

Thema: VAMP

Autor: MATHIEU VOLKER

Verband Die Branchenvertreter des VAMP wollen verstärkt über Ambient Media informieren und für dessen Wachstum in Österreich sorgen

Ambient: Da ist Luft nach oben

Ziel: Gesteigerte Messbarkeit von Kampagnen und eigenes Gütesiegel.

MATHIEU VOLKER

Wien. Der Verband Ambient Media und Promotion Österreich (VAMP) will Agenturen und Kunden Ambient Media näherbringen. Maßnahmen dazu beinhalten neben Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation die Verleihung des „VAMP Award 2013“ am 10. Oktober sowie die Entwicklung eines Gütesiegels.

Der VAMP, der vor fünf Jahren mit der Idee gegründet wurde, Ambient Media in Österreich bekannter zu machen, wurde Anfang des Jahres umstrukturiert. Nach einer öffentlichen Ausschreibung wurde die PR-Arbeit der Agentur 4D-Solutions anvertraut.

Für Markus Rauer, Vorstandsvorsitzender von VAMP, ist klar, worum es geht: „Jede Agentur möchte wissen, welche neuen Werbeformen es gibt, welche Promotion- und Ambient Media-Kampagnen laufen. Für viele ist dieses Segment noch immer ein großes Fragezeichen, da es nicht in aller Breite publiziert wird.“ Kommunizieren wird der VAMP über Newsletter, Social Media und spezielle Veranstaltungen. Derzeit hat der VAMP 23 Mitglieder, bis Ende des Jahres rechnet man mit weiterem Zuwachs.

Vier Kernbereiche

Beim VAMP möchte man „in die Tiefe gehen“, was Ambient Media betrifft. Die Aktivitäten des VAMP teilen sich aktuell in vier Bereiche auf: „Der Bereich ‚Promotion‘ soll sehr stark unterstützt werden, weil die großen Promotionagenturen uns signalisieren, dass sie sehr großes Interesse an der ganzen Verbandsarbeit haben“, so Rauer über den Jens Ortel anvertrauten Bereich.

Der von Ernst Buchinger betreute Bereich Ambient Media sei ein großes Thema in Österreich, da es bei Agenturen und Kunden noch nicht so klar positioniert sei.

Philipp Hengl wird sich des Themas Aus- und Weiterbildung beim VAMP widmen.

Den Bereich Produktion und Zulieferung deckt Günter Weninger ab. In Österreich sei laut Buchinger der Anteil an Ambient Media noch ein sehr kleiner: „Es gibt kundenseitig noch zu wenig Information, was es gibt und was man damit machen kann.“

Gütesiegel geplant

Mit dem Instrument des Ambientmeters möchte man außerdem die Messbarkeit von Ambient Media-Kampagnen verbessern. Bis Ende des Jahres möchte der VAMP mit der Zertifizierungsphase für sein Gütesiegel begonnen haben.

In Deutschland existiert ein ähnliches Gütesiegel seit vier Jahren; dessen Grundgerüst soll übernommen, an den österreichischen Markt angepasst und schließlich vom TÜV Austria zertifiziert werden.

In Kooperation mit zahlreichen Agenturen erarbeite man derzeit die genauen Kriterien, die in das Siegel integriert werden sollen. Das Gütesiegel soll die zwei Bereiche Promotion einerseits und Ambient Media andererseits abdecken.

www.vamp.at



v.l.n.r.: Jens Ortel, Philipp Hengl, Ernst Buchinger, Günter Weninger, Markus Rauer.