

Noch mehr Schweizer Inhalte und Services für weitere Nutzerbindung

GMX.ch startet Portaloffensive

München/ Zürich, 16. September 2013. GMX.ch, drittgrößtes Kommunikations- und Serviceportal im Schweizer Internet*, hat die Weichen auf Expansion gestellt. Pünktlich zur dmexco, der Leitmesse der Digitalbranche in Köln, wurde der lokale Schweiz-Channel von GMX.ch inhaltlich umfangreich erweitert und zu einem eigenständigen Schweizer Portalangebot mit eigener Schweiz-Redaktion ausgebaut. In jetzt insgesamt 15 redaktionellen Themenmagazinen und -umfeldern – von A wie Auto über L wie Lifestyle und N wie Nachrichten bis W wie Wissen – finden die Schweizer Nutzer ab sofort noch mehr aktuelle lokale und regionalspezifische deutschsprachige Informationen rund um alles, was die Schweiz bewegt. Aber nicht nur die Startseite von GMX.ch und die Themenmagazine, sondern auch die saisonalen und Event-Specials warten jetzt mit noch mehr weiß-roten Inhalten auf. Services und Dienste wie Wetter oder Single- und Jobbörsen sind jetzt ebenso schweizerisch wie der Routenplaner, der auf die Schweiz angepasst wurde. Auch der Blick über den nationalen Tellerrand kommt nicht zu kurz: Große Stärke von GMX.ch bleibt unverändert die internationale Berichterstattung, für die eine rund 40-köpfige Zentralredaktion sorgt.

Die redaktionellen Umfelder des GMX Portals erfreuen sich großer Beliebtheit bei den Nutzern. So besuchen in Deutschland im Durchschnitt 95 Prozent der Nutzer von GMX Seiten mit redaktionellen Inhalten.**

„Mit dem Relaunch der GMX.ch Homepage im Juli haben wir bereits ein neuartiges Informations-, Service- und Unterhaltungs-

erlebnis für GMX.ch geschaffen, das von den Nutzern hervorragend angenommen wurde. Daran wollen wir jetzt mit unserer Inhalteoffensive anknüpfen und so die sehr gute Position von GMX.ch im Schweizer Online-Markt für ein nachhaltiges Nutzerwachstum weiter ausbauen", erklärt Jan Oetjen, Geschäftsführer GMX.

Werbepattform mit noch vielseitigerem Special-Interest-Umfeldangebot

Mit dem Ausbau der Themenmagazine auf GMX.ch erweitert United Internet Media sein Mediangebot im Bereich Special-Interest-Umfelder maßgeblich. So profitieren werbetreibende Unternehmen auf Basis eines deutlich größeren Umfeldinventars von leistungsstarken Displaymöglichkeiten in seitenintegrierten Großformaten wie Halfpage Ad, Wallpaper und Banderole Ad – allesamt auch mit Bewegtbild belegbar – sowie von Serviceintegrationen, (Branded) Advertorials, Specials zu Themen-Events oder Sponsorings. Sie erhalten damit noch mehr hochaffine Media für Branding-Kampagnen und hochwertige Marken-Inszenierungen in Special-Interest-Umfeldern, die zudem hohe, vergleichbaren Angeboten häufig überlegene Reichweiten und hohe Nutzungsfrequenzen bieten.

„Mit dem Ausbau der Themenumfelder und der GMX.ch Plattform zu einem eigenständigen, lokalisierten Schweizer Portal können wir der großen Nachfrage nach reichweitenstarken Branding-Kampagnen mit hochwertiger, effizienter Zielgruppenansprache, wie wir sie mit TGP[®] bieten, in Kombination mit hochinvolvierenden Special-Interest-Platzierungen noch besser Rechnung tragen. Die kombinierte Relevanz aus Zielgruppenreichweite und Umfeld-Involvement ist ein Media-Asset, das Werbetreibenden einen

klaren Leistungsvorteil bietet", so Rasmus Giese, CEO United Internet Media.

Platz 2 für GMX.ch/ United Internet Media in Schweizer Vermarkterzufriedenheitsstudie

In der jüngst erschienenen ersten Zufriedenheitsstudie zu Online-Vermarktern des Marktforschungsinstitutes d.core wurde GMX.ch/ United Internet Media von Entscheidern und Verantwortlichen bei werbetreibenden Unternehmen und Mediaagenturen auf den zweiten Gesamtplatz gewählt. Erste Plätze in den Kategorien „Sympathie der Ansprechpartner“, „Marktforschungsleistungen“, „Fachliche Kompetenz“ und „Innovative Werbeformen“ unterstreichen die Spitzenposition des Online-Vermarkters in der DACH-Region.

* Quelle: Net-Metrix 2013-1

** Quelle: United Internet Media Research 2013, Berechnung auf Basis AGOF internet facts 2013-6

Über GMX

Der FreeMail Pionier GMX (Global Message Exchange) ist einer der erfolgreichsten Kommunikationsdienste im deutschsprachigen Internet. GMX unterstützt Konsumenten mit leistungsstarken und im Basisangebot kostenfreien Mail- und Messaging-Lösungen für die digitale Kommunikation. Eingebettet in länderspezifische Redaktions- und Serviceangebote mit Information, Shopping sowie Entertainment & Lifestyle ist GMX die digitale Homepage für rund 15,3 Millionen Internetnutzer in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die Online-Marke für das deutschsprachige Europa bietet werbetreibenden Unternehmen eine hochwertige 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 Marke der 1&1 Mail & Media GmbH und wird von der United Internet Media AG, dem konzern-eigenen Vermarkter der United Internet Portale und führenden Online-Vermarkter der DACH-Region, vermarktet.

United Internet Media – The fine Arts of digital Media

United Internet Media steht für die konsequente Verknüpfung von Klassik mit den innovativen Gestaltungsmöglichkeiten digitaler Technologien. Langjährige Expertise und fundiertes Know-how von über 250 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 entwickelt werden. Als Drehscheibe zu rund 30 Millionen deutschsprachigen, über 240 Millionen europäischen und über 800 Millionen Internetnutzern in 60 Ländern weltweit bietet der Mediavermarkter der konzern-eigenen Online-und Mobile-Angebote und -Kooperationsangebote der United Internet AG – WEB.DE, GMX, 1&1, mail.com, SmartShopping.de sowie top.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 und Wien.

INTERNETADRESSEN

GMX Schweiz:

<http://gmx.ch>

United Internet Media:

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

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

Sapporobogen 6-8

D – 80637 München

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

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

E-Mail: nadja.elias@united-internet-media.de