

apprupt launcht zur dmexco mit Contvertising™ ein neues Werbeformat für das mobile Internet

Das international agierende Affiliate Netzwerk für mobile Applikationen bringt mit Contvertising erstmals ein kontextsensitives Werbeformat für mobile Webseiten und Applikationen auf den Markt. Namhafte Publisher wie BILD, COMPUTER BILD und Financial Times Deutschland sind bereits zum Start mit an Bord.

Hamburg, 9. September 2010 – apprupt, das erste Affiliate Netzwerk für mobile Applikationen, launcht zur dmexco 2010, der europäischen Leitmesse für digitale Werbung, mit Contvertising ein neues und innovatives Werbeformat für das mobile Internet. Neben der bisher erhältlichen Whitelabel App Shop Lösung, die bereits von vielen renommierten Publishern auf mobilen Webseiten und In-App erfolgreich umgesetzt wird, besteht für Publisher nun die Möglichkeit App-Empfehlungen auch im gesamten Umfeld eines mobilen Webauftritts einzubinden. Die automatische Aussteuerung der Contvertising-Anzeigen bezieht neben der Kontextsensitivität auch andere Targetingkriterien wie Geo-Targeting mit ein. Darüber hinaus wird Contvertising in Zukunft neben der Nutzung für iPhone-optimierte mobile Webangebote und Apps auch für Android sowie weitere mobile Plattformen verfügbar sein.

Publishern entstehen durch die Integration der neuen Technologie mehrere Vorteile. Anhand der kontextsensitiven Aussteuerung der Platzierungen werden Usern stets nur relevante App-Empfehlungen geliefert. Da das Format vollständig an das jeweilige Look & Feel des Publishers angepasst werden kann, bietet Contvertising dem User zudem einen entsprechenden redaktionellen Mehrwert. User werden mit dem Klick auf die App-Empfehlung direkt auf die Produktdetailseite im integrierten App Shop des Publishers weitergeleitet, wo sie sämtliche Informationen zu der angebotenen App erhalten. Der User muss die mobile Webseite des Publishers somit nicht verlassen, um an relevante Informationen wie Screenshots, Beschreibungstexte und Bewertungen, die ihn zum Kauf der App bewegen können, zu gelangen. Die Weiterleitung zum Apple App Store erfolgt erst beim eigentlichen Download der App. Die User Experience bleibt damit im Gegensatz zum Klick auf einen mobilen Banner, der ein sofortiges Verlassen der mobilen Webseite oder App und damit für den Publisher den Verlust des Users nach sich zieht, unverändert.

Des Weiteren profitieren Publisher mit Contvertising von einer zusätzlichen Option zur effektiven Monetarisierung ihres mobilen Traffics. Publisher partizipieren bei jedem App-Download aus ihrem App Shop und können so, zusätzlich zu den Vermarktungserlösen durch mobile Displays Ads, eine weitere Erlösquelle erschließen.



Zahlreiche renommierte Publisher haben Contvertising bereits während einer Testphase erfolgreich implementiert, darunter u.a. AUTO BILD, BILD, COMPUTER BILD, Financial Times Deutschland, Macwelt und PC WELT.

Holger Fischbuch, Leiter Electronic Media bei der G+J Wirtschaftsmedien GmbH & Co. KG, zu den Vorzügen des neuen Werbeformats: „Mit Contvertising bieten wir den Usern der Financial Times Deutschland durch die kontextrelevanten App-Empfehlungen auf unserem mobilen Web-Angebot einen redaktionellen Mehrwert, der darüber hinaus komplementär zu klassischen Display Ads eine zusätzliche Monetarisierungsoption unseres mobilen Traffics darstellt.“

Auch werbetreibende Entwickler und Unternehmen, die sogenannten Appvertiser, profitieren dank der zielgruppenspezifischen und themenrelevanten Aussteuerung ihrer Apps von geringeren Streuverlusten und der erweiterten Reichweite im apprupt-Netzwerk.

Weitere Informationen zu Contvertising™ inklusive Bildmaterial entnehmen Sie bitte unserer Website unter <http://www.apprupt.com/blog>

Interessierte Publisher und Appvertiser haben auf der dmexco 2010 in Köln die Möglichkeit sich über Contvertising™ zu informieren. Apprupt stellt dort in Halle 8 auf dem Stand C015 D028 aus.

Kontakt:

apprupt GmbH

Marcus Hamacher

Senior Manager Marketing & Communications

Tel.: +49 40 – 40 18 50 15

presse@apprupt.com

<http://www.apprupt.com>

Über apprupt

apprupt ist das erste Affiliate Netzwerk für mobile Applikationen. Über seine Affiliate Plattform ermöglicht apprupt App Entwicklern, ihre Apps zielgruppenspezifisch und nach einem Pay-Per-Download Modell bei reichweitenstarken Publisher Partnern einzubringen – App Marketing wird dank apprupt erstmalig transparent und performancebasiert. Publishern wie etwa WEB.DE Mobile, FTD.de oder Men's Health bietet apprupt mit einem Whitelabel App Shop die Möglichkeit, den eigenen Nutzern relevante und thematisch passende Apps



anzubieten und auf diese Weise mobilen Traffic transaktionsbasiert über App Verkäufe zu monetarisieren. Apprupt unterhält Niederlassungen in Hamburg und London.

Über dmexco (Digital Marketing Exposition & Conference)

Die dmexco ist das international führende Event für die gesamte digitale Wertschöpfungskette. Mit einer weltweit einzigartigen Kombination aus Messe und Konferenz steht sie im Zentrum eines globalen Wachstumsmarktes für innovatives und zukunftsweisendes Marketing. Denn: Das Marketing von heute ist digital!

Mit einem klaren Fokus auf Werbung, Kreativität, Markenführung, Relevanz und Effizienz ist die dmexco als kunden- und markenorientierter Branchentreff No.1 die zentrale, internationale Plattform für alle Player der Marketing- und Media-Szene. Von Vermarktern über Publisher und Werbekunden bis hin zu sämtlichen Agenturgattungen – auf der dmexco profitieren Fachbesucher, Aussteller und Gäste aus aller Welt vom gebündelten Branchen-Know-how sowie von aktuellen Trends und Innovationen. Die dmexco ist damit medien- und länderübergreifend der zentrale Hub für die digitale Wirtschaft und wird so zum „Platz der Antworten“.

Für 2010 erwartet die dmexco über 300 Aussteller und rund 14.000 - 15.000 Besucher. Die für Fachbesucher kostenfreie dmexco 2010 findet am 15. und 16. September in Köln statt.

Weitere Details zu dieser Pressemitteilung erhalten Sie bei:

apprupt GmbH

Marcus Hamacher

Senior Manager Marketing & Communications

presse@apprupt.com

www.apprupt.com