

# 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.

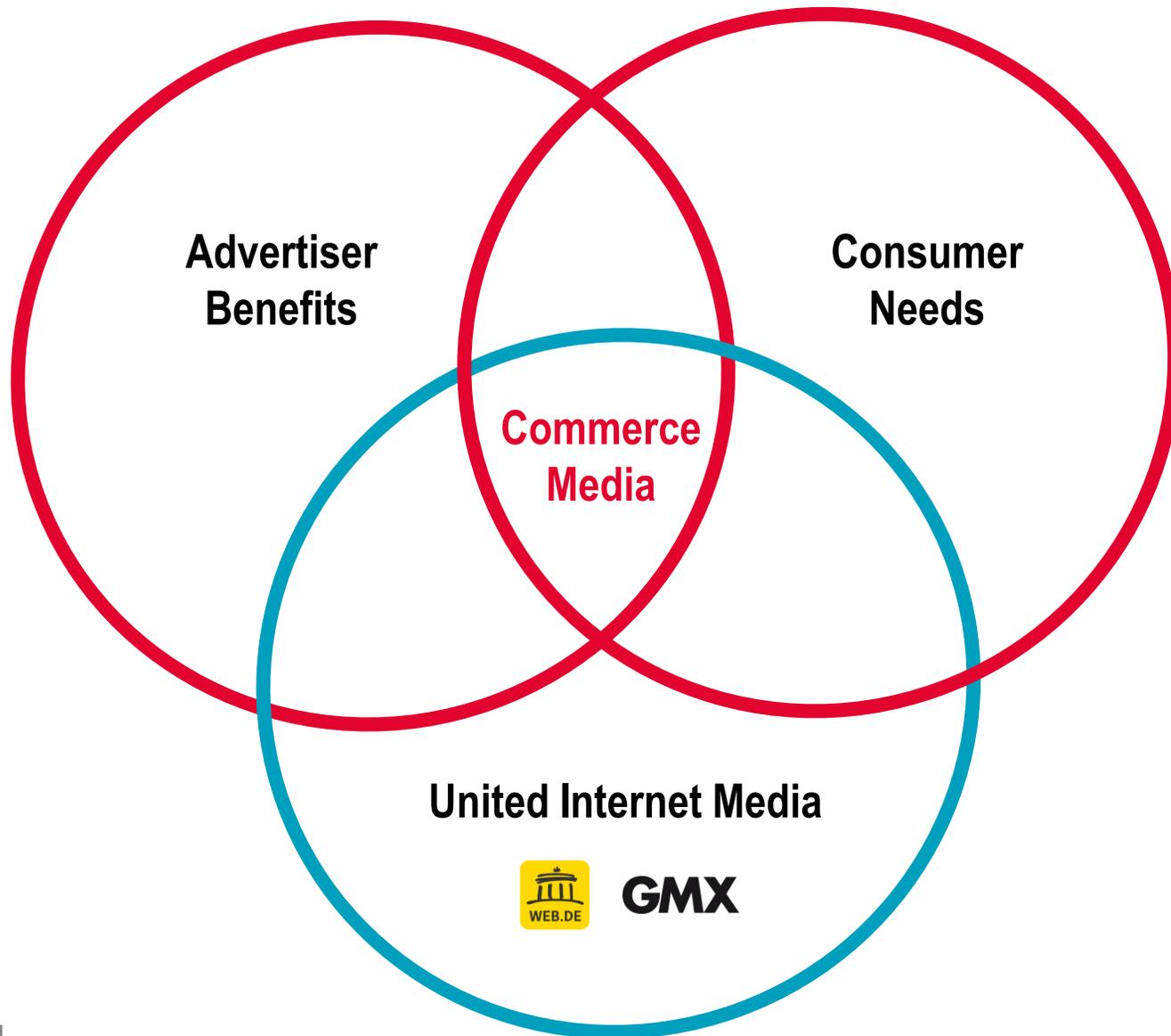


**GMX**

**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)



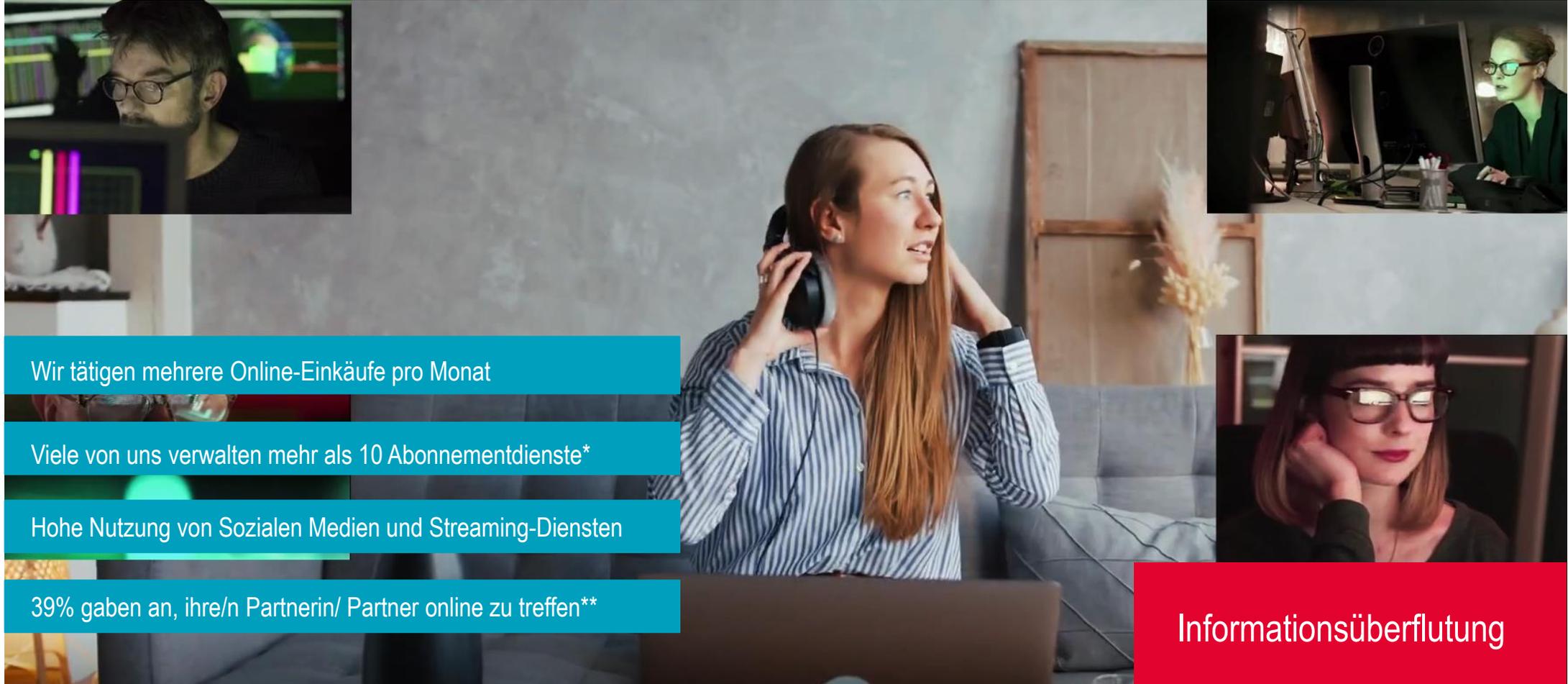
**Intensive Online-Shopper**

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\*\*

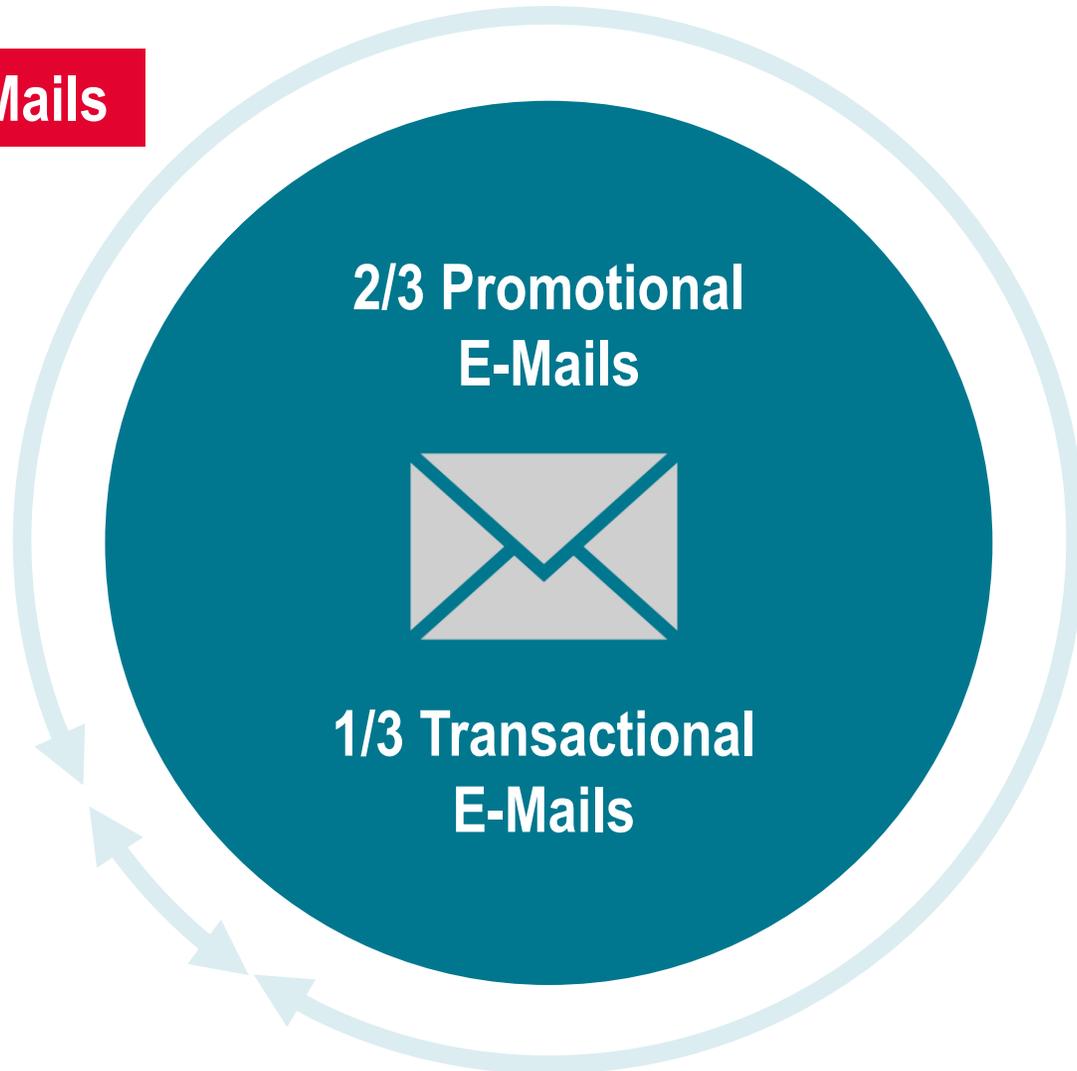
Informationsüberflutung

\* 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

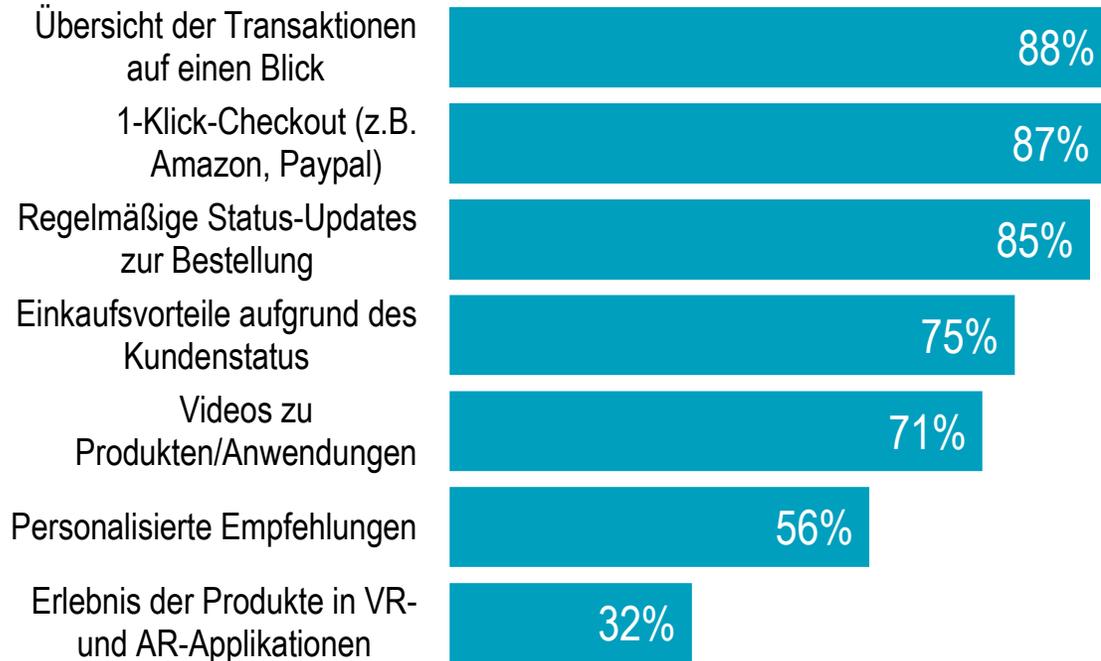
Inhalt

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 Nutzende durch smarte Funktionen



# Unser digitaler Assistent für Newsletter

The screenshot shows the GMX E-Mail interface. The top navigation bar includes icons for Start, E-Mail, Adressbuch, Kalender, Cloud, Premium, MailDomain, Mobilfunk, TV-Streaming, Online Office, and mehr. The left sidebar shows folders like Favoriten, Posteingang (10), Intelligentes Postfach, Allgemein (31), Social Media, Newsletter (190), Bestellungen, Verträge & Abos, Ordner (211), and GMX Premium-Vorteile. The main area displays a list of emails, with the selected one from 'Maya von Klean Kanteen' dated 26.01.2022. The email content features the 'klean kanteen' logo, social media icons, and an advertisement for water bottles with a sale. The bottom of the email shows a reply field and a 'Sofort antworten' button.



# Unser digitaler Assistent für Bestellungen

The screenshot shows a GMX E-Mail interface in a browser window. The address bar shows 'bap.navigator.gmx.net'. The main content area displays an email from Amazon.de with the subject 'Ihre Amazon.de-Bestellung # 302-6624879-4481920 von 1 Artikel wurde versandt'. The email body includes a 'Versandbestätigung' (shipping confirmation) from Amazon.de, stating that the order has been shipped via DHL. It provides the recipient's name, 'Christian Karlsruhe, Baden-Württemberg', and the delivery date, 'Donnerstag, 20 August'. A 'Lieferung verfolgen' (track delivery) button is visible. The email also mentions that the shipment was sent via DHL and provides tracking information.

The smartphone screen shows an app titled 'Bestellungen' (Orders). The top bar is yellow with a 'Zurück' (Back) button and a checkmark icon. The main content area lists several orders:

- Amazon**: Zustellung heute: Ihr Amazon Paket wird zugest... (Delivery today: Your Amazon package will be delivered...)
- Amazon**: Ihre Amazon.de-Bestellung (#303-2581662-6028352) wurde versandt! (Your Amazon.de order was shipped!)
- Lieferando.de**: Vielen Dank für Deine Bestellung bei Five Guys! (Thank you for your order at Five Guys!)
- Amazon**: Ihre Amazon.de-Bestellung (#303-6868016-2676356) wurde versandt! (Your Amazon.de order was shipped!)
- no-reply@mvg.de**: Ihre Rechnung #403000591881# (Your invoice #403000591881#)

The bottom navigation bar includes icons for 'E-Mail', 'Online-Speicher', and 'News'.

