

Hoffentlich an Allianz interessiert

Leipziger Jungunternehmer setzen auf neue Form des Empfehlungsmarketings

erschieden in „Der Kontakter“ (Magazin der WuV)

Ausgabe 48/2010, Seite 17

■ Apple/VPRT

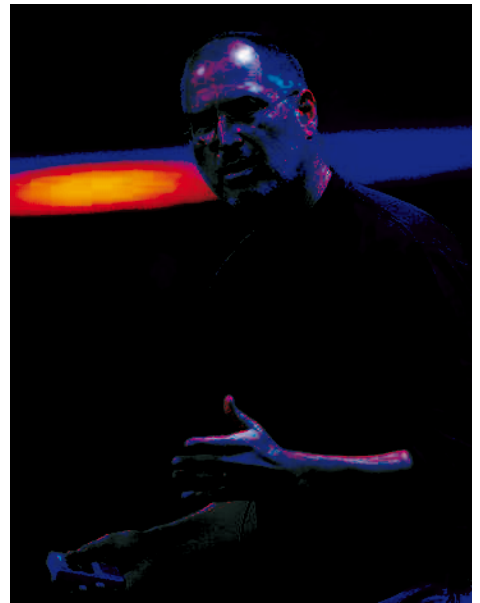
Unruhe im Radio-Lager: Apple zieht die Zügel an

Für Radiosender sind Apps ein gut funktionierender Weg, ihr Programm über das Handy ans Publikum zu bringen. Unruhe verursacht jetzt Apples Ansage, dass Radio-Apps ohne Mehrwert künftig nicht mehr zugelassen werden.

Schreck für die internationale Radio-szene: Vergangene Woche wurde bekannt, dass **Apple** neuen Radio-Apps die Zulassung verweigerte. Mit der von **Radiomagonline** weitergereichten Begründung, Apps, die nur einzelne Sender auf die mobilen Geräte bringen, seien mit digitalen Furzkissen vergleichbar und würden den App-Store nur unnötig zumüllen. Künftig müssten Apps Hunderte von Stationen oder anderweitige Mehrwerte bieten, um zugelassen zu werden. Gut für Radioplattformen. Der Rest würde indes in die Röhre schauen.

Die deutschen Radiosender hat der Privatfunkverband **VPRT** nach einem Gespräch mit Apple beruhigen können. Radio-Apps würden nicht gelöscht, den Sendern auch nicht der Zugang mit ihren Funk-Apps zum Apple-Store verweigert, so die Parole, die am Ende der Woche vom VPRT an seine Mitglieder ausgegeben worden ist.

Deutlich macht der Schritt Apples aber, dass das Unternehmen die Apps der Radiobranche in neue Bahnen lenken und die Gratskultur beenden möchte. Der US-Konzern würde es gerne sehen, dass sich die Stationen kostenpflichtige Entwickler-Zugänge zulegen. Dafür sind je 79 Euro pro Jahr fällig. Dann können Apps selbst hochgeladen werden. Auch Applikationen von Dritten – sogenannte White-Label-Lösungen – der Radiobranche will Apple künftig entgegennehmen. Mehrere verschiedene Apps eines Senders können auch künftig hochgeladen werden.



Steve Jobs „Too Bad“ soll seine lakonische Antwort auf Proteste gewesen sein.

Apple selbst gibt keinen Kommentar zu den Vorgängen ab. Die Richtung scheint aber klar: Wenn für Radio-Apps (wie wohl auch für andere) gilt, dass die Kunden selbst die Zugänge benötigen, sammelt Apple mehr Geld ein – und schreckt vielleicht Entwickler ab, die mit vielen nur marginal unterschiedlichen Apps die Freigabestelle überlasten. *rp/ps*



Radio unterwegs Smartphones statt Radios stellen einen attraktiven Zusatzkanal für Radiosender dar.



Sandro Günther Der Werbeboten-Chef integriert Facebook-Gewinnspiele in die Kampagne.

■ Werbeboten Media

Hoffentlich an Allianz interessiert

Werbeboten Media, Leipzig, realisiert eine Hochschulmarketing-Kampagne der **Allianz**. 100 an ihren T-Shirts zu erkennende Werbeboten werden über zwei Monate hinweg an den Hochschulen präsent sein. Sie entstammen ebenfalls der Zielgruppe der Kampagne, die sich an Studenten und frischgebackene Ab-

solventen richtet. In den persönlichen Profilen der Werbeboten in sozialen Netzwerken werden witzige Foto- und Videoaktionen visualisiert. Auf Facebook laufen spezielle Applications und Gewinnspiele, die für zusätzliche Aufmerksamkeit sorgen sollen. Die Kampagne startet Anfang nächsten Jahres. *ht*