

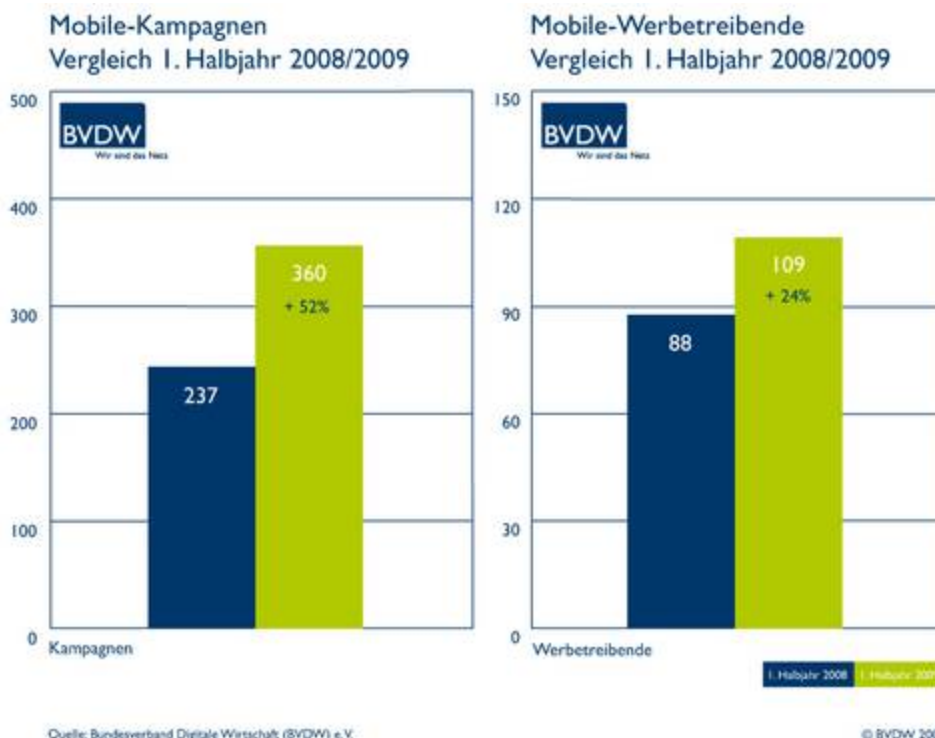
BVDW: Mobile Kampagnen wachsen im ersten Halbjahr 2009 um über 50 Prozent

Mobile Advertising Circle (MAC) veröffentlicht Mobile-Kampagnenzählung für das erste Halbjahr 2009

Düsseldorf/Köln, 23. September 2009 – Die Anzahl mobiler Kampagnen wächst im ersten Halbjahr 2009, verglichen mit dem Vorjahreszeitraum, um über 50 Prozent. Dies geht aus einer Erhebung des Mobile Advertising Circle (MAC) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. hervor. So wurden bereits 360 Mobile-Kampagnen geschaltet – dies entspricht nach einem halben Jahr 74 Prozent der Gesamtkampagnenzahl aus 2008. Im Durchschnitt lief eine Kampagne auf drei Mobile-Portalen.

24 Prozent mehr Mobile-Werbetreibende

Auch die Anzahl der Werbetreibenden ist 2009, verglichen mit dem ersten Halbjahr 2008, von 88 auf 109 um 24 Prozent gestiegen. Durchschnittlich wurden 1,65 Mobile-Kampagnen pro Quartal von jedem Werbetreibenden umgesetzt. 2008 lag dieses Verhältnis noch bei einer Kampagne pro Quartal. Insgesamt haben 42 Werbetreibende auch schon 2008 mobil geworben, was für die Wirksamkeit des Mediums Mobile spricht.



Mobile trotz der Wirtschaftskrise

„Trotz anhaltender Wirtschaftskrise ließen sich im ersten Halbjahr 2009 67 neue Werbetreibende hinzugewinnen, die Mobile Advertising zur Erreichung ihrer Kampagnenziele nutzen. Was sowohl den Anstieg der Mobile-Kampagnen als auch die Zunahme der Werbetreibenden angeht, sind wir mehr als optimistisch, die Anzahl mobiler Kampagnen aus dem Vorjahr deutlich zu übertreffen“, sagt René Bellack (Vodafone MediaSolutions!), Vorsitzender des MAC und Leiter des Arbeitskreis Mobile Marketing im BVDW.

Verdoppelung der Mobile-Kampagnen

„Werbetreibende setzen immer stärker auf Mobile im Rahmen ihres Kampagnen-Mixes. Das zeigt nahezu die Verdoppelung der durchschnittlichen Anzahl an Mobile-Kampagnen pro Werbetreibenden pro Quartal im ersten Halbjahr 2009. Wir gehen davon aus, dass sich dieser Trend auch in den kommenden Quartalen fortsetzen wird“, erläutert Sven Elstermann (United Internet Media), Projektleiter Mobile Spendings im MAC.

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 im ersten Halbjahr 2009 umgesetzt wurden. Zu den MAC-Mitgliedern zählen: Axel Springer Media Impact, Deutsche Telekom AG, G+J Electronic Media Sales GmbH, Interactive Media CCSP GmbH, Pixelpark AG, Quality Channel GmbH, RTL interactive GmbH, 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/presse

Hochauflösendes Bildmaterial auf Anfrage und unter:

www.bvdw.org/presseserver/bvdw_mac_mobile_kampagnen_h1_2009

Ansprechpartner für die Presse:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Kaistraße 14, 40221 Düsseldorf

www.bvdw.org

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 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.