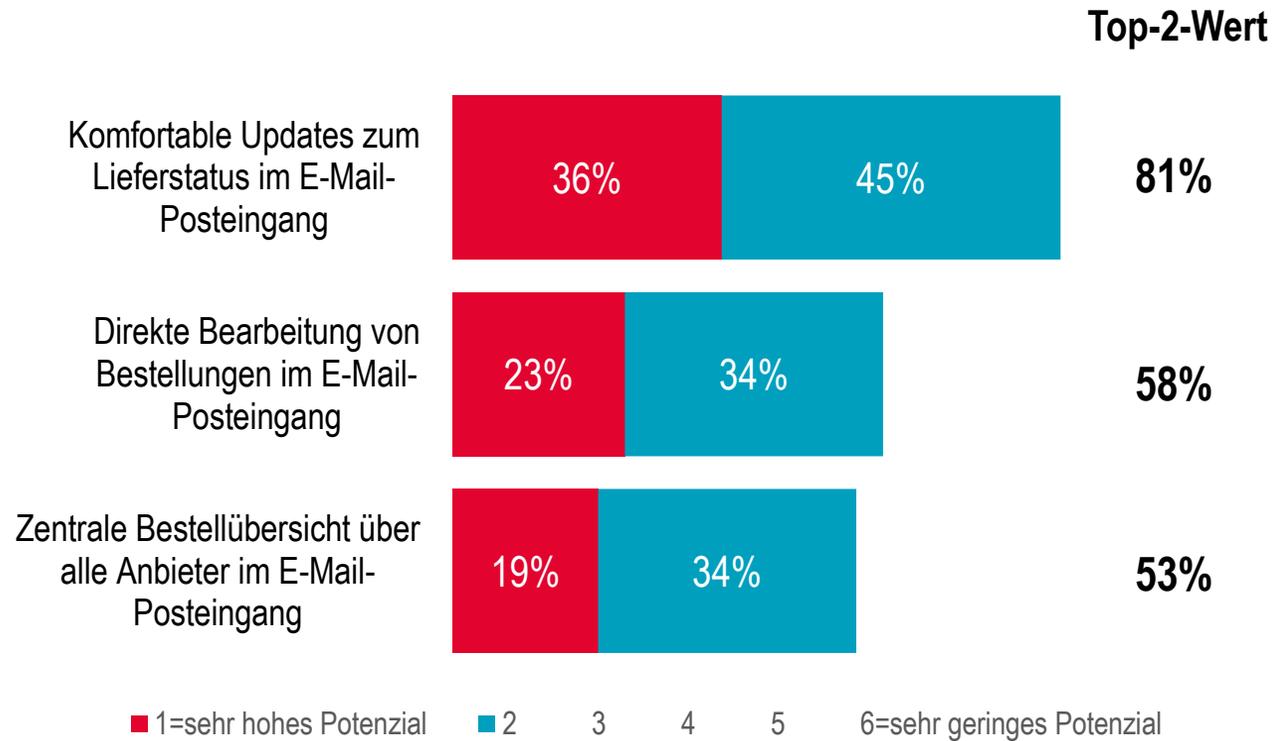
Die Sendung wurde mit DHL Paket versandt. Wenn Sie diese Sendungen verfolgen möchten, benutzen Sie bitte diese Paketverfolgungsnr.: JJD000390004006479777. Abhängig von der gewählten Versandoption kann es sein, dass die Paketverfolgungsdaten zum Zeitpunkt des Erhalts dieser E-Mail noch nicht den neuesten Stand wiedergeben.

**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

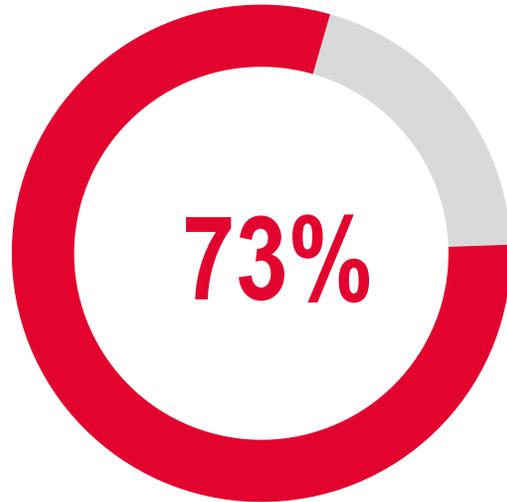


# DIGITAL DIALOG INSIGHTS 2022 – B2B-STUDIE

## 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



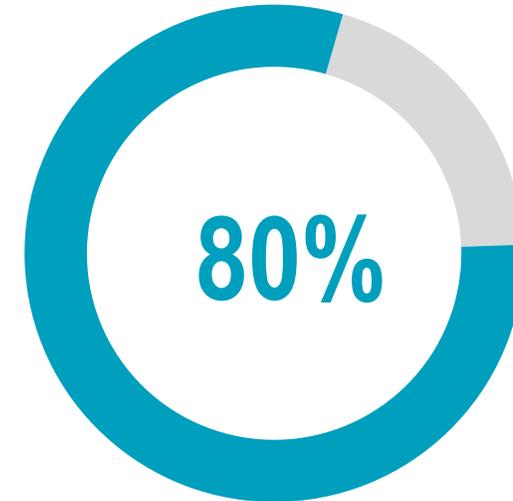
Basis: n = 122 Expert:innen

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.

