



IAA-Highlights
Feuerwerk an Neuheiten: Ein Rundgang über die Automesse in Bildern.



Zurückgekauft
Wie Unternehmen mit Aktienrückkäufen aktive Kurspflege betreiben.



Bildern.

Bitte einloggen!

Ihr Depot

MARKTPLATZ

Jobs

News / Kurse

Suche auf der Site
Suche im Web

POWERED BY YAHOO! SUCHE

UNTERNEHMEN

Industrie
Banken + Versicherungen
Handel + Dienstleistungen
IT + Medien
Mittelstand

POLITIK

BÖRSE

ZERTIFIKATE + FONDS

VORSORGE + ANLAGE

TECHNOLOGIE

KONJUNKTUR + ÖKONOMIE

RECHT + STEUERN

KARRIERE

SPORT

AUTO

JOURNAL



Anzeige

TOP 5 YAHOO! SUCHE
Hochzeit
Baufinanzierung
Städtetrip
Mietwagen
Kurzurlaub
»GO

Unternehmen » Marketing Channel

Was ist WebNews? **NEU**   

HANDELSBLATT, Freitag, 20. April 2007, 08:06 Uhr

Media

Online-Mediaagenturen organisieren sich

Mit 22 Online-Mediaagenturen schließen sich über 90 Prozent des Agentur-Marktes im Fachforum Online-Mediaagenturen (FOMA) zusammen. Das Forum pflegt den Austausch mit der Organisation Mediaagenturen im GWA (OMG).



Darüber hinaus arbeitet das Forum mit der Fachgruppe Agenturen im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) zusammen. Beide wollen der Bedeutung des Mediums Online im Werbemarkt Rechnung tragen und eine einheitliche Position vertreten. Dies beinhaltet auch die Entsendung eigener Vertreter in Branchengremien wie

die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (ag.ma) oder die Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung e.V. (AGOF), teilt ein Sprecher der Organisation mit.

Als wichtiges Ziel erklären die Online-Mediaagenturen, die Online-Forschung weiter voranzubringen: So werde FOMA künftig innerhalb der AGOF an der Weiterentwicklung der Markt-Media-Studie "Internet Facts" mitarbeiten und die Integration der AGOF in die ag.ma weiter forcieren. Auf der Agenda stehe weiterhin das Definieren von Markt-Standards. Hier sehe sich FOMA als Gesprächs- und Sparringspartner anderer Interessenvertretungen. Darüber hinaus sollen Initiativen zum Gattungsmarketing sowie zur Aus- und Weiterbildungs starten. Bereits zum Start decke FOMA den Großteil des Agentur-Marktes ab.

Zum FOMA-Gründungskreis zählen die Agenturen Beyond Interactive, Crossmedia, GFEH, Initiative Media, aron.DIRECT, Kontor 23, Media Contacts Deutschland, MEC:Interaction, Mindshare, Neue Digitale, OMG 4CE, pilot 1/0, Neo@Ogilvy, Plan.Net media, SinnerSchrader Deutschland, Springer & Jacoby Media, tkm Starcom, Universal McCann, Value Mountain, Xenion, Zed digital, Performance Media Deutschland.

Für Rückfragen stehen die FOMA-Sprecher zur Verfügung: Ulrich Kramer, pilot 1/0, Manfred Klaus, Plan Net Media und Karim Attia, Xenion