



Pressemitteilung

omd steigert Besucherzahl/Online-Werbung erwartet zweistelliges Wachstum für 2004

online-marketing-duesseldorf 2003: Ins Netz kommt Bewegung

Düsseldorf, 2. Oktober 2003. Mit äußerst positiven Signalen für die Internet-Branche ging heute die online-marketing-duesseldorf 2003, die führende Fachmesse für Werbung und Marketing via Internet, zu Ende. 2.700 Besucher, rund 60 Prozent mehr als im Vorjahr, informierten sich in der Düsseldorfer Rheinterrasse in den Messerräumen und dem begleitenden Fachkongress zwei Tage lang über aktuelle Themen des Online-Marketings. 48 Aussteller (im Vorjahr 36) zeigten erfolgreiche Fallbespiele aus der Marketing-Praxis.

Die hervorragende Besucher- und Ausstellerentwicklung der omd 2003 steht stellvertretend für die positive Entwicklung der gesamten Branche. Nach der aktuellen omd-Besucherumfrage, durchgeführt von der Claus Bühs Consulting, Krefeld, rechnen die Marketing- und Media-Entscheider mit einem deutlichen Plus der Online-Werbung für 2004: 35 Prozent erwarten ein Wachstum der Werbeinvestitionen über zehn Prozent, 59 Prozent ein Wachstum bis zehn Prozent. Rund die Hälfte der Befragten plädiert dabei für eine stärkere Vernetzung der klassischen mit den Online-Medien. Allerdings, so die Meinung der omd-Besucher, mangelt es in vielen Firmen noch an der Umsetzung vernetzter Werbekonzepte. Rund zwei Drittel der Entscheider wollen im kommenden Jahr verstärkt neue Rich Media-Werbeformen wie z.B. Bewegtbild, Streaming oder Audio einsetzen.

Für den Messeveranstalter, die Division New Media der Igedo International, war die omd 2003 ein voller Erfolg: „Düsseldorf ist ein optimaler Standort für Veranstaltungen rund um Werbung und Kommunikation. Die omd 2003 hat bewiesen, dass qualitativ hochwertige Kongressmesse-Formate sich auch in schwierigen Zeiten bewähren und als Konjunktur-Barometer wichtige Impulse für die Branche setzen können“, resümierte Gerald Böse, Geschäftsführer der Igedo International GmbH. „Die online-marketing-duesseldorf ist als zentraler Branchentreff gesetzt und in diesem Jahr auch verstärkt als Plattform für die konkrete Geschäftsanbahnung genutzt worden,“ bilanzierte auch Frank Schneider, Projektleiter der omd 2003.

Christian Muche, Sprecher des Online-Vermarkterkreises und Commercial Direktor von Yahoo! Deutschland, ergänzt: „Die Anzahl und die Qualität der Kontakte haben deutlich zugenommen. Für das starke Besucherwachstum sind vor allem die Werbungtreibenden verantwortlich. Die Vermarkter gehen davon aus, dass durch die erfolgreiche omd das Geschäft im vierten Quartal anziehen wird. Die omd ist als zentraler Branchen-Event gesetzt und auch dafür prädestiniert, angrenzende Themenbereiche wie Mobile oder E-Mail-Marketing zu behandeln.“ Auch Arndt Groth, Präsident des Verbandspartners dmmv und CEO von Interactive Media CCSP GmbH, zieht ein positives Fazit: „Besonders die konkreten Erfolgsbeispiele von Online-Werbung, die in den Case Studies auf der omd präsentiert wurden, sind von den Werbungtreibenden sehr positiv aufgenommen worden. Das Konzept einer offenen, praxisorientierten Kongressmesse ist von den Kunden und Besuchern voll bestätigt worden. Wir würden uns für 2004 eine noch stärkere Integration der Themenfelder E-Commerce, Mobile und Permission-Marketing wünschen.“

Zahlreiche prominente Keynotes, hochkarätige Experten-Vorträge und Diskussionsrunden boten den Kongressteilnehmern auch am zweiten Veranstaltungstag Informationen aus erster Hand. So informierte Greg Stuart, CEO des Interactive Advertising Bureau, New York, darüber, wie Marken ihre Werbekampagnen durch crossmediale Konzepte optimieren können. Ein Round-Table der Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung (AGOF) unter der Leitung der AGOF-Vorstände Harald Kratel und Jürgen Sandhöfer zeigte den Fahrplan für die künftig einheitliche Online-Währung auf.

Die online-marketing-duesseldorf wird im kommenden Jahr wieder Anfang Oktober und erneut in Düsseldorf stattfinden.

Weitere Informationen zu Messe und Kongress sowie die **aktuelle Ausstellerliste** erhalten Sie unter **www.ond2003.com** oder bei den zuständigen Ansprechpartnern:

online-marketing-duesseldorf

Frank Schneider
Stockumer Kirchstr. 61
40474 Düsseldorf
Tel. 0211/4396-520
schneider@igedo.com

dot.communications

Tanja Koschade
Augustenstr. 52
80333 München
Tel. 089-530797-22
t.koschade@dot-communications.de

Pressezentrum omd

Christian Faltin
Tel. 0170-2049784

Ausgewählte Stimmen der Aussteller:

Martin Michel, Geschäftsführer IP NEWMEDIA

„Nicht nur die Quantität der Kontakte hat enorm zugenommen, sondern vor allem die Qualität der Gespräche. Viele hochkarätige Kunden haben uns auf der omd signalisiert, dass Online-Werbung in der Budgetplanung für 2004 eine wichtige Rolle spielen wird.“

Torsten Ahlers, Vice President TOMORROW FOCUS AG

„Die omd 2003 war eine gute Plattform für die konkrete Geschäftsanbahnung mit Kunden. Viele Agenturen haben ihre Key-Accounts geschickt, um sich ihr eigenes Bild von den Vermarktern zu machen. Besonders erfreulich war dabei, dass wir mit Kunden wie beispielsweise der Lufthansa oder VW auch internationale Aktivitäten besprechen konnten.“

Jens Dhein, Geschäftsführer GMX GmbH:

„Das Besucherinteresse an der diesjährigen omd ist ein positives Signal für die gesamte Branche. Interesse besteht vor allem an den Themen Individualisierung und Personalierung. Die Konzeption als Kongressmesse hat sich bewährt. Die Mischung aus Best Practise-Beispielen, Diskussionsrunden und hochkarätig besetzten Keynotes sollte auch im kommenden Jahr fortgesetzt werden.“

Dirk Kraus, Vorstand YOC AG

„Wir haben bewusst die omd als wertiges Umfeld für unseren Messeauftritt gewählt, um die Kontakte zu Werbungtreibenden und Agenturen zu intensivieren. Das Kalkül ist aufgegangen. Mobile Marketing ist für die anwesenden Kunden mittlerweile zum wichtigen Baustein im Marketing-Mix der Zukunft geworden und wir haben auf der omd viele interessante Gespräche geführt.“

Thorsten Falger, Head of uboot.com/de:

„Mit unserer Präsenz auf der omd 2003 sind wir mehr als zufrieden. Kompetente Besucher, qualitativ hochwertige Gespräche, und vor allem konkrete Geschäftsabschlüsse machen die Messe zu einem echten Branchen-Highlight.“

Christian Petersen, Geschäftsführer eprofessional

„Wir sind begeistert. Sowohl die Qualität als auch die Anzahl der anwesenden Besucher hat uns überzeugt. Allein zu unserem Workshop zum Suchmaschinen-Marketing kamen rund 100 Interessenten.“