

Stimmen aus der Branche zur Gründung des MAC:

Burkhard Leimbrot, Vodafone:

„Im Werbemarkt der Zukunft wird die Gattung Mobile eine entscheidende Rolle spielen. Der Mobile Advertising Circle strebt die Etablierung von Mobile Advertising an, indem er alle relevanten Marktpartner der Mobile Branche zum Austausch an einen Tisch bringt. Damit werden wichtige Voraussetzungen geschaffen, um den Markt für Mobile Advertising weiter nach vorne zu bringen.“

Martin Peters, T-Mobile:

„Mit der zunehmenden Nutzung des mobilen Internets und der steigenden Zahl von Smartphones eröffnen sich dem Werbetreibenden ganz neue Möglichkeiten, mit seiner Zielgruppe in Kontakt zu treten. Der MAC soll die Interessen der Netzbetreiber, Vermarkter und Unternehmen, die schon heute stark auf das Thema Mobile Advertising setzen, bündeln und stärken.“

Lars Hennersdorf, Telefónica O₂ Germany:

"Mobile Advertising insgesamt und insbesondere das Display Advertising auf mobilen Endgeräten bietet für uns als O₂ ein besonderes Potenzial. Zur Effizienz- und Attraktivitätssteigerung dieses noch jungen Marketingkanals ist es notwendig, dem Markt Werkzeuge zur Ausschöpfung des mobilen Internets zur Verfügung zu stellen. Erfolgreiche Werbemaßnahmen aus dem Internet können somit nicht einfach übernommen werden, daher ist eine Übersetzung in den mobilen Kommunikationskanal, wie ihn der Mobile Advertising Circle andenkt, unabdingbar für die Weiterentwicklung der Branche."

Matthias Ehrlich, United Internet Media:

"Der BVDW hat bereits mit der AGOF internet facts die innovativste digitale Reichweitenwährung im Markt etabliert. Für den neuen mobilen Werbemarkt hebt jetzt der MAC gemeinsam mit der AGOF die mobile Reichweitenwährung aus der Taufe - ein wichtiger Schritt zum Erfolg von Mobile!"

Dirk Kraus, YOC:

„Werbung auf dem Handy spielt eine immer wichtigere Rolle im Media Mix. Gemeinsam mit den Mobilfunkanbieter und innovativen Online-Vermarktern wollen wir als größter Mobile Spezialvermarkter Mobile Advertising gezielt vorantreiben. So werden die enormen Marketingpotentiale des Mobiltelefons, als persönlichstes und zielgruppengenauestes Kommunikationsmedium der Gegenwart, adäquat ausgeschöpft werden. Der Mobile Advertising Circle knüpft genau hier an.“

Arne Wolter, G+J Electronic Media Sales:

"Die Nachfrage nach Mobile Advertising steigt kontinuierlich, entsprechend gewinnt dieser Werbekanal zunehmend an Bedeutung. Durch diese Marktentwicklung herrscht ein großer Bedarf an validen Mediaplanungsdaten und einer standardisierten Reichweitenwährung für Mobile. Nur so lässt sich eine nachhaltige Etablierung von Mobile Advertising im Media-Mix erreichen. Mit dem MAC können wir in Zusammenarbeit mit den relevanten Marktpartnern die entsprechenden Schritte einleiten und eine solide Grundlage für den Ausbau der Gattung Mobile als Werbeträger schaffen."