

Erfolgsfaktor Bewegtbild

Konferenz beleuchtet das Zukunftspotenzial von digitaler Bewegtbildwerbung

Bewegte Bilder im Web begeistern die Internet-Nutzer und erfreuen die Online-Werbewirtschaft. Die Werbeausgaben in diesem Bereich sind 2011 elfmal so hoch wie noch vor drei Jahren und betragen laut OVK Online-Report 2011/12 inzwischen 184,2 Millionen Euro. Der Online-Vermarkterkreis (OVK) rechnet auch

weiterhin mit hohen Wachstumsraten. Da ist es naheliegend, dieses Online-Werbe-segment in den Fokus zu rücken. Genau das hat der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) getan: Ende Oktober fand in Berlin die Bewegtbild-Konferenz statt.

In seiner Keynote skizzierte Daniel Knapp, Head of Advertising Research beim Marktforschungsunternehmen IHS Screen Digest, Erfolgsstrategien und Trends. Patrick Holtkamp, Key Client Director Digital bei der Agentur Parasol Island, ebenfalls ein Keynote-Speaker, unterstrich, wie wichtig Kreativität für Bewegtbildwerbung im Web ist. Als gelungene Beispiele nannte er „Being Henry“, eine völlig neue Art der Markenwerbung im Web von Range Rover (www.helloevoque.com/beinghenry). Hier wird dem Zuschauer eine Geschichte erzählt, in die er selbst per Mausklick eingreifen kann. Aufgrund der Entscheidungen, die der Nutzer trifft, wird ihm ein personalisiertes Modell des Range Rover Evoque präsentiert.



Viel Erfahrung mit Bewegtbildproduktion: Stefanie Behr, Bavaria Film Interactive



BEWEGTBILD IM WEB

Abschluss-Panel: Curt Simon Harlinghausen, Akom360 (li.), und Matthias Ehrlich, United Internet Media



Arndt Groth, Präsident des BVDW, eröffnet die Bewegtbild-Konferenz

In den anschließenden Panels diskutierten Experten über Branded Entertainment als Treiber der Markenkommunikation im Web, über Werbewirkung und über die

Zukunft des Fernsehens in einer sich verändernden Medienlandschaft. Zur Bewegtbild-Konferenz kamen rund 160 Teilnehmer nach Berlin. is

Belboon lädt zur Academy

Rund 170 Werbekunden, Publisher und Agenturvertreter konnte Belboon Ende Oktober zur Belboon Academy im Berliner Ritz Carlton Hotel begrüßen. Der Affiliate-Netzwerkbetreiber nutzte die Gelegenheit, um erste Einblicke in sein neues Publisher-Portal zu geben, das ab 2012 starten soll. Außerdem brachten kompetente Referenten wie Rechtsanwalt Martin Bahr, Facebook-Experte Philipp Roth und Tom Rother von Quisma die Teilnehmer auf den aktuellen Stand in Sachen Affiliate Marketing. Auf der abschließenden Podiumsdiskussion waren sich die Teilnehmer einig: Affiliate Marketing wird professioneller – und muss sich besser in das Zusammenspiel mit anderen Marketingkanälen integrieren. fk

Im Gespräch: Belboon-Chef Kester (li.) mit RA Martin Bahr (re.)



Große Runde: Experten diskutierten die Affiliate-Zukunft

Gut besucht: Rund 170 Teilnehmer kamen ins edle Ritz Carlton nach Berlin

Termine@internetworld.de

■ CIO Gipfel 2011

An ausgewählte Personen, Geschäftsführer und Vorstandsmitglieder aus den Bereichen IT und E-Commerce richtet sich die Veranstaltung, die mit den Themen „Green IT“, „Strategie des IT-Management“ und „Cloud Computing“ aufwartet.

Termin: Bonn, 27. bis 29. November 2011

Kosten: Teilnahme nur auf Einladung

Infos: www.ciogipfel.com

■ E12-Gipfel 2011

Mit der Keynote „Was das digitale Business von den besten Design-Innovatoren lernen muss?!“ richtet sich der Kongress an Internet-Professionals. Zu den Themen der Veranstaltung zählen unter anderem „New Digital Mobility: Best Digital Cases für mobile Endkunden“ sowie „Die Macht der Technologie“.

Termin: Karlsruhe, 28. und 29. November 2011

Kosten: 480 Euro zzgl. MwSt.

Infos: www.e12gipfel.de

■ Mobile Business Conference

Auf der Konferenz erfahren Teilnehmer, was für ein erfolgreiches Mobile Business entscheidend ist. Themen sind Mobile Marketing, Mobile Commerce sowie Apps und Co.

Termine: Köln, 29. und 30. November 2011

Kosten: 799 Euro; Leser der INTERNET WORLD Business zahlen 699 Euro (Code: MBC11iwb); Preise zzgl. MwSt.

Infos: www.mobile-business-conference.de

■ Usability Kongress 2011

Vor allem Verantwortliche aus den Bereichen E-Commerce, Online Marketing und Web-Agenturen wollen die Veranstalter ansprechen. Im Programm: Textgestaltung, Mobile Shopping, UX-Testing in agilen Umgebungen, „Das muss Ihr Checkoutprozess bieten“ und vieles mehr.

Termin: Frankfurt, 29. und 30. November 2011

Kosten: 939 Euro (2 Tage), 629 Euro (1 Tag); Preise zzgl. MwSt.

Infos: www.usability-kongress.de

■ Social Media Conference

Die Anwenderkonferenz zu Facebook, Twitter, Youtube und Co. gibt einen Überblick über Fragestellungen zum Thema Social Media.

Termin: Hamburg, 5. und 6. Dezember 2011

Kosten: 490 Euro (1 Tag), 790 Euro (2 Tage); Leser der INTERNET WORLD Business zahlen 390 Euro bzw. 690 Euro (Code: SMC11IWB); Preise zzgl. MwSt.

Infos: www.socialmediaconference.de

■ Online Handel 2012

Unter dem Motto „Online wird zu No-Line Handel“ richtet sich die Kongressmesse an die E-Commerce-Branche. Im Fokus: M-Commerce, neue Geschäftsfelder, Cross-Channel-Handel, Online-Handel im B2B, Marken-Webshops und der Workshop „Social Commerce“ (17. Januar).

Termin: Bonn, 18. und 19. Januar 2012

Kosten: 1.290 Euro (Frühbucherrabatt bis 15. November: 990 Euro) zzgl. MwSt.

Infos: www.managementforum.com/online-handel

■ M-Days 2012

In vier parallelen Kongresssträngen diskutieren und erläutern nationale wie internationale Vertreter der Mobile-Industrie Trends der Branche. Darüber hinaus finden Vorträge auf der Messebühne statt. Und auch Start-ups erhalten die Gelegenheit, ihre Apps auf einer eigenen „App Stage“ vorzustellen.

Termin: Frankfurt, 1. und 2. Februar 2012

Kosten: Noch nicht benannt

Infos: www.m-days.com

■ EuroCIS 2012

Auf der „The Leading Trade Fair for Retail Technology“ geht es um die optimale Vernetzung der verschiedenen Vertriebskanäle und individuell zugeschnittene digitale Services, die dem stationären Handel zusätzliche Einnahmen generieren sollen.

Termin: Düsseldorf, 28. Febr. bis 1. März 2012

Kosten: 22 Euro (Online-Vorverkauf: 15 Euro)

Infos: www.eurocis.com