

07.12.2006 - 15:53 Uhr

## **Ericsson und NRK starten weltweit erste kundenspezifische Werbung über mobiles Fernsehen**

*Düsseldorf (ots) -*

Ericsson und der norwegische Fernsehsender NRK starten jetzt den weltweit ersten Feldversuch für personalisierte Werbung über mobiles Fernsehen. Dabei werden Werbetreibende ausgewählten mobilen Fernsehzuschauern kundenspezifische Marketingmaßnahmen präsentieren. Die Inhalte liefert Proximity Oslo, eine Agentur des weltweiten Agenturnetzes BBDO. Der zweimonatige Feldversuch wird Anfang Dezember in Norwegen starten und ist öffentlich zugänglich. Die Teilnehmer erhalten Zugang zu den beiden Fernsehkanälen von NRK und fünf Radiostationen des Senders. Außerdem können sie sich an einem speziell für den mobilen Empfang entwickelten 24-Stunden-Programm auf der Grundlage der beliebten norwegischen Show "Pa traden" (On the Line) beteiligen. Mit ihren Handys treten die Verbraucher während der Testzeit über Voting und Chat mit dem Gastgeber der Show in Kontakt, und können mit Bildern oder Videos auch selbst zur Sendung beitragen. Die interaktive Werbung ist nach Alter, Geschlecht, Standort und persönlichen Interessen auf den Benutzer abgestimmt. Dabei kommen verschiedene Werbeformen wie Videos, Banner, Ticker und Downloads zum Einsatz.

Auf die Inhalte können die Kunden über einen speziellen Mobile TV Client zugreifen, der auf der Wapseite von NRK heruntergeladen werden kann. Mit dieser "Fernbedienung" - einer Java-Anwendung - können sie schnell zwischen den Kanälen hin und her schalten. Außerdem bietet sie Interaktivität und neue personalisierte Werbeformen. "Wir betreten jetzt die mobile Fernsehwelt der Zukunft", sagt Gunnar Garfors, Leiter der Entwicklungsabteilung von NRK. "Viele Kunden akzeptieren Werbung solange sie ihnen einen tatsächlichen Nutzen bietet oder die Kosten für das Dienstangebot sinken. Diese Akzeptanz wird durch zusätzliche Merkmale wie schnelle Kanalwahl, Interaktivität oder Zugang zu neuen Diensten verstärkt."

"Kundenspezifische mobile Werbung steigert den Nutzen von mobilen Fernsehformaten", erklärt Kurt Sillén, Vice President bei Ericsson Mobility World. "Mit unserer speziellen Lösung können Zuschauer mit den Marken ihres Vertrauens kommunizieren. Für die Werbebranche eröffnen sich besonders kundennahe innovative Vermarktungswege." Anders Gulbrandsen, Kundenberater bei Proximity Oslo, stimmt dem zu: "Hier haben wir die Gelegenheit, den hohen Wirkungsgrad von Fernsehwerbung mit Direct-Response-Elementen und Kundendialog zu verbinden." Aus den Ergebnissen des Feldtests könnten sich neue Geschäftsmodelle für mobile Fernsehwerbung entwickeln. Für Rundfunkanstalten und Netzbetreiber bedeutet das mobile Fernsehen höhere Zuschauerzahlen, mehr Datenverkehr sowie neue Umsatzquellen aus Werbung und interaktiven Bezahldiensten wie Votings oder Downloads von gesponserten Inhalten. So entstehen neue Werbeformate und Zielgruppen. Die Kundentreue steigt und der Teilnehmer erfährt Fernsehen auf eine neue Art.

Die neue interaktive mobile Fernsehwerbung basiert auf bestehenden Technologien. Mobilfunkteilnehmer können live oder on-demand fernsehen und mit ihren Lieblingssendungen oder -marken in direkten Kontakt treten. Der Feldversuch läuft über bestehende Mobilfunknetze mit handelsüblichen Handys. Zwanzig nationale und internationale Firmen werben auf diese Weise für ihre Produkte und Dienstleistungen.

Ericsson definiert und gestaltet die Zukunft des mobilen Internet

und der multimedialen Breitbandkommunikation und stattet seine Kunden mit den führenden Technologien aus. Ericsson bietet seine innovativen Produkte in mehr als 140 Ländern an.

Bitte besuchen Sie den Pressebereich von Ericsson auf:  
<http://www.ericsson.de/presse>

Pressekontakt:

Pressekontakt:

ANSPRECHPARTNER:

Ericsson GmbH (Deutschland)  
Pressestelle  
Lars Bayer  
Tel.: +49-211-534-2692  
Mobil: +49-172-2175 211  
Fax: +49-211-534-1431  
E-Mail: [de.presse@ericsson.com](mailto:de.presse@ericsson.com)

Ericsson AG (Schweiz)  
Pressestelle  
Rolf Weiss  
Tel.: +41-1-807 23 10  
Mobil: +41-79 221 26 19  
Fax: +41-1-807 23 48  
E-Mail: [ch.presse@ericsson.com](mailto:ch.presse@ericsson.com)

Ericsson Austria GmbH (Österreich)  
Katharina Praschl  
Tel.: +43-1-811 00 54 69  
Mobil: +43 664 2104627  
Fax: +43-1-811 00 11 60 90  
E-Mail: [at.presse@ericsson.com](mailto:at.presse@ericsson.com)

Ericsson Media Relations  
Phone: +46 8 719 6992  
E-mail: [press.relations@ericsson.com](mailto:press.relations@ericsson.com)

Über NRK

NRK ist die größte norwegische Medienanstalt. Das Haus verfügt über nationale Fernseh- und Rundfunksender sowie mehrere wichtige Web- und WAP-Sites. In Europa ist die öffentlich-rechtliche Anstalt seit dem Jahr 2000 einer der Vorreiter auf dem Gebiet mobiler Inhalte und interaktiver Dienste. Weitere Informationen unter <http://www.nrk.no>.

Über Proximity Worldwide

Proximity Worldwide ist eines der führenden Agenturnetze der Welt für Direkt- und Beziehungsmarketing. Das Netz ist ein wichtiger Bestandteil der Werbeagenturgruppe BBDO Worldwide. Unter seinem Dach sind Agenturen in 41 Ländern aus Europa, Asien, Nordamerika, Südamerika und Afrika vereint. Nähere Informationen über Proximity Oslo unter <http://www.proximity.no>.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100002583/100521162> abgerufen werden.