



Matthias Ehrlich wechselt vom Vorstand in den Aufsichtsrat der United Internet Media AG

Matthias Ehrlich wechselt vom Vorstand in den Aufsichtsrat der United Internet Media AG. Matthias Ehrlich, Vorstand United Internet Media AG und im Vorstand der United Internet AG für die Mediavermarktung der digitalen Angebote und Kooperationsangebote der United Internet AG verantwortlich, wird auf eigenen Wunsch seine Vorstandsmandate in den beiden Unternehmen sowie die Geschäftsführung in der United Internet Dialog GmbH, der United Internet Media Austria GmbH sowie der United Internet Media GmbH mit Wirkung zum 01. April 2013 niederlegen und in den Aufsichtsrat des konzerneigenen Vermarkters wechseln. Zusätzlich wird Ehrlich als Advisor to the Board der United Internet AG künftig auch für die Konzernholding tätig sein und in dieser Funktion spezielle übergeordnete Aufgaben wahrnehmen. "Nach fast acht Jahren United Internet Media und zuvor weiteren sieben Jahren WEB.DE, jeweils in Vorstandsfunktionen, habe ich mich entschlossen, beruflich noch einmal zu neuen Ufern aufzubrechen. Wer mich kennt, weiß, dass mir diese Entscheidung nicht leicht gefallen ist. Gemeinsam mit dem Management und den Kollegen haben wir United Internet Media zum qualitäts- und technologieführenden Digitalvermarkter in Deutschland, Österreich und der Schweiz aufgebaut. Gleichzeitig haben wir im Schulterschluss mit unzähligen Partnern aus anderen Vermarkterhäusern, Agenturen, der werbetreibenden Industrie und Verbänden die digitale Mediabranche auch über Gattungsgrenzen hinweg zu einem nachhaltigen Zukunftsmarkt und zu einem maßgeblichen Wirtschaftsfaktor in Deutschland entwickelt. Ich danke allen, die mich auf diesem Weg begleitet und diese großartigen Erfolge ermöglicht haben. Mein besonderer Dank geht an Ralph Dommermuth als herausragender Unternehmerpersönlichkeit der deutschen Internetbranche, der mir über all die Jahre in vertrauensvoller und partnerschaftlicher Zusammenarbeit die Handlungs- und Gestaltungsfreiräume ermöglicht hat, die für diese positiven Entwicklungen wichtig und entscheidend waren. Jetzt freue ich mich auf neue Herausforderungen und Projekte in unserem spannenden und dynamischen Markt", erläutert Matthias Ehrlich seine Entscheidung und die seit längerem geplante berufliche Veränderung. "Ich akzeptiere die Entscheidung von Matthias Ehrlich, auch wenn ich sie persönlich wie fachlich sehr bedauere. Matthias Ehrlich hat United Internet Media nachhaltig an der Spitze des Digital-Marktes in Deutschland etabliert und die Weichen dafür gestellt, dass ein exzellentes Team und ein für die kommenden Herausforderungen des digitalen Mediabusiness bestens gerüstetes Unternehmen diesen Kurs erfolgreich weiter fortsetzen können. Dafür danke ich ihm herzlich und freue mich, dass er unserem Konzern auch weiterhin verbunden bleiben und uns als Aufsichtsrat der United Internet Media AG sowie als Advisor to the Board United Internet AG mit seinen Ideen und seinem Renommee im deutschen Internet wirkungsvoll unterstützen wird." Matthias Ehrlich baute ab 1999 gemeinsam mit den Brüdern Matthias und Michael Greve den WEB.DE AG Konzern auf und übernahm 2001 die Verantwortung für die Mediavermarktung von WEB.DE. Im Zuge des Verkaufs des Portalgeschäfts der WEB.DE AG an United Internet wechselte er im November 2005 in den Vorstand der United Internet AG und übernahm im Februar 2006 als Vorstand die Führung der ausgegründeten Vermarktungstochter United Internet Media AG, des konzerneigenen Vermarkters der United Internet Portale. Seit Mai 2007 ist Matthias Ehrlich Mitglied des Präsidiums des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft (BVDW), in dem er auch künftig aktiv sein wird. United Internet Media wird in Bälde die Nachfolgeregelung für Matthias Ehrlich bekannt geben. Bis dahin berichtet die Geschäftsleitung von United Internet Media direkt an Jan Oetjen, der im Vorstand der United Internet AG das gesamte Portalgeschäft der Marken GMX, WEB.DE und United Internet Media - The fine Arts of digital Media verantwortet. 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, United Internet Media, 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 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> - 

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-Vermarktungskoope-
ration 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-Vermarktungskoope-
ration die Hälfte aller
deutschen Onliner (50,1%).