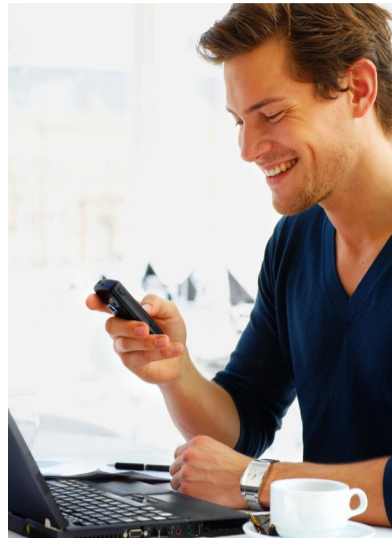


Simple SMS Der Welser SMS-Dienstleister rechnet damit, dass Handywerbung in diesem Jahr um 50 bis 70 Prozent zulegt

Das Handy wird zum Werbeportal



53% der 14- bis 29-jährigen können mit SMS-Werbung sehr gut leben.

Als T-Mobile Application Partner betreut das junge Unternehmen zahlreiche T-Mobile-Businesskunden

Wels. Die werbetreibende Wirtschaft entdeckt zunehmend das Mobiltelefon als effiziente Werbefläche: „SMS erreichen zu 99 Prozent direkt den Kunden, weil das Handy immer und überall dabei ist und kaum je abgeschaltet wird. Das sollte der Handywerbung heuer 50 bis 70 Prozent Wachstum bescheren“, erklärt Christian Pargfrieder, Marketingverantwortlicher beim Welser SMS-Dienstleister Simple SMS gegenüber medianet. „Und wer mit einfachen, cleveren Anwendungen vorne dabei ist, sichert sich jetzt entscheidende Wettbewerbs-Vorteile“, so Pargfrieder weiter.

Über das Handy verschickte Werbebotschaften entpuppen sich dabei als überraschend wirksam, wie eine aktuelle Studie des Instituts für Medienwirtschaft an der FH St. Pölten unter Personen im Alter von 14 bis 29 Jahren ergab: Mehr als 53% der Befragten waren damit einverstanden, Werbebotschaften per SMS oder MMS zu erhalten, wenn man sie zuvor um Erlaubnis gefragt hat.

Bitte, mit Mehrwert

„Die Botschaften sollten aber einen Mehr- oder Unterhaltungswert liefern, wie Vorteils-Angebote, Mu-

sik-Downloads“, gibt Pargfrieder zu bedenken.

Der große Vorteil von „viralem Marketing“ am Mobiltelefon sei seiner Meinung nach gleichzeitig auch der größte Gefahrenherd: „Mobile Marketing ermöglicht auch in die Privatsphäre der Konsumenten einzudringen. Aber Achtung: das kann auch als sehr störend empfunden werden“. Generell sollte man es unterlassen, unaufgefordert SMS auf Mobiltelefone zu versenden. „Der Kunde muss sich unbedingt für Mobile Info Service anmelden und jederzeit wieder abmelden können“, erzählt Pargfrieder aus seinen Erfahrungen.

Selbst bietet Simple SMS Eigenangaben zufolge „Marketing- und Versandlösungen mit zertifizierter Datensicherheit in vielen verschiedenen Kombinationsmöglichkeiten“ an. „Werbeagenturen bauen Mobile Marketing mit Gewinnspielen, Empfehlungs-Angeboten oder einfach kurzfristigen Aktionen zunehmend in ihre Kampagnen ein. Sie können dem Kunden die SMS-Plattform im passenden CI zur Verfügung stellen und die Abwicklung der Aktionen entweder direkt dem Kunden selbst überlassen, oder diese als Zusatzleistung anbieten“, so Pargfrieder abschließend. (red)

FACTS & FIGURES

Simple SMS wurde 2007 mit dem Ziel gegründet „SMS Marketing so simple wie noch nie zu machen.“ Mittlerweile betreut Simple SMS als offizieller T-Mobile Application Partner u.a. Businesskunden von T-Mobile