

**NET-Metrix bestätigt führende Position unter den Schweizer Online-Angeboten**

## **GMX.ch zweitgrößtes Schweizer Kommunikations- und Serviceportal**

**Karlsruhe/ Bern, 05. November 2009.** GMX.ch, das im Januar 2009 gestartete Schweiz-Portal von Internetpionier GMX, hat sich vom Start weg in der Spitze der Schweizer Online-Angebote positioniert. Das belegen die Daten der heute veröffentlichten NET-Metrix Profile 2009-2 (Berichtszeitraum April bis Juni 2009), in der GMX.ch erstmals auf Basis der Angebotsnutzer ausgewiesen wird.

**Mit hoher Reichweite, hoher Nutzungsfrequenz und großer Nutzungsintensität die Nr. 2 nach Bluewin**

Mit einer Reichweite von rund einer dreiviertel Million Nutzer im Monat (730.000 Unique User) erreicht GMX.ch 20 Prozent aller deutschsprachigen Internetnutzer in der Schweiz. Damit konnte sich GMX klar als zweitgrößtes Schweizer Kommunikations- und Serviceportal nach Bluewin im Schweizer Internet durchsetzen. Auch bei der Wochenreichweite verfügt GMX.ch mit nahezu einer halben Million Nutzer (434.000 Unique User; 9,1%) über ein vorzügliches Media-Benchmark. Wochen-Nutzungsfrequenzen dokumentieren die Leistungskraft eines Online-Werbeträgers beim schnellen Aufbau von Werbedruck in der Reichweite. Die hohe Nutzungsintensität des Portals belegen das Page-Impression-Volumen von 122 Millionen PI im Monat und der PI-Nutzer-Quotient von monatlich 167 PI pro Nutzer, mit dem GMX.ch weit über dem Durchschnitt (monatlich 108 PI pro Nutzer bei den 10 größten Online-Angeboten) liegt. Und auch bei der Nutzungsdauer setzt das GMX Portal mit 3:01 Stunden pro Nutzer und Monat Maßstäbe.

## ■ P R E S S E I N F O R M A T I O N

### **Junge, gut gebildete und gut situierte Nutzergruppen ...**

Bei den Zielgruppen, die Werbetreibende auf GMX.ch erreichen, zeichnet sich das Portal durch eine äußerst attraktive Nutzerschaft aus, die sich kurz mit „jung, gebildet und einkommensstark“ beschreiben lässt: GMX.ch erreicht pro Monat rund ein Viertel (23,5%; 205.000 Unique User) aller Twens (20-29 Jahre). Rund 40 Prozent (38,9%) der Nutzer (284.000 Unique User) verfügen über einen hohen Bildungsabschluss. Über ein Viertel (27%) verfügt über ein Haushaltsbruttoeinkommen von 8.000 CHF im Monat und mehr. Beruf und Bildung sind wichtige Interessenbereiche für die GMX.ch Nutzer, aber auch die schönen Dinge des Lebens kommen bei ihnen nicht zu kurz. So führen bei den Informations- und Kaufinteressen Mode und Beauty sowie Aus- und Weiterbildung und Job und Karriere, aber auch Film und Kino und Unterhaltungselektronik sowie Reisen das „relevant set“ an.

### **... und vor allem die Eidgenossin hat ein Faible für GMX.ch**

Die beim Alltagskonsum kaufentscheidende Zielgruppe der Frauen ist auf GMX.ch mit 53 Prozent Nutzeranteil (385.000 Unique Userinnen) deutlich stärker vertreten als unter den Onlinern allgemein (47 Prozent).

„Die aktuellen NET-Matrix Zahlen zeigen, dass das vielseitige Portalangebot von GMX.ch von den Nutzern hervorragend angenommen wird. Wir freuen uns sehr, gemeinsam mit unserem Vermarktungspartner AdLINK Internet Media Schweiz unseren Schweizer und internationalen Werbekunden eine Top-Plattform zur Verfügung stellen zu können, die ihnen bei den relevanten Media-Benchmarks eine exzellente Grundlage für erfolgreiches Online-Marketing bietet“, begrüßt Matthias Ehrlich, Vorstand des GMX Vermarkters United Internet Media AG, das Abschneiden in der aktuellen Schweizer Online-Reichweitenstudie.

## ■ P R E S S E I N F O R M A T I O N

Und Urs Flückiger, Deputy Managing Director AdLINK Media Schweiz, ergänzt: „GMX ist ein langjähriger Partner der AdLINK Media Schweiz und genießt bei Kunden und Mediaagenturen eine hohe Akzeptanz. Vielfältige Planungsmöglichkeiten, unter anderem nach soziodemografischen Merkmalen, welche nun durch die Teilnahme bei NET-Metrix-Profile zugänglich sind, machen GMX zu einer attraktiven Werbeplattform. Sie gehört auch zu den starken Partnern im von AdLINK Media Schweiz exklusiv angebotenen Premium-Produkt Superpool.“

### **Starke DACH-Reichweite für länderübergreifende Online-Kampagnen aus einer Hand**

Auch im gesamten deutschsprachigen Internetraum bietet GMX den reichweitenstarken Zugang zu attraktiven Zielgruppen. Werbetreibende, die mit ihren Kampagnen neben der Schweiz auch Konsumenten in Deutschland und Österreich adressieren wollen, können über die GMX Portale in den drei Ländern über 11 Millionen Online-Nutzer im Monat (6,4 Millionen in der Woche) mit einer Buchung und aus einer Hand erreichen.\*

