

Vaterfreuden
und Vaterleid:
**Augstein spricht
über seinen „Freitag“**

Radio-Rivalitäten
um Umsätze:
**Privatfunker wollen
ARD-Werbeverbot**

TV im Tal
der Tränen:
**ARD und ZDF
2009 auf Rekordtief**

Bezahlhalte und
Werbeplus:
**Digitalbranche spürt
für 2010 Aufwind**

CONTNET

Das haben sie sich verdient

Ralph Suda von der Münchner Agentur Contnet über mobile Trends und ihren Großauftrag von SevenOne



**Apps sind noch
„erklärungs-
bedürftig“:
Ralph Suda
von Contnet**

→ **Ralph Suda** war mal Musiker bei der Band **Grooveminister**, die sich u.a. mit dem Song „**Das ham' wir uns verdient**“ in die Annalen der Musikgeschichte eingeschrieben hat. Heute ist Suda Vorstand der Münchner **Contnet** AG und dort für Marketing und Vertrieb zuständig. Er sagt, dass die Vermarktung von mobilen Portalen gegenüber den Mediaagenturen „noch erklärungsbedürftig“ sei.

Einen großen Kunden konnte Contnet überzeugen: Durch einen Deal mit **Seven-**

One Media nimmt das Unternehmen nun einen großen Satz und landet unter den größten Vermarktern von mobilen Portalen in Deutschland. Da nun alle **ProSiebenSat.1**-Handyportale von Contnet betreut werden, wächst das vermarktbarbare Inventar von etwa 30 auf 500 Mio. Page Impressions. Zu den 13 Portalen zählen u.a. die Angebote von **ProSieben, Sat.1, N24, ran, MyVideo, Lokalisten** und **ICQ**.

Neben den Portalen wird Contnet auch Smartphone-Apps für populäre Sendungen vermarkten wie etwa für Heidi Klums „**Topmodel**“-Show. Die hätten zwar nur einen relativ kurzen Lebenszyklus. Aber: „Das Geschäft ist hoch attraktiv.“

An Bezahlhalte für redaktionell erstellte Inhalte glaubt Suda nicht – auch nicht bei Apps. Neben Apps für das **iPhone** wird die Agentur Anwendungen

für Android-Handys und den **Palm Pre** entwickeln. Noch stehe aber vor jeder App der Start eines mobilen Portals.

Contnet gründete den Geschäftsbereich Mobile Advertising erst vor acht Monaten. Als Fachmann für diese Disziplin holte die Agentur **Andreas Hofmann** von **Sport1**. Bereits vor dem Deal mit SevenOne arbeitete das Unternehmen für die Münchner Sendergruppe. Suda rechnet im Sportjahr 2010 mit einem Anstieg der Volumina von mobilen Kampagnen. Neben den klassischen mobilen Bannern hätten Sonderwerbformen und Werbung im mobilen Bewegtbild Chancen. „Eine Explosion der Umsätze wird es dennoch nicht geben, sondern einen stetigen Zuwachs.“ Bis zu 20%, bei hochvolumigen Kampagnen 50% Plus seien drin. Die Bereitschaft der Kunden, Mobile Ads zu berücksichtigen, werde „stark“ wachsen. cm