

Stellenmarkt ab S. 77
Über 130 Jobs online



Mobile-Clips Die mobilen Portale von SevenOne Media verzeichnen rund 260.000 Video-Views im Monat.

Contnet gewinnt Pitch um mobile ProSiebenSat.1-Portale

Ab Januar übernimmt der Münchner Mobile-Spezialist die Vermarktung der 14 Handy-Portale von SevenOne Media.

Auf den vorderen Plätzen der größten Mobile-Vermarkter gibt es Bewegung: Grund ist der Wechsel von SevenOne Media, dem Vermarkter der TV-Gruppe ProSiebenSat.1, in das Portfolio von Contnet. Die Münchner setzten sich im Pitch um die Mobile-Content-Vermarktung gegen mehrere Bewerber durch, darunter den Ex-Etathalter Yoc, Berlin. SevenOne Media verfügt über 14 Mobile-Portale, darunter Sites wie ProSieben.de, Sat1.de, MyVideo.de, Lokalisten.de, Fem.de, Ran.de oder den Messaging-Dienst ICQ. Hinzu kommen die Anwendungen für iPhones und Android-Handys. Das Portfolio verzeichnet nach Angaben von SevenOne Media monatlich über 20 Millionen mobile Pls.

„Durch den Etatgewinn von SevenOne Media platzieren wir uns im Ranking der reichweitenstärksten Mobile-Vermarkter auf Rang zwei“, betont Andreas Hofmann, Director Mobile Marketing bei Contnet. Neben ProSiebenSat.1 betreuen die Münchner die mobilen Sites von Sport1 (Constantin Medien) und T-Online (InteractiveMedia). Weitere Mandanten sollen hinzukommen: „Wir führen derzeit Verhandlungen mit Medienhäusern“, verrät Hofmann. Im mobilen Reichweiten-Ranking liegt der Vermarkter G+J EMS vorne, der neben den Sites von Gruner + Jahr auch Vodafone, O₂ oder Tomorrow Focus im Portfolio hat.

Contnet setzt mit SevenOne Media auf Zuwächse aus dem Geschäft mit Mobile-TV. Die Auslieferung von Bewegtbild-Werbung auf mobile Endgeräte soll bei ProSiebenSat.1 stark ausgebaut werden. Dadurch ergeben sich weitere Möglichkeiten zur Vermarktung. Der Anteil von Video-Ads werde deshalb 2010 von rund zehn Prozent auf 25 Prozent ansteigen, schätzt Hofmann.



Contnet-Manager Hofmann holt prominenten Kunden.