

„Die 4. Mobilfunkgeneration erleben – im größten 4G/ LTE Netz Österreichs“

GMX präsentiert neue Homepage und gewinnt A1 für Premierenkampagne

Karlsruhe/ Wien, 17. Juli 2013. Bei der Wahl des Mobilfunknetzes gilt dasselbe wie bei der Startseite ins Internet: Schnelligkeit, Komfort und umfassender Service sind unverzichtbar. Wenn diese Stärken wie beim neuen 4G/ LTE Netz von A1 für mobiles Highspeed-Surfen und der neuen GMX Österreich Homepage aufeinander treffen, bestehen beste Voraussetzungen für ein erfolgreiches Co-Branding.

Startseite reloaded: Dynamische Homepage mit funktionaler Raumaufteilung, noch mehr redaktionellen Inhalten, Sticky-Login und optimiertem Werbeumfeld durch High-Visibility

Für den Relaunch der neuen GMX Homepage war noch mehr Nutzerfreundlichkeit – u.a. in Form von noch mehr Schnelligkeit beim Seitenaufbau – in Verbindung mit einer Optimierung des Werbeumfelds maßgeblich. Für die Nutzer wesentliche Funktionen wie der Login bleiben jetzt komfortabel immer im sichtbaren Bereich (Sticky-Login), und für die kommenden Monaten geplante neue Individualisierungsfunktionen machen die Startseite zu einem noch persönlicheren Einstiegserlebnis ins Internet. Gleichzeitig wartet die neue Variante der reichweitenstärksten Homepage im österreichischen Internet* mit einer klareren, flexibel belegbaren Seitenstruktur auf, deren Module sich harmonisch am Format der erfolgreichen Standardwerbform Medium Rectangle ausrichten. In Verbindung mit zusätzlichen redaktionellen Inhalten bietet die neue Homepage damit ein noch hochwertigeres mediales Umfeld für Marken-Werbung und stellt eines der reichweitenstärksten redak-

tionellen Umfeld dar. Werbekunden von United Internet Media profitieren dabei vor allem von der viewport-optimierten Sichtbarkeit und Darstellung ihrer Werbung auf der auf Desktop und Tablets ausgespielten dynamischen Homepage: So passt sich bei den festplatzierten Formaten wie Billboard Ad und Medium Rectangle (WEB.Buster) der Content-Bereich automatisch an den nutzerindividuellen Browsersichtbereich an und wird bei einer kleineren Viewport-Variante schmaler. Werbemittel und -botschaft bleiben so bei gängigen Darstellungsgrößen vollständig im sichtbaren Bereich und schöpfen die zielgruppenspezifische Werbereichweite maximal aus. Online-Werbung kann dadurch optimal mit der Webseite zusammenwirken und profitiert von umfassenden Abstrahleffekten des medialen Umfelds.

„Mit der neuen GMX Homepage tragen wir den Bedürfnissen der Nutzer und der Werbungtreibenden gleichermaßen Rechnung“, erklärt Jan Oetjen, Geschäftsführer GMX Österreich. Und Christopher Sima, Geschäftsführer United Internet Media Austria, ergänzt: „Mit ihrer flexibel für eine optimale Darstellung von Inhalten und Einbettung von Werbung nutzbaren Struktur sowie ihren Dynamisierungsmöglichkeiten ist die neue GMX Homepage ein ideales Umfeld für hochwertige Online-Werbung und ein leistungsstarkes Marken-Branding. Wir freuen uns sehr, dass A1 diese Vorzüge erkannt hat und sie für den Premierenauftritt auf der neuen GMX Startseite nutzt.“

„Die 4. Mobilfunkgeneration erleben“: 24 Stunden Bühne frei für das 4G/ LTE Netz von A1

Für die Premierenkampagne auf der neuen GMX Homepage konnte GMX Vermarkter United Internet Media Austria den führenden Telekommunikationsanbieter Österreichs, A1, gewinnen. Mit dem Claim „Die 4. Mobilfunkgeneration erleben – im

größten 4G/ LTE Netz Österreichs“ belegt A1 im Rahmen einer 24-stündigen Exklusivplatzierung sowohl die neue GMX Homepage als auch die Logoutseite des Freemail-Dienstes. Während auf der Homepage das die Startseite umrahmende Eventformat „Fireplace“ zum Einsatz kommt, arbeitet der Kampagnenflight auf der Logoutseite des Freemail-Dienstes mit einem aufmerksamkeitsstarken großflächigen MaxiAD XL. Ziel der von pilot@media.at, Wien, als Mediaagentur und der seso media group, ebenfalls Wien, als Kreativagentur konzipierten Brandingkampagne ist die Steigerung der Bekanntheit des 4G/ LTE Netzes von A1 für mobiles Highspeed-Surfen.

* Quelle: ÖWA Plus 2012-IV, Zeitraum für Medien: durchschnittlicher Monat, eigene Berechnung: Homepage-Belegungseinheiten für Top-Ten-Dachangebote, United Internet Media Research 2013

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 Homebase 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

konzerneigenen 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 und damit für einen neuen Reife- und Qualitätsgrad digitaler Werbung.

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 Online- und Mobile-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:

<http://gmx.at>

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>

KONTAKTADRESSE

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