

BVDW: Online-Mediaagenturen gehen von weiterem Wachstum der digitalen Markenkommunikation aus

Handel, Lebensmittel- und Pharmaindustrie zählen zu den wachstumsstärksten Branchen der Online-Werbung / Datenschutz und Targeting gelten als wichtigste Themen in der Kundenberatung / Erneutes Wachstum von Bewegtbildwerbung und Mobile Advertising bestätigt

Düsseldorf, 21. September 2011 – In den kommenden fünf Jahren wird die Markenkommunikation über Online-Werbung weiter zunehmen. Dies geht aus dem „FOMA Trendmonitor 2011“ der Fachgruppe Online-Mediaagenturen (FOMA) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. hervor. Für die Online-Werbung zählt der Handel und die Hersteller von Lebensmitteln und Körperpflegeprodukten sowie die Gesundheits-, Wellness- und die Pharmaindustrie zu den Wachstumstreibern. Insgesamt stehen „Fast Moving Consumer Goods“ (FMCG) für die Online-Mediaagenturen hoch im Kurs, gefolgt von Dienstleistungen, Unterhaltungselektronik und Touristik. In der Kundenberatung und zur Weiterentwicklung der Online-Werbung gelten Datenschutz und Targeting als wichtigste Themen. Die Mehrheit der Befragten geht für den Mediamix von einer deutlichen Zunahme an Image-Kampagnen und einem konstanten Niveau an Performance-Kampagnen im Web aus. Zudem bestätigt das Umfrageergebnis ein erneutes Wachstum von Bewegtbildwerbung und Mobile Advertising. Die komplette Auswertung und weitere Informationen zum „FOMA Trendmonitor 2011“ unter www.bvdw.org.

Bewegtbild und Mobile als attraktive Erweiterung im Mediamix

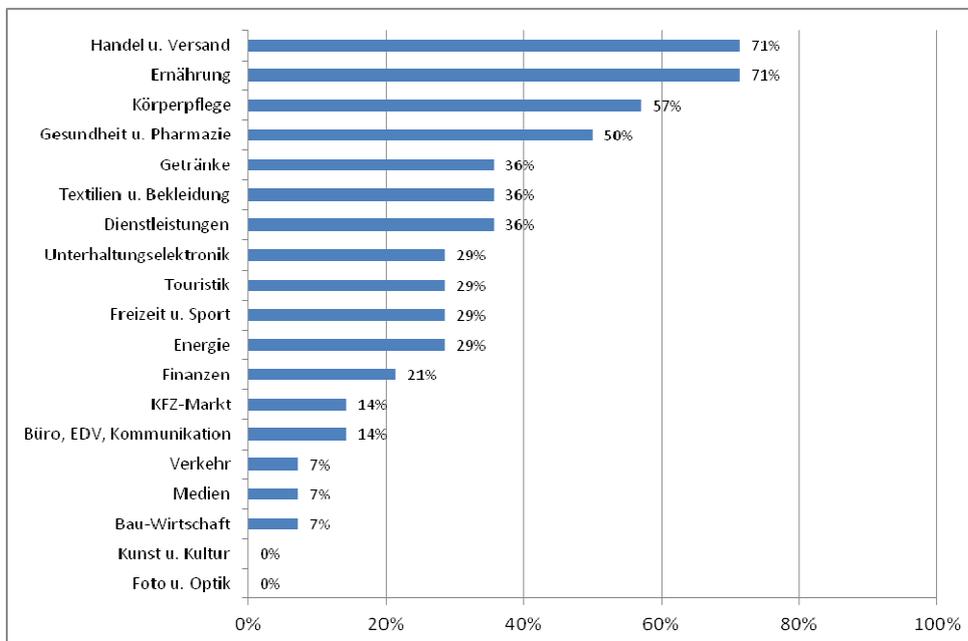
„Online-Werbung wird in Zukunft weiter an Bedeutung für die Markenkommunikation gewinnen, während Performance-Kampagnen nach Einschätzung der Online-Mediaagenturen auf konstantem Niveau bleiben. Wir erwarten im Mediamix ein Wachstum von Bewegtbildwerbung und Mobile Advertising, welche für viele Werbungtreibenden als attraktive Erweiterungen der klassischen Display-Werbeformen gelten“, sagt FOMA-Sprecher Manfred Klaus (PLAN.NET).

Datenschutz und Targeting für Marktentwicklung entscheidend

Datenschutz und Targeting zählen für die Online-Mediaagenturen unangefochten zu den wichtigsten Themen in der Kundenberatung und sind für die weitere Marktentwicklung der Online-Werbung entscheidend. Dem standardisierten Datenaustausch, Planungstools, Frequency Capping und automatisiertem Handel für Online-Werbekampagnen werden im Ergebnis des „FOMA Trendmonitor 2011/2012“ neben der Frage nach neuen Währungen für Online-Kontakte eine mittlere bis hohe Bedeutung zugewiesen.

Wachstumstreiber Handel, Lebensmittel- und Pharmaindustrie

Laut dem Ergebnis des „FOMA Trendmonitor 2011/2012“ gelten für jeweils 71 Prozent der Befragten der Handel und die Lebensmittelbranche sowie Körperpflegeprodukte (57 Prozent) als wachstumsstärkste Branchen für die Online-Werbung. Die Hälfte der befragten Online-Mediaagenturen erwartet, dass auch die Gesundheits- und Pharmaindustrie verstärkt auf das Internet zur Kommunikation über Image- und Performance-Kampagnen setzen wird. In Summe stehen „Fast Moving Consumer Goods“ (FMCG) hoch im Kurs. Rund 36 Prozent der Befragten sehen in der Textilindustrie und Dienstleistungen ebenfalls Wachstumspotenzial. Für die Bereiche Unterhaltungselektronik, Touristik, Energie sowie Freizeit und Sport erwarten 29 Prozent der Online-Mediaagenturen ein Wachstum für die Online-Werbung.



Bewegtbild und mobile Werbung mit deutlichem Wachstum

Für die nächsten fünf Jahre sieht der „FOMA Trendmonitor 2011/2012“ für Bewegtbildwerbung und Mobile Advertising ein deutliches Wachstum. Insgesamt wird dem Trendthema Mobile Internet und App-Advertising das höchste Potenzial bemessen. Den Bereichen Search- und Display-Werbung wird die höchste Bedeutung unter den einzelnen Werbemaßnahmen zugeschrieben. Ferner gehen die Befragten von einer hohen Bedeutung von Image- und Performance Kampagnen in den nächsten fünf Jahren aus.

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

Hochauflösendes Bildmaterial unter:
www.bvdw.org/presseserver/bvdw_foma_trendmonitor_2011/

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf
www.bvdw.org

Ansprechpartner für die Presse:

Mike Schnoor, Referent Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33
schnoor@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 es 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.**