

COMMERCE MEDIA BEI WEB.DE & GMX

Commerce Media – Zentraler Touchpoint E-Mail-Postfach



COMMERCE MEDIA – EVERYWHERE COMMERCE 2.0



Commerce Media – Zentraler Touchpoint E-Mail-Postfach

- Die Kommunikation von Brands und Online-Händlern im E-Mail-Postfach nimmt mit der Digitalisierung des Alltags stetig zu. WEB.DE und GMX schaffen durch das intelligente Postfach und die Kategorisierung eingehender Nachrichten mehr Übersicht – der ideale Assistent beim Online-Shopping.
- Mit der Smart Inbox lässt sich die Kaufbereitschaft aktivieren und unterstützen. Mit neuen Commerce Media-Lösungen haben Werbetreibende die Möglichkeit, ihre Inhalte entlang des gesamten Conversion Funnels zu platzieren.
- Dank First-Party-Daten und KI wird somit zu jeder Kaufphase zielgerichtete Werbebotschaften ausgespielt.

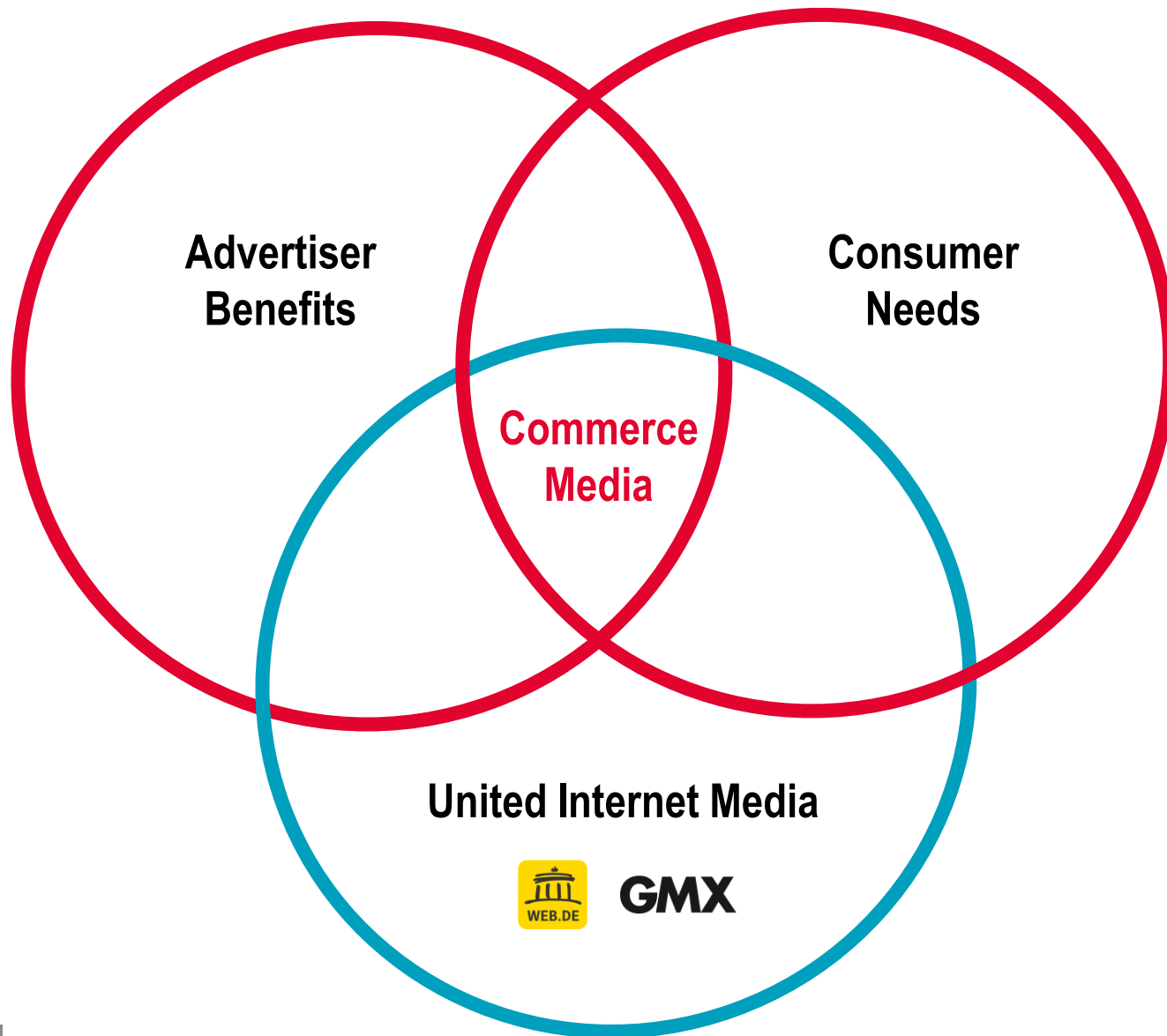


GMX

Lernen Sie unsere neuen nativen Ad-Formate entlang der gesamten Customer Journey kennen!



Commerce Media – „Sweet Spot“ zwischen User, Werbetreibenden und United Internet Media



Unsere Qualitätsdimensionen für erfolgreiche Commerce-Media-Kampagnen



Hohe Konvertierung

Mehr Umsatz durch präzises Retargeting und native Ad-Formate



Native Werbeplatzierung

Optimale Kundenansprache entlang der gesamten Customer Journey und in allen Phasen des Sales Funnels



Post-Cookie relevant

Verwendung von First-Party-Daten, KI und advanced Adtech: Optimiertes Targeting und Measurement



Premium-Reichweite

Sie erreichen über 42 Mio. User/ Monat* auf unseren Qualitätsportalen WEB.DE und GMX

WEB.DE und GMX User zeichnen sich durch Online-Affinität und einer hohen Loyalität aus



Premium-Reichweite

Sie erreichen über 42 Mio. User* auf den Qualitätsportalen WEB.DE und GMX



Breites Nutzerprofil

Auf WEB.DE und GMX erreichen Sie sämtliche Zielgruppen



Loyale User

Regelmäßige Kommunikationsanlässe und bessere Werbewirkung



Trust

Das Vertrauen in die E-Mail Portale wird auf die Werbung übertragen (Halo-Effekt)



