

Burda stockt Beteiligung an Glam auf

22. März 2009, 18:00 Uhr

Es gibt sie noch, die Investitionen der Verleger in das Internet. Das Medienhaus Hubert Burda stockt seine Beteiligung am Frauen-Netzwerk Glam auf. Bereits Anfang 2008 hatte sich Burda in das schnell wachsende Netzwerk eingekauft, das inzwischen mehr als 110 Millionen Nutzer in aller Welt erreicht. Nachdem Glam in Deutschland innerhalb weniger Monate eine Reichweite von 3,3 Millionen Menschen aufgebaut hat und sich damit an die Spitze der Frauen-Seiten gesetzt hat, erhöht Burda nun seine Beteiligung an der deutschen Gesellschaft, die „beinahe ein paritätisches Verhältnis ergibt“, sagte Burda-Manager Marcel Reichart (Foto) der FAZ. Für die Aufstockung auf 49 Prozent, die damit wohl gemeint ist, investiert Burda einen niedrigen einstelligen Millionenbetrag. Der Umsatz des Netzwerks in Deutschland liegt ebenfalls im einstelligen Millionenbereich.

Glam ist ein neuartiges Netzwerk, das Inhalte aus vielen Internet-Quellen wie Mode-Blogs zusammenführt. In aller Welt aggregiert Glam 900 dieser Quellen; in Deutschland vereint Glam 60 Marken und beteiligt sie auch an den Werbeerlösen. „Glam ist das Netzwerkmodell der Zukunft. Wir können Reichweite aufbauen, ohne eigene Ressourcen einzusetzen“, sagte Reichart. Die Verlage müssten nicht mehr alle Inhalte selbst erstellen, sondern bestehende eigene und fremde Marken im Netz zusammenführen. Auf diese Weise ließen sich ähnliche große Reichweiten wie die großen Internetunternehmen aufbauen, die für eine lukrative Vermarktung notwendig sind. In den nächsten Monaten wird Glam in Deutschland sein Angebot erweitern, zum Beispiel um das Männer-Netzwerk Brash und um das Thema Nachhaltigkeit unter der Marke Eco.

Veröffentlicht 22. März 2009, 18:00 von Holger Schmidt

Abgelegt unter: Burda Glam