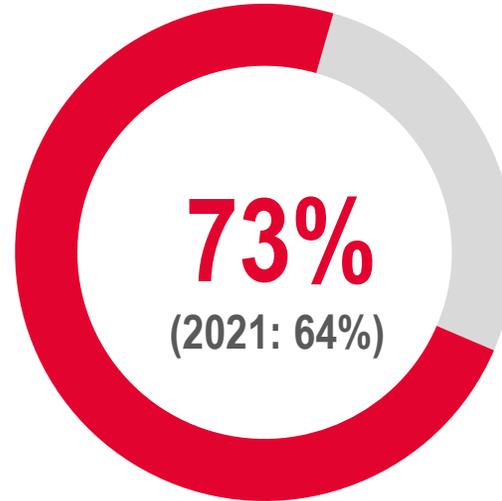
77%

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

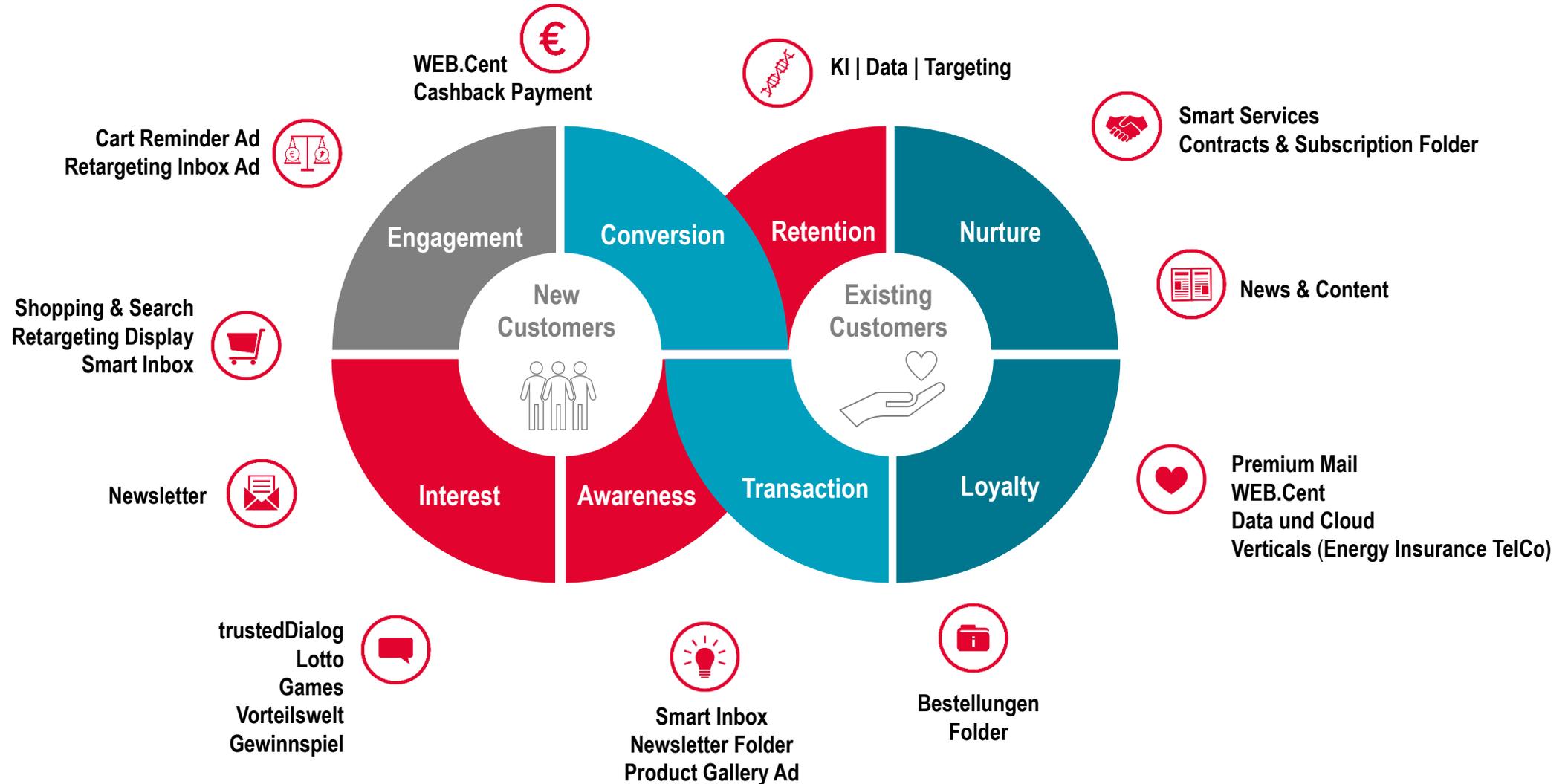
Frage: Wie ist Ihre Experteneinschätzung zu Veränderungen in E-Commerce in den nächsten zwei Jahren? Top-2-Wert auf einer 6er-Skala

