

PRESSEMITTEILUNG

OVK präsentiert Marktzahlen und neueste Trends auf der online-marketing-düsseldorf 2008

Halle 10 in fester Hand des Online-Vermarkterkreises

Düsseldorf, 09. September 2008 – Die aktuellen Zahlen zum Online-Werbemarkt und die neuesten Trends präsentiert der Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. auf der diesjährigen online-marketing-düsseldorf. Auch das hochkarätige Seminar- und Kongress-Programm hat OVK als Beirat wieder intensiv mitgestaltet: Namhaften Experten aus dem Kreis der Online-Vermarkter präsentieren den Besuchern die Themen Bewegtbild, Mobile Advertising, Targeting und innovative Online Mediaplanung u.a. in Form von Keynotes, Screenings und Workshops. Auch in den Messehallen zeigt der OVK noch einmal breite Präsenz: Rund zwei Drittel der Fläche in Halle 10 belegen Aussteller aus dem Kreis der Online-Vermarkter im BVDW.

Ganz im Zeichen von Bewegtbild, Mobile Advertising und Online Mediaplanung präsentiert der OVK in diesem Jahr auf der online-marketing-düsseldorf Innovationen, Trends und Marktzahlen. Mit der Vorstellung des OVK-Reports auf der Pressekonferenz am Morgen des ersten Messtages eröffnet der Online-Vermarkterkreis seinen persönlichen Fahrplan für die Branchenmesse. Daneben können sich Messebesucher ein Bild der Online-Werbebranche aus Sicht des OVK an mindestens jedem zweiten Stand in Halle 10 machen. „Es ist großartig, dass wir als OVK den Besuchern so viele Anlaufstellen für die Vorstellung neuer Produkte und den Austausch über aktuelle Trends und Innovation der Online-Vermarktung bieten können“, so Paul Mudter, Vorsitzender des OVK.

Mehr als 20 Experten aus Mitgliedsunternehmen des OVK beteiligen sich auch aktiv durch Keynotes, Case Studies, Workshops und Diskussionsrunden am Programm. Am Mittwochmittag steht das Thema Bewegtbild im Mittelpunkt des Workshop-Programms. In einem der Workshops wird es um einen Werbewirkungstest zwischen Online-Spots und TV-Spots gehen, der u.a. von Martin Rieß Director Sales von Quality Channel GmbH geleitet wird. Anschließend werden Dirk von Borstel, Business Development Director und Matthias Wahl, Managing Director, beide AdLINK Internet Media GmbH, einen Workshop zur „Internationalen Markenwerbung mit Videoformaten“ präsentieren. Auch der Arbeitskreis Ad Technologie befasst sich aktuell mit Bewegtbild-Advertising. Im Workshop mit dem Titel „Ein Werbemittel – Alle Vermarkter“ werden die AK Leiter Alexander Schott, Leiter Technical Operations bei United Internet Media, und Carsten Sander, Head of Ad Operations der Tomorrow Focus AG, einen Ausblick auf neue Werbemittelstandards für Bewegtbild-Advertising auf dem Deutschen Markt geben. Zur Orientierung dient hier das kürzlich vom Interactive Advertising Bureau (IAB) veröffentlichte Digital Video Ad Serving Template, das eine Standardisierung für Video Ads auf dem US-Markt vorgeschlagen hat.

Den zweiten Themenschwerpunkt bildet das Mobile Advertising, zu dem Kay Scheemann, Leiter der Marktforschung bei G+J EMS GmbH, eine Studie seines Unternehmens vorstellt. Diese wird die Frage nach einem „Markenaufbau mit Mobile Advertising“ beantworten und bietet in der Workshopatmosphäre die Chance die Ergebnisse gemeinsam zu diskutieren. „Mobile und Bewegtbild sind die wichtigsten Innovationstreiber der modernen Vermarktung. Trotzdem wird die klassische Online-Werbung nicht aussterben. Ganz im Gegenteil. Vermarkter werden die Kanäle anbieten, die dem Erreichen der Kunden- bzw. Kampagnenziele gerecht werden“, erläutert Frank Bachér, Stellvertretender Vorsitzender des OVK. „Das wird dann auch eine Frage von Performance und Branding sein.“

In diesem Sinn bewegt sich das Kongress-Forum zur Vermarktung und Mediaplanung am Mittwochnachmittag im „Spannungsfeld zwischen Performance und Branding“ mit Beteiligung von Arne Wolter, Geschäftsführer G+J EMS GmbH. Die Fragen, welche Werbeform in welcher Ausprägung sinnhaft und vor allem kompatibel ist und warum sich Kunden für bestimmte Formen entscheiden, sollen hier beantwortet werden. Dem Besucher wird eine Idee davon vermittelt, wann für welchen Kunden bzw. welche Marke welche Instrumente sinnvoll sind und wie diese sinnvoll kombiniert werden können.

Bereits am ersten Kongresstag lädt der OVK zusammen mit dem BVDW zur Pressekonferenz. Um 9 Uhr stellt Paul Mudter die neuen Online-Werbemarktzahlen vor und erläutert gemeinsam mit BVDW-Präsident Arndt Groth aktuelle Markt- und Verbandsentwicklungen im Bereich des digitalen Marketings. Wer hier nicht dabei sein kann, erhält die Chance den aktuellen deutschen Online-Werbemarkt im europäischen Vergleich auf dem Workshop des OVK am Donnerstag präsentiert zu bekommen.

Weitere Informationen sind unter www.bvdw.org bereitgestellt.

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Björn Kaspring, Referent Online-Vermarktung
Kaistraße 14, 40221 Düsseldorf
Tel. 0211 60 04 56 -14, Fax: -33
E-Mail: kaspring@bvdw.org

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 den OVK:

Der Online-Vermarkterkreis (OVK) ist das zentrale Gremium der führenden deutschen Onlinevermarkter und gehört zum Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW). Ziel des gemeinsamen Auftritts ist es, der Gattung Online noch mehr Gewicht im Markt zu verleihen.

Mitglieder des Online-Vermarkterkreises im BVDW sind die Unternehmen Ad2Net, AdLink Internet Media, Allesklar.com/meinestadt.de, AOL Deutschland, Bauer Media, Bild.T-Online.de, G+J Electronic Media Sales, GWP online marketing, InteractiveMedia CCSP, IP Deutschland, Lycos Europe, Mairdumont Media, Microsoft Advertising, mobile.de, netpoint media, Quality Channel, SevenOne Interactive, Scout24 Media, Tomorrow Focus, United Internet Media und Yahoo! Deutschland.