

Glam Media startet das Männernetzwerk BRASH Sixt langfristiger Partner.

Glam Media startet am 25. Juni das neue vertikale Content-Netzwerk BRASH (www.brash.de) für den deutschsprachigen Raum. Zielgruppe sind Männer zwischen 18 und 49 Jahren. BRASH hat bereits zum Start ein hochkarätiges Portfolio mit mehr als 25 speziellen Content-Angeboten von Publishern aus den Bereichen Sport, Auto, Politik, Wissenschaft, Entertainment, Tech und Lifestyle zusammengestellt.

Für den Auto-Channel konnte BRASH SIXT für eine 5-jährige Partnerschaft gewinnen gewinnen. Dessen Online-Community carmondo.de wird in das Netzwerk integriert und wichtiger Anker in dem für BRASH bedeutenden Themensegment „Auto“ sein. Konstantin Sixt, Geschäftsführer e-sixt: „Wir glauben an das Potenzial von BRASH. Vertikaler Content und Vermarktung verknüpft mit maßgeschneiderten Werbelösungen sind die Zukunft des Onlinemarketings. Wir fühlen uns bei Glam Media sehr gut aufgehoben.“

„Nach unserem gelungenen Start mit GLAM in Deutschland sehen wir die Chancen für BRASH, ebenfalls Marktführer zu werden, optimistisch. Die exzellente Qualität des Partner-Netzwerks und die sehr langfristige Kooperation mit SIXT sind eine hervorragende Basis. Es zeigt auch, dass der Markt auf solch ein Angebot gewartet hat“, so Ralf Hirt, Vizepräsident Glam Media International und Geschäftsführer Glam Media.

„Das Geschäftsmodell, als Reichweitenaggregator ein hochwertiges Vermarktungsumfeld zu schaffen, hat sich bewährt. Wir sind überzeugt, dass sich der Erfolg von Glam im Männersegment wiederholen wird, und wir auch hier die Marktführerschaft erreichen können“, erklärt Dr. Marcel Reichart, Geschäftsführer Sixth Floor – DLD bei Hubert Burda Media.

Mehr als 25 redaktionelle Angebote bündelt BRASH bereits, weitere werden folgen. Im Wissenschafts-Channel wird das von Burda Sixth Floor für den deutschsprachigen Raum entwickelte, und hier marktführende, Autorennetzwerk scienceblogs.de eingebunden. Die beliebte Seite abgeordnetenwatch.de wird in den Politik-Channel integriert. Das viel besuchte Portal zur Arbeitgeberbewertung kununu.com bereichert das BRASH-Portfolio ebenso wie z.B. das Lifestyle-Angebot monstersandcritics.de, das Automobil-Portal crocoo.de aus dem [carmondo](http://carmondo.de)-Netzwerk, die Oldtimer-Community [Carsablanca](http://Carsablanca.com) und die Funsport-Site massive-rides.de.

Glam Inc. ist das weltweit führende Distributed Media Network mit über 110 Millionen Unique Visitors und mit mehr als 900 Publishern. Glam ist in den Kernmärkten USA, UK, Deutschland und Japan aktiv und bietet Vermarktungspartnern Technologiekompetenz und zielgruppenorientierte Bündelung von Reichweiten. 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, Düsseldorf und Frankfurt.

Sixth Floor – DLD ist die digitale Innovations- und Beteiligungsplattform des Verlegerbereichs von Hubert Burda Media und hat u.a. Beteiligungen an Glam, ScienceBlogs, sevenload und mydeco realisiert. Erfolgreiche Eigenentwicklungen sind u.a. das Fashion-Portal [LesMads](http://LesMads.com) und die digitale Innovationsbörse DLD. Geschäftsführer sind Dr. Marcel Reichart und Stephanie Czerny.

Kontakt: Glam
*kulow kommunikation

HBM
Jonas Grashey

München, 25. Juni