



## **Markenwerbung im Internet: Mit dem IAB Europe Weißbuch im Bilde sein**

**Brüssel, 17. Juni 2010:** Das Brand Advertising Committee (Gremium für Markenwerbung im Internet) des Interactive Advertising Bureau Europe (IAB Europe) veröffentlicht am heutigen Donnerstag sein Weißbuch „Markenwerbung und Digital“. Die detaillierte und richtungweisende Sammlung, die ab sofort auf [www.iabeurope.eu](http://www.iabeurope.eu) zum Download bereitsteht, ist für all jene Pflichtlektüre, die mit digitaler Markenwerbung befasst sind – einer der wenigen Bereiche der Werbebranche, der sich nicht nur gegen die Rezession behaupten konnte, sondern sogar gewachsen ist.

Das Weißbuch ist eines der ersten Projekte des IAB Europe Gremiums für Markenwerbung im Internet. Ziel der Publikation ist es, Online als Medien- und Mediaplattform für die Markenbildung zu unterstützen und zu fördern sowie über die Stärken und den Nutzen von Online für Markenwerbetreibende zu informieren.

Basierend auf der großen Nachfrage der Werbebranche nach mehr detaillierten Informationen, Forschungsarbeiten und Fallstudien, die die Stärken der digitalen Medien für Markenwerbung im Internet aufzeigen, bietet der Bericht einen ganzheitlichen Blick auf die Themenbereiche Erfolgsmessung, Formate, Targeting und Zielgruppenansprache sowie Cross-Media und wertvolle Anhaltspunkte darüber, wie digitale Kampagnen die Markenkommunikation unterstützen können. Die Erkenntnisse beziehen sich auf Einblicke, Analysen und Erfahrungen

anerkannter Marktteilnehmer, Werbetreibender, Marktforschungsunternehmen und Branchen-Dienstleister.

Auch wenn der Autor des Berichts, Eric Urdahl, Chairman des IAB Europe Brand Advertising Committees und Head of International Business bei der United Internet Media AG in Deutschland, das schnelle Wachstum der Branche ausdrücklich anerkennt, will er mit dem Weißbuch vor allem diejenigen Werbetreibenden ansprechen, die vor dem Hintergrund mangelnder Experimentierbereitschaft und Innovationsfreudigkeit ihre Budgets nur zögerlich in digitale Werbung investieren. Er stellt fest, dass "Online für viele Werbetreibende bereits ein bevorzugter Kanal für Abverkaufs- und Performance-orientierte Ziele ist. Aber digitale Werbung hat Einfluss auf den gesamten Kaufentscheidungsprozess –gleichwohl wird Online in Mediaplänen und bei Kampagnen, die Markenbildung und -wahrnehmung beeinflussen wollen, vielfach immer noch falsch verstanden, falsch interpretiert oder unterbewertet." Er weist darauf hin, dass es noch immer eine große Schere zwischen den Online- und Offline-Werbeausgaben gibt, obwohl Online bereits unter Beweis gestellt hat, dass es beeindruckende Resultate für Markenkampagnen erbringt.

Das Weißbuch hat bereits großes Interesse und sehr positive Resonanz auf dem IAB Europe Kongress Anfang Juni in Barcelona erhalten. Alain Heures, Präsident des IAB Europe erklärt: "Eric und das Brand Advertising Committee haben mit diesem Weißbuch großartige Arbeit geleistet. In einer sich schnell entwickelnden Branche, in der Benchmarks und Potenziale beinahe zu überwältigend sind, um sie greifbar machen zu können, stellt das Weißbuch eine reichhaltige Quelle an Fakten, Beobachtungen und Ableitungen dar, die der Branche ernstzunehmende und lesenswerte Denkanstöße für digitale Werbung gibt."

Das White Paper ist ab sofort erhältlich unter: [www.iabeurope.eu](http://www.iabeurope.eu)

**Pressekontakt:**

Lucy Green, PR Consultant (Englisch) Tel: +44 7817 698366

Geraldine Gitel (Englisch, Französisch) Tel: +44 (0) 7917 885380

[pressrelations@iabeurope.eu](mailto:pressrelations@iabeurope.eu)

**Über IAB Europe**

Das IAB Europe ist ein Zusammenschluss der nationalen Interactive Advertising Bureaus (IAB) und von Berufsverbänden aus ganz Europa. Aufgabe und Ziel des IAB Europe ist es, das Wachstum des europäischen Marktes für interaktive Werbung durch Veranstaltungen, Partnerschaften und Kommunikation zu **fördern**, den Wert des Marktes durch Marktforschung und Informationsarbeit **abzubilden** und die Interessen der Branche durch ein Public-Affairs-Programm zu **schützen**. Unterstützt von allen großen Mediengruppen, Agenturen, Portalen, Technologie- und Dienstleistungsanbietern, repräsentiert das IAB Europe mehr als 5.500 Mitglieder und über 90% des digitalen Branchenumsatzes in Europa. Die Mitgliedsländer sind (in alphabetischer Reihenfolge):, Belgien, Bulgarien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Irland, Italien, Kroatien, die Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Rumänien, Russland, Schweden, die Schweiz, die Slowakei, Slowenien, Spanien, die Tschechische Republik, Türkei, die Ukraine und Ungarn. Weitere Informationen unter: [www.iabeurope.eu](http://www.iabeurope.eu)