

„Mikado Zeitreise“-Kampagne schickt Gewinner auf interaktiv gestaltete Reise rund um die Welt

## WEB.DE zeigt sich mit neuer Startseite und Mondelēz International als Premierenpartner

**Karlsruhe, 26. September 2013.** Veränderungen im Look & Feel von Homepages gleichen häufig einer Zeitreise durch Design, Technologie und Usability. Jüngstes Beispiel hierfür ist die neue, seit 25. September live geschaltete Startseite von WEB.DE, die Mondelēz International, einer der führenden Lebensmittelhersteller Deutschlands, thematisch passend zum Relaunch in den ersten 24 Stunden mit einer interaktiven „Zeitreise“-Promotionkampagne für seine „Mikado“ Schoko-Gebäcksticks belegt.

### **WEB.DE stellt vor: Dynamische Startseite mit funktionaler Raumaufteilung, noch mehr redaktionellen Inhalten, Sticky-Login und optimiertem Werbeumfeld durch High-Visibility**

Bei der neuen WEB.DE Homepage stehen höhere Nutzerfreundlichkeit in Verbindung mit einer Optimierung des Werbeumfelds im Fokus. Für die Nutzer zentrale Service-Funktionen wie der Login bleiben ab sofort komfortabel immer im sichtbaren Bereich (Sticky-Login). Für die kommenden Monate sind neue Individualisierungsfunktionen geplant und machen die Startseite so zu einem noch persönlicheren Einstiegspunkt ins Internet. Gleichzeitig wartet die neue Variante der auf Tagesbasis mit 2,85 Mio. Unique Usern reichweitenstärksten Startseite im deutschen Internet\* mit einer klareren, flexibel belegbaren Seitenstruktur auf. Ihre Module richten sich harmonisch am Format der Standard-Werbeform Medium Rectangle aus. In Verbindung mit zusätzlichen redaktionellen Inhalten bietet die neue Startseite damit ein noch hochwertigeres redaktionelles Umfeld für Marken-Werbung und



stellt eine der reichweitenstärksten Nachrichten- und Contentseiten im deutschen Internet dar.

Werbekunden von United Internet Media profitieren vor allem von der viewport-optimierten Sichtbarkeit und Darstellung ihrer Werbung auf der auf Desktop und Tablets ausgespielten dynamischen Homepage: So passt sich bei festplatzierten Homepage Events wie z.B. Billboard, Fireplace und Bridge Adder Inhaltsbereich 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.

„Die neue WEB.DE Homepage berücksichtigt die Bedürfnisse der Nutzer und der Werbungtreibenden gleichermaßen und sorgt mit ihrer unaufdringlichen, aber aufmerksamkeitsstarken Darbietung von Werbung für ein hohes Maß an Werbeakzeptanz“, erklärt Rasmus Giese, CEO United Internet Media. „Die flexibel für eine optimale Darstellung von Inhalten und Einbettung von Werbung nutzbare Struktur und ihre Dynamisierungsoptionen stellen ein ideales Content-Umfeld für hochwertige Online-Werbung und ein leistungsstarkes Branding dar. In Kombination mit ihrer gerade auch bei kurzen Kampagnenzeiträumen führenden Reichweite und Nutzungsfrequenz – zwei Drittel der täglichen Nutzerschaft können mit zwei bis vier Kontakten durchschnittlich angesprochen werden – erzielt die WEB.DE Startseite ein hohes Aktivierungspotenzial und eine schnelle Zielgruppendurchdringung.“



### **Mit Mikado zu einer besonderen Reise um die Welt**

Für die Premierenkampagne auf der neuen WEB.DE Homepage konnte United Internet Media den Konsumgüteranbieter Mondelēz International gewinnen. Der Lebensmittelhersteller bewirbt im Rahmen einer 24-stündigen Exklusivbelegung der neuen Startseite seine Mikado Schoko-Gebäcksticks mit einem großflächigen und aufmerksamkeitsstarken Homepage Event Fireplace. Ergänzend zum 24-Stunden-Spotlight auf der neuen WEB.DE Startseite ist Mondelēz International bis Mitte November mit einer umfangreichen, mit Targeting auf die Zielgruppe der 25- bis 39-jährigen Nutzer ausgespielten Display-Kampagne auf dem gesamten Angebot von WEB.DE präsent.

Ziel der von PKP BBDO, Wien (Kreativagentur), und Aegis Media, Hamburg (Mediaagentur), konzipierten „Mikado Zeitreise“ ist das Generieren möglichst vieler Likes auf Facebook. Für jedes neue Like wird die am Ende der Kampagne als Hauptpreis zu gewinnende Zwei-Personen-Weltreise um eine Minute verlängert, so dass je nach Teilnehmerzahl eine Reise von bis zu 175 Tagen und bis zu 45 Destinationen in Aussicht steht.

\* Quelle: AGOF internet facts 2013-07; United Internet Media; Basis: Onliner-WNK (Internetnutzer ab 10 Jahren letzte 3 Monate) Potenzial 55,05 Mio.; Zeitraum für Medien: Einzelmonat, Ø Woche, Ø Tag, Eigene Berechnung: Kontaktverteilung einer Homepage Tagesfestplatzierung auf WEB.DE

### **Über WEB.DE**

WEB.DE ist eines der führenden deutschen Internetportale. 14,3 Millionen Menschen (AGOF internet facts 2013-07) nutzen monatlich WEB.DE Mail- oder Cloud-Services sowie die redaktionellen Seiten und die WEB.DE Suchmaschine. Einen immer größeren Anteil hat dabei mobile Kommunikation. Der komfortable Online-



Speicher von WEB.DE bietet einen sicheren Ort für persönliche Dokumente, Fotos, Musik und Videos in der Cloud.

### **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, top.de, Auto-Service.de, mail.com sowie 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 und Wien.

### **INTERNETADRESSEN**

#### **WEB.DE:**

<https://web.de>

#### **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

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