Quelle: Digital Dialog Insights 2022

# COMMERCE-MEDIA-LÖSUNGEN: INNOVATIVE UND NATIVE WERBEFORMATE



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

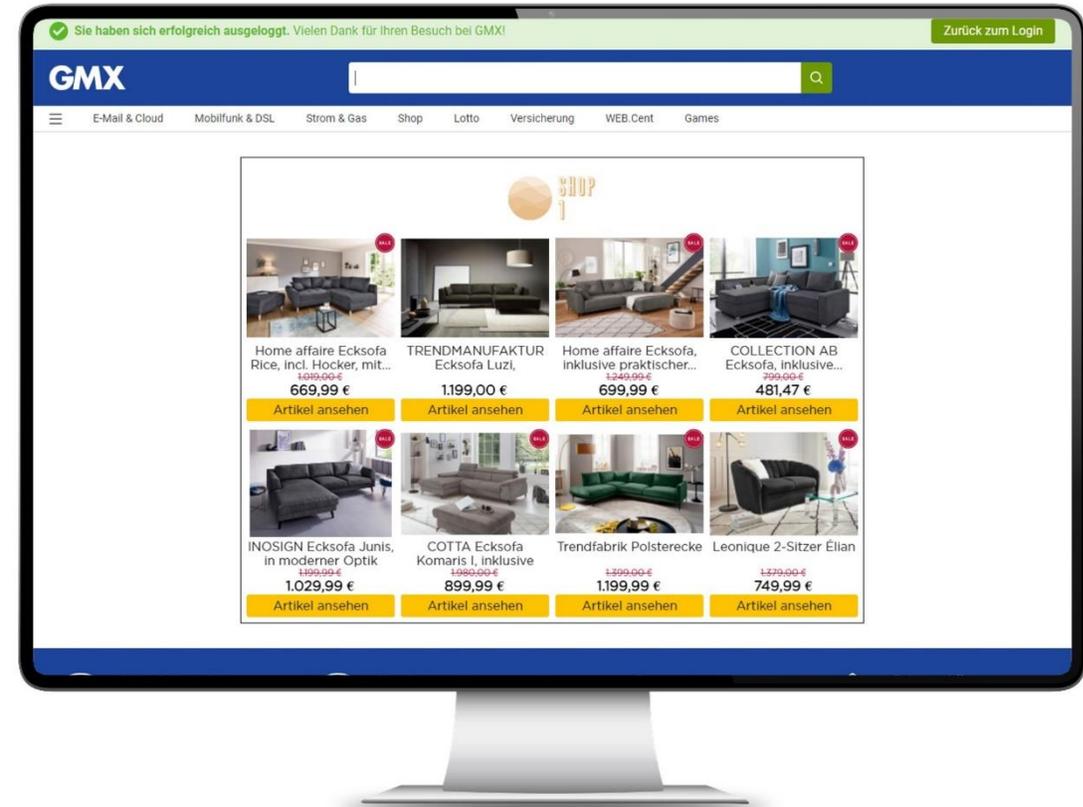


# COMMERCE-MEDIA-WERBEFORMATE AUF EINEM BLICK



# 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

Per Klick auf den Betreff gelangt der User direkt auf die Landingpage des Kunden

Absender  
Betreff  
Mobiler Pre-Header

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

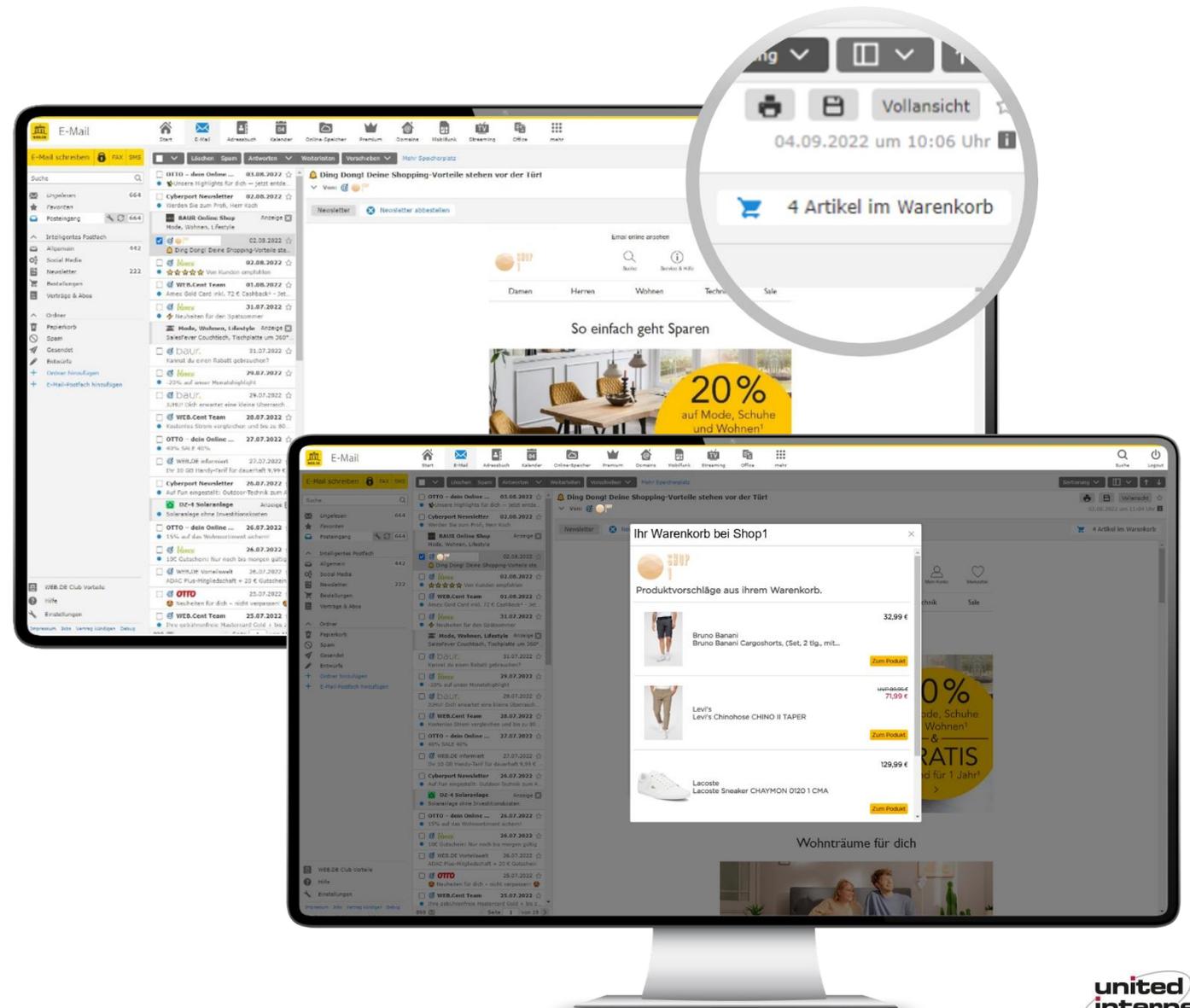
Das Cart Reminder Ad ist ein neues, natives Werbeformat in den FreeMail-Postfächern von WEB.DE und GMX.

