

FAM setzt auf Qualität, Forschung und Digitalisierung

Highlights der diesjährigen Hauptversammlung des Fachverbandes Ambient Media e.V. auf Palma de Mallorca waren die hervorragenden Ergebnisse der Qualitätssiegelprüfung sowie der Vortrag von Martina Vollbehr, Geschäftsführerin pilot Hamburg über Mobile Trends & Ambient Media. Der Vorstand wurde im Amt bestätigt und möchte Digitalisierung innerhalb der Branche weiter vorantreiben.

Köln, 01. August 2016

Die diesjährige Hauptversammlung des Fachverbandes Ambient Media e.V. vom 2.-3. Juni stand ganz unter den Zeichen Qualität & Digitalisierung.

Besonders erfreulich waren die Ergebnisse der Prüfungen für das FAM Qualitätssiegel, die allesamt auf sehr hohem Niveau lagen. Hierzu Markus de Vries (Vorstand Qualität): „Die hohe Qualität und Bedeutung des FAM-Qualitätssiegel innerhalb der Branche spiegelt sich in den Ergebnissen und der Anzahl an Zertifizierungen wider. Im Vergleich zum Jahr 2015 konnten sieben Siegel mehr erteilt werden, alleine für den Bereich „Promotion“ wurden vier neue Qualitätssiegel vergeben. Von den insgesamt 32 Qualitätssiegeln konnten 31 Siegel mindestens 85% der erreichbaren Punktzahl erzielen, was ein hervorragender Wert ist. Mit über 96% erreichte die DSA youngstar GmbH für den Bereich Promotion das beste Prüfergebnis 2016.“

Weiter intensiviert wurde der Bereich Forschung. Die Zusammenarbeit mit Nielsen konnte durch ein neues Online-Eingabe-Tool im letzten Jahr sehr gut optimiert werden. Außerdem konnten neue Werbeformen eingepflegt und auch im digitalen Bereich Spendings ausgewiesen werden.

Die nächste AMA (Ambient Media Analyse) wird derzeit mit noch weitreichenderen Informationen zu Touchpoints und Ambientmedien neu aufgelegt. Erstmals soll ein Teil der Studie auch Online für alle Werbetreibende und -mittler zählbar

sein. Mit der neuen AMA werden die Ambientmedien ihr exzellentes Leistungs-niveau mit detaillierten Daten nachweisen können. Die erste Erhebungswelle wird noch 2016 stattfinden.

Bei den diesjährigen Wahlen wurde der FAM Vorstand in seinem Amt bestätigt. Antonio Esmail (novum! Werbemedien) übernimmt als Vorstandsvorsitzender weiterhin den Bereich Kommunikation, Sibylle Lucke (it works) leitet auch zukünftig das Ressort Marktforschung Markus de Vries (contrast MEDIA SERVICE) bleibt Vorstand Qualität, Stefan Wasmuth (UAM Media Group) bleibt Vorstand AMA.

Neuer Schatzmeister ist André Mücke (DSA youngstar) mit Pascal Dittmann (Unicum Marketing GmbH) an seiner Seite als neuem Rechnungsprüfer.

Ein besonderes Highlight der diesjährigen Hauptversammlung war der Vortrag von Martina Vollbehr, Geschäftsführerin pilot Hamburg, die als Gastrednerin über „Mobile Trends & Ambient Media“ das große Potential der Verknüpfung von Mobile & Ambient betonte: „Die Kombination aus Mobile und Ambient trifft den aktuellen Zeitgeist perfekt: Insbesondere junge Zielgruppen sind mobil – und das im doppelten Sinne des Wortes. Fast jeder verfügt über ein Smartphone und die meisten sind mehrmals am Tag unterwegs. Sie gehen zur Schule, Uni oder Arbeit, zu Freunden oder zum Sport und betreten damit genau die Spielfläche, in der Ambient Media-Maßnahmen verortet sind. Das heißt: Gamification, die Vermessung der eigenen Leistung und Fotos oder Video posten, ist der gelebte Alltag junger Zielgruppen – und sich hier als Marke am Point of Interest entsprechend darzustellen, schafft auch neue Markenerlebnisse. Wenn es mittels Ambient Media also gelingt, nicht nur ‚platte‘ Botschaften zu vermitteln, sondern die Zielgruppe tatsächlich zur Interaktion zu bringen, dann sind ‚Werbemaßnahmen‘ auch erfolgreich. Die mobile Nutzerschaft ist vorhanden, doch sind die Werbeinvestitionen vergleichsweise gering. Aktuell fehlt es noch an guten Konzepten, die Mobile und Ambient erfolgreich kombinieren – und genau hier müssen Marken nun ansetzen.“

