

JULI  
13  
2012

Summit

## Mobile: Am Anfang, aber doch nicht mehr ganz

Autor [Gudrun Wolfschluckner](#)

Moderator Niko Alm (Super-Fi) versuchte seiner Expertenrunde bestehend aus Clemens Beer (Tupalo.com), Alexandra Deutsch (madvertise Mobile Advertising), Martin Pansy (Up to Eleven/sms.at) und Georg Koch (Herold Business Data) das Geheimnis für erfolgreiches Mobile-Marketing zu entlocken.



Clemens Beer (Tupalo.com), Alexandra Deutsch (madvertise Mobile Advertising), Moderator Niko Alm (Super-Fi), Martin Pansy (Up to Eleven) und Georg Koch (Herold Business Data) beim Fachsimpeln über das mobile Universum.

Das Expertenquintett des Panels „Mobile, Local, Social“, das sich Freitagnachmittag rund um Moderator Niko Alm auf dem Podium des Zeremonienraums der Wiener Hofburg einfand, war sich einig: Mobile Kommunikation und mobiles Marketing werden weiterhin an Bedeutung zulegen. Doch auch wenn in Branchenkreisen seit einigen Jahren jedes Jahr aufs Neue „das Jahr von Mobile“ ausgerufen wird, „sind wir zwar nicht mehr sehr aber wir sind noch am Anfang“, wie es Alexandra Deutsch, Geschäftsführerin von madvertise Mobile Advertising, formuliert und in Aussicht stellt: „Es wird noch ganz viel passieren in der nächsten Zeit“.

Die Prognosen bleiben also vage – zeigen aber eindeutig in die positive Richtung. Die Research-Zahlen, die Up-to-Eleven-Geschäftsführer Martin Pansy vorlegte, sprachen jedenfalls für diese Aussage und die Disziplin als solche. Die Grundaussage – ohne ins Detail zu gehen: Immer mehr Konsumenten nutzen das Smartphone während des Einkaufs – vor allem, um nach Produktbewertungen, Preisvergleichen, Empfehlungen in Social-Network-Kreisen oder nach Filialstandorten zu suchen.

Mehrere gute Gründe, warum Unternehmen das vielfältige Spektrum mobilen Marketings für ihre Zwecke erwägen und nutzen sollten, hatte etwa auch Georg Koch, Director Productmanagement Online & Mobile bei Herold Business Data parat – in seinem Verständnis fungiert Mobile als Bindeglied zur Interaktion zwischen Offline- und Online-Welt und somit gleichsam zwischen Käufer und Verkäufer.

Weitgehende Einigkeit auf dem Podium herrschte auch darüber, dass der Einsatz mobiler Kanäle von Fall zu Fall abzuwiegen sei und nicht zuletzt einer individuellen Kosten-Nutzen-Überlegung sowie „ehrlichen Vergleichen“ mit „klassischen“ Werbekanälen Stand halten müsse. Um das Spektrum der vielfältigen Möglichkeiten mobilen Marketings – von mobilen Websites und Apps bis zu Location-based-Services – realistisch in einer Strategie zu vereinen, präsentierten die Mobile-Experten auf dem Podium ihre unternehmensbasierten Ansätze und Lösungen sowie Best-Cases.



Summit 2012


Newsletter abonnieren

developed by [die.socialisten.at](#)

Gefällt mir

Registrieren, um sehen zu können, was deinen Freunden gefällt.

Twittern

Anrede\*: Firma 

Vorname\*:

Nachname\*:

E-Mail\*:

[Newsletter abonnieren](#)

## Aktuelle Jobs bei monster.at

WEB CONTENT EDITOR / COORDINATOR  
German/English  
Cross Media Designer/in  
Marketing-Dozent (m./w.)  
EDITOR/COPYWRITER (m/f)  
Praktikum zur Online Redakteur/in

holzhuber impaction Mediazone Kurier.at AdLIN ÖWA Summit 10  
DMVÖ Iphone Twitter Cannes Lions  
Vermarktungsgemeinschaften oe24.at ORF ambuzzador  
Dachangebote Facebook Einzelangebote Summit 1 summit  
Apple Cyber Lions Werbeplanung.at HOME Digital vi knallgrau Twitter  
Summit 2012 IAB Austria DMEXCO sms.at Cannes Lions Social  
Media twyn group e-dialog Super-Fi AboutMedia Ipad krone.at ÖWA  
Plus AdLink Facebook IQ mobile Cannes adworx  
MiggShare Google Social Media Goldbach Audience IAB  
**OWA** Werbeausgabe

Guide	News	Meinung	Karriere	Dossiers	Eintragen	Termine	ePapers	Ihr Profil	Impressum	Über Uns
Unternehmen Suche	Personalia	Mashup		E-Commerce	Unternehmen	Termin eintragen	update 2_2012	Persönliches		Mediadaten
Personen Suche	Marketing	Eingeloggt		Advertising	Person		update 1_2012	Unternehmen		Team & Kontakt
Werbeträger Suche	Medien	Max meint		Studien			Guide 2012	Werbeträger		AGB
	Agenturen			Mobile & Social			update 4_2011	Werbeformen		Fan Abo
	Vermarkter			Media				Personen		AGB Print
	In eigener Sache			Spendings				Referenzen		
	Karriere			Kreation				Zielgruppen		
	Onliner des Jahres							Mediadaten		