

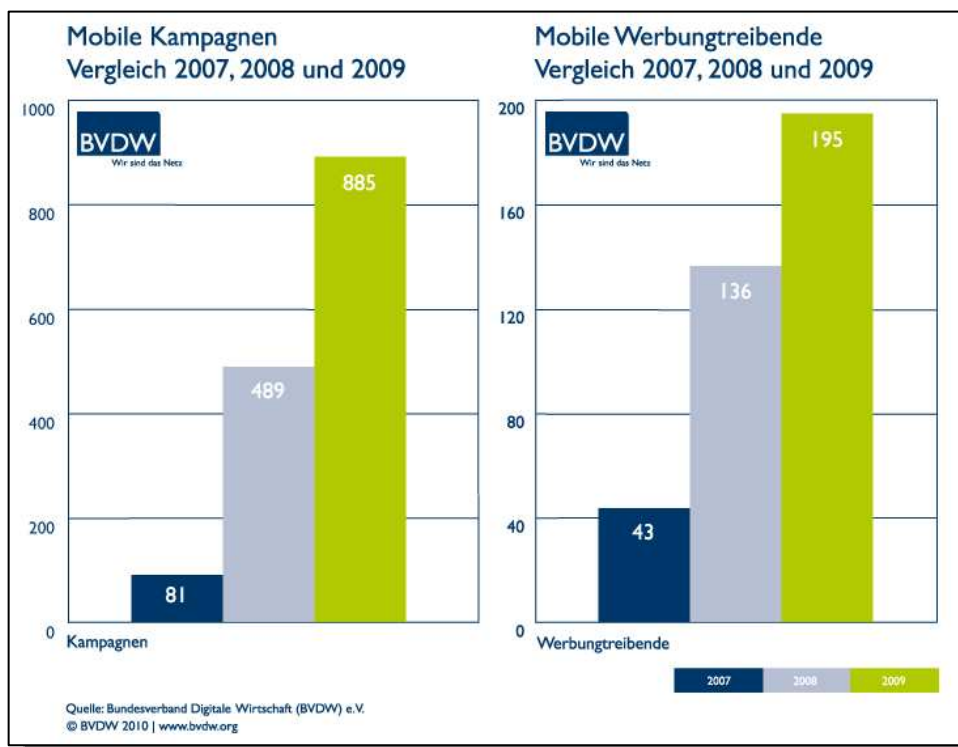
BVDW: Anzahl der Mobile-Kampagnen in 2009 fast verdoppelt

Markt für Mobile-Werbung wächst weiter / 43 Prozent mehr Werbungtreibende im Vergleich zum Vorjahr

Düsseldorf, 12. April 2010 – Die Anzahl der Werbekampagnen auf mobilen Endgeräten hat sich 2009 fast verdoppelt. Damit bestätigt die Erhebung des Mobile Advertising Circle (MAC) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. das deutliche Wachstum von Mobile Advertising. Im vergangenen Jahr wurden insgesamt 885 Mobile Kampagnen umgesetzt. Das entspricht einem Zuwachs von über 80 Prozent im Vergleich zu 2008. Die Zahl der Werbungtreibenden ist 2009 um 43 Prozent gestiegen – fast 200 Unternehmen haben im letzten Jahr mobile Werbung geschaltet.

Starkes zweites Halbjahr 2009

Im Vergleich fällt das zweite Halbjahr 2009 deutlich stärker aus: 360 Mobile-Kampagnen wurden im ersten Halbjahr umgesetzt sowie 525 im zweiten Halbjahr 2009. Auch die Anzahl gebuchter Mobile Websites pro Kampagne stieg von 3,5 im ersten Halbjahr auf 4,0 im zweiten Halbjahr 2009 an. Zum Vergleich: 2007 waren es 1,8 Mobile Websites pro Kampagne sowie 3,6 in 2008.

