



Aktuelle Studie: Mobile Advertising und Bewegtbildwerbung weiter auf dem Vormarsch

**Eine Expertenbefragung von InteractiveMedia und Enigma GfK zeigt:
Werben im mobilen Internet wird wichtiger, Video Ads setzen sich durch**

Darmstadt/Düsseldorf, 17. September 2008 – Über die Hälfte der deutschen Marketingentscheider haben bereits mobile Werbeformen eingesetzt, fast drei Viertel verfügen über Erfahrung mit Bewegtbildwerbung. Dies sind zwei zentrale Ergebnisse einer Expertenbefragung, die der führende Qualitätsvermarkter InteractiveMedia und das Marktforschungsinstitut Enigma GfK heute im Rahmen der online-marketing-düsseldorf vorgestellt haben.

Danach sind sich 84 Prozent der 100 befragten Experten aus Mediaagenturen und werbetreibenden Unternehmen sicher, dass die Bedeutung des Handys als Werbeträger in den nächsten Jahren zunimmt. Für 74 Prozent stellen Location Based Services einen prägenden Faktor in der weiteren Entwicklung mobiler Werbung dar. Was die Verbreitung mobiler Werbeformen betrifft, liegen Textlinks mit 47 Prozent vor mobilen Landingpages (42 Prozent) und Bannern (36 Prozent). Immerhin rund ein Viertel der Befragten hat bereits Erfahrung mit Sponsorings im mobilen Internet gesammelt. Insgesamt trauen die Experten Mobile Advertising also ein großes Potenzial zu – zwölf Prozent sind sogar der Ansicht, dass mobile Werbung die klassische Online-Werbung langfristig überholen wird.

Ebenfalls hohe Erwartungen haben die Experten an Bewegtbildwerbung im Internet. Neun von zehn Befragten versprechen sich von Video Ads & Co. eine besonders hohe Aufmerksamkeit bei den Usern, 69 Prozent gehen von überdurchschnittlich starkem Involvement aus. Dass Bewegtbilder eine emotionale Ansprache der Konsumenten ermöglichen schätzen zudem 57 Prozent der Befragten. Neben alleinstehenden Bewegtbildspots im Web erfreut sich die Werbung in bestehenden Video-Angeboten (in Form von Pre-,

Pressemitteilung

Mid- oder Post Rolls) immer größerer Beliebtheit: Mehr als die Hälfte der Mediaexperten hat hier bereits erste Erfahrungen gesammelt.

Den Rahmen für die Vorstellung der Expertenbefragungsergebnisse bildete der Workshop „Hype oder Erfolgsgarant: Momentaufnahme aktueller Trends im digitalen Werbemarkt“, zu dem InteractiveMedia eingeladen hatte. Nach der Begrüßung durch Guido Sachs (Geschäftsführer InteractiveMedia), präsentierte Thomas Pauschert (Geschäftsführer Enigma GfK) die Resultate der Befragung. Anschließend diskutierten die Podiumsteilnehmer Ralf Baumann (Leiter Portal t-online.de), Dr. Ingo Schneider (Vice President Confined Connectivity T-Mobile International), Mark Wächter (Vorsitzender Fachgruppe Mobile im BVDW und Global Board of Directors MMA), Martin Gassner (Executive Creative Director Interone Worldwide) und Michael Plate (Bereichsleiter Produktmanagement, Marketing & Strategie InteractiveMedia) vor zahlreichen Fachbesuchern. Als Moderator führte Dr. Holger Schmidt (Wirtschaftsredakteur Frankfurter Allgemeine Zeitung) durch den Workshop.

Weitere Informationen zur Expertenbefragung sowie dazugehörige Pressegrafiken erhalten Sie auf Anfrage.

Über InteractiveMedia CCSP GmbH

InteractiveMedia ist ein 100-prozentiges Tochterunternehmen der Deutschen Telekom AG und laut internet facts 2008-I der AGOF (Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung) mit einer Reichweite von 43,5 Prozent (17,79 Mio. Unique User) einer der führenden europäischen Qualitätsvermarkter für digitale Werbemedien. Das Unternehmen bietet Premium-Lösungen in den Bereichen Online-Werbung, Mobile Advertising, Out-of-Home Media, Permission Marketing, E-Commerce, Performance Marketing sowie Marktforschung. In Deutschland verfügt InteractiveMedia über fünf regionale Standorte, zudem ist das Unternehmen mit einem Vertriebsbüro in London vertreten.

www.interactivemedia.net

Pressekontakt:

InteractiveMedia CCSP GmbH
Christian Endres
T-Online-Allee 1 / 64295 Darmstadt
Tel. +49 (0)6151 5002-333
Fax +49 (0)6151 5002-101
presse@interactivemedia.net

Agentur:

Pleon GmbH

Nicole Kaul

Kaiserstraße 33 / 53113 Bonn

Tel. +49 (0)228 91514-389

Fax +49 (0)228 210833

interactivemedia@pleon.com