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)**



# Product Gallery Ad: Die native Inbox Ad mit Produktbildern direkt in der Betreffzeile

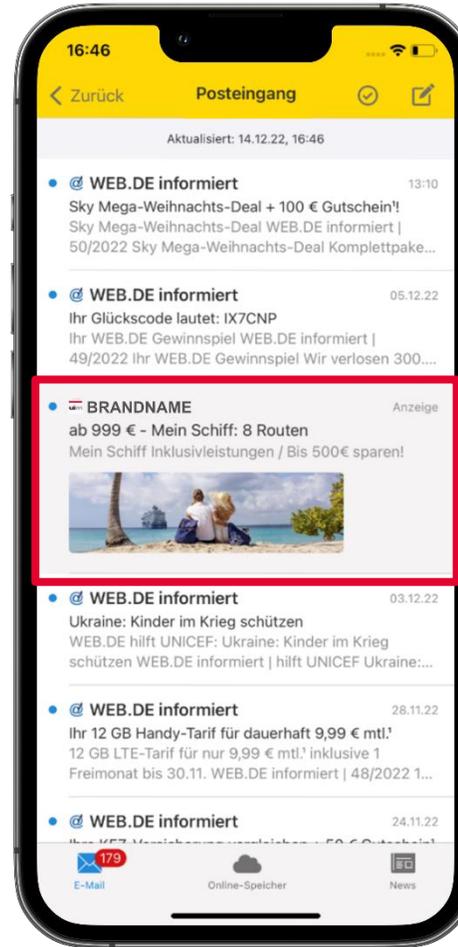
Das Product Gallery Ad ist ein weiteres neues, natives Werbeformat in den FreeMail-Postfächern von WEB.DE und GMX.

Durch die nahtlose Integration in die Mail-Liste können Sie nun direkt in der Betreffzeile die gewünschten Produkte bewerben:

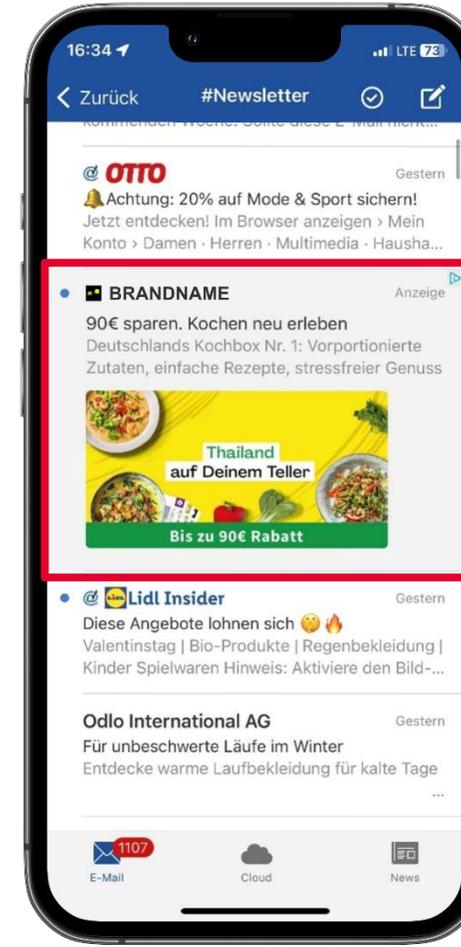
- Auch in Kombination mit Retargeting möglich sowie per Insertion Order (IO) und programmatisch buchbar (PA)
- Nativ eingebunden in die Mail-Liste wird eine hohe Aufmerksamkeit auf Ihre Produkte gewährleistet



**Optimale Kundenansprache im Upper und Lower Funnel der Customer Journey sowie maximale Aufmerksamkeit im nativen Umfeld.**



