

PRESSEMITTEILUNG

Mobile Internet vor dem Durchbruch zum Massenmarkt Usability-Regeln beim Fokustag der Fachgruppe Mobile im BVDW präsentiert

Bonn/Düsseldorf, 14. November 2007. Mehr als 60 Experten haben beim Fokustag der Fachgruppe Mobile im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. über den aktuellen Entwicklungsstand des Mobile Internet diskutiert. Demnach steht das Mobile Internet kurz vor dem Durchbruch zum Massenmarkt. So konnte Olav A. Waschkies (Pixelpark AG), Leiter des Arbeitskreises Mobile Internet und Entertainment, die ersten Usability Regeln für das Mobile Internet vorstellen. Als einen der wesentlichen Erfolgsfaktoren für den Durchbruch mahnten die anwesenden Experten die beschleunigte Entwicklung eines herstellerunabhängigen Browsers für Mobile Internet an.

Bereits in der Keynote ging Rainer Bastian (Tecon Terenci, einem Enabler von „mobi“ Top-Level-Domain Sites) auf das hervorragende Potential des Mobile Internets ein, wies allerdings darauf hin, dass die User in ihren konkreten situativen Nutzungsumgebungen „abgeholt werden“ müssten. Die anschließende Diskussion der Experten machte noch einmal deutlich, dass es die Kluft zwischen der potenziellen Reichweite und einer entsprechenden Darstellungsqualität zu überbrücken gelte. „Schließlich erwarten die Kunden zurecht die für ihr Endgerät optimale Darstellungsform“, so Mark Wächter (MWC Consulting), Vorsitzender der Fachgruppe Mobile. Mit der dritten Generation des „T-Mobile web’n’walk“ Portals präsentierte Martin Peters (T-Mobile) den Teilnehmern des Fokustags ein gelungenes Beispiel für eine vernetzte Mobile Internet-Lösung.

Verbesserter herstellerübergreifender Browserstandard gefordert

Insgesamt bemängelten die Experten jedoch Defizite in Sachen Darstellung, die sie nicht zuletzt auf fehlende Browserstandards zurück führen. „Einen Engpass stellt derzeit die uneinheitliche Implementierung von Browsern auf Endgeräten durch die Hardwareindustrie dar“, so der stellvertretende Vorsitzende der Fachgruppe Mobile, Frank Vahldiek (Vodafone Deutschland). Die Fachgruppe Mobile unterstreicht daher ihre Forderung nach einer beschleunigten Entwicklung eines hardware-herstellerübergreifenden Standards auf deutlich höherem Niveau als das heute der Fall ist.

„Der Schlüssel zum Durchbruch liegt immer noch in den Standards“, pflichtet Mark Wächter bei. Hier sieht die Fachgruppe einen wesentlichen Schwerpunkt ihrer Arbeit, die bereits erste Früchte trägt. So entwickelte der Arbeitskreis Mobile Marketing in den zurückliegenden Monaten unter Federführung von Christoph Wilke (Sevenval) die EMEA Mobile Web Advertising Richtlinien. Durch die Entwicklung eines gemeinsamen Methodenmodells mit der Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung (AGOF), das valide Reichweiten für Mobile Advertising zum Ziel hat, soll Werbung auf mobilen Endgeräten weiter Vorschub geleistet werden. Die Resonanz der Werbetreibenden - auch auf internationaler Bühne - auf diesen Vorstoß war und ist in jedem Fall durchweg positiv. Mit vorzeigbaren Ergebnissen rechnen die Experten im dritten oder vierten Quartal 2008.

BVDW-Fachgruppe Referenzgremium Nummer Eins in Sachen Mobile

Neben den fachlichen Diskussionen kam auch die praktische Seite beim Fokustag Mobile nicht zu kurz. So hatten die Teilnehmer ausgiebig Gelegenheit neue Applikationen zu testen, die der

Arbeitskreis Mobile Solutions unter Leitung von Oliver Pfeiffer (MCS SH) in die Runde eingebracht hatte.