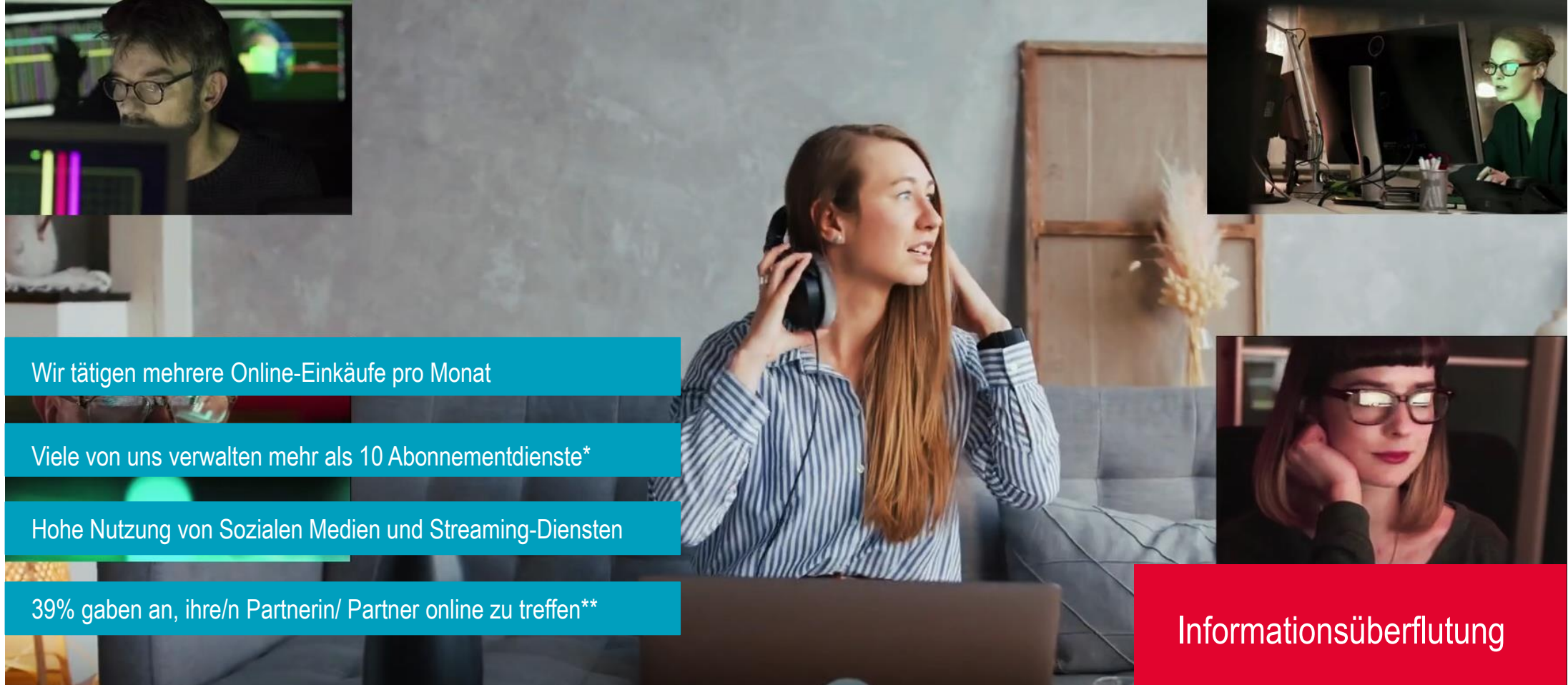
Intensive Online-Shopper

Jeder zweite WEB.DE/GMX User shoppt mindestens einmal im Monat online

DAS POSTFACH WIRD ZUM DIGITALEN ASSISTENTEN



Das Leben wird zusehends digital



Wir tätigen mehrere Online-Einkäufe pro Monat

Viele von uns verwalten mehr als 10 Abonnementdienste*

Hohe Nutzung von Sozialen Medien und Streaming-Diensten

39% gaben an, ihre/n Partnerin/ Partner online zu treffen**

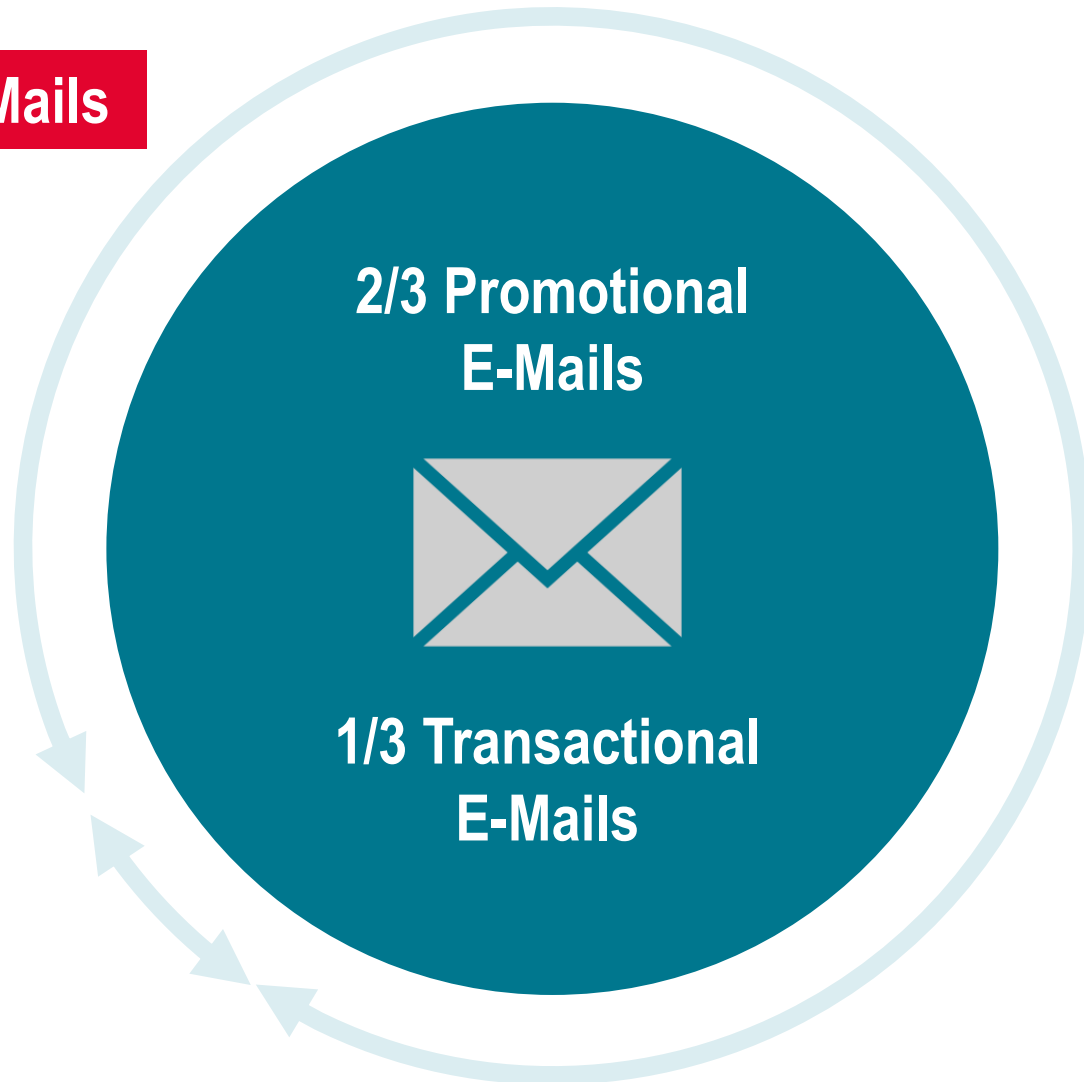
Informationsüberflutung

* Quelle: Interne Berechnungen (Smart Inbox)

** Quelle: <https://www.statista.com/chart/20822/way-of-meeting-partner-heterosexual-us-couples/>

Viele Bereiche des Lebens finden im digitalen Postfach statt und erfordern unterschiedlich viel Aufmerksamkeit

B2C E-Mails



Absender/in

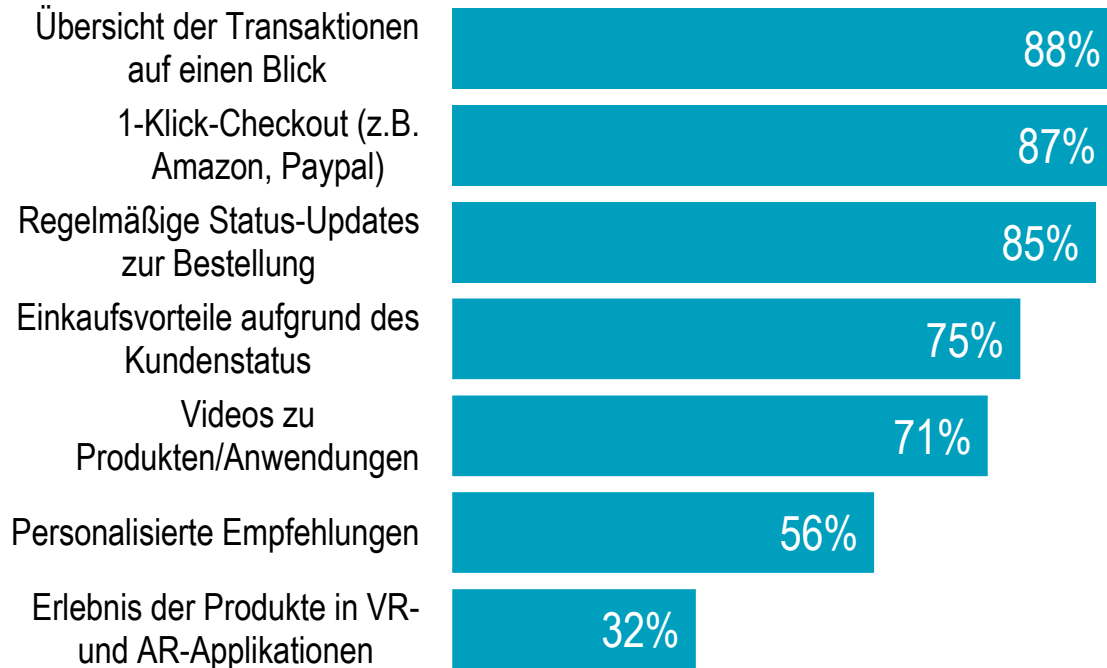
Inhalt

Aktionen

Dringlichkeit

Erwartungen der Konsumenten heute: Übersichtlichkeit, Convenience, regelmäßige Status-Updates

E-Commerce-Käufer erwarten v. a. Übersicht der Transaktionen auf einen Blick (88%) oder regelmäßige Status-Updates zur Bestellung (85%). Die Smart Inbox Services von WEB.DE und GMX bedienen diese Bedürfnisse bestens.



