

Backgrounder Microsoft Advertising:

Mobile Marketing

Das Mobiltelefon ist auf dem besten Weg, zur wichtigsten digitalen Schaltzentrale für das moderne Leben zu werden. Schon heute telefoniert fast jeder Jugendliche und Erwachsene mobil. Doch nicht nur das: Unterwegs E-Mails lesen, Kino-Tickets bestellen oder sich vom Handy ins nächste Restaurant lotsen lassen – dem User stehen viele Optionen offen.

Windows Live Mobile Suite and Services

Mit *Windows Live Mobile* transferiert Microsoft die bewährten Windows Live Dienste und Anwendungen in die Welt des mobilen Internets. Das umfassende Angebot ermöglicht es allen mobilen Nutzern – ob 35-jähriger Business User oder 20-jährige Studentin – auch von unterwegs zu kommunizieren und ihre Erlebnisse, Gedanken, Neuigkeiten und Dateien mit Freunden und Kollegen zu teilen.

Die zentralen Dienste von Windows Live Mobile im Überblick:

- *Windows Live Messenger Mobile*: Unterwegs mit Freunden und Kollegen kommunizieren – kostengünstig und in Echtzeit
- *Windows Live Hotmail Mobile*: Die neuesten E-Mails direkt auf dem Smartphone – dank Direct Push Technologie
- *Windows Live Spaces Mobile*: Auch mobil tolle Erlebnisse und Fotos mit Freunden teilen
- *Live Search Mobile*: Informationen schnell suchen und präzise finden – mit einem Klick
- *MSN Mobile*: Immer die aktuellsten News und Trends parat – egal wann, egal wo

Die Vielseitigkeit und steigenden Nutzerzahlen des Mobiltelefons machen es als Werbemedium so interessant. Einer aktuellen Auswertung von M:Metrics und

Microsoft Advertising¹ zu Folge zählen die Internet-Suche, Nachrichten und Wetterdaten – alles Content, der über MSN Mobile zugänglich ist – zu den beliebtesten Inhalten, die unterwegs abgerufen werden. Ziel von Microsoft Advertising als weltweitem Vermarkter für die mobilen Dienste von MSN und Microsoft ist es, das Werbeportfolio im Sinne von Kunden und Konsumenten kontinuierlich um weitere zielgruppenspezifische Dienste zu erweitern. Paul Goode, Senior Analyst bei M:Metrics, dazu: „Obwohl die mobile Werbung noch in den Kinderschuhen steckt, zeigt sich bereits, dass sie sich zu einem wirkungsvollen Werbekanal entwickeln wird.“

Mobile Display-Werbung für MSN, Windows Live Hotmail und Windows Live Messenger

Mit Einführung der mobilen Display-Werbung für MSN, Windows Live Hotmail und Windows Live Messenger trägt Microsoft Advertising dem anhaltenden Wachstum im mobilen Umfeld Rechnung. Nach Belgien, Frankreich, Großbritannien, Japan, Spanien und den USA stehen seit Mai 2008 auch Werbetreibenden in Deutschland attraktive Werbeformate im GIF-Format bei MSN Mobile und Windows Live Mobile zur Verfügung.

Mobile Marketing eröffnet den deutschen Werbekunden vielfältige Einsatzbereiche – von einer schnellen Zielgruppenaktivierung über Marktbefragungen bis hin zur Präsentation aktueller Angebote. Dank mobiler Display-Werbung können sie jetzt über einen weiteren Kanal noch enger und in Echtzeit mit Konsumenten in Kontakt treten. Über den Erfolg einer Mobile Marketing-Kampagne entscheidet neben Kreativität und Zielgruppenrelevanz auch die Mehrwertqualität. Der Mehrwert für den Nutzer besteht in rasch abrufbaren, relevanten Informationen, Unterhaltung oder geldwerten Vorteilen, wie beispielsweise Coupons.

Steigende Nutzerzahlen in Deutschland, Europa und weltweit

Mobile Advertising ist generell ein sehr schnell wachsender Markt, mit großem Potenzial für Werbetreibende. Als Schlüsselfaktoren für eine steigende Akzeptanz des mobilen Internets und mobiler Dienste gelten neue Übertragungstechnologien wie UMTS und HSDPA, nutzerfreundliche Multimedia-Geräte und vor allem attraktive Preismodelle.

¹ M:Metrics und Microsoft Advertising, „Going Mobile: Erschließen Sie das Potenzial mobiler Internetnutzer“, Quelle: M:Metrics, September bis November 2007

Der „Mobile Research Guide 2008“, die aktuelle Studie der Unternehmensberatung Kirchner + Robrecht Management Consultants², liefert durch einen Vergleich von 50 Studien realistische Zahlen zum Thema. Demzufolge steigt die Nutzerzahl für das mobile Internet in Deutschland zwar nicht rasant, aber dennoch kontinuierlich an. Laut Schätzungen surfen derzeit rund 17 Prozent der Deutschen mobil im Internet, also knapp jeder Fünfte. Knapp 10 Prozent – 8 Millionen Deutsche – lesen bzw. schreiben E-Mails über ihr Handy. Der größte Anteil der mobilen Werbeausgaben entfällt bislang auf die Bereiche Display-Werbung und mobile Suche. Für Deutschland wird bis 2011 ein Volumen von rund 800 Millionen Euro im Mobile Ad-Market erwartet.

Spitzenreiter in der Verbreitung der UMTS-Technologie in Europa sind Österreich, Italien, Großbritannien und Skandinavien: In diesen Ländern werden bis Ende 2010 mehr als 60 Prozent der Mobilfunkteilnehmer über UMTS- oder HSDPA-fähige mobile Endgeräte verfügen, so die aktuelle Prognose „European Mobile Forecast: 2008 To 2013“ des US-Marktforschungsinstituts Forrester Research³. Auch die allgemeine Entwicklung in Europa stimmt optimistisch: Bereits in fünf Jahren sollen 38 Prozent aller Handy-Nutzer, also rund 125 Millionen, regelmäßig auf das Internet zugreifen.

In den USA ist das Mobile Internet bereits ein Massenmedium, wie eine aktuelle Studie von Nielsen Mobile belegt⁴. Inzwischen gibt es dort 40 Millionen Handy-User und 15 Prozent davon sind auch aktiv im Internet unterwegs – ein Spitzenwert weltweit. 60 Prozent der US-Mobilfunknutzer sind offen gegenüber mobiler Werbung; allerdings sind bislang auch erst 26 Prozent auf Werbung gestoßen. Das wird sich sicherlich in naher Zukunft ändern. Nicht umsonst liegen die Schätzungen für den globalen mobilen Werbemarkt bei rund zwölf Milliarden US-Dollar bis 2011⁵.

² Kirchner + Robrecht Management Consultants, „Mobile Research Guide 2008“, Juli 2008

³ Forrester Research, „European Mobile Forecast: 2008 To 2013“, März 2008

⁴ Nielsen Mobile, „Critical Mass: The Worldwide State of the Mobile Web“, Juli 2008, www.nielsenmobile.com/documents/CriticalMass.pdf

⁵ Siehe 2.

Pressekontakt

vibrio. Kommunikationsmanagement Dr. Kausch GmbH

Sabine Haimerl

Tel: +49 (0) 89 3 21 51-869

Fax: +49 (0) 89 3 21 51-77

E-Mail: sabine.haimerl@vibrio.de

Alle Presseinformationen sind auch unter <http://pressecenter.msn.de> zu finden.