



P R E S S E M I T T E I L U N G

„4Q“ („For Quality“): InteractiveMedia, pilot, Plan.Net und United Internet Media starten gemeinsame Initiative für mehr Qualität in der Online-Werbung

Innovative Impulse für hochwertige Online-Werbung – Initiative wird für weitere Partner geöffnet werden

Darmstadt/ Hamburg/ München/ Karlsruhe, 25. Oktober 2012. Das Internet hat sich zu einem der elementaren Bestandteile im Media-Mix von Marken entwickelt. Mit einem Anteil von derzeit rund 22 Prozent an den gesamten Bruttowerbeinvestitionen festigt Online seine Position als zweitstärkstes Werbemedium im Mediamix und verringert zugleich den Abstand zu TV.

Mit der zunehmenden Bedeutung des Internets und im Zeitalter interaktiver Konsumentenautonomie steigen jedoch auch die Erwartungen an Online-Werbung – auf Seiten der Nutzer wie auf Seiten der werbungtreibenden Industrie. Aufmerksamkeit und (Inter-)Aktion sind die entscheidenden Leistungsdimensionen. Beide setzen Relevanz und Akzeptanz voraus. Das gilt für Inhalte und Services ebenso wie für die Werbung im Netz. Qualität wird damit zum entscheidenden Erfolgsfaktor – in der Media, der Kreation, der Entwicklung und Nutzung digitaler Mehrwerttechnologien etc.

Doch gerade im Zuge des rasanten Wachstums von Online-Werbung tritt inzwischen eine Reihe kritischer Fehlentwicklungen zutage, die das Potenzial haben, die Akzeptanz von Werbung bei den Nutzern digitaler Medien nachhaltig zu gefährden: Schrille Standardwerbemittel werden ohne Zielgruppenaussteuerung im Netz verbreitet und produzieren Streuverluste; Banner Blindness und sinkende Responseraten sind die Folge. Aggressive Werbeformen, die Inhalte und Services überdecken und dem Nutzer den Weg durchs Netz versperren, erzielen negative Aufmerksamkeit. Nutzer-„Stalking“ durch minderwertiges Re-Targeting fördert die Ablehnung von Online-Werbung und befeuert die Datenschutz-Diskussion bis hin zu drohender Überregulierung und Zerstörung digitaler Geschäftsmodelle. Oftmals minimalistische Kreationbudgets, mangelndes Know-How in digitaler Kreation oder



P R E S S E M I T T E I L U N G

die „Restverwertung“ von Kreativmaterial führen zu Kampagnen, die Reaktanz statt Interesse an Marken erzeugen.

„4Q“: Vermarkter und Agenturen gemeinsam für mehr Qualität in der Online-Werbung

Um den deutschen Online-Markt qualitativ abzusichern und im intermedialen Wettbewerb erfolgreich weiterzuentwickeln, haben sich vier unabhängige heimische Top-Player der deutschen Online-Branche jetzt in einem einzigartigen Projekt zusammengeschlossen: Unter dem Label „4Q“ („For Quality“) starten InteractiveMedia und United Internet Media als die beiden führenden deutschen Digital-Vermarkter sowie pilot und Plan.Net als die beiden führenden deutschen Digital-Agenturen eine gemeinschaftliche Initiative für mehr Qualität in der Online-Werbung. Ziel der gemeinsamen Anstrengungen ist es, mit innovativen Ansätzen, Lösungen und Produkten dem Markt und insbesondere der werbetreibenden Industrie neue Impulse für hochwertige Online-Werbung zu geben. Dazu werden die Initiatoren auch einen engen und kontinuierlichen Austausch mit den Werbungtreibenden und deren Interessenvertretungen pflegen, um deren Bedürfnisse und Anforderungen optimal aufzugreifen.

4Q ist dabei weder als „geschlossene Gesellschaft“ noch als Konkurrenz zu Verbands- oder weiteren Markt- und Gattungsiniciativen im digitalen Bereich konzipiert. Vielmehr verstehen die in zahlreichen Branchengremien maßgeblich engagierten Partner ihre Initiative als Think Tank. So wird 4Q perspektivisch für weitere Partner, die den Qualitätsgedanken nachhaltig unterstützen, geöffnet werden, um darauf aufbauend eine marktweite Qualitätsbewegung anzustoßen.

