

Mobile Andreas Hess, abalo, sieht die Revolution in der mobilen Werbung im „Interessenausgleich zwischen Werbetreibenden und Konsumenten“

Der mobile Interessenausgleich

Bedeutungszunahme von bedarfsorientierter Werbung, aber auch von georeferenziertem Targeting.



Wien. „Mobile Advertising‘ hat noch sehr viel Potenzial, das es durch verbesserte technische Möglichkeiten zu nutzen gilt. Allerdings ist mobile Werbung ein sensibler Bereich“, verweist Andreas Hess, Head of Analytics beim österreichischen Start-up-Unternehmen „abalo media“, auf Chancen durch mobile Advertising, mahnt jedoch auch dazu, Wünsche der Konsumenten zu bedienen und Werbung dementsprechend an deren Bedürf-

nisse anzupassen.

„Die Revolution in der mobilen Werbung liegt im Interessenausgleich zwischen Werbetreibenden und Konsumenten“, verweist Hess auf das von abalo erstmals im Februar am ‚Mobile World Congress MWC‘ in Barcelona präsentierte Konzept, welches dem User Werbung am Lock Screen, also dem gesperrten Screen des Smartphones, zeigt – und ihn dafür auch belohnt. Das laut abalo weltweit einzigartige Konzept wird in Kürze auch am österreichischen Markt Einzug halten.

„Der Trend geht in Richtung kundenorientierter Werbung, die

an die Bedürfnisse der Konsumenten angepasst ist; hier spielen unterschiedliche Formen des Targetings eine entscheidende Rolle“, so Hess, der neben der Selektion von Werbung anhand der Interessen der jeweiligen Konsumenten auch eine Bedeutungszunahme des georeferenzierten Targetings prognostiziert. „Das ermöglicht künftig auch KMUs, die mobile Werbung effektiv zu nutzen. Konsumenten werden vermehrt davon profitieren, dass ihnen solche Angebote aus ihrer Umgebung zugänglich gemacht werden, die tatsächlich ihren Interessen entsprechen.“

Dabei werde auch die Evaluierung mobiler Werbekampagnen wesentlich präziser: „Es stehen exakte – allerdings anonymisierte – Daten zur Verfügung. Die Zeiten, in denen hohe Streuverluste hingenommen werden mussten, sind im mobilen Bereich bald Vergangenheit.“

(hof)

INFO

„Die Revolution der mobilen Werbung“, unter diesem Titel referiert Andreas Hess am 23. Mai 2013 beim **Mobile Marketing Innovation Day**.

www.mobilemarketinginnovationday.at



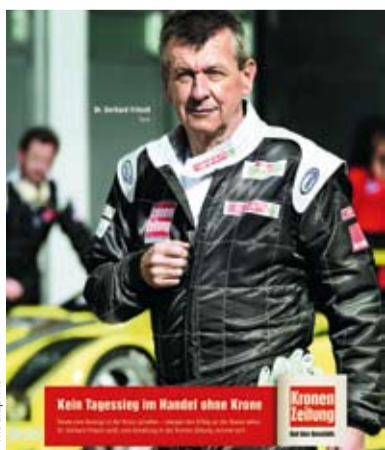
Andreas Hess, abalo media, will Wünsche der Konsumenten bedienen.

B2B Testimonial-Kampagne „Krone“ gibt Gas

Wien. Die *Kronen Zeitung* setzt in ihrer aktuellen B2B-Kampagne einerseits auf eigene Werbekunden als Testimonials und andererseits auf die Faszination Motorsport. Als eines von fünf prominenten Testimonials tauschte Spar-Marketingleiter Gerhard Fritsch (siehe Bild) für die neue B2B-Kampagne der *Kronen Zeitung* Büro gegen Rennwagen. Neben ihm fungieren auch GroupM-CEO Peter Lammerhuber, T-Mobile-CEO Andreas Bierwirth, Philip Newald, CEO der Österreichischen Sportwetten GmbH, und Ernst Mayr, Geschäftsführer der Fussl Modestraße, als Testimonials der Kampagne.

Der Rennsport soll dabei symbolisch dem „kompetitiven Marketing-Alltag“ Rechnung tragen, erläutert Sabine Harnach, Bereichsleiterin Vermarktung *Kronen Zeitung*: „Auch in der Wirtschaft geht es um das Lenken, Steuern und Gas geben. Wir nutzen den Transfer in die Welt des Motorsports, um die *Kronen Zeitung* als perfekten Werbepartner in Szene zu setzen.“

„Natürlich freut es mich, dass wir so prominente Branchenvertreter und Werbekunden als *Krone*-Testimonials gewinnen konnten; sie verleihen der Kampagne Glaubwürdigkeit und Authentizität“, meint dazu Mediaprint-Geschäftsführer Gerhard Riedler. Realisiert wurde die B2B-Kampagne, welche ab sofort in Fachmedien Print und Online geschaltet wird, von der Agentur Gabler, Werbung, Film. (red)



Prominente Testimonials sollen die Eigenschaften der *Krone* vermitteln.



DER SCHNELLSTE WEG ZU MEHR WERBEWIRKUNG.

Wer mehr Wirkung für seine Werbung haben will, kommt einfach zu willhaben.at – eine der führenden Online-Plattformen Österreichs. Profitieren Sie von vielfältigen Werbemöglichkeiten, hoher Reichweite und effektivem Zielgruppen-Targeting in den Bereichen Auto/Motor, Immobilien, Karriere und Marktplatz.

Nichts wie los! Mehr übers Werben auf willhaben.at erfahren Sie unter Tel. 01 205500 32 oder werben@willhaben.at