



Buongiorno partizipiert erstmals am Komitee für die Studie *Consumer Best Practices (CBP)* der *Mobile Marketing Association (MMA)*. Ziel ist die Etablierung eines Standards für das Mobile Marketing Ökosystem, zu dem auch die vier größten Mobilfunkprovider der USA gehören.

Buongiorno setzt sich aktiv für die Weiterentwicklung des mobilen Marktes und dabei besonders für den Verbraucherschutz ein. In Deutschland ist das Unternehmen Mitglied beim „Deutschen Verband für Telekommunikation und Medien“ (DVTM).

*Munich 31.March 2011: Buongiorno (FTSE Italy STAR; BNG), ein weltweit führendes Unternehmen im Bereich Mobile Entertainment und Mobile Lifestyle gab heute seine Beteiligung am *Best Practise* Komitee der amerikanischen Mobile Marketing Association (MMA) bekannt, die eine neue Version der Richtlinien für den Einsatz mobiler Services herausgegeben hat (*U.S. Consumer Best Practice (CBP) Guidelines for Cross-Carrier Mobile Content Services*).*

Das Komitee setzt sich aus Vertretern der führenden Unternehmen im Mobile Markt zusammen, die mit ihrer Expertise und Erfahrung zur Entwicklung der neuen Richtlinien beigetragen haben. Diese treten ab 1. April 2011 in Kraft und stehen ab sofort zum Download zur Verfügung: www.mmaglobal.com/bestpractices.pdf.

Als führendes Unternehmen der Branche ist Buongiorno federführend bei der Entwicklung und Umsetzung von Handlungsempfehlungen beteiligt und unterstützt die MMA bei der Definition und Umsetzung der Anforderungen und Chancen der Branche.

Die Richtlinien sind ein Standard für den Telekommunikationsmarkt und sollen als Referenz für alle Teilnehmer der mobile Wertschöpfungskette dienen, um konkrete Hilfestellungen für die Regulierung innerhalb von Marketingkampagnen zu geben und gleichzeitig eine verbesserte User-Experience bei gleichzeitigem Kundenschutz zu gewährleisten. Dies ermöglicht Marken, Agenturen und Marketingverantwortlichen gleichermaßen sicherzustellen, eine Kampagne konsistent über alle Mobilfunkprovider hinweg zu implementieren.

Buongiorno ist Mitgründer der MMA-Verbände in Spanien, Italien und Deutschland und arbeitet mit lokalen Mobilfunk Providern, Behörden und Verbraucherverbänden zusammen, um die Selbstregulierung des Marktes zu erhalten. In Deutschland ist Buongiorno Mitglied beim „Deutschen Verband für Telekommunikation und Medien“ (DVTM, vormals Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste e.V.), der die Interessen der an der Wertschöpfungskette Telekommunikation und Medien beteiligten Unternehmen vertritt. Die Mitglieder unterwerfen sich freiwillig dem „Kodex Deutschland für Telekommunikation und Medien“. Diese Richtlinien unterstützen das Prinzip der Selbstregulierung und zielen auf die Sicherung und den Ausbau eines funktionierenden und wettbewerbsfähigen Telekommunikations- und Medienmarktes im Dialog mit allen Marktteilnehmern ab.

Über Buongiorno

Buongiorno (FTSE Italy STAR; BNG) ist weltmarktführend bei der Umsetzung und Realisierung des mobilen Lifestyles. Mit direkten Verbindungen zu mehr als 130 Mobilfunkunternehmen in 57 Ländern, 10 Jahren Erfahrung in der mobilen Branche und einem Team von 1000 Mitarbeitern, verwirklicht Buongiorno die Erfahrung im mobilen Internet. Buongiorno ist der bevorzugte Partner für Mobilfunkunternehmen und Herstellern von mobilen Endgeräten und unterstützt diese, kundenindividuelle mobile Datendienste anzubieten. Buongiorno hat eine potentielle Reichweite von über 2 Milliarden Konsumenten und eine Vielfalt an Services und Inhalten, von Content basierten Value Added Services (VAS), innovativen Lösungen für die personalisierte mobile Erfahrung, die auf den beliebtesten OEM Handsets und digitalen Stores vertreten sind, bis hin zu mobilen Loyalitätsprogrammen und mobilen Werbe- und Marketing Kampagnen. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Mailand (Italien) und ist dort an der Börse notiert.

Weitere Informationen finden Sie unter www.buongiorno.com.

Eleonora Villanova
Corporate Communication Manager
Tel. +39 02 582131
eleonora.villanova@buongiorno.com

Über die Mobile Marketing Association (MMA)

Die Mobile Marketing Association (MMA) ist der weltweit führende Branchenverband zur Förderung des Mobile Marketings und Advertisings sowie der dazu erforderlichen technischen Infrastrukturen. Zentrales Ziel der praxisorientierten Organisation ist es, die Entwicklung des Mobile Marketing-Marktes weiter voranzutreiben. Hierzu werden Mobile Media-Guidelines etabliert, erfolgreiche Fallbeispiele veröffentlicht und die Nutzung des mobilen Kanals insgesamt unterstützt. Die mehr als 700 Mitgliedsunternehmen aus über 40 Ländern rund um den Globus repräsentieren die gesamte Wertschöpfungskette der Mobile Media-Branche. Der Hauptsitz der MMA ist in den USA. Mit Sektionen in Nordamerika, Europa, Lateinamerika, Asien, Mittlerer Osten und Afrika ist die MMA weltweit vertreten. Weitere Informationen finden Sie unter www.mmaglobal.com.