

München, 04.07.2003 – Das von der Multimedia-Agentur Phase 4 Communications GmbH, München, für die BMW Group umgesetzte Pilotprojekt im Bereich Golf-Sponsoring ist dem Deutschen Multimedia-Award 2003 als Deutschlands beste mobile Internet-Anwendung ausgezeichnet worden. Der vom Kommunikationsverband und dem Deutschen Multimedia-Verband (DMMV) vergebene Preis gilt als der wichtigste der digitalen Wirtschaft in Deutschland. Insgesamt gab es in diesem Jahr bei vier Kategorien knapp 350 Einreichungen.

Das von Phase 4 gemeinsam mit m.able und TV1.DE realisierte Projekt im Rahmen des Golfturniers BMW International Open 2002 basierte auf dem internetgestützten Einsatz so genannter PDAs (Personal Digital Assistants), tragbarer Handcomputer. Die Gäste des Turniers konnten dabei über ein kabelloses lokales Netzwerk (WLAN) im VIP-Bereich live die Spielstände verfolgen, zusätzliche Informationen rund um das Turnier abrufen und das Gerät auch als Fernseher für das TV-Livesignal verwenden. Dafür wurden erstmals im Echtzeitbetrieb große Datenmengen über ein WLAN an eine Vielzahl angeschlossener mobiler Endgeräte übermittelt. Insgesamt wurden dabei rund 220 Farb-PDAs von HP, IPAQ Typ 3870, eingesetzt.

„Live dabei und dennoch über das gesamte Turniergeschehen vollumfänglich informiert“, beschrieb DMMV-Vizepräsident Christoph von Dellingshausen, Geschäftsführer von BBDO Interactive, in seiner Laudatio bei der Preisverleihung in der Baden-Württembergischen Landesvertretung in Berlin den Nutzen des Angebots für die Turnierbesucher.

„Wir verstehen den Preis auch als Würdigung an BMW für den Mut, sich auf technologisches Neuland zu wagen und in neue Dimensionen der Datenübertragung vorzustoßen“, so Peter Wolf, der Geschäftsführende Gesellschafter von Phase 4. Das bahnbrechende Projekt konnte ohne technische Probleme durchgeführt werden und stieß bei den Benutzern auf einhellig positive Resonanz. „Ein derart innovatives Projekt ist nur möglich, wenn der Kunde der Agentur Freiräume bei der Ideenfindung und Realisierung einräumt. Dafür bedanken wir uns bei BMW ausdrücklich“, so Markus Liebold, Leiter des Projekts bei Phase 4.

Von Dellingshausen betonte zudem den Vorbildcharakter des Projekts: „Ein interessantes Experiment, das auch Rückschlüsse auf weitere Anwendungsfelder im Bereich der mobilen Kommunikation, insbesondere auf Groß-Events, zulässt: Content, Hintergrund und Aktualität, portabel und easy-to-use, informativ und technologisch eindrucksvoll.“

Innerhalb der BMW Group lief das Projekt als Kooperation der Abteilungen Sportmarketing GM-44 und Innovationsmanagement Marketing GM-I-1. Phase 4 arbeitet bereits seit mehreren Jahren im Rahmen verschiedener Projekte für BMW. Unter anderem ist die Agentur für die digitalen Medien der Sportengagements (Motorsport, Yachting, Golf) der BMW Group zuständig.