Basis: n = 140 Experten

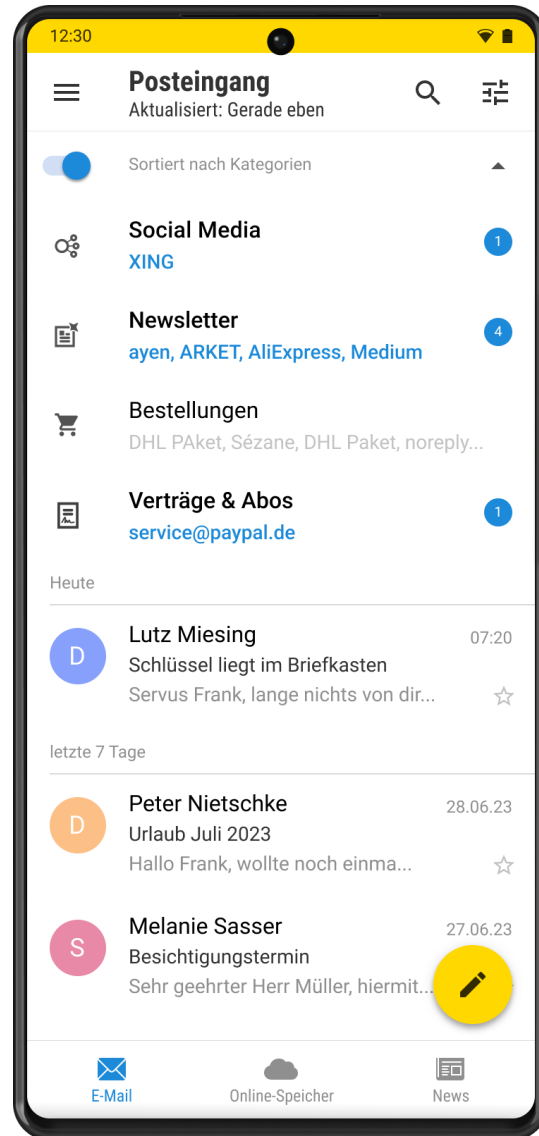
Frage: Wie ist Ihre Experteneinschätzung zu den Erwartungen von E-Commerce-Käufern heute? Top-2-Wert auf einer 6er-Skala

Quelle: Digital Dialog Insights 2021

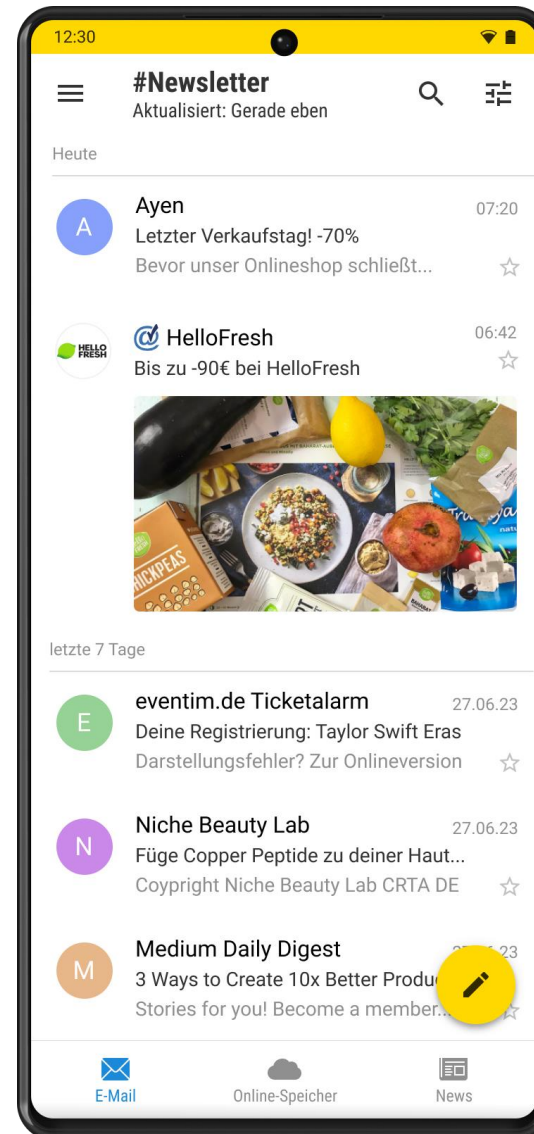
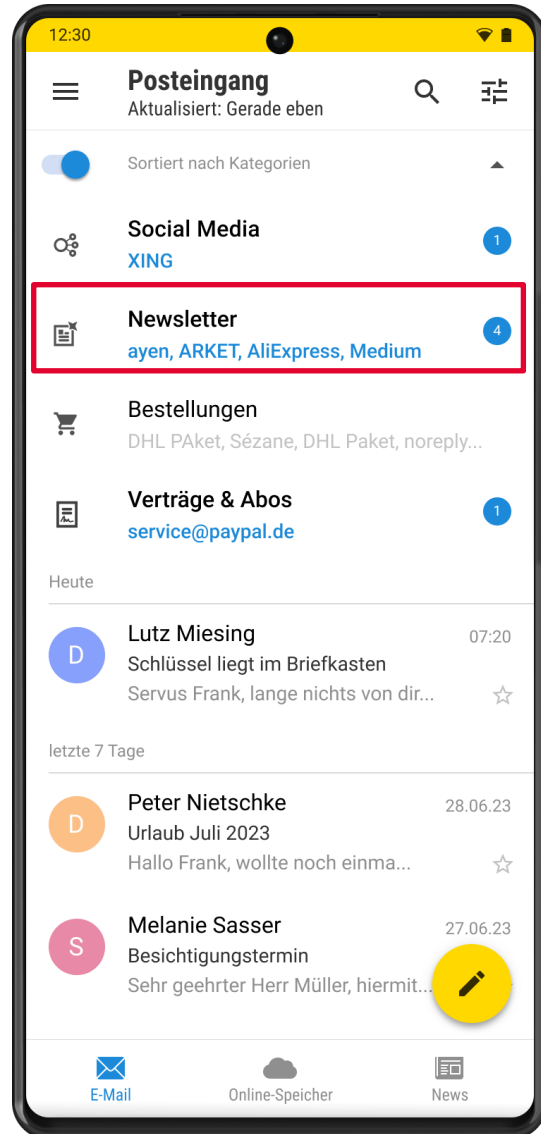


Gefragt sind smarte Services und intelligente Lösungen für das user-zentrierte digitale Marketing der Zukunft.

