

Glam Media - das reichweitenstärkste Frauen Content-Netzwerk der Welt startet in Deutschland

Burda Cross Media beteiligt sich an deutschem Joint Venture mit Glam Media Inc.

Glam verstärkt seinen Markteintritt durch den Erwerb von Codex Media

Brisbane, Kalifornien, New York, 17. Juli 2008 – Glam Media, Inc., (www.glammedia.com), US-amerikanisches Pionierunternehmen für themenspezifische Content-Netzwerke, startete heute Glam Media, <http://de.glam.com>, in Deutschland als erstes nicht-englischsprachiges Land, als Beteiligung des Glam-Investors Burda Cross Media. Außerdem gibt Glam die Integration des Münchner Unternehmens Codex-Media bekannt, inklusive strategischer Kernbereiche und des Teams, als Verstärkung seines Starts hierzulande. Glam Media verbindet Werbetreibende mit einem globalen Publisher-Netzwerk von mehr als 500 Webseiten aus den Themenbereichen Mode, Leben und Unterhaltung. Weltweit hält Glam die größte Online-Reichweite in der Zielgruppe Frauen mit mehr als 77 Millionen Unique Usern, davon allein eine Million Unique Usern in Deutschland (comScore Mai 2008).

“Deutschland ist einer der fortschrittlichsten Werbemärkte der Welt. Wir freuen uns außerordentlich über den Launch von Glam Media bei der Berlin Fashion Week zusammen mit unserem strategischen Partner Burda Cross Media,” erklärt Samir Arora, Vorsitzender und Geschäftsführer von Glam Media Inc. “Glams Anliegen ist es, die Premium-Inhalte der Publisher aus unserem Netzwerk für Anzeigenkunden aus dem Markenbereich zu nutzen, damit sie online das weibliche Publikum erreichen, das sie im Auge haben.“

Glam Deutschland ist ein Joint-Venture zwischen Glam Media, Inc. und Burda Cross Media, dem Vorstandsbereich von Christiane zu Salm, der auch als Investor an der amerikanischen Mutter beteiligt ist. Die Partnerschaft ist Teil der Cross Media Strategie. Dr. Marcel Reichart, Geschäftsführer Burda Research & Development: „Mit der Beteiligung an Glam Deutschland bauen wir unsere führende Position im Online-Wachstumsmarkt Frauen und Lifestyle weiter aus.“ Dabei werden vertikale Marktplätze (Verticals) geschaffen, auf denen die Burda-Marken zusammen mit Partner-Marken gebündelt und vermarktet werden. Burda hat eine führende Position in Deutschland für das Marktsegment People & Style auf dem Online-Markt mit 66 Millionen Page Impressions und einem Marktanteil von 35 Prozent (Quelle: IVW, Mai 2008).

Mit der Integration des auf Frauen spezialisierten Online-Media Vermarkters Codex Media GmbH, ihrem Netzwerk aus Premium-Online-Publishern und ihrer Expertise im digitalen Marketing baut Glam Media seine Position gegenüber deutschen Vermarktern weiter aus. Codex-Gründerin Katja Dalhöfer wird die Vertriebsleitung der Glam Media GmbH mit Sitz in München übernehmen. Geschäftsführer der Glam Media GmbH wird Ralf Hirt, Vizepräsident International von Glam Media und zuvor in verschiedenen Executive Managementpositionen von DoubleClick.

“Codex hat sich einen Namen gemacht mit dem Verständnis von digitalem Marketing. Durch die Verbindung unserer Fähigkeiten mit Glam Medias Publisher-Netzwerk und der gewaltigen Publikumsreichweite werden wir auf dem deutschen Markt ein nicht vergleichbares Angebot schaffen”, beschreibt Katja Dalhöfer die Marktaussichten von Glam.

Als deutsches Pendant der internationalen Flagship-Seite [glam.com](http://www.glam.com) enthüllt Glam heute <http://de.glam.com>. Julia Knolle, beachtete Trendsetterin der europäischen Fashionblog-Szene und Gründerin des von Burda Research & Development mitentwickelten Branchenlieblings [LesMads.de](http://www.LesMads.de), wird Teil der deutschen Glam-Redaktion unter de.glam.com. Die Seite präsentiert eigens produzierte redaktionelle Storys, Fotos und Videos wie auch Inhalte von deutschen Online-Publishern, unter anderem [LesMads.de](http://www.LesMads.de), [Burdastyle.com](http://www.Burdastyle.com) und [Luxusbabe.de](http://www.Luxusbabe.de). Glam ist eine lebendige Kollektion einer ständig wachsenden Zahl von mehr als 500 Content-Providern und Publishern: Versammelt in einem

Netzwerk über dutzende von Themen hinweg, von Leben über Mode bis zu Unterhaltung, animieren sie zur aktiven Nutzung von Informationen und Neuigkeiten. Glams derzeitiges Content-Netzwerk umfasst fünf Themenbereiche, darunter Living, Fashion und Beauty, Entertainment, Health & Wellness sowie Family.

Glam Medias internationale Expansion orientiert sich an der Nachfrage von Werbetreibenden nach Premium-Content von themenspezifischen Netzwerken wie Glam Media. Seine Aktivitäten in Großbritannien hat Glam im Juni 2008 aufgenommen und verfügte bereits mit dem Launch-Termin über die größte Online-Reichweite in der Zielgruppe Frauen in Großbritannien.

Über Glam Media

Glam Media ist ein Technologie- und Medien-Unternehmen für die qualitativ hochwertige Ansprache von Zielgruppen rund um die Themen Mode, Gesund Leben, Schönheit, Unterhaltung und Aktuelles. Die Reichweite seines Content-Netzwerks liegt bei 45 Millionen Unique Visitors im Monat in den USA (comScore Media Metrix) und 77 Millionen Unique Visitors weltweit. Sie geht zurück auf eigenständig produzierte redaktionelle Inhalte sowie das sorgsam selektierte Glam-Publisher-Netzwerk. Es umfasst mehr als 500 meinungsbildende Premium-Webseiten, Blogs und Online-Magazine für Frauen, erschlossen nach Themen auf länderspezifischen Webseiten wie www.glam.com und <http://de.glam.com>. Ziel von Co-Gründer und Geschäftsführer Samir Arora war es, Unternehmen aus dem Premium-Marken-Segment einen neuen Zugang zu Online-Reichweite und Zielgruppen-Targeting zu bieten. Glam Medias Stammsitz ist in New York City und Brisbane/San Francisco, Kalifornien, die deutsche Niederlassung hat ihren Sitz in München.

Über Burda Cross Media:

Der Vorstandsbereich Burda Cross Media unter Führung von Christiane zu Salm ist die strategische und operative Plattform der Cross Media-Aktivitäten von Hubert Burda Media. Der Bereich schafft vertikale Marktplätze für Burda-Marken sowie Partner und baut das verlagsnahe Digitalgeschäft aus. Burda Cross Media umfasst auch die Unternehmenskommunikation sowie das Dachmarkenmarketing und den Bereich Research & Development. www.burda.de,

Kontakt:

Glam Media
Caroline Hacker
+1 650-270-2183
caroline@glammmedia.com

*kulow kommunikation
Tina Kulow
+49 (0) 40-43277005
tk@kulow-kommunikation.com