

■ GlaxoSmithKline

## Welle von Gesundheits-Apps

GSK will bei Applikationen eine Vorreiterrolle übernehmen.

Man wolle nicht weniger als „eine Vorreiterrolle in der Pharmaindustrie“ einnehmen und Mobile als festen Bestandteil ins Marketing integrieren. So formuliert es ein Manager des Konzerns **GlaxoSmithKline**. GSK stellt Impfstoffe her, zur Gruppe gehören aber auch Marken wie **Odol**, **Dr. Best** oder **Abtei**. Ein Schritt Richtung Mobile wurde jüngst getan: eine App von GSK mit der Fachredaktion **Fit for Travel**, die einen Guide für über 300 Länder anbietet. Noch in dieser Woche soll es eine zusätzliche englischsprachige Ver-

sion geben. User finden Gesundheits-News, Malariahinweise, Checklisten, Tipps für die Reiseapotheke und einen Impferinnerungs-Service. Die Realisierung lag bei **12snap**.

Nach Kontakter-Informationen wird sich 12snap-CMO **Peter Prislín** über weitere Aufträge freuen können. Angesichts sehr guter Platzierungen im **Apple**-Ranking und 20 000 Downloads in sechs Wochen ohne jede Werbeunterstützung, plant GSK noch mehr Service-Applikationen. Dabei geht es dem Vernehmen nach um sehr spezielle Zielgruppen: eine für Allergiker, andere beispielsweise für Eltern und junge Mütter, die an die sogenannten „U“-Untersuchungen ihrer Kinder erinnert werden oder abrufen können, ob lokal eine Grippewelle droht. Außerdem gibt es Überlegungen für iPad-Anwendungen. Alles soll noch 2010 umgesetzt werden. *for*



**Fit for Travel** Die GSK-App wurde in sechs Wochen rund 20 000 Mal heruntergeladen.

■ RTL/IP Deutschland

## VIP.de und RTLkino.de reisen nach Cannes

**RTL** berichtet in diesem Jahr nicht nur via TV von den Filmfestspielen in Cannes. Auch die hauseigenen Web-Seiten **VIP.de** und **RTLkino.de** warten mit einem entsprechenden Special auf. In diesem Umfeld bietet RTL-Vermarkter **IP Deutschland** Werbekunden Markenplatzierungen auf den beiden Seiten an.

**IP** veröffentlicht zum Cannes-Special auch die Preise:



Dazu veröffentlicht **IP** auch die dazugehörigen Preise. So kostet eine Anzeige bei **VIP.de** 42 000 Euro, bei **RTLkino.de** 12 000 Euro. Bucht ein Werbekunde auf beiden Seiten parallel, bietet **IP** einen Aktionspreis von 50 000 Euro. Für Bewegtbildkampagnen legt der Vermarkter einen Tausendkontaktpreis von 50 bis 90 Euro vor.

Rabatte werden auf die Gesamtrechnungssumme für Online-Werbung, die innerhalb eines Kalenderjahres geschaltet wird, gewährt – bei einem Umsatz von 15 000 Euro sind es zwei Prozent, bei 750 000 Euro 25 Prozent. *kad*

■ Appstory-TV

## WELTCUP FÜR APPS

Die Online-Plattform **Appstory-TV** will einen Preis für Smartphone-Apps einführen. Die Macher des Video-Blogs haben bereits Titelschutz für die Marke „AppStar“ beantragt. **Appstory**-Gründer **Michael Reuter** bestätigt die Pläne gegenüber dem Kontakter. Geplant sei ein Wettbewerb für Mini-Programme für iPhone und Co., vergleichbar „dem Weltcup im Sport“. Über die Sieger würden sowohl die Nutzer als auch eine Jury entscheiden, so Reuter. Die AppStars sollen außerdem auf mehreren Veranstaltungen und einer abschließenden Preisverleihung gekürt werden. Der Onlinedienst veröffentlicht Kurzvideos mit Rezensionen und Berichten zu Apps in englischer Sprache. Die Seite wurde im Januar von dem Internet-Unternehmer Reuter zusammen mit den beiden BR-Journalisten **Richard Gutjahr** und **Marcus Schuller** sowie der Münchner Webdesignerin **Kira Song** gegründet. Die Seite machte vor zwei Wochen Schlagzeilen, als Appstory-Autor Gutjahr das erste iPad in New York kaufte. In wenigen Wochen soll außerdem eine Kooperation mit **Stern.de** starten (Kontakter 15/10). *tn*



**Michael Reuter** will einen Preis für Smartphone-Apps initiieren.