

Out There Media Das Mobile Advertising-Unternehmen erreicht heute über 100 Mio. User in 14 verschiedenen Märkten

„Konsumenten überall und jederzeit erreichen“

In Österreich ist Out There Media Exklusivpartner von mobilkom und T-Mobile-Vermarkter InteractiveMedia.

PETER SUWANDSCHIEFF

Wien. Es war Ende 2006 als, Out There Media, die heimische Spezialagentur für Mobile Advertising, von Kerstin Trikalitis und Daphne Loukas gegründet wurde. Heute zählt das Unternehmen mit Headquarter in Wien sowie Büros in Athen, Kiew, Sofia (seit 6. März) und Los Angeles zu den internationalen Marktführern in diesem Segment. Durch Kooperationen mit 15 Mobilfunkbetreibern in 14 verschiedenen Ländern erreicht Out There Media über den selbst entwickelten Mobile Advertising Marketplace „Mobucks“ mehr als 100 Mio. Handybesitzer.

In Österreich ist Out There Media Exklusivpartner der mobilkom austria und – seit Jahresbeginn – der lokale Partner der InteractiveMedia (100%ige Tochter und Exklusivvermarkter von T-Mobile Österreich). Zudem arbeitet das Unternehmen mit Orange und „3“ (Hutchison 3G Austria) und erreicht so die gesamte österreichische Handybevölkerung.

„Enormes Potenzial“

Den starken CEE- und SEE-Fokus des Unternehmens erklärt Trikalitis so: „Die absolute Zahl an Handybesitzern in diesen Märkten ist sehr hoch. Wenn ich beispielsweise in der Ukraine nur ein Drittel der User erreiche, ist das schon mehr als ganz Österreich.“ Demgegenüber sei die Internetpenetration vergleichsweise klein, wodurch eine hohe Affinität zu mobiler Werbung bestehe. In Österreich – mit einer Mobilfunkpenetration von 120% – werde vor allem die Anzahl an UMTS-fähigen Handys oder Smartphones rasant wachsen, prognostiziert Trikalitis.



GF Alexandra Deutsch und CEO Kerstin Trikalitis rechnen durch die Krise mit einem „astronomischen Wachstum“ für 2009.

„Wir sind ein One-Stop-Shop, der End-to-End-Lösungen bietet“, bringt Alexandra Deutsch, VP Operator Relations bei Out There Media, einen der USPs des Unternehmens auf den Punkt. Das Leistungsspektrum reicht von kreativen Services wie Konzeption und Visualisierung bis zur technischen Umsetzung von mobilen Kampagnen – „die Kampagnen werden laufend optimiert und die Budgets somit bestmöglich eingesetzt“, geht Trikalitis ins Detail. „Es gibt schier unendlich viele Möglichkeiten.“

Detaillierte Reports geben Aufschluss über die Kampagnenerfolge – „damit ist der Nutzen klar und transparent messbar“, so Trikalitis weiter.

Die oberste Maxime: Inhalte zu liefern, die den Verbraucher interessieren und ihm bzw. ihr Spaß machen. Gewährleistet werde

dies über ein Opt-in-Verfahren, bei dem die Handybesitzer ihr Einverständnis über den Erhalt von Werbebotschaften zu bestimmten Themengebieten abgeben. „Direkt und interaktiv“, charakterisiert Trikalitis diese Werbeform. „Man kann die Konsumenten überall und jederzeit erreichen.“ Deutsch spricht vom „ersten persönlichen Massenmedium – jeder hat sein eigenes Handy.“

Die Anzahl jener Kunden, die ausschließlich auf Mobile Advertising setzen, ist laut Trikalitis im Steigen begriffen. Das Motto: „Weg von teuren, hin zu effektiven und messbaren Werbeformen.“ Als Beispiel nennt Deutsch eine Mobile-Kampagne zum Launch des James Bond-Films letztes Jahr: „8.000 User haben sich den Trailer auf ihrem Handy angesehen. Die Klickrate betrug über 3,6 Prozent

innerhalb von zwei Wochen.“ Ein Richtwert: Der Listen-TKP bei der mobilkom liegt bei etwa 60 €, wie Deutsch berichtet.

„Jaguar hat erst kürzlich bekannt gegeben, dass das Mobile Advertising Budget in den USA 2009 auf 1,6 Millionen Dollar aufgestockt wird. Ziel ist damit die Steigerung der Awareness und die Generierung von Interessenten für die Luxusmarke durch den Kanal „Mobile“, so Trikalitis.

Obwohl sich der Markt insgesamt rasant entwickelt, sehen Deutsch und Trikalitis den Bedarf, diese Werbeform in Österreich noch stärker zu etablieren – nicht nur innerhalb der Agenturen, sondern auch in den Köpfen der Marketingleiter. Zu diesem Zweck werden in regelmäßigen Abständen Informationsveranstaltungen und Roadshows durchgeführt.