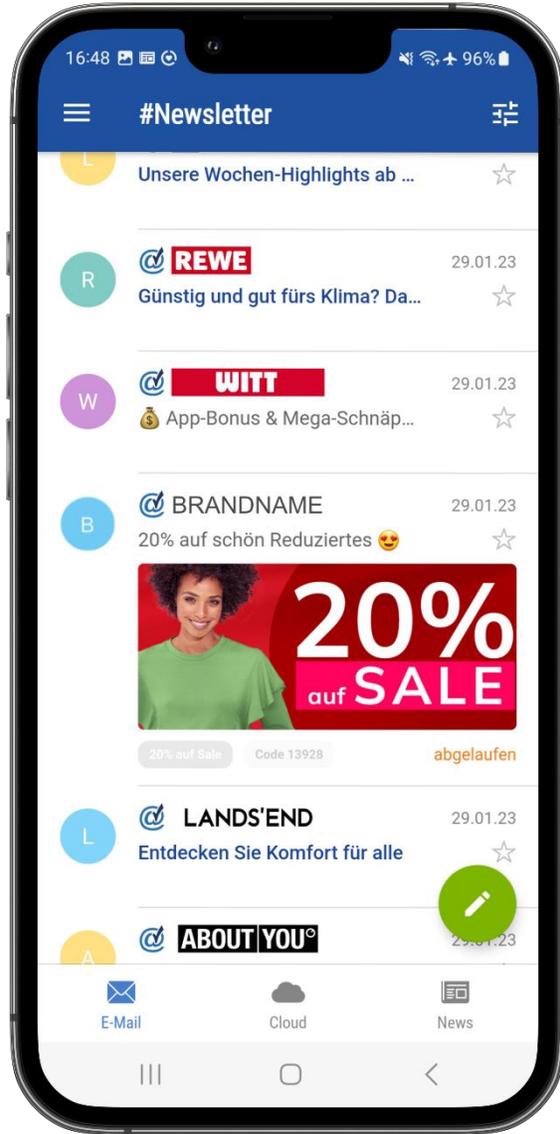
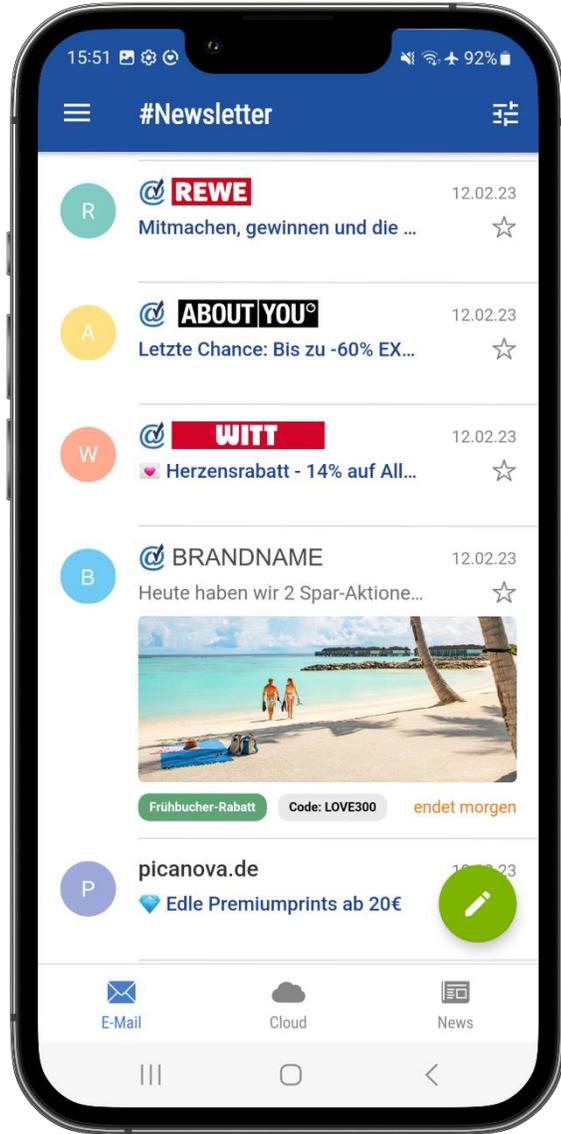
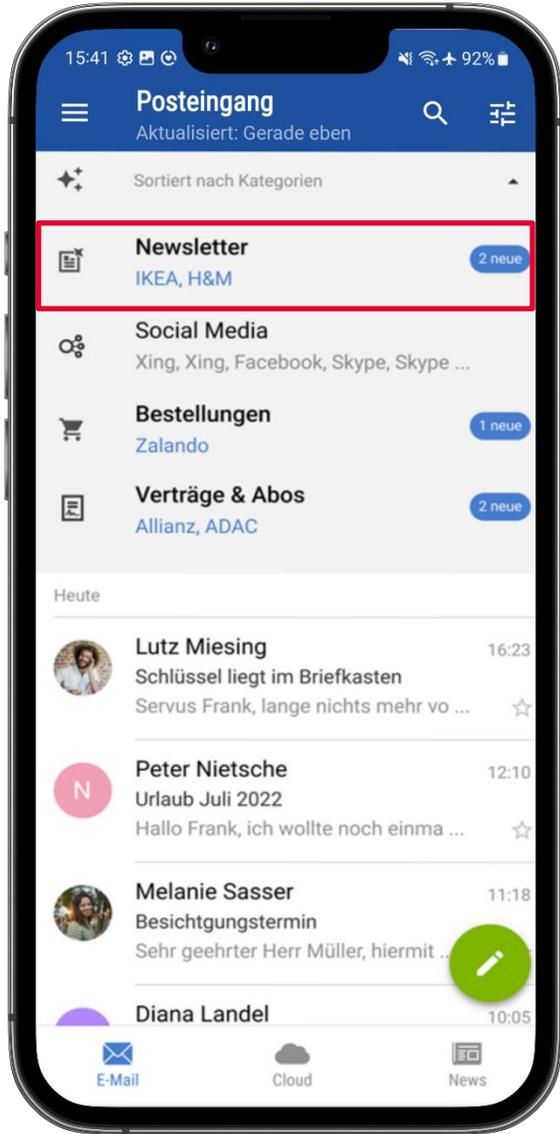
IO



PA

# Newsletter Image Preview: Der Newsletter mit visueller Vorschau

Coming soon!



[www.united-internet-media.de](http://www.united-internet-media.de)  
[info@united-internet-media.de](mailto:info@united-internet-media.de)

## Unser Markenportfolio:

**GMX**



**mail.com**



**Das Örtliche**

**Gelbe Seiten**