

**United Internet Media Portfolio-Marken WEB.DE und GMX  
launchen „Navigator“**

## **Bereits 80 Partner integrieren sich in neue Nutzer-Web- Zentrale**

**Karlsruhe, 19. Mai 2009.** Das eigene Web auf einen Blick und Klick – das bietet der „Navigator“, mit dem WEB.DE und GMX ab heute über 20 Millionen Internetnutzern in Deutschland, Österreich und der Schweiz ein neues und vor allem noch komfortableres Online-Nutzungserlebnis ermöglichen. Nachrichten bei Spiegel Online, Shopping bei Amazon, aktuelle Auktionen bei eBay, der Bekanntenkreis bei Facebook, die Blogs von Freunden und noch viel mehr: Das alles können die WEB.DE und GMX Nutzer jetzt direkt und zentral aus dem eigenen, vertrauten und geschützten E-Mail-Postfach heraus ansteuern – schnell, komfortabel und bei zahlreichen Partnern sogar ohne zusätzlichen Login, mit einem Klick (Login-Zentrale). Das E-Mail-Postfach wird damit zur überall erreichbaren und individuell gestaltbaren persönlichen Web-Zentrale bzw. „Nutzer-Cockpit“ – und für Unternehmen zu einer hochattraktiven Marketingplattform direkt im ständigen Online-Aktivitätsfeld von bis zu über 20 Millionen Konsumenten. Bereits 80 Partner, darunter z.B. CokeFridge, NEU.DE, Autoscout und Heine, nutzen vom Start weg die neuen Integrations- und Interaktionsmöglichkeiten des nutzernahen „Navigator“-Mindset.

Für werbetreibende Unternehmen, Online-Shops und Partner aus dem Content- und Special-Interest-Bereich hält United Internet Media, der Mediavermarkter von WEB.DE und GMX, zum Start des „Navigator“ verschiedene Online-Marketinglösungen bereit, die sowohl auf Branding als auch Abverkauf hin ausgerichtet und so-

## ■ P R E S S E I N F O R M A T I O N

wohl zur Neukundengewinnung als auch zur Bestandskundenaktivierung eingesetzt werden können. Ihre Vorteile liegen in der hohen integrativen Reichweite in einem den Nutzern vertrauten Umfeld, der Generierung neuer und zusätzlicher hochfrequenter Kontaktpunkte und Kaufimpulse sowie den dauerhaften, durch das Single-Sign-On-Prinzip des „Navigators“ personalisierbaren (Re-)Aktivierungsmöglichkeiten direkt im Blick- und Aktionsfeld der Nutzer.

Das Mediaportfolio soll in den kommenden Monaten vor allem im Bereich integrativer Marketinglösungen weiter ausgebaut werden.

„Zum Start bereits 80 Partner aus den unterschiedlichsten Branchensegmenten, die auf diese neuen und innovativen Online-Marketingvarianten setzen, zeigen, dass wir mit diesen Lösungsansätzen für nutzernehe Integration und Interaktion von Marken und Produkten den Bedarf des Marktes treffen“, erklärt Matthias Ehrlich, Vorstand United Internet Media AG.

### **United Internet Media – The fine Arts of digital Media**

United Internet Media steht für die konsequente Verknüpfung von Klassik mit den innovativen Gestaltungsmöglichkeiten digitaler Technologie und damit für einen neuen Reifegrad der Online-Werbung: „The fine Arts of digital Media“.

Impress! Discover! Announce! Attract! Sell! Reward! Involve! Entertain! Feature! und Connect! – Langjährige Expertise und fundiertes Know-how von über 200 Media- und Marketing-spezialisten, führende Technologien wie Target Group Planning (TGP<sup>®</sup>), innovative Produkte, kreative Konzepte und die gebündelten Reichweiten von Top-Portalen fließen bei United Internet Media in ein innovatives Instrumentarium ein, aus dem kundenindividuell Lösungen für die klassischen Ziele und Aufgaben der Werbung in digitalen Mediawelten entwickelt werden.

## ■ P R E S S E I N F O R M A T I O N

Als Drehscheibe zu über 22 Millionen deutschsprachigen, über 160 Millionen europäischen und über 390 Millionen Internetnutzern in 60 Ländern weltweit bietet der Mediavermarkter der konzerneigenen Online-Angebote der United Internet AG – GMX, WEB.DE, 1&1 und SmartShopping.de – mit seinen Portalen und AD Europe Partnerportalen die globale Vielfalt neuer Medienwelten aus einer Hand (one-stop-media-shopping).

United Internet Media ist Partner deutscher und internationaler Werbekunden in den Segmenten Media- und Kreativagenturen sowie aus der werbetreibenden Industrie (Direktkunden). Das Unternehmen unterhält Standorte in Karlsruhe und München und Niederlassungen in Hamburg und Düsseldorf, London und Wien.

### INTERNETADRESSEN

**WEB.DE:**

<http://web.de>

**GMX:**

<http://www.gmx.de>

**United Internet Media AG:**

<http://united-internet-media.de>

### PRESSESERVICE

Pressemitteilungen, honorarfreies Fotomaterial sowie Hintergrundinformationen finden Medienvertreter in der

**United Internet Media Presselounge:**  
<http://united-internet-media.de/presse>

### KONTAKTADRESSE

**United Internet Media AG**

Nadja Elias

Pressesprecherin

Frankfurter Ring 129

80807 München

Telefon: +49 / (0) 89 / 14339-222

Telefax: +49 / (0) 89 / 14339-250

E-Mail: [nadja.elias@united-internet-media.de](mailto:nadja.elias@united-internet-media.de)