United Internet Media holt Mobile-Angebote von WEB.DE und GMX in die primäre Eigenvermarktung zurück

United Internet Media holt Mobile-Angebote von WEB.DE und GMX in die primäre Eigenvermarktung zurück

Auf führenden Plätzen in der mobile facts
Rasant steigende Nutzerzahlen und eine dynamisch wachsende Nutzung: Die mobilen Portale und Apps von WEB.DE und GMX werden in der heute erscheinenden mobile facts 2012-2 mit 1,48 pro Woche bzw. 2,89 Millionen Unique Mobile Usern pro Monat (WEB.DE) und 1,33 pro Woche bzw. 2,64 Millionen Unique Mobile Usern pro Monat (GMX) - Angebotsreichweite mobiles Portal und App - auf den Plätzen 3 bzw. 4 und 6 im Angebotsranking ausgewiesen. Mit insgesamt 2,74 Millionen Unique Mobile Usern pro Woche bzw. 5,18 Millionen Unique Mobile Usern pro Monat (inkl. top.de Mobile und 1
1 Mobile) zählen die Mobile-Angebote von United Internet zu den reichweitenführenden Mediaportfolios für Mobile Display Advertising in Deutschland. Gemeinsam mit den Online-Angeboten seines Portfolios verfügt United Internet Media damit über eine der führenden Digital-Reichweiten im deutschen Mediamarkt für leistungsstarkes Multi-Screen-Marketing mit Targetingsystemen wie TGP bzw. TGP Mobile.
Gleichzeitig weist das Mobile-Portfolio von United Internet Media mit 53 Prozent die zweithöchste Nutzungsfrequenz (Verhältnis Nutzer pro Woche zu Nutzer pro Monat) und damit einen hervorragenden Loyalitätsindex auf. Bei loyalen Nutzern eines Online-Angebots wird eine deutlich bessere Werbewirkung erzielt als bei selteneren Nutzern, so ein Ergebnis der "Online Visions 2010" von Procter
 Gamble und pilot.
Parallel zum deutlichen Reichweitenwachstum stieg das Mobile-Mediainventar von WEB.DE und GMX in den vergangenen 12 Monaten um 75 Prozent.*
Vor diesem Hintergrund hat sich United Internet Media entschieden, die Mobile-Angebote der United Internet Portale WEB.DE und GMX nach zwei Jahren erfolgreicher Kooperationsvermarktung mit dem Partner InteractiveMedia zu Beginn dieses Jahres wieder zurück in die primäre Eigenvermarktung zu nehmen. "Mobile wird 2013 eine wichtige Rolle in der Vermarktungsstrategie von United Internet Media spielen. Die Nutzung des mobilen Internets weist ein ungebrochen dynamisches Wachstum auf. Gleichzeitig wachsen das klassische, stationäre und das mobile Internet technisch und in der Nutzung immer weiter zusammen. Viele werbetreibende Unternehmen reagieren bereits darauf und passen ihre Kampagnenkonzepte, die Mediaplanung und die Wahl des Media-Mix mit ganzheitlichen Digitalansätzen an diese Veränderung an. United Internet Media ist in beiden Bereichen - sowohl Online als auch Mobile - mit seinen Plattformen und digitaler Kommunikation, insbesondere E-Mail, als Nutzungstreiber hervorragend aufgestellt. Daher ist es ein logischer Schritt, dass wir auf die sich verändernden Mediaanforderungen mit einem integrierten, digitalen Mediaangebot aus einer Vermarkterhand reagieren", erklärt Matthias Ehrlich, Vorstand United Internet Media AG.
Vermarktungsfokus auf endgeräteübergreifende Werbeformate und Targetinglösungen zur integrierten Online-Mobile-Zielgruppenansprache
Neben der kontinuierlichen Weiterentwicklung des Angebots an gängigen mobilen Standard-Displaywerbeformen, Großformaten und Sonderwerbeformen für aufmerksamkeitsstarke Markeninszenierungen legt United Internet Media den Fokus seines mobilen Mediaangebotes im Rahmen seiner Digitalstrategie konsequent auf Multi-Screen-Formate (Auslieferung vergleichbarer Werbeformen auf vergleichbaren Platzierungen über alle internetfähigen Endgeräte hinweg). Erste bereits buchbare Big- und Small-Screen-Mediaprodukte in diesem Bereich sind das Billboard Ad, Logout Standalone Ads in unterschiedlichen Formaten, das Baseboard Ad und das Advertorial. Sie sollen zeitnah auch mit Bewegtbild online und mobile übergreifend ausgeliefert werden können. Gleichzeitig arbeiten die Media- und Technologiespezialisten des Vermarkters daran, auf Basis der marktführenden Targetingtechnologie TGP Zielgruppen integriert online und mobile adressierbar zu machen. Darüber hinaus wird das Angebot an In-App-Advertising-Produkten für die reichweitenstarken WEB.DE und GMX Mail-Apps (iOS und Android) in den kommenden Monaten deutlich erweitert werden.
"Angesichts der steigenden Multi-Screen-Nutzung werden Kampagnen künftig von vornherein endgeräteübergreifend konzipiert und umgesetzt werden. Dieser Entwicklung wollen wir frühzeitig mit neuen, kreativen und technologisch leistungsstarken Multi-Screen-Produkten und -Lösungen Rechnung tragen und uns auch hier als Innovationsführer im digitalen Mediamarkt positionieren", so Ehrlich abschließend.
* Quelle: United Internet Media Technical Ad Management, Januar 2013
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 600 Millionen Internetnutzern in 60 Ländern weltweit bietet der Mediavermarkter der konzerneigenen 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.

United Internet Media AG
Frankfurter Ring 129
80807 80807 München
Deutschland
Telefon: +49 89 / 14339-222
Telefax: +49 89 / 14339-250
Mail: info@united-internet-media.de
URL: http://www.united-internet-media.de
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=520365" width="1" height="1">

Pressekontakt

United Internet Media

80807 80807 München

united-internet-media.de
info@united-internet-media.de

Firmenkontakt

United Internet Media

80807 80807 München

united-internet-media.de
info@united-internet-media.de

"United Internet Media" ist die neue Online-Media-Vermarktungskooperation der Internetanbieter WEB.DE und GMX. Mit einer zusammengefassten

Netto-Reichweite von fast 18 Millionen Internetnutzern in Deutschland (17,8 Mio.) erreicht die neue Online-Vermarktungskooperation die Hälfte aller deutschen Onliner (50,1%).