

*Der Werberaum – unendliche Möglichkeiten.
Wir schreiben das Jahr 2008.
Dies sind die Abenteuer des Fachverbands Ambient Media,
der mit seiner 37 Unternehmen starken Besatzung seit sieben
Jahren auf unserem Planeten unterwegs ist,
um alternative Medien zu erforschen,
neue Werbeformen und neue Zielgruppen.
Viele Lichtjahre von den klassischen Medien entfernt,
dringt Ambient Media zu Zielgruppen vor,
die kein Werber mehr mit klassischen Medien erreicht.*

PRESSEINFORMATION

3. April 2008

Fachverband Ambient Media lädt ein zur Reise in neue Werbedimensionen

Ambient Media Spacelab im Rahmen des Art Directors Club in Berlin

Wir schreiben das Jahr 2008. George Orwell und der Telescreen sind tot. Die Menschheit hat sich zu einer freizeit- und konsumorientierten Rasse weiterentwickelt, die nur schwer über passive Berieselung durch klassische Medien erreichbar ist. Ausgestattet mit einem kritischen Geist und einer überragenden Intelligenz, zeichnet sie sich durch unvergleichliche Mobilität, zunehmende Flexibilität und extreme Experimentierfreude aus. Innovative Werbeformate übernehmen dabei unaufhaltsam die Rolle der historischen Massenkommunikation auf dem Planeten Erde...

Mittlerweile erforschen 37 innovative Unternehmen die Lebensumfelder der Erdbewohner, finden und erfinden immer wieder neue, überzeugende und faszinierende Werbeformen. Einen Blick in diese neuen kreativen Sternstunden der Werbung können Kreative, Werbetreibende und Mediaplaner zwischen 9. und 14. April im „Ambient Media Spacelab“ werfen, das der Fachverband Ambient Media (FAM) im Rahmen des ADC-Festivals in den Premium Hallen, einem alten Industrie-Areal mitten in Berliner Kreuzberg, einrichtet. Bei einer Flasche „space bubbles“ können sich die ADC-Besucher in der FAM-Lounge vom anstrengenden Gang durch die Kreativ-Ausstellung ausruhen und ganz nebenbei in die schöne neue Welt der Ambient Media eintauchen.

Das „space manual“ gibt den Besuchern des Spacelab Orientierung in der Terra Incognita. Das von der Berliner Werbeagentur AMBERDESIGN gestaltete, 92 Seiten starke „Handbuch zur Eroberung unentdeckter Räume und Welten“ enthält Daten und Fakten von über 120 Ambient Media Formaten sowie von 35 Anbietern und Spezialmittlern

in Deutschland. Mit Beispielkampagnen und Studienergebnissen liefert es Werbetreibenden zahlreiche Anregungen, wie sie dem veränderten Mediennutzungsverhalten mittels Ambient Media begegnen können.

Die Kooperation mit dem ADC bewährt sich in diesem Jahr bereits zum dritten Mal. So konnte der FAM, der seinen Ambient Media Showcase jedes Jahr unter ein neues Motto stellt, sowohl in der „Jagd Lounge“ im Jahr 2006 als auch im „Ambient Media Camp“ (2007) mehrere tausend Besucher begrüßen. „Wir müssen das Wissen über Ambient Media gerade bei Werbeagenturen und den Mediaentscheidern in den Unternehmen kontinuierlich steigern. Der ADC bietet den idealen Rahmen dafür“, erklärt Frigga Thern, Vorstandsvorsitzende des FAM.

Das „Ambient Media Spacelab“ finden alle Interessierten in Halle drei der Premium Hallen, Luckenwalder Str. 4 – 6, Berlin-Kreuzberg.

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 37 Mitglieder aus der Ambient Media Branche.