

GLAM erobert die Frauen - Nummer Eins in Deutschland im comScore Ranking

München, 16. Januar 2009 – Glam Media Deutschland, (www.glam.de, de.glammedia.com) ist bereits sechs Monate nach dem Start die Nummer Eins bei der Zielgruppe Frauen im deutschsprachigen Internet. Laut comScore* erreicht GLAM rund 2,6 Millionen Unique User in dieser Zielgruppe. Das komplette GLAM Netzwerk wird mit dem ersten Quartal 2009 ebenso bei der AGOF ausgewiesen. Das Ergebnis des dynamischen Wachstums des Content-Netzwerks ist mehr als eine Verdopplung der Reichweite seit dem Launch im Juli 2008.

GLAM bietet ein einzigartiges vertikales Netzwerk von fast 60 Partnern darunter Bequeen, Paradisi, Gault Millau, Beautynet, Womensnet und spezialisierte Meinungsträger im Fashion- und Lifestyle-Bereich wie f&art, deluxe-label.de, modabot und LesMads.de. Zusammen mit den eigens produzierten redaktionellen Inhalten bietet GLAM eine qualitativ hochwertige Ansprache insbesondere von weiblichen Zielgruppen im Internet. Darüber hinaus vermarktet GLAM in Deutschland auch Top-Verlagstitel wie Cosmopolitan, Für Sie und Joy.

“GLAM hat in dem wichtigen deutschen Markt einen fulminanten Start innerhalb unseres weltweiten Netzwerks hingelegt. Mit der Verdopplung unserer Reichweite innerhalb weniger Monate und mit erfolgreichen maßgeschneiderten Kampagnen in 2008 wie z.B. für Swarovski, Garnier, L’Oréal Paris und Philips sehen wir auch für das Jahr 2009 außerordentlich zuversichtlich in die Zukunft”, so Ralf Hirt, Vizepräsident Glam Media International und Geschäftsführer Glam Media.

Katja Dalhöfer, Director Sales, ergänzt: „GLAM bietet Werbetreibenden mit seinem entwickelten Content Netzwerk-Modell thematisch passende Umfeldler für effiziente Kampagnen. Solide und qualitative Reichweite gepaart mit hohem Engagement ist bei dem fragmentierten Onlinemarkt ein wichtiges Erfolgskriterium für unsere Kunden“.

„Die Marktführerschaft zeigt, wie das in den USA und in England erfolgreiche Geschäftsmodell von GLAM nach Deutschland übertragen werden kann. Wir wollen diese Premiumposition mit neuen Partnern weiter ausbauen“, so Dr. Marcel Reichart, Geschäftsführer Burda Research & Development.

* comScore Auswertung vom November 08

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 54 Millionen Unique Visitors im Monat in den USA (comScore Media Metrix) und 97 Millionen Unique Visitors weltweit. Sie geht zurück auf eigenständig produzierte redaktionelle Inhalte sowie das sorgsam selektierte Glam-Publisher-Netzwerk. Es umfasst mehr als 600 meinungsbildende Premium-Webseiten, Blogs und Online-Magazine für Frauen, erschlossen nach Themen auf länderspezifischen Webseiten wie <http://www.glam.com> und <http://www.glam.de>. 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 mit Büros in Hamburg, Berlin und Düsseldorf.