

25. Januar 2010

Thema des Monats

Dialog in den Händen der Kunden

4. Teil: Mobile-Dienstleister: Ernsthaftigkeit statt Spielwiese

Die Stimmung bei Mobile-Vermarktern und Dienstleistern ist gut – sehr gut sogar. Von der Finanzkrise scheint kaum eines der Unternehmen betroffen. Einige sagen sogar, sie seien so stark gewachsen wie noch nie. Peter Prislín, Geschäftsführer der Agentur 12snap, sieht dennoch Zeichen der Krise: „Wir konnten uns enorm steigern, mussten aber bei den Kunden mehr Überzeugungsarbeit leisten.“ Ähnlich sieht das auch Andreas Hofmann, Direktor Mobile Marketing beim Vermarkter Contnet. „Alle sind interessiert und wollen Mobile Marketing machen, doch die Entscheidungswege sind lang. Wir glauben allerdings, dass im ersten Quartal 2010 dieser Knoten platzen wird.“

Auch Michael Neidhöfer, CEO vom Mobile-Dienstleister Netbiscuits, kann eine klare Steigerung mobiler Kampagnen verzeichnen. „Wurden 2009 pro Tag circa fünf bis zehn Kampagnen von Agenturen weltweit auf Netbiscuits erstellt, sind es heute schon 30.“ Wie Hofmann glaubt Neidhöfer, dass sich durch den verstärkten Einstieg von Agenturen mit eigenen Ressourcen und Know-how der Mobile-Bereich noch stark bewegen wird.

Mit der Etablierung von Agenturen im Mobile-Sektor erhofft sich Prislín, dass Mobile auf eine ernsthaftere Marketingschiene kommt und die User-Nutzung steigt. Er sieht damit auch neue Herausforderungen: „2010 werden wir von Kundenseite massiver geprüft werden. Die Zeiten, in denen Mobile Marketing eine reine Experimentier- und Spielwiese war, sind jetzt vorbei. Daher werden auch die Werbetreibenden unsere Arbeit und den bisherigen Hype stärker hinterfragen.“

2010: Schlagkraft im Budget

Damit die Budgets für Mobile Marketing größer werden, fehle aber noch eine Messbarkeit für die Werbekunden, so Contnet-Vorstand Ralph Suda im Einklang mit seinen Mitbewerbern. Und auch der Leiter Mobile beim Vermarkter Gruner + Jahr Electronic Media Sales, Oliver von Wersch, meint, dass sich noch keine deutliche Budget-Steigerung verzeichnen ließe. „Doch 2010/2011 wird sich auch hier eine höhere Schlagkraft entfalten. Mobile entwickelt sich zum Standardkanal und wird in der Mediaplanung vermehrt einbezogen“, so von Wersch. Prislín spricht für die Branche, wenn er sagt: „Die Mobile-Branche ist 2009 erwachsen, aber nicht alt geworden. Man könnte sagen, wir sind junge Erwachsene, die noch lange nicht satt sind.“

Yoc-Vorstand Dirk Kraus erkennt sein Unternehmen kaum wieder, wenn er an die Entwicklung der vergangenen zwei Jahre denkt. „Die technischen Voraussetzungen, die eine Multimedialität auf dem Endgerät gewährleisten, das Zunehmen von Flatrates, aber auch der Lernprozess im Nutzerverhalten tragen wesentlich dazu bei, dass das Handy mittlerweile langfristig als Kommunikationskanal anerkannt ist“, meint Kraus. Yoc konnte allein im Dezember 2009 rund 20 neue Kunden gewinnen. Kraus warnt jedoch davor, dass nur der hochgelobte Response-Wert des Mediums über die Effizienz der Werbung entscheidet. Dadurch würde eine zu hohe Erwartung an den Kanal Mobile gestellt. „Mobile ist ein wesentlich qualitativerer Kanal, über den Maßnahmen vom Verbraucher weniger als Werbung wahrgenommen werden“, sagt Kraus.

„Unternehmen profitieren somit auch von einer positiven Markenwahrnehmung und einem veränderten Kaufverhalten.“ Umso wichtiger, Seriosität von Plattformen und Applikationen hochzuhängen, wie Suda anmahnt.

ONEtoONE – Die aktuelle Ausgabe



Live Shopping

Neue Konzepte schwappen aus dem Ausland nach Deutschland herüber.

Bewegtbild

Youtube, RTL und der Axel Springer Verlag setzen verstärkt auf Werbeformen für Bewegtbild.

[jetzt blättern](#)

[jetzt Abonnent werden](#)

Thema des Monats: Mobile Marketing



Dialog in den Händen der Kunden

Das Handy etabliert sich dank neuer Technologien und einem verbesserten Verständnis in der Branche als vielseitiges Werbemedium.

[Lesen Sie mehr zum Thema Mobile Marketing](#)

Rückblick: Die schönsten Bilder der Branchen-Events



Ab sofort gibt es hier die aktuellen Bilder der M-Days, der DLD Conference, der Top-Job-Preisverleihung, des BVDW Neujahresempfangs, und und und... [Hier geht es zu den schönsten Bildern](#)

Business Guide

Call Center 3C DIALOG GmbH

3C DIALOG ist ein Dialogpartner im Kundenkontaktmanagement von Unternehmen. Als Premiumpartner ...mehr

Agenturen smz

3 Buchstaben, 2 Versprechen, 1 Ziel. "Es gibt keine Präsentation, auf die wir nicht stolz ...mehr

Mail-Services ad-con

Sie suchen einen persönlichen Lettershop. Mit einem Ansprechpartner für alles und der ...mehr

Produktion GV Kommunikation auf Papier GmbH