

Marken im mobilen Kanal schützen: MarkMonitor zeigt, wie es geht

Veröffentlicht am: 04.09.2015, 15:51

Pressemittteilung von: **MarkMonitor // Stefan Moritz**

Der mobile Kanal wird immer wichtiger, inzwischen gibt es weltweit etwa 2 Milliarden Smartphones . Dabei erleben insbesondere M-Commerce und Mobile Apps einen rasanten Höhenflug. Allein letztes Jahr stieg die App-Nutzung um 76 Prozent . Besonders beliebt: Shopping-Apps. Aber auch Online-Betrüger haben die Popularität dieses Kanals erkannt. Ihr Ziel: ahnungslose Verbraucher und unvorbereitete Markenunternehmen für ihre kriminellen Machenschaften ausnutzen. Bis 2018 sollen die Verkäufe im M-Commerce auf über 400 Milliarden US-Dollar steigen - damit werden viele weitere Anbieter auf den App-Zug aufspringen, um ihre Kunden zu erreichen. Umso wichtiger wird es für sie, ihre Marken in den App-Stores vor Missbrauch zu schützen.

"Smartphones und Tablets sind fester Bestandteil unseres Alltags. Die Menschen nutzen die mobilen Geräte längst nicht mehr nur für die Kommunikation, sondern nutzen Apps für ein breites Feld von Anwendungen, spielen beispielsweise Online-Games oder kaufen damit ein. Und wo die Konsumenten hingehen, finden sich auch Betrüger ein", erklärt Stefan Moritz, Regional Director DACH beim Online-Markenschutz-Experten MarkMonitor. "Allein in Deutschland erreichten die Umsätze im Bereich M-Commerce 2014 ein Volumen von über 4 Milliarden Euro . Markenhersteller sollten daher ihre Umsätze und Reputation auch in der mobilen Welt verteidigen.?"

Wie Unternehmen ihre Marken in mobilen Apps schützen können, zeigt MarkMonitor mit den Top 5 Strategien zum Markenschutz für mobile Anwendungen:

1. Überwachen, erkennen und durchsetzen

Es genügt nicht, lediglich die populärsten App-Stores zu überwachen. Um eine Marke ganzheitlich zu schützen, müssen Hersteller die Vorgänge weltweit im Blick behalten - besonders in weniger sicheren App-Stores von Drittanbietern in wachsenden und dynamischen Märkten wie Indien und China.

2. Verbindungen herstellen und Netzwerke erkennen

Unternehmen müssen die gefährlichsten Betrüger identifizieren und gegen sie vorgehen. Dazu empfiehlt es sich, Daten aus den verschiedenen App-Stores zu nutzen, um Verbindungen herzustellen und so Netzwerke von Entwicklern und Vertreibern betrügerischer Anwendungen ausfindig zu machen.

3. Transparenz für den Mobilen Kanal schaffen

Markenunternehmen müssen zunächst die mobile Präsenz ihrer Marken in ihrer Ganzheit verstehen. Nur so können sie die Kontrolle über das geistige Eigentum behalten und dem Kunden eine positive Markenerfahrung über sämtliche Kanäle hinweg ermöglichen. Dazu sollten sie sich einen Überblick verschaffen, wie und wo ihre Marken und geschützten Bilder in mobilen Apps genutzt werden. Dabei empfiehlt es sich über das Identifizieren nicht autorisierter Apps hinaus, auch eigene, veraltete Apps und Logos zu suchen und zu entfernen.

4. Marken auch jenseits der App-Stores schützen

Zwar werden Apps primär über die verschiedenen App-Stores verbreitet. Abgesehen davon werden diese aber auch über Social Media und unabhängige Webseiten beworben und vertrieben. Daher sollte das Überwachen von mobilen Anwendungen nur ein Puzzle-Teil einer umfassenden Markenschutz-Strategie sein, die sämtliche Online-Kanäle mit einbezieht.

5. Augen auf bei der Partnerwahl

Wenn die Arbeit mit App-Entwicklern Teil der Marketing Strategie ist, sollten Unternehmen unbedingt darauf achten, dass die Dienstleister sich an die Compliance-Richtlinien halten. Es ist daher enorm wichtig, die Entwickler sorgfältig auszuwählen, ihnen die Richtlinien detailliert aufzuzeigen und bei eventuellen Missbrauchsfällen umgehend zu reagieren.

Pressekontakt

Herr Stefan Moritz
PR-Beauftragter

MarkMonitor

Barthstr. 4
80339 München, Deutschland

Telefon: +49 (0) 89-1795918-0
E-Mail: markmonitor@akima.de
Website:

Firmenportrait

Über MarkMonitor

MarkMonitor ist der weltweit führende Anbieter für Online-Markenschutz und Teil von Thomson Reuters Intellectual Property & Science. MarkMonitor nutzt ein SaaS (Software as a Service)-Leistungsmodell zur Bereitstellung moderner Technologien und von Expertise zum Schutz der Einnahmen und des Ansehens der weltweit führenden Marken. In der digitalen Welt entstehen neue Risiken für Marken aufgrund der Anonymität im Netz, seiner globalen Verbreitung sowie geänderter Konsumverhalten bei digitalen Inhalten, Waren und Dienstleistungen. Kunden entscheiden sich für MarkMonitor aufgrund der einzigartigen Kombination aus marktführendem Fachwissen, modernen Technologien und umfangreichen Branchenbeziehungen, um ihre Marketinginvestitionen und Einnahmen zu schützen und das Kundenvertrauen zu bewahren. Weitere Informationen unter: www.markmonitor.com

Über Thomson Reuters

Thomson Reuters ist die weltweit führende Quelle intelligenter Informationen für Unternehmen und Fachleute. Thomson Reuters vereint Marktkenntnis mit innovativer Technologie, um führenden Entscheidungsträgern in den Bereichen Finanzen und Risiko, Recht, Steuern und Buchhaltung, geistiges Eigentum sowie Wissenschaft und Medien wichtige Informationen bereitzustellen, unterstützt von der weltweit führenden Nachrichtenagentur. Weitere Informationen unter www.thomsonreuters.com

Wichtiger Hinweis:

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Pressportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Pressportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: <https://trendkraft.io/haftungsausschluss>