

BVDW: Multiscreen ist Pflicht nicht Kür

Fachgruppe Agenturen im BVDW informiert im Leitfaden Multiscreen über die Möglichkeiten geräteübergreifender Web-Strategien

Düsseldorf, 4. Juni 2013 – Internetnutzer greifen zunehmend von verschiedenen Endgeräten in unterschiedlichen Situationen auf das Web zu. Multiscreen ist keine Zukunftsvision sondern längst Realität. Werbungtreibende und Agenturen stehen vor der Herausforderung, zügig auf diesen Trend zu reagieren und geräteübergreifende Online-Strategien zu entwickeln. Die Fachgruppe Agenturen im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. zeigt mit dem neuen Leitfaden „Multiscreen“ Chancen und Möglichkeiten auf, die die Multiscreen-Nutzung für Marketing und Vertrieb bietet. Es beschreibt die konzeptionellen, technischen und gestalterischen Herausforderungen und zeigt Lösungsansätze auf. Der Leitfaden kann kostenlos unter www.bvdw.org als PDF-Dokument heruntergeladen werden.

„Eine integrierte Multiscreen-Strategie ist kein Luxus sondern sollte heute Pflichtbestandteil jeder Kommunikationsplanung sein.“, betont Malte Hasse (A&B One Digital), stellvertretender Vorsitzender der Fachgruppe Agenturen im BVDW. „Viele Unternehmen stehen allerdings vor der Frage, wie sie sich diesem komplexen Thema am besten nähern, dabei wollen wir Hilfestellungen geben.“

Der Inhalt des BVDW-Leitfadens „Multiscreen - Die Möglichkeiten geräteübergreifender Web-Strategien verstehen und sinnvoll einsetzen“ in der Übersicht:

- Einleitung
- Herausforderungen und Chancen
- Maßnahmen
- Multiscreen-Strategie
- Werbung im Multiscreen-Kontext
- Vermarktung
- Analyse und Tracking-Möglichkeiten
- Fazit und Ausblick

Die Fachautoren des BVDW-Leitfadens:

- Søren Birkemeyer (webfactory GmbH)
- Jan Borgwardt (LBI Germany AG)
- Annika Brinkmann (absichtbar.de)
- Christian Fernandez (kuehlhaus AG)
- Sandra Griffel (denkwerk GmbH)
- Malte Hasse (A&B One Digital GmbH)
- Nils Maskos (MFMC GmbH & Co. KG)
- Karsten Neumann (LBI Germany GmbH)
- Andreas Peters (JUNGMUT GmbH & Co. KG)
- Ingo Schwab (CROSSMEDIA GmbH)

- Andreas Selter (Sapient GmbH)
- Thomas Speicher (denkwerk GmbH)
- Olav A. Waschkies (Pixelpark AG)
- Marcel Zauche (denkwerk GmbH)

Hintergrundwissen zum Multiscreen-Trend

96,9 Prozent der Onliner nutzen das Internet zu Hause auf verschiedenen Endgeräten. Jeder Zweite surft unterwegs oder an öffentlichen Orten. Zu diesem Ergebnis kommen die AGOF internet facts 2013-01. Für Unternehmen bedeutet das, sie können mehr Berührungspunkte mit ihrer Zielgruppe schaffen und noch gezielter auf diese reagieren. Das stärkt die Bindung zum Konsumenten und erhöht die Kaufbereitschaft. Dabei steht nicht allein die Werbe-Kampagne im Fokus. Vielmehr geht es darum, den User zu begleiten, auf einen Device-Wechsel nahtlos zu reagieren und ihm je nach Nutzungskontext einen passenden Service anzubieten. Das heißt Unternehmen müssen sich nicht nur mit dem Online- und Konsumverhalten ihrer Zielgruppe differenziert auseinandersetzen, sondern technische Besonderheiten berücksichtigen und ihre Content-Strategie anpassen. Auch an die kreative Leitidee und die Gestaltung von Online-Angeboten werden neue Anforderungen gestellt. Denn Websites und Mobile Apps bringen nur dann Umsatz und Imagegewinn, wenn sie dem User einen echten Mehrwert bieten, einfach und effizient zu bedienen sind und darüber hinaus als Bereicherung erlebt werden. Der aktuelle BVDW-Leitfaden ist für Unternehmen Informations- und Praxishandbuch zugleich. Er beleuchtet alle relevanten Aspekte der Multiscreen-Kommunikation und gibt praktische Anregungen für die entsprechende Web-Strategie.

BVDW-Fachpublikationen zur digitalen Wirtschaft

Der neue BVDW-Leitfaden „Multiscreen - Die Möglichkeiten geräteübergreifender Web-Strategien verstehen und sinnvoll einsetzen“ ist ab sofort im BVDW-Online-Shop als PDF-Dokument kostenlos erhältlich. Weitere Fachpublikationen, aktuelle Studien sowie Marktberichte und Prognosen zur digitalen Wirtschaft stehen auf der BVDW-Website unter www.bvdw.org oder im BVDW-Online-Shop unter www.bvdw-shop.org zur Verfügung.

Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter:
www.bvdw.org/presseserver/bvdw_leitfaden_multiscreen

Kontakt:

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

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.**