

BVDW: Online Ad Summit 2013 erarbeitet praxisrelevante Lösungsansätze für Online-Werbemarkt

Erfolgreiche Auftaktveranstaltung zur dmexco 2013 / Experten diskutierten über Verantwortung und Stellenwert der Kreation in Online-Werbung

Köln, 18. September 2013 – Auf dem Online Ad Summit 2013, dem offiziellen Pre-Event zur dmexco, stellten sich in diesem Jahr zahlreiche Marktakteure in Vorträgen, Diskussionsrunden und Seminaren den zukünftigen operationalen Herausforderungen der Online-Werbebranche. Das Hauptaugenmerk lag dabei auf der Verantwortung der Vermarkter gegenüber den Endkonsumenten sowie auf dem Stellenwert der Kreation in Bezug auf die Entwicklung nutzerfreundlicher Online-Werbeinhalte.

„Wir müssen den Internet-Nutzern noch genauere und zielgruppengerechte Inhalte bieten“, erklärt **Jens Pöppelmann** (IP Deutschland), Leiter der Unit AdTechnology Standards im Online-Vermarkterkreis (OVK) des Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. in seiner Keynote. „Daher müssen wir den Bereich der Kreation in der Werbung noch verstärken und auch die technische Grundlage dafür verbessern.“

Keynotes und Diskussionen über aktuelle Entwicklungen

Dass die Zukunft der Online-Werbung verstärkt in Premium-Inhalten liegt, erklärte auch **Torben Heimann** (Improve Digital) während seiner Keynote-Speech zum Thema „Verantwortung und Kreation im Hinblick auf Realtime Advertising“. Torben Heimann: „Wenn wir die Kunden nicht verlieren möchten, müssen wir uns der Möglichkeiten bewusst werden, die wir im Hinblick auf Kundenbeziehung und Technologie nutzen können. So erreichen wir mehr Qualität und Kontrolle und das sorgt für Vertrauen auf Kundenseite.“

In einem Vortrag aus „Nutzersicht“, erläuterte **Felix Schwenzel** (Projektleiter und Blogger) warum er mitunter Probleme mit Online-Werbeinhalten hat. Dennoch gehe er davon aus, dass in kreativen Ideen und Ansätzen in denen Nutzer wählen können, welche Werbeinhalte sie zulassen, die Zukunft dieser Formate liegt.

In einem offenen Dialog diskutierten anschließend **Paul Mudter** (IP Deutschland), **Ulrich Kramer** (pilot GmbH), **Marcus Veigel** (Cynopsis Interactive GmbH) und **Felix Schwenzel** darüber, welche Verantwortung Vermarkter und Agenturen bei der Gestaltung und Auslieferung von Online-Werbung dem User gegenüber tragen. Dabei kamen die Diskussions-Teilnehmer darüber ein, dass auf Seiten der Vermarkter festgelegt wird, welche und wie viel Werbung platziert wird, bei Agenturen die Entscheidung liegt, wie sie den angebotenen Platz

nutzen. Jeder Teilbereich trägt die Verantwortung für Werbung, die sich der Nutzer gerne anschaut und somit interessant findet. Außerdem war man sich einig: Gute Werbung kostet, sei es in der Kreation oder in der Schaltung. Deshalb sei sie auch nur im Austausch der verschiedenen Teilbereiche untereinander möglich.

Seminare rund um effizientes Mediamanagement

Im Anschluss an die Vorträge beleuchteten verschiedene Seminare den Weg von der Erstellung des Werbemittels bis zur Auslieferung auf den Webseiten. Weiterhin wurden in Arbeitsgruppen weiterführende Themen behandelt und Seminare rund um die Akzeptanz und Erreichbarkeit der User sowie zum Thema Qualitätsmanagement abgehalten. Die Ergebnisse wurden in einer Closing Note und einer abschließenden Zusammenfassung präsentiert.

Über den Online Ad Summit 2013

Bereits zum zweiten Mal veranstalteten der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. und der Online-Vermarkterkreis (OVK) den Dialog für Werbungtreibende, Media- und Kreativagenturen, Vermarkter und Technologieanbieter. Durch das Programm des Online Ad Summit 2013 führte TV-Moderator Ralph Caspers.

Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter:
http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_oas_nachbericht_2013

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf
www.bvdw.org

Ansprechpartner für die Presse:

Tim Woodroffe, Referent der Geschäftsführung, Marketing und HR
Tel: +49 (0)211 600456-11, Fax: -33
woodroffe@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.**