Die große Resonanz und die engagierten Diskussionen haben einmal mehr die führende Rolle der Fachgruppe Mobile im „Ökosystem“ untermauert. „Die Schnittstellen, die der BVDW nach außen und innen bildet, helfen ungemein, den Markt für das Medium Mobile in Deutschland zu entwickeln“, freut sich Mark Wächter über den hohen Stellenwert, den die Fachgruppe auch innerhalb des BVDW genießt.

Um der Entwicklung der Mobile Branche Rechnung zu tragen, plant die Fachgruppe einen „Mobile Kompass“, der als kostenloser Praxisleitfaden konzipiert ist. Dem Leser soll ein umfassender Überblick über Anbieter und Dienstleister im Ökosystem Mobile geboten werden. Neben dieser Anbieterübersicht werden aktuelle Entwicklungen in Fachaufsätzen thematisiert.

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
 Thomas Schauf, Fachgruppenmanager
 Kaistraße 14,
 40221 Düsseldorf
 Tel.: 0211 600456-16, Fax: -33
[mailto: schauf@bvdw.org](mailto:schauf@bvdw.org)

Presse:

Christoph Salzig, Pressesprecher
 Tel.: 0211 600456-26, Fax: -33
 Mobil: 0177 8528616
[mailto: salzig@bvdw.org](mailto:salzig@bvdw.org)

Über den BVDW

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung aller am digitalen Wertschöpfungsprozess beteiligten Unternehmen.

Der BVDW steht im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen (Verbraucherorganisationen, andere Branchenverbände etc.), um ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche zu unterstützen.

Zudem bietet der BVDW ein Expertennetzwerk, das Unternehmen und Interessierten innerhalb wie außerhalb der Branche schnell und gezielt Antworten auf konkrete Fragestellungen rund um die Lösungen der Digitalen Wirtschaft liefert.

Der BVDW bietet ein umfangreiches Service- und Informationsportfolio für seine Mitgliedsunternehmen. Er hat sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Technologien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern.

Über die Fachgruppe Mobile

Die Fachgruppe Mobile ist der Zusammenschluss aller Firmen und Institutionen in Deutschland, die das mobile Endgerät als interaktives Informations-, Unterhaltungs-, Vertriebs- und Marketing-Medium forcieren. Gemeinsames Hauptanliegen der Mitglieder ist es, die Etablierung des mobilen Kanals zu beschleunigen und nachhaltig zu stärken.

Das Thema Mobile begleitet den BVDW schon seit sechs Jahren. Auf der CeBIT 2000 hat sich der Arbeitskreis Mobile gegründet. Dieser AK hat sich anfangs vor allem der Marktbereitung für mobile Dienste gewidmet. Deshalb wurde der AK Mobile später der Fachgruppe E-Content/E-Services zugeordnet.

Durch das Kundenbedürfnis nach Personalisierung des Handys und den Siegeszug der SMS hat sich der Markt für mobilen Musik-Content zunächst mit monophonen, dann polyphonen Klingeltönen, jetzt Realtones und MP3-Files zu einem wichtigen Absatzkanal für die Musikindustrie entwickelt. Andere Märkte wie der Mobile Games Bereich folgten. Mobile Marketing ist heute fester Bestandteil im Mediamix von immer mehr Werbetreibenden.

Entwicklungen im Mobilfunkmarkt wie der Wandel vom Handy zum Multitool mit Mega-Pixel-Kamera, MP3-Player, E-Mail- und Internet-Zugang und neue Übertragungs- und Empfangstandards wie HSDPA oder DVB-H schaffen immer wieder erweiterte Möglichkeiten und neue Marktchancen. So war es nur logisch, dass der BVDW den zahlreichen Aspekten des Themas „Mobile als Medium“ in einer eigenen Fachgruppe einen verbandspolitischen Rahmen gegeben hat. Die Gründungssitzung der Fachgruppe Mobile fand unter großer Beteiligung am 31. März 2006 statt.

Die Fachgruppe Mobile ist die offizielle, deutsche Vertretung der Mobile Marketing Association (MMA) - der ersten weltweiten Interessenvertretung von mehr als 400 Unternehmen in 40 Ländern, die das Wachstum und die Weiterentwicklung von Mobile Marketing und den zugrundeliegenden Technologien fördert.