Breit angelegtes Aktionsspektrum

Zum Start von 4Q haben die vier Initiatoren fünf zentrale Handlungsfelder identifiziert: Mediaforschung, Formate und Kreation, Inhalte, Targeting und Metriken (Tracking). 40 Mitarbeiter aus den vier Häusern haben dazu in den vergangenen neun Monaten in unternehmensübergreifenden Spezial-Teams erste konkrete Produkte und Lösungen entwickelt, die die Partner in den kommenden Wochen und Monaten vorstellen und mit Pilotkunden aus der werbetreibenden Industrie umsetzen werden. Dazu zählen u.a. neue Werbeformen, ein Optimierungstool zur Vorab-Qualitätsevaluierung von Online-Kampagnen,

P R E S S E M I T T E I L U N G

vermarkterübergreifend harmonisierte Zielgruppensystematiken für das Targeting und erweiterte Trackingmetriken mit Fokus auf die Kontaktqualität.

Matthias Ehrlich, Vorstand United Internet Media AG, erklärt: „Die werbungtreibende Industrie hat vor allem im Hinblick auf den Online-Werbemarkt ausgeprägte Qualitätsanforderungen. Als unabhängige, dem deutschen Markt verpflichtete Unternehmen haben wir vier Partner ein großes Interesse daran, dass sich dieser Markt zukunftssicher entwickeln kann. Uns verbindet das gemeinsame Interesse an mehr Qualität im Online-Werbemarkt – weil nur dadurch die langfristige Akzeptanz von Online-Werbung bei den Nutzern und damit die Attraktivität des Mediums für Werbungtreibende gesichert werden kann.“

Ulrich Kramer, Geschäftsführer pilot, sagt: "Eine hohe Qualität von Online-Werbung ist entscheidend dafür, die Erfolgsgeschichte des Internets fortzuschreiben. Denn nur Kampagnen, die von den Nutzern positiv wahrgenommen werden, sichern langfristig Werbeinvestitionen und damit die wirtschaftliche Grundlage für hochwertige Inhalte der Medienanbieter. An hoher Qualität sind somit die Medien ebenso wie die Agenturen und ihre werbungtreibenden Kunden interessiert. Das hat im Rahmen von 4Q zu einer bislang einzigartigen Konstellation von Projektpartnern geführt, und die bisherige Zusammenarbeit hat gezeigt, dass wir gemeinsam viel bewegen können."

Manfred Klaus, Geschäftsführer Plan.Net, betont: „Online kann heute alle Kommunikationsziele der Werbungtreibenden erfüllen, dazu müssen jedoch Instrumente, Werbeformen, Technologien beispielsweise zur Zielgruppensteuerung und kreative Gestaltung so eingesetzt werden, dass die Botschaften der Werbungtreibenden von der Zielgruppe optimal akzeptiert und genutzt werden – für die Umsetzung dieser Qualitätsanforderungen haben wir uns im Rahmen dieser Initiative zusammengetan.“

Marianne Stroehmann, Geschäftsführerin InteractiveMedia CCSP GmbH, erläutert: „Wir beabsichtigen, durch diese zusätzliche Initiative das Thema Qualität im Online-Werbemarkt noch stärker in den Fokus zu rücken. Durch gemeinsame weitere Entwicklungen von mediengerechten Lösungen und Produkten möchten wir dem Online-Werbemarkt wichtige und relevante Impulse für mehr Qualität geben.“



P R E S S E M I T T E I L U N G

Für Rückfragen und honorarfreies Bildmaterial in druckfähiger Auflösung wenden sich Pressevertreter bitte an die im Folgenden aufgeführten Pressekontakte:

<p>InteractiveMedia CCSP GmbH Christian Endres T-Online-Allee 1 64295 Darmstadt Tel. +49 (0)6151 5002-333 Fax +49 (0)6151 5002-101 E-Mail : presse@interactivemedia.net www.interactivemedia.net</p>	<p>pilot Hamburg GmbH & Co. KG Markus Kempf Große Reichenstraße 27 20457 Hamburg Tel. +49 40 303766-7868 Fax +49 40 303766-9201 E-Mail: m.kempf@pilot.de</p>
<p>Plan.Net Gruppe Florian Stemmler Brienner Str. 45 a-d 80333 München Tel.: +49 (0)89 2050-2271 Fax + 49 (0)89 205060-2271 E-Mail: f.stemmler@serviceplan.com</p>	<p>United Internet Media AG Nadja Elias Frankfurter Ring 129 80807 München Tel.: +49 (0)89 14339-222 Fax: +49 (0)89 14339-250 E-Mail: nadja.elias@united-internet-media.de</p>