Antonio Esmail setzte als Ziel des FAM im nächsten Verbandsjahr, die gewonnene Dynamik des FAM weiter zu fördern, um die Vielseitigkeit von Ambient gerade im Zusammenspiel mit der Digitalisierung zu stärken: „Die fortschreitende Digitalisierung ist für unsere Branche eine große Chance weiter an Bedeutung im Mediamix zu gewinnen. Gerade die Kombination von Ambientmedien mit Mobile-Marketing und / oder Onlinemedien bietet Möglichkeiten, Kampagnen zukünftig noch spitzer als bisher und noch zielgruppenaffiner zu realisieren und dem Kunden damit einen größtmöglichen Kampagnenerfolg zu bescheren.“

Pressekontakt

FAM-Geschäftsstelle:

Nicole Bunzek

Kamekestr. 20-22

50672 Köln

Tel: 0221 / 75 92 59 12

E-Mail: bunzek@fachverband-ambientmedia.de

Internet: www.fachverband-ambientmedia.de

Für Nachfragen an Martina Vollbehr wenden Sie sich bitte an:

Martina Vollbehr

pilot Hamburg GmbH & Co. KG

Neue Rabenstraße 12

20354 Hamburg

Tel.: 040 / 303766-63

E-Mail: M.Vollbehr@pilot.de

pilot-Website: www.pilot.de

Über den Fachverband Ambient Media e.V.

Der Fachverband Ambient Media e.V. (FAM) wurde 2001 mit dem Ziel gegründet, 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 OoH-Mediaagenturen – verbindlich für alle Mitgliedsunternehmen. Zudem arbeitet der Verband zur Datenerhebung mit der Nielsen Company zusammen und ist Förderer der Ambient Media Analyse (AMA).

Über pilot (www.pilot.de)

pilot macht Werbung für das digitale Zeitalter. Eingebettet in Markt- und Werbeforschung spielen bei pilot die Bereiche Media, Kreation und Technologie nahtlos zusammen. Das Angebot der unabhängigen und inhabergeführten Agenturgruppe umfasst Mediaberatung Online/Offline, Kreation, Web-TV, Mobile und Social Media Marketing, Programmatic Advertising, Performance Marketing, Forschung, Medien- und Industriekooperationen sowie Content und Technologien für digitale Screens.

Gestartet ist pilot 1999 als Mediaagentur für klassische und digitale Medien. Aber auch die Gestaltung und Produktion von Werbekampagnen war von Anfang an ein wichtiger Baustein des Leistungsspektrums. Denn eine Trennung von Media und Kreation sowie von klassischen und digitalen Medien gehört der Vergangenheit an. Entscheidend ist für pilot daher eine enge Vernetzung von Kompetenzen und Fachbereichen.

Heute arbeiten bei pilot über 350 Experten der unterschiedlichsten Spezialgebiete an den Standorten Hamburg, München, Berlin, Stuttgart und Wien. Gemeinsam entwickeln sie Markenkommunikation, die nachweisliche Erfolge für Werbungtreibende bringt. Zu den Kunden der Agentur zählen namhafte nationale und internationale Unternehmen wie zum Beispiel Bauer Joghurt, Boehringer Ingelheim, BORCO-Marken-Import, Conditorei Coppenrath & Wiese, DasErste, Deutscher Sparkassen- und Giroverband, EnBW, Fidelity, Fisherman's Friend, Henkell & Co. Gruppe, Jack Wolfskin, Meggle, Melitta, mentos, mobilcom debitel, New Yorker, OTTO, Procter & Gamble, Radeberger-Gruppe, Reemtsma, Techniker Krankenkasse und Volkswagen Bank.

pilot ist Gründungsmitglied von Local Planet, einem globalen Verbund unabhängiger und inhabergeführter Mediaagenturen (www.localplanetmedia.com).