

GLAM vernetzt sich mit Top-Bloggern auf der Fashion Week Berlin

Glam Media Deutschland (www.glam.de, de.glammedia.com), laut comScore die Nummer Eins in der Zielgruppe Frauen Online in Deutschland*, lädt im Rahmen der Fashion Week Berlin am 30. Januar die Top-Blogger der Szene zum stylischen Networking ins Mandala Hotel am Potsdamer Platz.

Den Bloggern aus dem Glam-Netzwerk und solchen, die es noch werden wollen, bietet das Event Gelegenheit, Erfahrungen und Know-how auszutauschen und sich vom Glam Team vor Ort über das Content-Netzwerk und Lösungen wie das spezielle Spokesblogger-Bundle für Werbekunden zu informieren. Neben eigenen redaktionellen Beiträgen umfasst das Glam Content-Netzwerk zahlreiche meinungsbildende Blogs aus den Themenumfeldern Fashion, Lifestyle und Design.

„Wir möchten besonders jene Partner ansprechen, die durch ihre Leidenschaft beim Bloggen, ihre Kompetenz und ihren eigenen Stil die Leser an sich binden, Emotionen wecken und sich so einen Namen in der Szene machen oder bereits gemacht haben. Qualität und Kreativität sind für uns besonders wichtig“, erklärt Dagmar Schuller, Director Publisher Network, die Auswahlkriterien für Glam Netzwerkpartner.

Rund 60 Fashion-Blogger mit Rang und Namen haben bereits fest zugesagt, so u.a. die Heidelberger Galeristin und Bloggerin Mahret Kupka von F&Art, Julia Knolle und Jessica Weiß von Lesmads.de, Panos Destanis von Modabot, Marie-Thérèse Demblin de Ville von Flora's Box, Barbara Markert von Modepilot sowie die Londoner Fashion Fotografin und Bloggerin Katja Hentschel von Glamcanyon

„Dieses Event ermöglicht es, gegenseitig Ideen auszutauschen, direktes Feedback zu bekommen und die Bedürfnisse und Wünsche unserer Partner kennenzulernen. Auf diese Weise können wir den deutschen Markt optimal aufbauen“, erklärt Ralf Hirt, Vizepräsident Glam Media International und Geschäftsführer Glam Media.

Katja Dalhöfer, Director Sales, ergänzt: „Das Glam Media-Netzwerk bietet eine enorme Reichweite und sensible Targeting-Möglichkeiten: Mit dem Blogger-Bundle bieten wir unseren Kunden eine weitere Möglichkeit für maßgeschneiderte Kampagnen in thematisch relevanten Umfeldern. Ein wichtiges Erfolgskriterium im fragmentierten Onlinemarkt.“

Das Spokesblogger-Bundle von Glam wird zur Zeit für die ‚Accessorize 2009‘ Kampagne von Heering eingesetzt.

* comScore Auswertung vom November und Dezember 08

Über Glam Media

Glam Media ist ein Technologie- und Medien-Unternehmen für die qualitativ hochwertige Ansprache von Zielgruppen rund um die Themen Mode, Gesundheit, Leben, Schönheit, Unterhaltung und Aktuelles. Die Reichweite seines Content-Netzwerks liegt bei 60 Millionen Unique Visitors im Monat in den USA (comScore Media Metrix) und 110 Millionen Unique Visitors weltweit. Sie geht zurück auf

eigenständig produzierte redaktionelle Inhalte sowie das sorgsam selektierte Glam Publisher-Netzwerk. Es umfasst mehr als 900 meinungsbildende Premium-Webseiten, Blogs und Online-Magazine für Frauen, erschlossen nach Themen auf länderspezifischen Webseiten wie www.glam.com und 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.