

PRESSEINFORMATION

Hamburg, 3. März 2010

Fachverband Ambient Media blickt optimistisch ins Jahr 2010

Prüfungen zum FAM Qualitätssiegel fast abgeschlossen / 2 neue Mitglieder

Sahnehäubchen war gestern. Ausgerechnet im Krisenjahr 2009 scheint sich Ambient Media freigeschwommen zu haben, vom Nice-to-have-Medium, das mit den letzten paar Euros noch oben aufgetupft wird, hin zum festen Bestandteil einer Kampagne, für die Marketingentscheider schon mal richtig Geld in die Hand nehmen. Aufsehen erregende Kampagnen wie die von Axe, Mazda, Dove und Vodafone rückten die Ambient Medien im letzten Jahr zunehmend ins Licht der Öffentlichkeit. Grund genug für Thilo Raisch, Vorstandsvorsitzender des Fachverbands Ambient Media, optimistisch ins Jahr 2010 zu blicken: „Generell ist die Stimmung im Verband positiv. Viele Werbungtreibende haben gerade im letzten Jahr bewusst auf Ambient gesetzt. Das Krisenjahr scheint die Mediaplaner und Produktmanager stärker für Ambient sensibilisiert zu haben, hat sie experimentierfreudiger gemacht. Die Vorbuchungen für 2010 lassen vermuten, dass Ambient im Relevant Set der Mediaplaner verankert ist.“ Zahlreiche Gattungsmarketingmaßnahmen des FAM tragen auch in diesem Jahr dazu bei, das Bewusstsein der Werbungtreibenden für Ambient Media zu schärfen.

So haben bereits 21 Unternehmen die Prüfung zum FAM Qualitätssiegel bestanden. Die restlichen Anbieter werden von dem unabhängigen Auditor Michael Schega noch bis Ende März begutachtet. Transparenz der Auftragsabwicklung und Medialeistung stehen im Fokus der mehrtägigen Analyse der Unternehmensaktivitäten. Zu den Unterlagen, die der Prüfer dabei genauestens unter die Lupe nimmt, gehören die Preisstruktur ebenso wie die Auflagenzahlen, Standortlisten, Distributionsnachweise, Fotodokumentationen und Remissionsberichte. „Aufgrund der aufwändigen Prüfung und der großen Zahl der zu kontrollierenden Aufträge zieht sich die Zertifizierung immer bis zum Ende des ersten Quartals hin. Wir gehen aber davon aus, dass alle Mitglieder das FAM Qualitätssiegel bis Ende März vorweisen können“, erläutert Philipp Storm, der als FAM-Vorstand für den Bereich Qualität zuständig ist.

Von der Prüfung vorerst befreit sind neue FAM-Mitglieder. Sie müssen das FAM Qualitätssiegel erst binnen eines Jahres nach Verbandseintritt erwerben. Seit Anfang des Jahres sind die pth Mediaberatung und funpool mit an Bord des FAM. Als Full-Service-Kreativ-Agentur vermarktet die pth Mediaberatung (<http://bäcker-karten.de/>) mit Niederlassungen in München

und Nürnberg das neue Ambient Medium Card Bags: Bäckertüten werden dabei neben dem Backwerk mit einem responsefähigen Werbemittel bestückt. Werbung in Fitnesscentern ist das Spezialgebiet von funpool (<http://www.funpool.de/>). Das Berliner Unternehmen arbeitet bundesweit mit 1200 Sportcentern in den Bereichen Fitness, Fun- & Trendsport, Gesundheit & Wellness sowie Rackett zusammen.

Mit den zwei Neuzugängen gehören nun 35 Unternehmen dem Fachverband an, davon sind 29 Anbieter von Ambient Media, fünf sind Spezialmittler, dazu kommt ein außerordentliches Mitglied aus der Schweiz.

Presse-Kontakt:

pr-by-call

Vera Günther

Tel: 089 / 790 70 - 225

E-Mail: vera.guenther@prbycall.de

FAM-Geschäftsstelle:

Isabel Steinhagen, Bullerdeich 14, 20537 Hamburg

Tel: 040 / 254 943 - 46

E-Mail: steinhagen@fachverband-ambientmedia.de

Internet: www.fachverband-ambientmedia.de

Über den Fachverband Ambient Media e.V.

Der Fachverband Ambient Media e.V. (FAM), gegründet 2001, ist ein gemeinnütziger Verein mit Hauptsitz in Hamburg. Ziel ist es, Ambient Media als innovatives, wettbewerbsfähiges und intermedial vergleichbares Basismedium zu positionieren. Dazu gehört vor allem die Stärkung der Marktposition von Ambient Media im intermedialen Wettbewerb, u. a. durch wissenschaftliche Markt- und Mediaforschung sowie die Durchführung von eigenen und zur Unterstützung von anderen der Gattung dienlichen PR- und Marketingaktionen.

Von besonderer Bedeutung ist das vom FAM eingeführte und etablierte Qualitätssiegel, das zu mehr Qualität, Transparenz und Planungssicherheit beim Einsatz von Ambient-Medien beiträgt. Seit 2007 ist das Siegel – abgesehen von den Plakat Mediaagenturen – verbindlich für alle Mitgliedsunternehmen.

Aktuell zählt der FAM 35 Mitglieder aus der Ambient-Media-Branche.