



Mobile Werbeumsätze wachsen im ersten Halbjahr 2013 um 75,6 Prozent

Mobile Werbeumsätze wachsen im ersten Halbjahr 2013 um 75,6 Prozent. Die Dienstleistungsbranche ist Top-Mobile-Spender. Die Ernährungsindustrie investiert 300 Prozent mehr als im Vorjahr. Im ersten Halbjahr 2013 haben die werbungstreibenden Unternehmen in Deutschland 44,5 Millionen Euro brutto in Mobile Werbung investiert. Im direkten Vergleich zum ersten Halbjahr 2012 erzielt die Branche somit 2013 ein Plus von 75,6 Prozent. Dies zeigt die aktuelle Mobile Bruttowerbestatistik der Unit Mobile Advertising (MAC) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. in Kooperation mit Nielsen Media Research. Laut Prognose im "MAC Mobile-Report 2013/02" soll im Gesamtjahr 2013 ein Bruttoumsatz von über 105 Millionen Euro mit einem Marktwachstum von mindestens 70 Prozent erzielt werden. Der "MAC Mobile-Report 2013/02" kann auf www.bvdw.org kostenfrei heruntergeladen werden. Das Segment Mobile hat sich erwartungsgemäß sehr positiv entwickelt. Wir gehen davon aus, dass die mobilen Investitionen in Mobile Display Ads, Mobile Apps und Tablet Apps in Deutschland weiter steigen. Man kann heute sagen, dass Mobile Advertising den Durchbruch geschafft hat und inzwischen bei vielen Werbungstreibenden fester Bestandteil im Marketing-Mix ist", sagt Oliver von Wersch (G+J Electronic Media Sales), Leiter der Unit Mobile Advertising (MAC) der Fachgruppe Mobile im BVDW. Die Dienstleistungsunternehmen sind Top-Spender. Die Dienstleistungsbranche hat im ersten Halbjahr 2013 mit Werbeausgaben von 9,2 Millionen Euro am meisten in Mobile investiert und löst das Kraftfahrzeug-Segment (7,0 Millionen Euro) als Top-Mobile-Spender ab. Auch Telekommunikations- und Medienunternehmen haben ihre Ausgaben in Mobile Advertising in den ersten sechs Monaten des Jahres noch einmal deutlich erhöht. Die Telekommunikationsbranche gab 6,1 Millionen Euro aus. (+45 Prozent zum Vorjahreszeitraum) Die Medienunternehmen investierten 142 Prozent mehr Budget als in den ersten sechs Monaten 2012 und rangieren mit 4,7 Millionen Euro Spendings auf Platz 4 im Branchenranking. Der MAC Mobile-Report 2013/02 zeigt deutlich, dass immer mehr Unternehmen den Marketing-Kanal Mobile für sich entdecken, wie etwa die Lebensmittelindustrie. Die höchsten Zuwächse an mobile Spendings verzeichnen im ersten Halbjahr 2013 die Unternehmen aus diesem Segment. Gegenüber dem Vorjahr stiegen die Ausgaben um 295 Prozent auf 1,6 Millionen Euro an. Kampagnenbeispiele: Der "MAC Mobile-Report 2013/02" stellt in weiteren Kapiteln Fallbeispiele mobiler Kampagnen aus verschiedenen Branchen vor. Gezeigt werden unter anderem der erfolgreiche Einsatz von Touch Play Ads, HTML5 FullScreen PreExpandables sowie die Umsetzung einer interaktiven Multiscreen-Kampagne und einer iPad-App. Methodische Hinweise zum "MAC Mobile-Report 2013/02". Die Angaben über die Bruttowerbestatistik und Prognose des "MAC Mobile-Report 2013/02" basieren auf den gebuchten Werbekampagnen in Mobile Display Ads, Mobile Apps und Tablet Apps in Deutschland, die durch die in der Unit Mobile Advertising (MAC) organisierten Unternehmen umgesetzt wurden. Die Bruttowerbestatistik wird in Kooperation mit Nielsen Media Research herausgegeben. Der MAC Mobile-Report 2013/02 steht zum kostenlosen Download unter <http://www.bvdw.org/mybvdw/media/view?media=5153> bereit. Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter: http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_mac_report_2013. 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. Tim Woodroffe, Referent der Geschäftsführung, Marketing und HR. Tel: +49 211 600456-11, E-Mail: woodroffe@bvdw.org. Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V., Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf. www.bvdw.org

Pressekontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V.

40212 Düsseldorf

woodroffe@bvdw.org

Firmenkontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V.

40212 Düsseldorf

woodroffe@bvdw.org

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.