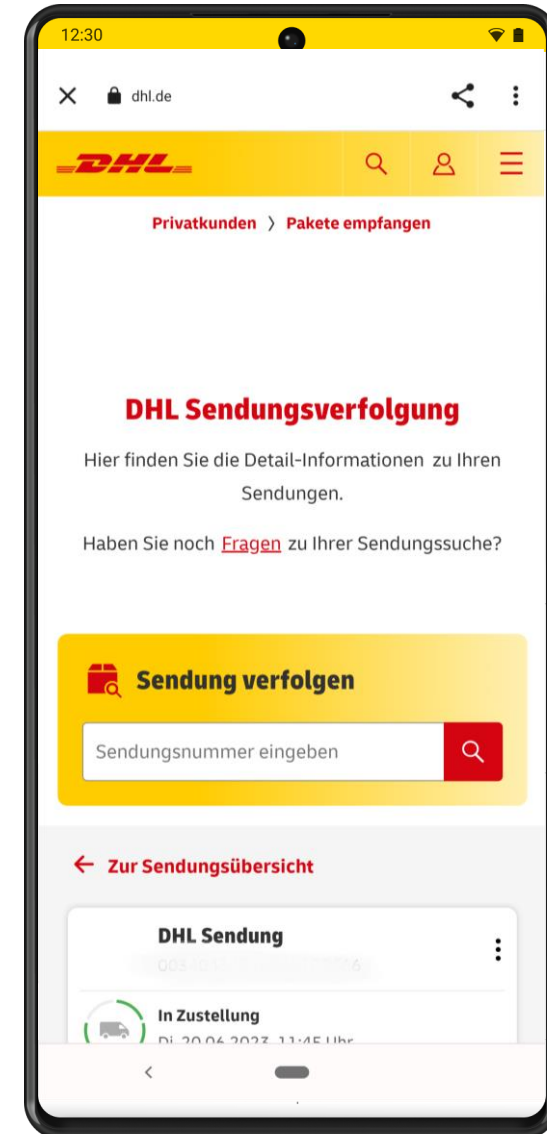
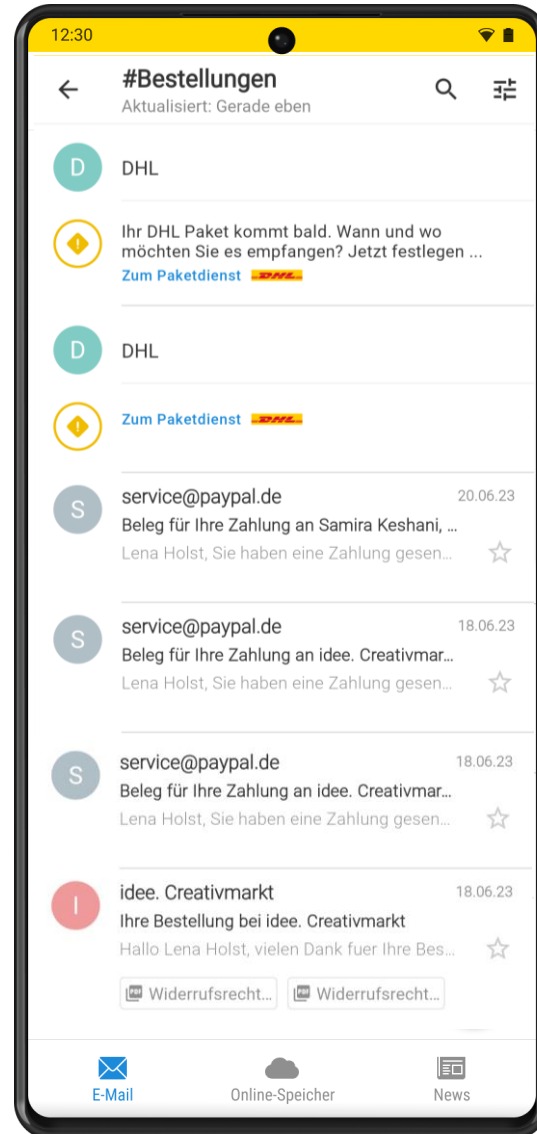
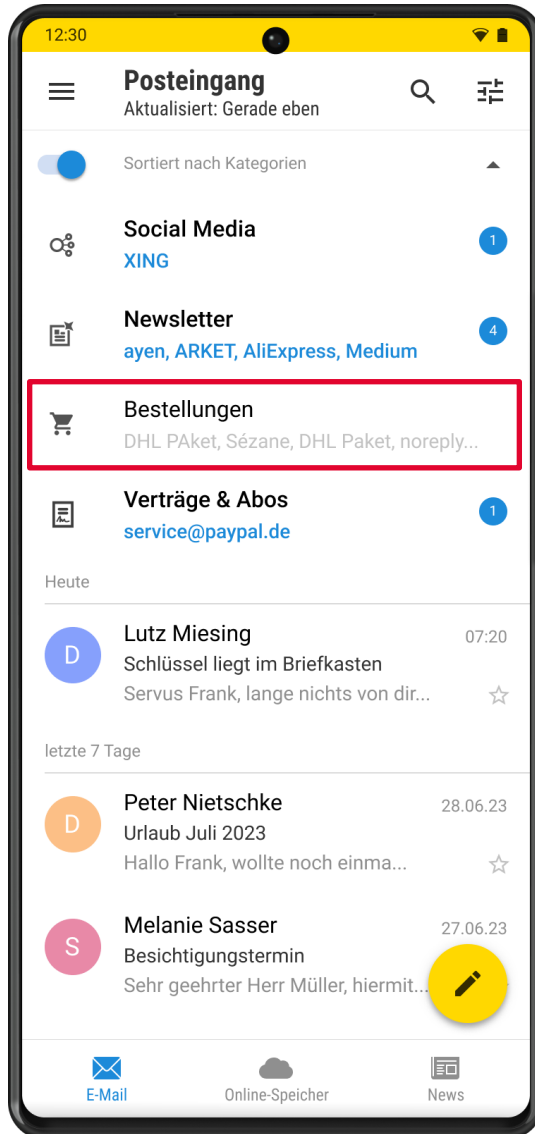
Das intelligente Postfach unterstützt User durch smarte Funktionen



Unser digitaler Assistent für Newsletter



Unser digitaler Assistent für Bestellungen

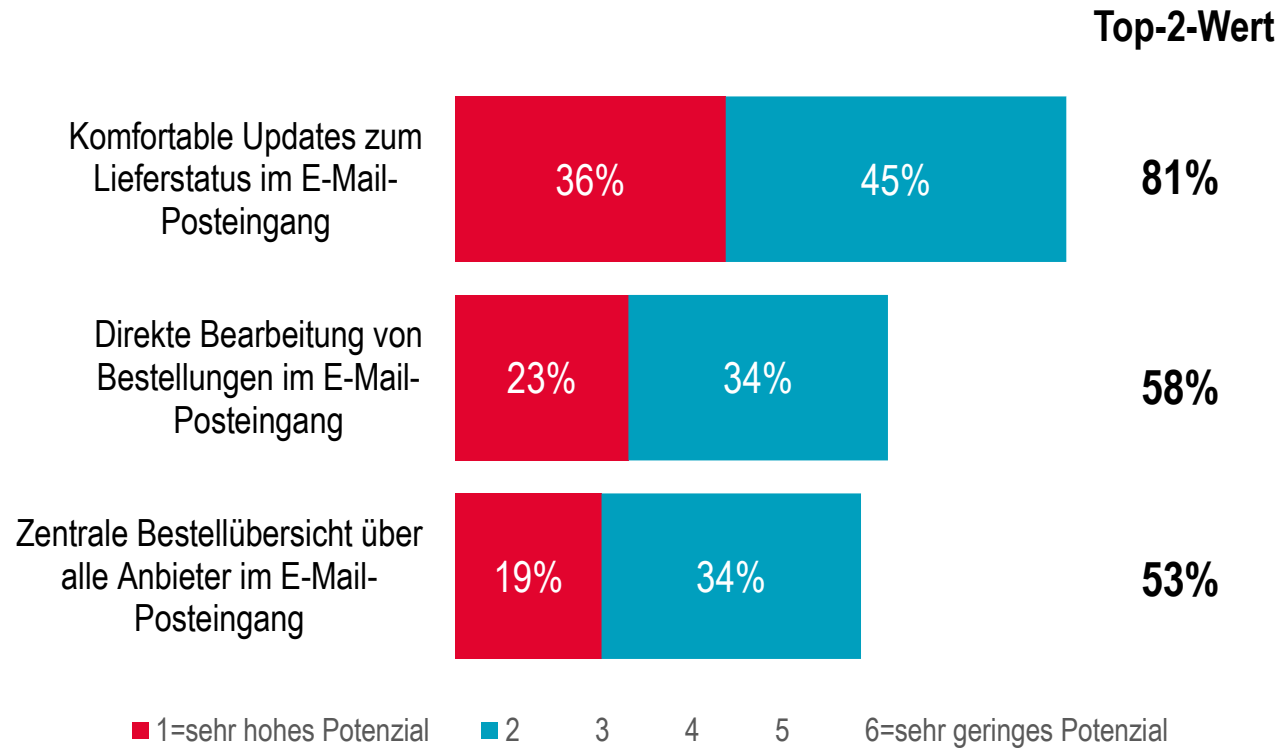


STUDIENERGEBNISSE ZEIGEN:

**DIE E-MAIL IST DER DREH- UND
ANGELPUNKT ENTLANG DER
GESAMTEN CUSTOMER JOURNEY**



Das E-Mail-Postfach agiert dabei als ein wichtiger Ankerpunkt in der Consumer Journey



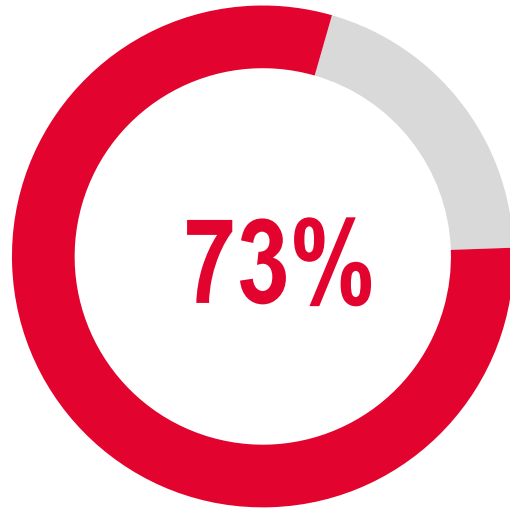
Basis: n = 140 Experten
Frage: Wie schätzen Sie das Potenzial folgender Services in den nächsten 2 Jahren ein? Top-2-Wert auf einer 6er-Skala
Quelle: Digital Dialog Insights 2021

DIGITAL DIALOG INSIGHTS 2022 – B2B-STUDIE

IM FOKUS: COMMERCE MEDIA UND UPDATE POST-COOKIE-ÄRA

Commerce Media gewinnt zunehmend an Bedeutung

3 von 4 Expert:innen bestätigen die Bedeutung von Commerce Media für das digitale Marketing



Commerce Media gewinnt zunehmend an Bedeutung



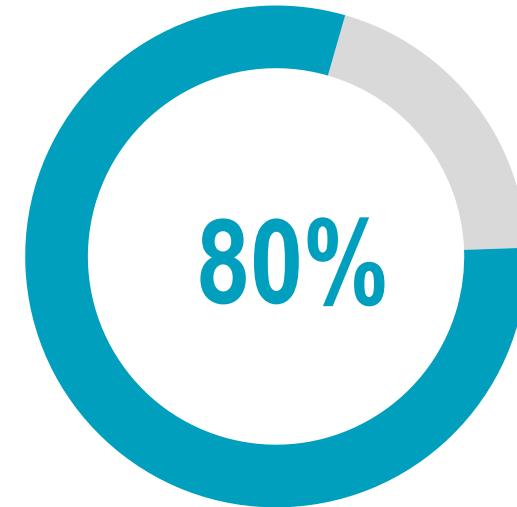
Basis: n = 122 Expert:innen

Frage: Wie ist Ihre Experteneinschätzung zur Entwicklung von Commerce Media für die Unternehmen in Ihrer Branche heute? Top-2-Wert auf einer 6er-Skala

Quelle: Digital Dialog Insights 2022

Commerce Media unter den wichtigsten Entwicklungen in 2022

4 von 5 bescheinigen Commerce-Daten (Intent-/Kauf- und Absichtsdaten) eine hohe Relevanz.



