

PRESSEINFORMATION

Hamburg, 10. Oktober 2008

Fachverband Ambient Media bleibt autark

Keine Verschmelzung zwischen FAM und FAW zum Fachverband Out of Home – OMG Outdoor und Screenvisions neu beim FAM

Das Thema gemeinsamer Fachverband Out of Home ist vom Tisch, die Fachverbände Ambient Media (FAM) und Außenwerbung (FAW) bleiben jeweils eigenständig. Auf seiner Hauptversammlung im spanischen Castelfelers haben die Mitglieder des Fachverband Ambient Media beschlossen, von einer Fusion der beiden Branchenverbände abzusehen. Was dem Fachverband Ambient Media neue Mitstreiter beschert hat.

So zählen die Hamburger seit Mitte September mit OMG Outdoor die Spezialmittler-Tochter der Omnicom Media Group (OMD/PHD) zu ihren Mitgliedern. Nicht zuletzt aufgrund der nicht zustande gekommenen Fusion, wie Matthias Grawitter, Geschäftsführer von OMG Outdoor betont: „Wir waren bislang eindeutige Verfechter eines Gesamtverbands Out of Home, glauben nun aber, dass beide Verbände unabhängig voneinander ihre Stärken besser entfalten. Um die Interessen unserer Kunden im Bereich Ambient Media zu wahren, ist es daher nur konsequent, dem FAM beizutreten.“

Auch das offensive Gattungsmarketing und das kontinuierliche Mitgliederwachstum fielen bei der Entscheidung für den FAM in die Waagschale: „Der FAM hat jetzt eine Professionalität gewonnen, zu der wir gerne unseren Beitrag leisten wollen“, erklärt Grawitter, der insbesondere vor dem Hintergrund der demnächst erscheinenden Neuauflage der Ambient Media Analyse die Zusammenarbeit zwischen Anbietern und Spezialmittlern intensivieren möchte: „Wir glauben, dass der FAM hierbei eine wichtige Rolle spielt.“

Zeitgleich mit der OMG begrüßt der FAM Screen Visions Media in seinen Reihen. Das Stuttgarter Unternehmen ist Spezialist für die Vermarktung von Werberechten auf, an und im Umfeld von Videowänden. Da die oft bei Events

wie Open-Air-Konzerten oder Public Viewings eingesetzt werden, finden die Schwaben im FAM, der für Außenwerbung im direkten Lebensumfeld der Zielgruppen steht, ein geeignetes Forum. Gregor Schmidt, Projektleiter bei Screen Visions Media: „Durch die ausgewählte Mitgliederstruktur profitieren wir von einer optimalen Betreuung. Gleichzeitig garantieren die steten Leistungskontrollen durch den Verband, dass wir unseren Kunden stets höchste Qualität bieten.“

Bereits im Juni bzw. Juli sind die Berliner GreenHanger GmbH und die Bensheimer On TOP marketing & sales GmbH dem Verband beigetreten. GreenHanger vermarktet Werbung auf den Kleiderbügeln, die Chemische Reinigungen an ihre Endkunden verteilen. ON TOP marketing & sales berät Kunden in allen Belangen des Community- und Ambient Marketing. Dem Fachverband Ambient Media gehören damit nun 43 Unternehmen an. Einen Überblick über deren Portfolio können Mediaentscheider und Marketingverantwortliche zwischen 30. Oktober und 1. November in Frankfurt gewinnen, wo der Fachverband Ambient Media auf der VISCOM, der internationalen Fachmesse für visuelle Kommunikation, mit einem eigenen Stand (Halle 3.0 Stand G64) vertreten ist. Neben den alt bewährten Bereichen Werbeschilder, Individualschilder, Lichtwerbung, Präsentationstechnik, Werbepartikel etc. präsentiert die Fachmesse in diesem Jahr erstmals neu den Bereich Ambient Media.

Presse-Kontakt:

pr-by-call

Vera Günther

Tel: 089 / 790 70 - 225

E-Mail: vera.guenther@prbycall.de

FAM-Geschäftsstelle:

Anja Stöwesand, Bullerdeich 14, 20537 Hamburg

Tel: 040 / 254 943 - 46

E-Mail: stoewesand@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 Meinungsforschung auf dem Gebiet des Werbewesens sowie die Durchführung von eigenen und zur Unterstützung von anderen geeigneten PR- und Marketingaktionen.

Seit 2006 kooperiert der FAM mit dem Art Directors Club (ADC), der den bedeutendsten deutschen Kreativwettbewerb veranstaltet.

Von besonderer Bedeutung ist auch 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 40 Mitglieder aus der Ambient Media Branche.