

PRESSEMITTEILUNG

Neuer Arbeitskreis Performanceorientierte Markenkommunikation Leiter sind Nils Hachen (denkwerk) und Heide Dombrowski (Value Mountain)

Düsseldorf, 8. Juni 2007. Die Fachgruppe Performance Marketing im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. hat einen neuen Arbeitskreis für performanceorientierte Markenkommunikation aus der Taufe gehoben. Im Mittelpunkt werden dabei die vermeintlich neuen Instrumente digitaler Markenkommunikation der Generation Web 2.0 stehen, die hinsichtlich performanceorientierter Marketingansätze beleuchtet werden sollen. Die Teilnehmer der ersten Sitzung in Köln wählten Nils M. Hachen (denkwerk) und Heide Dombrowski (Value Mountain) zu den Leitern des Arbeitskreises.

Web 2.0 ist das Buzzword der letzten Monate. Immer wieder ist davon die Rede, dass die verstärkte Partizipation der User tiefgreifende Veränderungen für die Unternehmenskommunikation hat. Daher wird der Arbeitskreis (AK) der Frage nachgehen, wie und warum traditionelle Marketingkonzepte verändert werden und welche Möglichkeiten sich für die digitale Markenkommunikation ergeben. „Vieles erinnert derzeit an die Goldgräberstimmung der Digitalen Wirtschaft vor dem Platzen der Blase“, so AK-Leiter Nils M. Hachen. „Zweifelsohne hat das Thema Web 2.0 eine Menge Substanz, dennoch werden auch wir zunächst einmal die Frage klären müssen, ob wir es mit einem Geldgrab oder einer echten Erlösquelle zu tun haben.“

Web 2.0 meets Performance Marketing

Dabei sollen nicht alle Facetten der derzeitigen Diskussion um Web 2.0 vertieft werden, viel mehr will sich der AK auf Erlösmodelle und den sinnvollen Einsatz der Instrumente des Web 2.0 zur Markenkommunikation fokussieren. „Die rasante Entwicklung des Performance Marketings ist nahezu beispiellos“, urteilt Heide Dombrowski. „Unsere Kunden sehen den Nutzen performancebasierter Abrechnungsmodelle im Online-Marketing, nun geht es darum die neuen Möglichkeiten des Web 2.0 zur Markenkommunikation ebenfalls unter Performanceaspekten zu betrachten.“ Dabei ist die Akzeptanz der Nutzer nach ihrer Meinung die Grundlage für die Etablierung neuer Vermarktungskonzepte. Inwieweit sich die neuen Kommunikationsinstrumente in bestehende Marketing-Konzepte integrieren lassen, soll daher anhand von Best Cases und ggf. einer Studie ermittelt werden. In einem ersten Schritt sollen die Erfolgskriterien herausgearbeitet werden, die anschließend in einem Leitfaden zusammengestellt und veröffentlicht werden sollen.

„Letztlich wollen wir die Möglichkeiten darstellen, wie mit den neuen Instrumenten der digitalen Markenkommunikation erfolgreich gearbeitet werden kann“, fasst Nils M. Hachen die Stoßrichtung des AKs zusammen. Der AK richtet sich an Unternehmen, die ihre Aufgabe nicht ausschließlich im Bereich Media, Design oder Technologie sehen, sondern ihre Kunden intensiv beraten und ihnen innovative Marketing- und Kommunikationskonzepte anbieten, die sie auch selbst umsetzen. Und auch die Marktpartner der Dienstleister sind willkommen. Sie können innerhalb des AKs ihre Wünsche und Erfahrungen zum Ausdruck bringen. Das nächste Treffen des neuen Arbeitskreises Performanceorientierte Markenkommunikation ist für Mitte August in Hamburg geplant.

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Thomas Schauf, Fachgruppen-Manager
Kaistraße 14, 40221 Düsseldorf
Tel.: +49 (0)211 60 04 56 -16; Fax: -33
mailto: schauf@bvdw.org

Presse:

Christoph Salzig, Pressesprecher
Tel. 0211 600456 -26, Fax: -33
Mobil 0177 8528616
mailto: salzig@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 Performance Marketing:

Die Fachgruppe Performance Marketing – bestehend aus den führenden Marktteilnehmern der Gattungen Suchmaschinen-Marketing, E-Mail-Marketing, Affiliate Marketing und Online-Kontrolle – entwickelt den Markt durch Know-How-Transfer von den Spezialisten in den Agenturen hin zu den werbetreibenden Unternehmen. Die Fachgruppe ist Kompetenzzentrum und Think-Tank in diesen Bereichen. Gleich mehrere Mitglieder der Fachgruppe sind im BVDW-Gesamtvorstands und im Präsidium vertreten. Somit sichern sie eine adäquate Repräsentanz nach innen und außen.