Commerce-Daten (Intent-/Kauf- und Absichtsdaten) gewinnen an Relevanz.

Basis: n = 122 Expert:innen

Fragen: Wie ist Ihre Experteneinschätzung zur Entwicklung von Commerce Media für die Unternehmen in Ihrer Branche heute? Top-2-Wert auf einer 6er-Skala.

Die wichtigste Entwicklung im E-Commerce in 2022 ist meiner Ansicht nach: (offene Nennungen).

Quelle: Digital Dialog Insights 2022

Die Mehrheit bestätigt: Commerce Media ermöglicht intelligente Werbeansprache

Und diese findet zunehmend außerhalb von digitalen Handelsplattformen/Online-Händlern statt

Commerce Media ermöglicht intelligente Werbeansprache.

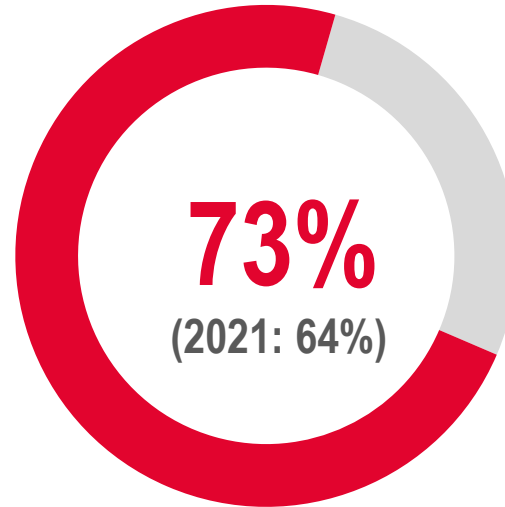
77%

Commerce Media findet zunehmend außerhalb von digitalen Handelsplattformen/Online-Händlern statt.

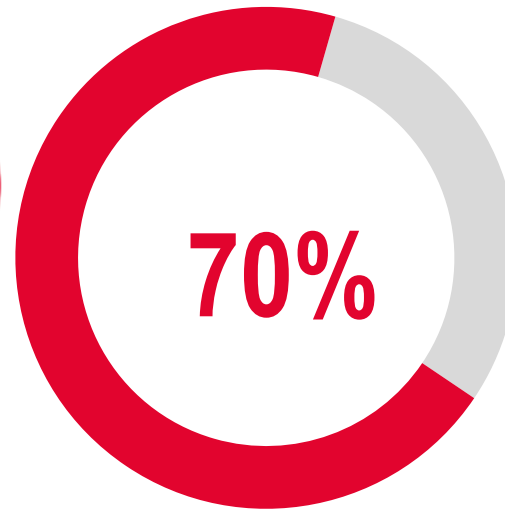
61%



E-Commerce-Transaktionen an den unmittelbaren Touchpoints nehmen zu



E-Commerce-Transaktionen außerhalb der eigenen Seite und App nehmen zu (z. B. im Vergleichsportal, in E-Mails, Social Media etc.).



E-Commerce-Transaktionen auf Plattformen/Kanälen außerhalb von Online-Händlern nehmen zu (z. B. Vergleichsportal, in E-Mails, Social Media etc.).

Basis: n = 122 Expert:innen

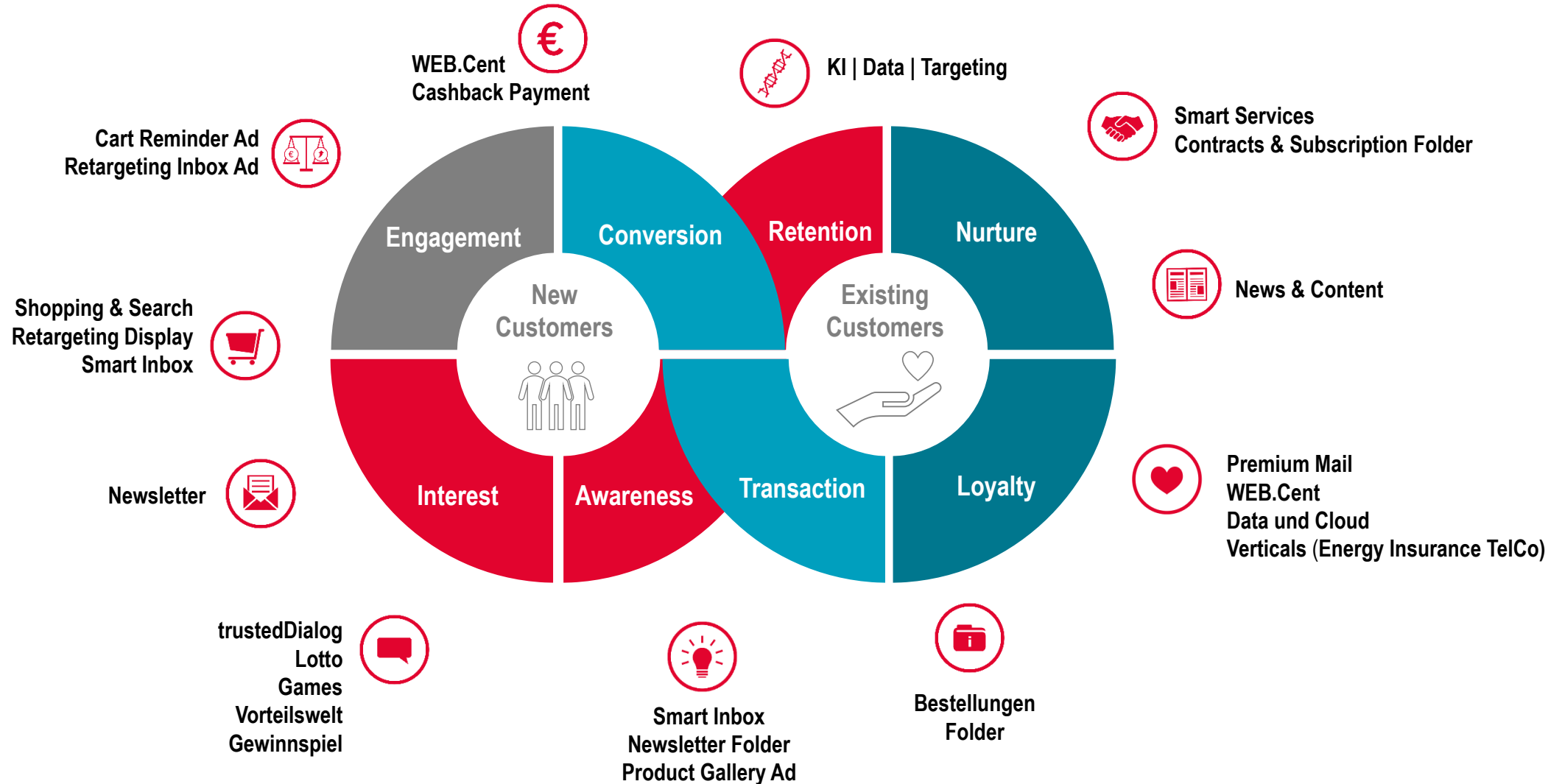
Frage: Wie ist Ihre Experteneinschätzung zu Veränderungen in E-Commerce in den nächsten zwei Jahren? Top-2-Wert auf einer 6er-Skala

Quelle: Digital Dialog Insights 2022

COMMERCE-MEDIA-LÖSUNGEN: INNOVATIVE UND NATIVE WERBEFORMATE



Unsere E-Commerce-Produkte entlang der Customer Journey auf einen Blick



COMMERCE-MEDIA-WERBEFORMATE AUF EINEM BLICK



Product Gallery Ad: Maximale Aufmerksamkeit im nativen E-Mail-Umfeld auf mobilen Endgeräten