\* Quelle: United Internet Media Research 2009

### **Über GMX**

Mit über 10-jähriger Expertise in innovativer Internetkommunikation ist der FreeMail Pionier GMX (Global Message Exchange) heute einer der erfolgreichsten Kommunikationsdienste im deutschsprachigen Internet und bietet privaten und professionellen Nutzern leistungsstarke Mail- und Messaging-Lösungen für die digitale Kommunikationswelt – online wie mobil. Eingebettet in die ebenso umfangreichen wie vielseitigen Portalangebote von GMX Deutschland (Nr. 5 der Top Ten Angebote), GMX Österreich (Nr. 2 der Top Ten Angebote) und GMX Schweiz (Nr. 7 der Top Ten Angebote)

## ■ P R E S S E I N F O R M A T I O N

mit ihren länderspezifischen Inhalten, Diensten und Services zu den Bereichen Information, Kommunikation, Shopping und Entertainment & Lifestyle ist GMX die digitale Homebase für über 11 Millionen Internetnutzer in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die Online-Marke für das deutschsprachige Europa bietet werbetreibenden Unternehmen eine hochwertige länderübergreifende Mediaplattform für die DACH-Region mit innovativen umfeldintegrierten Werbeformaten, einem reichweitenstarken Zugang zu attraktiven, kaufkräftigen Nutzergruppen und leistungsstarken Targetingprodukten zur effektiven und effizienten Zielgruppenansprache im gesamten deutschsprachigen Internet. GMX ist eine der Kernmarken der börsennotierten United Internet AG (ISIN DE0005089031) und wird von der United Internet Media AG (<http://united-internet-media.de>), dem konzerneigenen Vermarkter der United Internet Portale und führenden Online-Vermarkter der DACH-Region, in Kooperation mit der AdLINK Internet Media AG Schweiz (<http://www.adlinkmedia.ch>), Küssnacht, vermarktet.

### **Über AdLINK Media Schweiz**

Die AdLINK Media Schweiz ist die Spezialistin für digitales Marketing innerhalb der Goldbach Media Gruppe. Als führende Vermarktungs- und Vermittlungsorganisation umfasst das Angebot von AdLINK Media Schweiz Kommunikationslösungen für Internet- und Suchmaschinenmarketing sowie Mobile- und In-Game Werbung aus einer Hand. Die Serviceleistungen beinhalten Beratung, Mediaplanung, Abwicklung, Optimierung und Controlling von digitalen Kampagnen.

Weitere Informationen zu AdLINK Media Schweiz:  
[www.adlinkmedia.ch](http://www.adlinkmedia.ch) oder [www.onlinemediatool.ch](http://www.onlinemediatool.ch).

## **United Internet Media – The fine Arts of digital Media**

United Internet Media steht für die konsequente Verknüpfung von Klassik mit den innovativen Gestaltungsmöglichkeiten digitaler Technologie und damit für einen neuen Reifegrad der Online-Werbung: „The fine Arts of digital Media“.

Impress! Discover! Announce! Attract! Sell! Reward! Involve! Entertain! Feature! und Connect! – Langjährige Expertise und fundiertes Know-how von über 200 Media- und Marketingspezialisten, führende Technologien wie Target Group Planning (TGP), innovative Produkte, kreative Konzepte und die gebündelten Reichweiten von Top-Portalen fließen bei United Internet Media in ein innovatives Instrumentarium ein, aus dem kundenindividuell Lösungen für die klassischen Ziele und Aufgaben der Werbung in digitalen Mediawelten entwickelt werden.

Als Drehscheibe zu rund 22 Millionen deutschsprachigen, über 160 Millionen europäischen und über 420 Millionen Internetnutzern in 60 Ländern weltweit bietet der Mediavermarkter der konzern-eigenen Online-Angebote der United Internet AG – WEB.DE, GMX, 1&1 und SmartShopping.de – mit seinen Portalen und AD Europe Partnerportalen die globale Vielfalt neuer Medienwelten aus einer Hand (one-stop-media-shopping).

United Internet Media ist Partner deutscher und internationaler Werbekunden in den Segmenten Media- und Kreativagenturen sowie aus der werbetreibenden Industrie (Direktkunden). Das Unternehmen unterhält Standorte in Karlsruhe und München und Niederlassungen in Hamburg, Düsseldorf, London und Wien.

## **INTERNETADRESSEN**

### **GMX.ch:**

<http://www.gmx.ch>

### **United Internet Media AG:**

<http://united-internet-media.de>

### **AdLINK Internet Media AG Schweiz**

[www.adlinkmedia.ch](http://www.adlinkmedia.ch)

## **PRESSESERVICE**

Pressemitteilungen, honorarfreies Fotomaterial sowie Hintergrundinformationen finden Medienvertreter in der

**United Internet Media Presselounge:**  
<http://united-internet-media.de/presse>

## **KONTAKTADRESSEN**

### **United Internet Media AG**

Nadja Elias

Pressesprecherin

Frankfurter Ring 129

D – 80807 München

Telefon: +49 / (0) 89 / 14339-222

Telefax: +49 / (0) 89 / 14339-250

E-Mail: [nadja.elias@united-internet-media.de](mailto:nadja.elias@united-internet-media.de)

### **AdLINK Internet Media AG Schweiz**

Andrea Suter

Communication Manager

Seestrasse 39

CH – 8700 Küsnacht

Telefon: +41 / (0) 44 / 91493-46

Telefax: +41 / (0) 44 / 91493-70

E-Mail: [asuter@adlinkmedia.net](mailto:asuter@adlinkmedia.net)