umgekehrt: 45 mal 45 ergibt 2025. Damit ist 2025 ein Quadratjahr, und das nächste dieser Art wird es erst wieder 2116 (46 mal 46) geben. Es gibt aber noch einige Gründe mehr, weshalb 2025 im mathematischen Sinne nicht nur perfekt, sondern einzigartig ist – unter anderem ergibt die Summe von 1 bis 9 im Quadrat wiederum 2025. Doch sie alle hier aufzuführen würde zu weit führen.

Und wie wird 2025 aus DooH-Sicht? Das muss sich noch zeigen, doch bei TV-Wartezimmer spüren wir schon jetzt die Dynamik und das Potenzial, das in den kommenden Monaten steckt. So viel ist sicher: Wir stehen vor einem vielversprechenden Jahr – für unser Unternehmen ebenso wie für die gesamte Digital-Out-of-Home-Branche.

Rückblick auf 2024: Ein Jubiläum voller Meilensteine

Doch erst ein kurzer Blick zurück: 2024 war für TV-Wartezimmer aus zweierlei Hinsicht ein Meilenstein. Zum fünften Mal in Folge konnten wir ein Rekordjahr verbuchen – und das trotz der vielfältigen Herausforderungen auf dem Werbemarkt. Gleichzeitig haben wir unser 20-jähriges Bestehen als Europas größtes Health-TV-Netzwerk gefeiert! Nicht zuletzt dieser Erfolg zeigt, dass DooH mittlerweile fest im Werbemix vieler Unternehmen etabliert ist – ein Beleg für die Attraktivität digitaler Screens im öffentlichen Raum.

Besonders stolz sind wir darauf, zahlreiche neue Kunden auf unseren fast 7.000 Screens begrüßt zu haben. Gleichzeitig haben uns zahlreiche Werbungtreibende und Partner die Treue gehalten und kontinuierlich ihre Budgets bei uns ausgebaut. Beide

Entwicklungen zeigen: Vertrauen ist und bleibt die entscheidende Währung für nachhaltigen Erfolg.

2025: Innovation und Weiterentwicklung

In diesem Jahr werden wir unseren Fokus auf datengetriebene, programmatische Kampagnen weiter verstärken. Technologien wie Dynamic Creative Optimization ermöglichen es uns, Werbeinhalte noch zielgenauer und flexibler auszuspielen. Unsere DooH-Spots können so in Echtzeit auf spezifische Kontexte, Zielgruppen oder Situationen reagieren.

Dabei wird auch die Rolle künstlicher Intelligenz immer wichtiger. Sie hilft uns, interne und externe Daten effizient zu analysieren und in wertvolle Erkenntnisse umzuwandeln. KI wird unsere Kreativarbeit nicht ersetzen, aber sie wird uns dabei unterstützen, Kampagnen noch präziser und wirkungsvoller zu gestalten.

Ein weiteres Highlight für 2025 ist die Veröffentlichung der Markt-Media-Studie „Public & Private Screens 3.0“ des IDOOH. Diese wird DooH noch repräsentativer und zielgenauer planbar machen, was der gesamten Branche zugutekommt.

Wachstum durch Vertrauen

Neben technologischen Fortschritten bleibt für uns der persönliche Kontakt zu unseren Kunden entscheidend. Vertrauen und eine enge Zusammenarbeit sind die Basis unseres Erfolgs. Unser Ziel ist es, noch mehr Kunden von den Vorteilen unseres Mediums zu überzeugen und bestehende Partnerschaften weiter auszubauen.

Unsere Prioritäten für 2025:

- Datengetriebene programmatische Kampagnen ausbauen: Durch gezielte Investitionen in Technologien und Analysen.
- Neue Kunden gewinnen: Die Vorteile von TV-Wartezimmer und DOOH überzeugend präsentieren.
- Künstliche Intelligenz stärker einbinden: Für noch effektivere Datenanalysen und Kampagnen.
- Vertrauen stärken: Mit gewachsenen Kundenbeziehungen für nachhaltiges Wachstum sorgen.

2025 verspricht ereignisreich und spannend zu werden. Gemeinsam mit unseren Kolleginnen und Kollegen, Kunden und Partnern freuen wir uns darauf, die Erfolgsgeschichte von TV-Wartezimmer fortzuschreiben und neue Maßstäbe in der DooH-Branche zu setzen.

Übrigens: Trennt man 2025 in zwei Teile, bekommt man 20 und 25 – ihre Summe ergibt 45, was quadriert wiederum 2025 ist. Ziemlich perfekt, oder? Auf ein glückliches und erfolgreiches 2025!