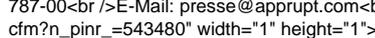




Mobile Advertising Innovationen und Insights auf der dmexco 2013

Mobile Advertising Innovationen und Insights auf der dmexco 2013
apprupt kommt mit neuen Werbeformaten und exklusiven Marktforschungsergebnissen zur Leitmesse für digitales Marketing, der mobile Vermarktungsspezialist in der DACH-Region, reist mit einem prall gefüllten Paket an innovativen Werbeformaten und mobilen Insights zur Leitmesse für digitales Marketing in die Kölner Messehallen. Zum vierten Mal in Folge bereichert apprupt als Aussteller im wachsenden Segment Mobile Advertising die dmexco. Neben einer Vielzahl neuer Branding-Werbeformate stellt apprupt am 18./19.9. erstmals Ergebnisse einer Studie zur Akzeptanz von mobiler Werbung vor. Studie beweist Akzeptanz mobiler Werbeformate
In Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsunternehmen Fittkau Maaß konnte apprupt im Rahmen einer exklusiven Sonderauswertung der 36. WWW-Benutzeranalyse W3B feststellen, welche Werbeformate im mobilen Internet vom Nutzer besonders akzeptiert werden und welche Advertiser-Branchen die höchste Werbeakzeptanz beim Nutzer erreichen. Die Ergebnisse zeigen, dass Werbeformate mit funktionellem Charakter und interaktiven Features vom Smartphone-Nutzer vermehrt akzeptiert werden, insbesondere innerhalb der Gruppe der stark trendbewussten Smartphone-Nutzer. Erste Ergebnisse der Studie werden exklusiv im Rahmen des Seminars-Vortrag von Jascha Samadi, Geschäftsführer der apprupt GmbH, am 19.9. um 11:00 Uhr auf der dmexco veröffentlicht.
Panorama Ad und Co. neu im Format-Portfolio
Im Zuge der Werbeakzeptanzstudie hat apprupt zudem seine Mobile-FIT-Ads-Formatpalette erweitert. Insgesamt sieben neue interaktive, aufmerksamkeitsstarke Branding-Werbeformate für das mobile Internet sind ab sofort im Premium-Vermarktungsportfolio buchbar, darunter die Panorama Ad und die Slot Machine Ad. Die Panorama Ad beispielsweise bietet dem Nutzer die Möglichkeit, innerhalb des Werbemittels ein Panorama-Bild mit der Bewegung des Smartphones um die eigene Achse vollständig anzusehen. Speziell Werbetreibenden aus der Reise- und Immobilien-Branche bietet sich hier die Chance, ihre mobile Zielgruppe mit emotionalen Bildern der schönsten Reiseziele oder neuesten Immobilienprojekte zu erreichen. Eher spielerischen Charakter hat dagegen die Slot Machine Ad, die speziell für Gewinnspiel-Kampagnen geeignet ist. Der Banner in Gestalt und mit der Funktionalität eines 'einarmigen Banditen' ausgestattet, regt den Nutzer zum Mitmachen an und erzeugt ein positives Markenerlebnis.
apprupt joins AGOF mobile facts
apprupt hat zudem erstmalig an der "mobile facts" der Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung e.V. (AGOF) teilgenommen. Mit den beiden Mobile-optimierten Webseiten PC-Welt mobil und Computerwoche mobil werden in dieser Erhebungswelle zwei Umfelder aus apprupts Vermarktungsportfolio ausgewiesen. Anhand der "mobile facts" ermöglicht apprupt seinen Werbekunden einen weitreichenden Einblick in die Reichweitzahlen und soziodemographischen Daten beider mobilen Angebote. Die mobile Webseite der "PC-Welt" erreichte im Untersuchungszeitraum monatlich 138.000 Unique User sowie 719.000 Page Impressions. Damit zählt PC-Welt mobil zu den reichweitenstärksten redaktionellen Computer- und Technik-Angeboten im deutschen mobilen Web.