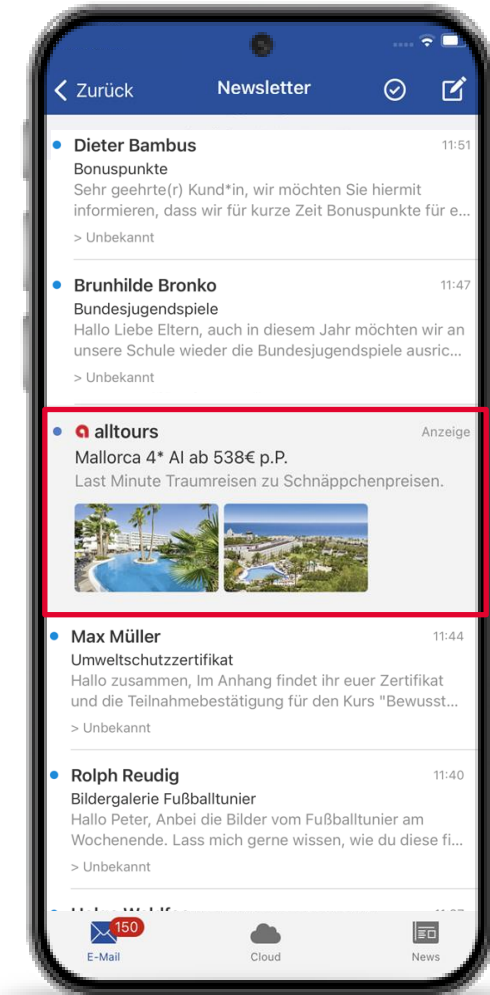
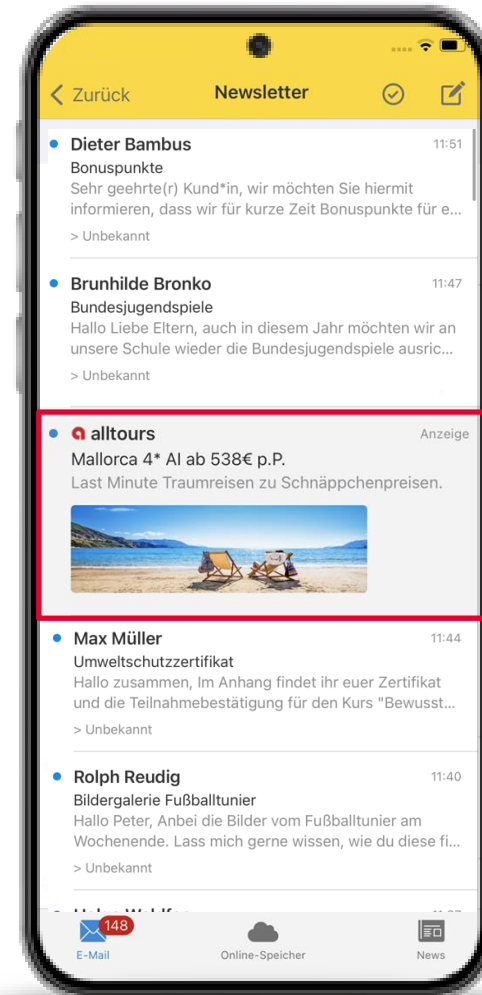
Die Product Gallery Ad ist ein weiteres natives Werbeformat in den FreeMail-Postfächern von WEB.DE und GMX. Eine Multi-Screen-Ausspielung der via Insertion Order (IO) gebuchten Product Gallery Ad ist möglich.

Visuelles Upgrade: Durch die nahtlose Integration in die Mail-Liste können nun die gewünschten Produkte direkt in der Betreffzeile beworben werden:

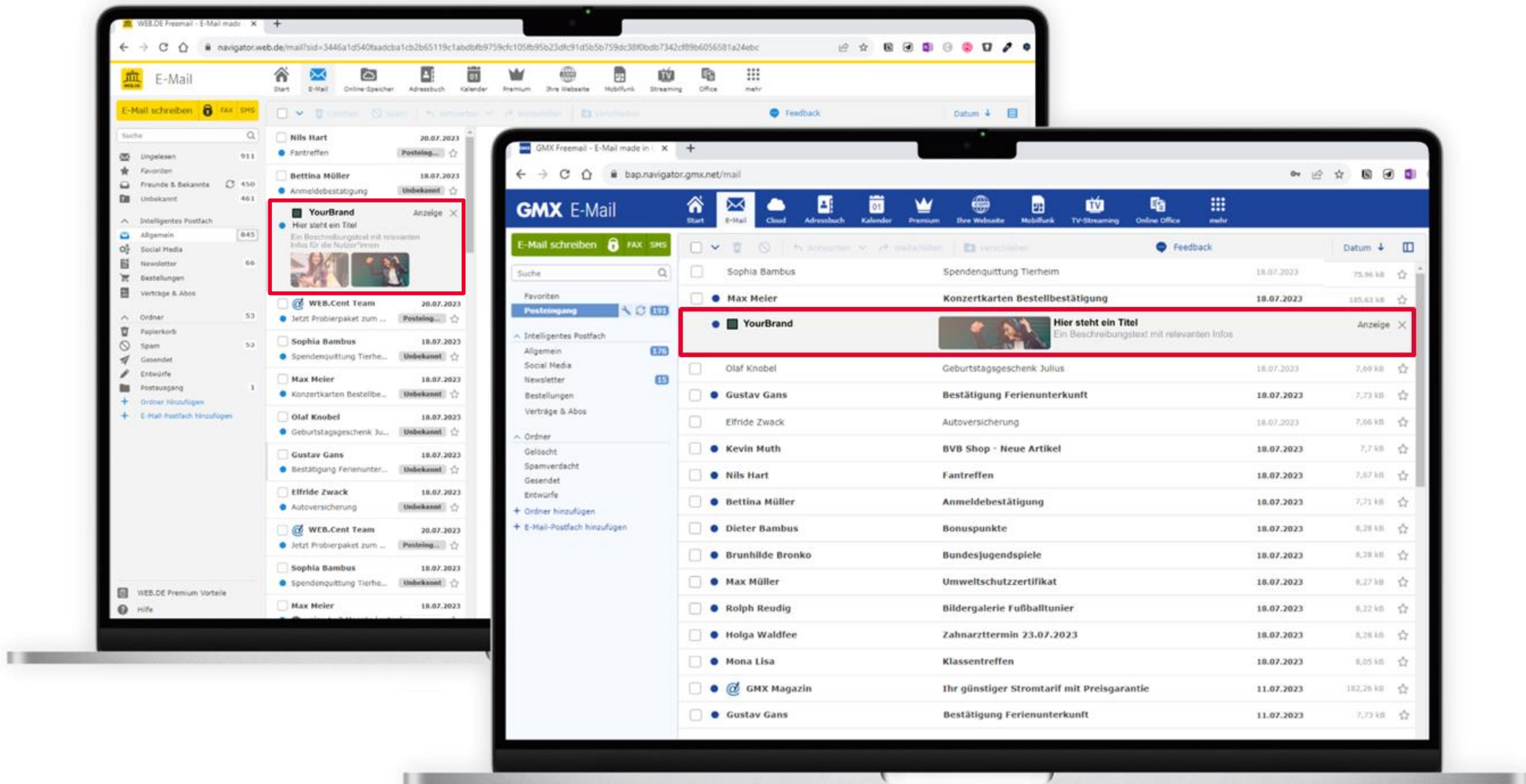
- Per Insertion Order (IO) und programmatisch als Deal buchbar (PA)
- Nativ eingebunden in die Mail-Liste wird eine hohe Aufmerksamkeit auf Ihre Produkte gewährleistet



**Optimale Kundenansprache im gesamten Kaufprozess
sowie maximale Aufmerksamkeit im nativen E-Mail-Umfeld**



Product Gallery Ad: Desktop-Darstellung



Product Gallery Ad: Die Vorteile auf einen Blick



Premium-Reichweite

Sie erreichen über 35 Mio. Postfächer* auf den Portalen WEB.DE und GMX



Maximale Präsenz im nativen E-Mail-Umfeld

Durch aufmerksamkeitsstarke und emotionalisierende Visuals unterhalb der Betreffzeile



Präzise Kampagnenaussteuerung

Mit TGP Quality Targeting erreichen Sie Ihre gewünschte Zielgruppe



Programmatische Product Gallery Ad

Auch programmatisch als Deal buchbar in den mobilen Mail-Apps von WEB.DE und GMX

Product Gallery Ad (Newsletter): Visuelles Upgrade für Ihre Newsletter-Darstellung