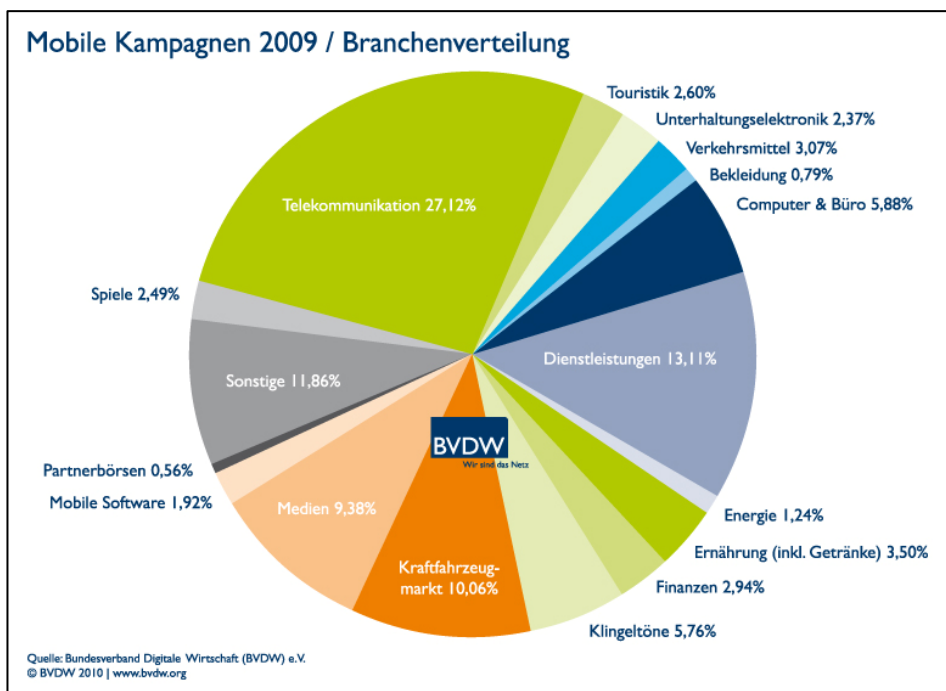


Hohe Werbewirkung mobiler Werbung

„Immer mehr Branchen erkennen die hohe Werbewirkung des mobilen Werbekanals. Versuchten anfangs ‚Lifestyle‘-Marken die Streuverluste zur Ansprache der jüngeren Zielgruppe durch mobile Werbung zu reduzieren, warben in 2009 verstärkt die Automobil-, Telekommunikations-, Dienstleistungs- und Medien-Branche. Klassische Konsumgüter sind ebenso Gegenstand mobiler Werbung“, sagt Thomas Mendrina (Axel Springer Media Impact), neu gewählter Leiter des MAC im BVDW und damit Nachfolger von René Bellack.

Mobile Werbung wächst 2010 weiter

„Auch 2010 wird Mobile Advertising weiter zulegen. Schon anhand des ersten Quartals 2010 lässt sich eine eindeutig positive Tendenz erkennen. Das mobile Internet wird dank günstiger Flatrates und attraktiver Endgeräte immer stärker genutzt – Mobile Werbung wird daher immer mehr zum Muss“, erläutert Dirk Kraus (YOC), stellvertretender Leiter des MAC im BVDW.



Mobile Advertising Spendings

Die Mobile-Kampagnenzählung ist die Vorstufe einer deutschlandweiten Messung der Mobile Advertising Spendings. Momentan arbeitet der MAC an einer Methode zur Erhebung realer Bruttoumsätze.

MAC-Mitglieder der Fachgruppe Mobile im BVDW

Alle Angaben und Zahlen basieren auf Mobile-Kampagnen, die durch die im MAC organisierten Unternehmen 2009 umgesetzt wurden. Zu den MAC-Mitgliedern im BVDW zählen: Axel Springer Media Impact, Contnet AG, Deutsche Telekom AG, G+J Electronic Media Sales GmbH, Interactive Media CCSP GmbH, Quality Channel GmbH, RTL interactive

GmbH, Telefónica o2 Germany GmbH & Co. OHG, Tomorrow Focus AG, United Internet Media AG, Vodafone Media Solutions!, Yahoo! Deutschland GmbH und YOC AG.

Weitere Informationen auf Anfrage oder unter www.bvdw.org.

Hochauflösendes Bildmaterial als Download unter:
www.bvdw.org/presseserver/bvdw_mac_mobile_kampagnen_2009/

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Kaistraße 14, 40221 Düsseldorf
www.bvdw.org

Ansprechpartner für die Presse:
Ingo Notthoff, Pressesprecher
Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33
notthoff@bvdw.org

Über den BVDW

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. **Wir sind das Netz.**