Sowohl PC-Welt mobil als auch Computerwoche mobil warten mit einer überwiegend männlichen Nutzerschaft auf. Darüberhinaus ist der Anteil der werberelevanten Altersgruppe von 14-49 Jahren mit 79,2 % (PC-Welt) bzw. 89,7 % (Computerwoche) außergewöhnlich hoch.
Jascha Samadi, Geschäftsführer und Gründer der apprupt GmbH, freut sich auf den anstehenden Branchentreff in Köln: "Auch in diesem Jahr werden wir auf der dmexco mit einer Reihe neuer Formatinnovationen und insbesondere mit einer umfangreichen Studie zur mobilen Werbeakzeptanz neue Akzente im Markt setzen. Durch die Teilnahme an der AGOF mobile facts haben wir zudem erstmals planungsrelevante Daten von unabhängiger Instanz für die detaillierte Analyse unserer Vermarktungsumfelder im Segment IT/Digital Lifestyle erhalten. Insgesamt bieten wir Direktkunden und Agenturen auf der dmexco angefangen von unabhängigen Insights zu Media-Planungsdaten über die Kampagnen-Buchung innovativster mobiler Branding-Formate bis hin zu exklusiven Insights zur Akzeptanz mobiler Werbung die gesamte Bandbreite an Informationen für eine erfolgreiche mobile Markenpositionierung in unserem Premium-Vermarktungsportfolio."
Über apprupt
apprupt ist der mobile Vermarktungsspezialist in der D-A-CH-Region. Advertisern stellt apprupt mehrwertgetriebene und emotionalisierende Branding-Werbeformate für die aufmerksamkeitsstarke Verbreitung mobiler Produkt- und Markenbotschaften zur Verfügung. Daneben ermöglicht apprupt die effektive Aussteuerung von Kampagnen mit Performance-Zielen, wie z.B. die Generierung von App-Downloads. Publisher können ihre mobilen Umfelder mithilfe des disziplin-übergreifenden Ansatzes von apprupt sowohl über die Performance- als auch die TKP-Vermarktung optimal monetarisieren. Zurzeit vermarktet apprupt u.a. die mobilen Umfelder von PC-WELT, Macwelt, Zattoo, CIO, Computerwoche, TecChannel, ChannelPartner, CFOWorld, Lovoo, Top.de, 1, a.deba.de, BSM Party, Abendzeitung München, elFlirt.de und AppGuide.
apprupt wurde 2008 gegründet und wird von T-Venture und Neuhaus Partners unterstützt. Von den Standorten Hamburg und Düsseldorf aus bringen mehr als 40 Mitarbeiter innovative und aufmerksamkeitsstarke Werbung auf die mobilen Geräte von mehr als 20 Mio. Nutzern. Im W
V Mobile Vermarkter-Check 2012 wurde apprupt von Deutschlands Media-Agenturen als der führende unabhängige Mobile Vermarkter bewertet.
Marcus Hamacher
Director Marketing
Communications
apprupt GmbH
Speersort 10
20095 Hamburg
T: +49 40 3252 787-00
E-Mail: presse@apprupt.com
Web: www.apprupt.com


Pressekontakt

apprupt

20095 Hamburg

presse@apprupt.com

Firmenkontakt

apprupt

20095 Hamburg

presse@apprupt.com

Über apprupt
apprupt ist der mobile Vermarktungsspezialist in der D-A-CH-Region. Advertisern stellt apprupt mehrwertgetriebene und emotionalisierende Branding-Werbeformate für die aufmerksamkeitsstarke Bewerbung mobiler Produkt- und Markenbotschaften zur Verfügung. Daneben ermöglicht apprupt die effektive Aussteuerung von Kampagnen mit Performance-Zielen, wie z.B. die Generierung von App-Downloads. Publisher können ihre mobilen

Umfelder mithilfe des disziplin-übergreifenden Ansatzes von apprapt sowohl über die Performance- als auch die TKP-Vermarktung optimal monetarisieren. apprapt wurde 2008 gegründet und verfügt über ein bundesweit agierendes Vertriebsteam. Von den Standorten Hamburg und Düsseldorf bringen mehr als 40 Mitarbeiter innovative, mobile Werbung auf die mobilen Geräte von mehr als 11,6 Mio. deutschen Nutzern.