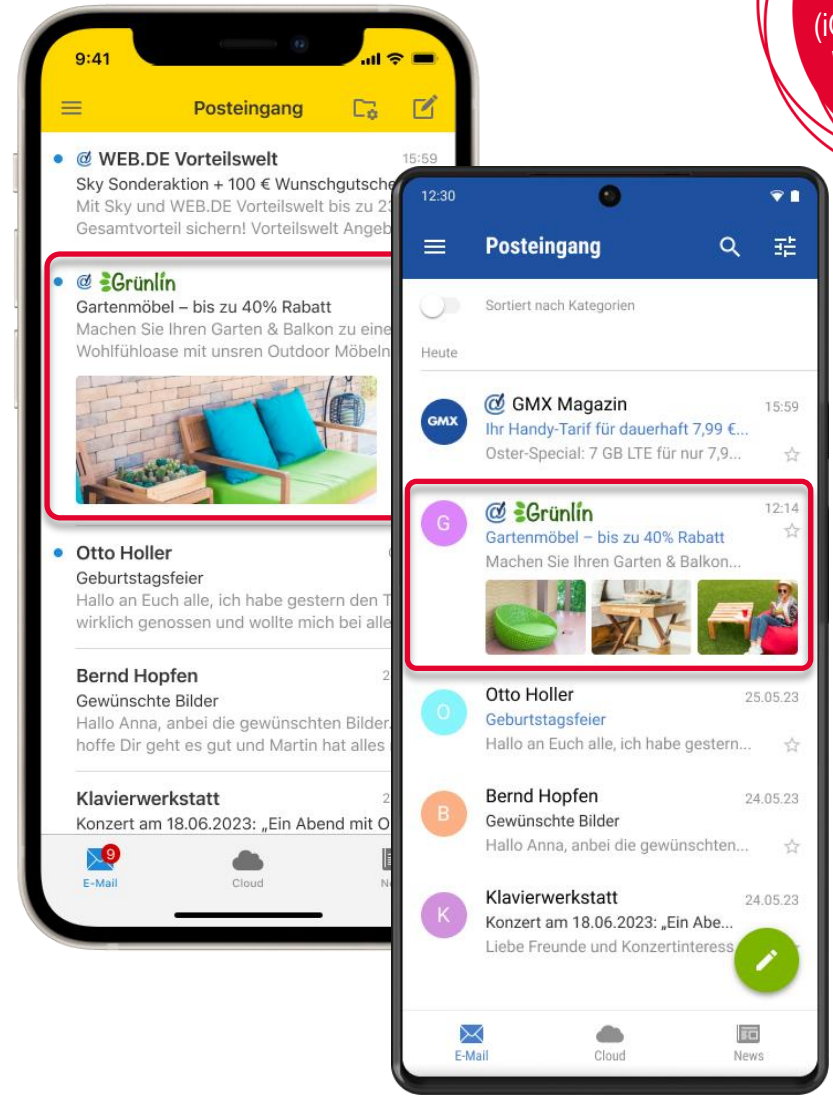
Verfügbar auf den nativen mobilen Apps (iOS und Android) von WEB.DE und GMX (DACH)

Setzen Sie Ihre Produkte und Services in Szene!

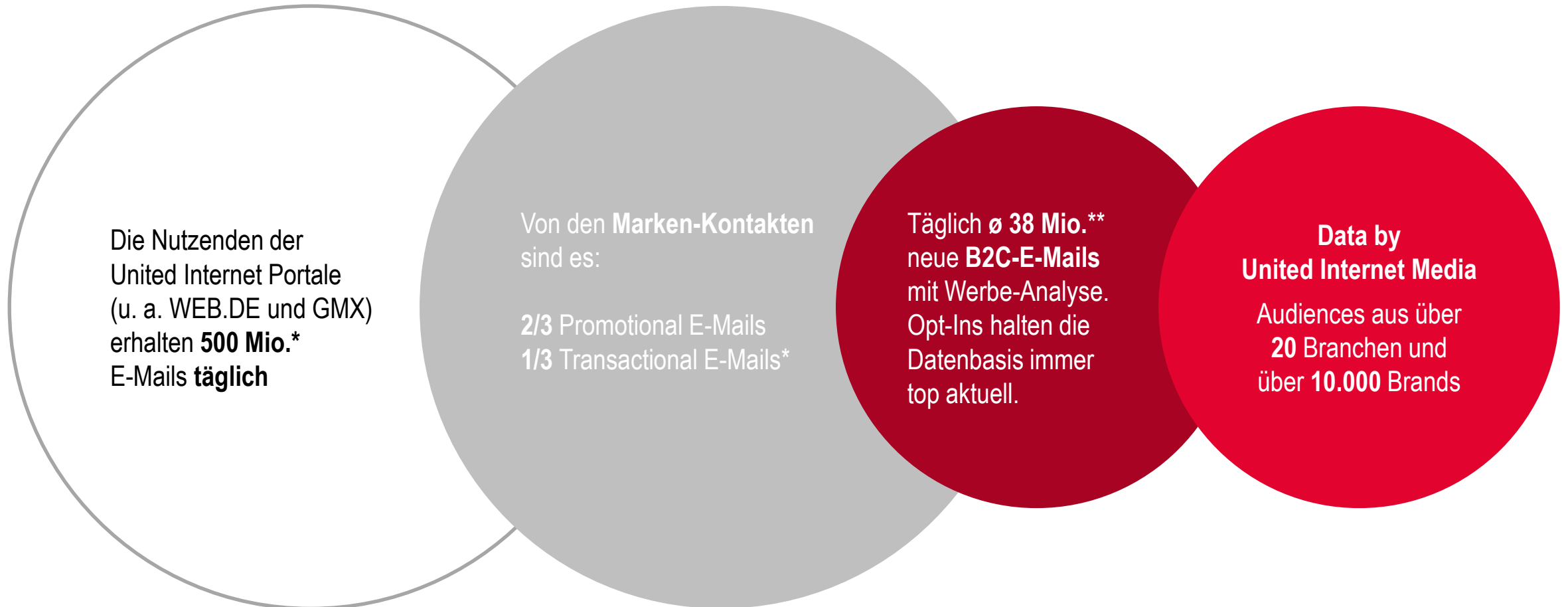
- Heben Sie sich mit Ihren E-Mails schon vor der Öffnung in E-Mail-Postfächern ab
- Geben Sie Ihren Leserinnen und Lesern mit der Abbildung ausgewählter Bildelemente einen Einblick in den Inhalt Ihrer E-Mails
- Sorgen Sie für Vertrauen mit der Abbildung Ihres Absenderlogos und des trustedDialog-Siegels

Informationen:

- Verfügbar exklusiv für trustedDialog-Kunden
- Start im Rahmen eines exklusiven Teil-Rollouts auf GMX und WEB.DE
- Zum Start exklusiv für 15 Versender buchbar



Prospecting: Smartes Werben mit einzigartigen First-Party-Daten – das intelligente Postfach macht's möglich



