

PRESSEMITTEILUNG

BVDW gründet Mobile Advertising Circle

Fokus auf Standards, Spendings und die Zusammenarbeit mit der AGOF bei der Reichweitenmessung für das Medium Mobile

Düsseldorf, 5. September 2008 – Im Rahmen des Fokustages der Fachgruppe Mobile erweitert der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. den Arbeitskreis Mobile Marketing um den Mobile Advertising Circle (MAC). Die Fachgruppe Mobile als deutsche Vertretung der Mobile Marketing Association (MMA) erhält durch den MAC eine Schnittstelle, um Mobile-Vermarkter, Mobilfunkanbieter, Betreiber von Mobile-Plattformen und Online-Vermarkter mit Mobile Units an einen Tisch zu holen. Ziel des MAC ist es, dem Medium Mobile noch mehr Gewicht im Markt zu verleihen.

Im Herbst 2007 haben die Fachgruppe Mobile im BVDW und die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF) ihre Zusammenarbeit bei der Entwicklung einer Methode zur Messung von Reichweiten für das mobile Internet bekannt gegeben. Mit der Gründung des MAC schafft die Fachgruppe Mobile auf Seiten des BVDW die strukturellen Voraussetzungen für eine optimale Zusammenarbeit beider Verbände im Hinblick auf die Erhebung und Ausweisung von Nutzungsdaten für das mobile Internet durch die AGOF. Generell soll der MAC gewährleisten, dass die Projekte im Kontext des Mobile Advertising im Arbeitskreis Mobile Marketing mit dem notwendigen Nachdruck seitens der Industrievertreter vorangetrieben werden. Geht es doch nicht zu letzt darum, einen Wachstumsmarkt zu sichern und auszubauen. „Wir wollen mit dem MAC den mobilen Kanal ähnlich kraftvoll etablieren, wie es die Online-Vermarkter schon vor Jahren für das Internet getan haben. Derzeit sind die Schnittmengen zwischen den Mitgliedern des Online-Vermarkterkreises und der Fachgruppe Mobile noch gering, weshalb wir mit dem MAC den Austausch zwischen den beiden Kanälen intensivieren wollen, um letztlich den gesamten Markt digitaler Vermarktung voran zu bringen“, so Mark Wächter, Vorsitzender der Fachgruppe Mobile im BVDW.

In Zusammenarbeit mit der AGOF strebt der MAC die Etablierung der Reichweitenwährung für Mobile an. Daneben wird die Erfassung der Werbe-Spendings in den Kanal Mobile eines der wichtigen Projekte werden. Nicht zuletzt wird es auch um Standardisierung gehen. So sollen die bisher bestehenden Standards für Handy-Werbeformate weiterentwickelt werden. „Der MAC bündelt die Interessen der Mobile Advertising Vermarkter und schafft ein ideales Umfeld, um den noch jungen Markt gemeinsam auszubauen“, skizziert René Bellack, Leiter des Arbeitskreises Mobile Marketing, das Vorhaben. „Die Definition von Grundlagen und Bereitstellung von Wissen für den Markt ist eine wichtige Basis für die Zukunft des Mobile Advertising“, so Bellack weiter. Die Initiative wird von den BVDW-Mitgliedsunternehmen Vodafone, Telefónica O₂ Germany, T-Mobile, YOC, United Internet Media, RTL interactive und Gruner+Jahr EMS als Gründungsmitglieder aus der Taufe gehoben. Darüber hinaus hat E-Plus großes Interesse an der Unterstützung angekündigt. Gespräche mit weiteren Unternehmen v.a. aus dem Segment der Vermarkter werden gegenwärtig geführt.

Alle im MAC gebündelten Projekte werden in enger Abstimmung mit den jeweiligen Gremien der MMA auf europäischer und globaler Ebene vernetzt und vorangetrieben. Den besonderen Interessen der Mobilfunknetzbetreiber wird dabei durch eine strategische Kooperation mit der GSMA als der weltweiten Industrievereinigung der 620 GSM Mobilfunkanbieter Rechnung getragen. So ist auch eine internationale Ausrichtung der Standardisierung, Währung und Werbestatistik für das Medium Mobile gewährleistet. Dirk Kedrowitsch, Mitglied im BVDW

Präsidium: „Die substanzielle Weiterentwicklung des Mobile Marketing zu fördern und damit vermutlich eine der spannendsten Entwicklungen im Werbemarkt mit zu gestalten, birgt enormes Potential. Am Ende soll das Medium Mobile im Media-Mix vollends integriert sein, um so Online- und Mobile-Vermarktern gemeinsam eine hochwertige und leistungsstarke Mediaplanung garantieren zu können.“

Weitere Informationen sind unter www.bvdw.org bereitgestellt.

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Thomas Schauf, Fachgruppen-Manager
Kaistraße 14
40221 Düsseldorf
Tel: 0211 600456-16, Fax: -33
Mail: schauf@bvdw.org
<http://www.bvdw.org>

Presse:

Simona Haasz,
Assistentin Presse & Öffentlichkeitsarbeit
Tel: 0211 600456-26, Fax: -33
Mail: haasz@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 acht 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.

In Folge der rasanten Entwicklung des Mobilfunkmarktes und der technologischen Fähigkeiten des Handys 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.