* Quelle: Interne Berechnung Q2-2023 alle Marken ohne Spam-Mails

** Quelle: Interne Berechnung bezogen auf E-Mails mit Werbe Opt-In (Stand: Juli 2023)

Die smarte Performance-Lösung in der Cookieless-Ära

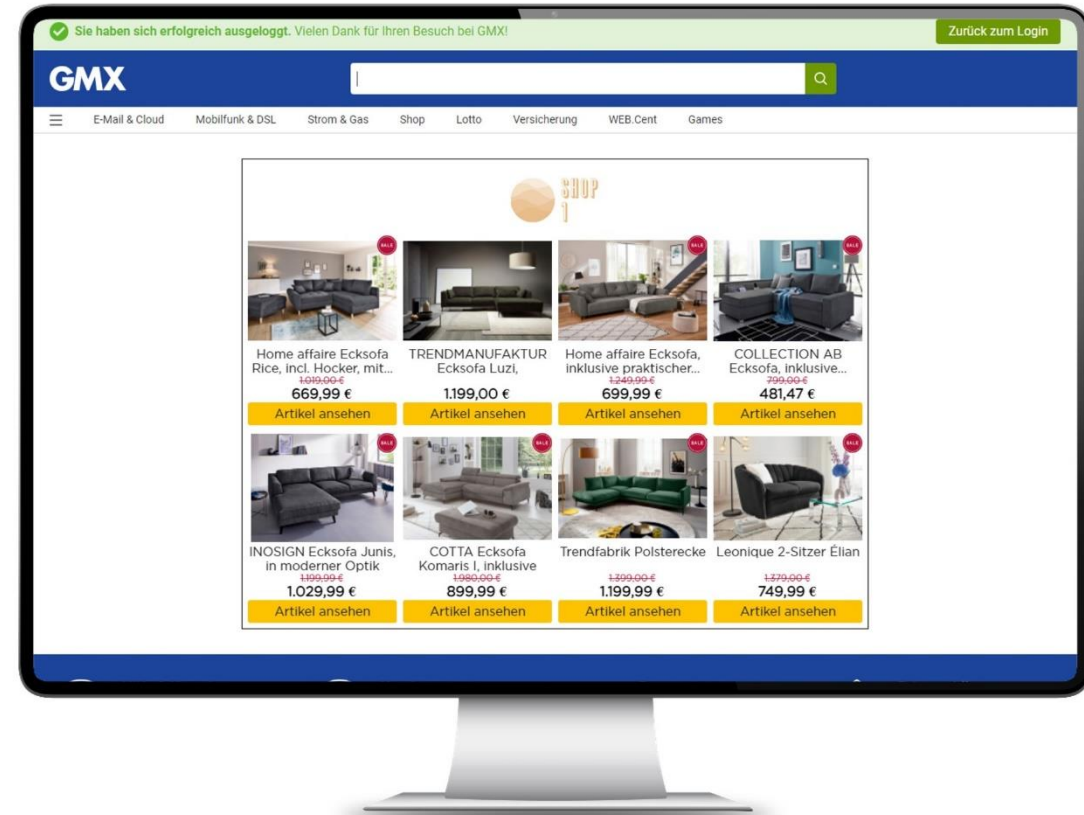
Prospecting

- ... basiert auf User-Insights, **First-Party-Daten** und den von United Internet Media entwickelten **KI-Modellen**: Das garantiert Ihnen die treffsichere Ausspielung Ihrer Werbemittel – mit **maximaler Relevanz** ohne Cookies!
- ... sind personalisierte und **zielgruppengenaue Werbemittel**, die dynamisch und direkt aus Ihrem **Produkt-Feed** generiert werden: Ein weiterer Vorteil für Sie ist dabei der **minimale Aufwand** – ganz ohne Werbemittelproduktion und Trackingverbau!
- ... ist alternativ auch statisch und ohne Datenfeed umsetzbar
- ... bedeutet für Sie als Partner ein stets **risikofreies** Advertising, mit Abrechnung nach einem konsequent performance-getriebenen **CPC-Modell**



Retargeting Display Ad: Sonderformat mit maximalem Engagement

- Das Display Ad garantiert Ihrer Brand die volle Aufmerksamkeit
- Display Ads sind die ideale Werbeform für maximale Sichtbarkeit, Stärkung des Markenimages und Umsatzsteigerung
- Durch präzises Retargeting wird aus der klassischen Display Ad ein personalisiertes und dynamisches Werbemittel, das den User gezielt während seiner Customer Journey abholt und erneut Kaufanreize schafft



Retargeting Inbox Ad: Die wirkungsvolle Werbeform im FreeMail-Postfach von WEB.DE und GMX

- Die Inbox Ad ist ein natives Werbeformat in den FreeMail-Postfächern der WEB.DE und GMX User und bietet ein hochwertiges und aufmerksamkeitsstarkes Umfeld
- Dank präzisiertem Retargeting wird aus der nativen Inbox Ad zusätzlich ein dynamisches Werbemittel, das User gezielt in ihrer Customer Journey abholt und weitere Kaufanreize schafft

The image illustrates the integration of a retargeting inbox advertisement for MADELEINE. It shows a desktop GMX email interface, a desktop website view of MADELEINE clothing, and two mobile phone screens. The mobile screens show an email inbox with a 'MADELEINE Mode' advertisement. A callout box points to the ad with the text 'Per Klick auf den Betreff gelangt der User direkt auf die Landingpage des Kunden'. A legend identifies the components: 'Absender' (Sender), 'Betreff' (Subject), and 'Mobiler Pre-Header' (Mobile Pre-Header).

Legend:

- Absender
- Betreff
- Mobiler Pre-Header

Mobile Ad Content:

MADELEINE Mode
Zum Valentinstag: 15€ Gutschein*
Neue Styles zum Verlieben

Cart Reminder Ad: Warenkorbabbrecher gezielt konvertieren und Return on Advertising Spend optimieren

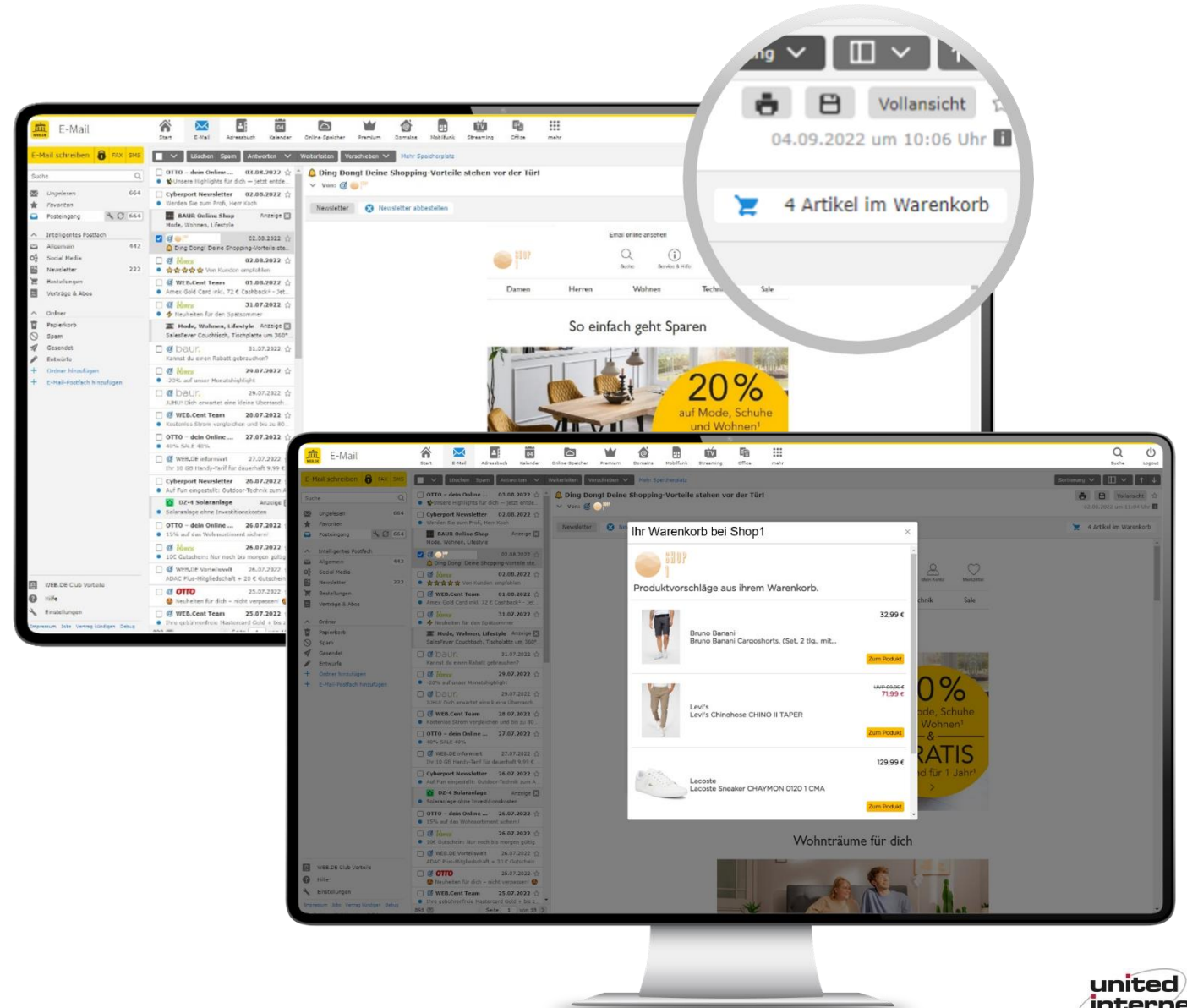
Das Cart Reminder Ad ist ein neues, natives Werbeformat in den FreeMail-Postfächern von WEB.DE und GMX.

Durch die nahtlose Integration in Ihren Brand-Newsletter können die User mit nur einem Klick ihren bereits gefüllten Warenkorb wiederfinden und auschecken:

- Maßgeschneiderte Inhalte passgenau für jeden User
- Nativ eingebunden in den kontextuell passenden Newsletter wird eine hohe Aufmerksamkeit und Glaubwürdigkeit gewährleistet



Optimale Kundenansprache
Maximaler ROAS (Return on Advertising Spend)



www.united-internet-media.de
info@united-internet-media.de

Unser Markenportfolio:

GMX



mail.com



Das Örtliche

Gelbe Seiten