

PRESSEINFORMATION

Jahresbilanz

Die Erfolgsgeschichte des MARCO POLO travel magazine

Ostfildern, 28. November 2013. Erfrischend anders und jeden Monat neu - so präsentiert sich seit einem Jahr das kostenlose MARCO POLO travel magazine seinen Lesern. In monatlich erscheinenden Ausgaben bringt das digitale Reisemagazin aus dem Haus MAIRDUMONT bunte Themenwelten und neuartige Gadgets aus der Reisewelt direkt auf die Tablets. Im Apple Zeitungskiosk führt das Magazin als beliebteste Reise-App die Konkurrenz an. Das Lifestyle Reise-Magazin ist damit ein erstklassiges Instrument der crossmedialen Vermarktung und ein interessantes Medium für die Leser.

[Pressematerial](#) | [Facebook](#) | www.marcopolo.de

Leser und Mediapartner interagieren multimedial

Mit dem MARCO POLO travel magazine stellte das Medienhaus MAIRDUMONT im Herbst 2012 eine Neuheit im Produktportfolio des Unternehmensbereichs digitale Vermarktung vor. Multimediale Features und eine ausgefeilte konzeptionelle Gestaltung der Inhalte begeistern seit jeher die Leser des Magazins, z.B. mit 360°-Panoramaaufnahmen, zweiminütigen Hotelvorstellungen, Videointerviews, Shortlists für Städtetrips und vielem mehr. Diese konzeptionelle und multithematische Vielfalt beeindruckt Mediapartner gleichermaßen und bietet, neben den angebotenen Standardwerbeflächen, zusätzliche Platzierungsmöglichkeiten innovativer Werbeformen. So finden sich in den publizierten Ausgaben Kommunikationsmaßnahmen, denen es gelingt, die Leser spielerisch in eine Interaktion mit der Marke des Mediapartners zu lenken.

Eine große Fangemeinde

Das MARCO POLO travel magazine ist seit Produktlaunch eine der führenden Reise-Apps bei Lesern und im App Store. Das zeigt sich beispielsweise im Apple App Store in den redaktionell geführten Kategorien „Das Beste im Zeitungskiosk“ und „Neu im Zeitungskiosk“, in der die App prominent platziert ist. Im Apple „Zeitungskiosk“ belegt das MARCO POLO travel magazine seit April 2013 nahezu ununterbrochen den ersten Platz in der Kategorie Reise. Im Vergleich mit allen Apps des Zeitungskiosks findet man das Magazin permanent in der Rangliste der Top 50. Des Weiteren wurde das MARCO POLO travel magazine in einem Wettbewerb in die Top-App-Programme von Microsoft und Samsung gewählt. Der Nutzen für die erlesenen Produkte sind Werbeaktionen in den dazugehörigen App-Stores und in Folge auch hier führende Platzierungen.

Vermarktung im digitalen Umfeld

Der Haupterfolg des kostenlosen Reisemagazins liegt aber vor allem in den thematisch passenden Umfeldern. Hier positionieren sich Leistungsanbieter wie etwa Fluggesellschaften oder Reiseveranstalter mit zum Teil interaktiven Full Screen Ads beim Leser und bieten so einen Mehrwert in seinem Interesse. Ergänzend zu den monatlich erscheinenden, multithematischen Ausgaben werden immer wieder einzelne Extra-Ausgaben, wie das aktuelle Special Ski PLUS mit dem Partner Kärnten Tourismus präsentiert und so spezielle Reiseziele gesondert in den Fokus der Leserschaft gesetzt. „Aus Vermarktungssicht haben wir mit dem MARCO POLO travel magazine einen Volltreffer gelandet“, freut sich Marc Hiller, Geschäftsbereichsleitung Business Development & Media. „Es erlaubt klassische ganzseitige Anzeigen mit den IAB-Standards der digitalen Welt in diesem Medium zu kombinieren. Sonderwerbeformen, technische Features und geprüfte Leistungswerte runden

das Angebot ab und positionieren das Magazin wirtschaftlich auf Augenhöhe mit der klassischen Portalvermarktung.“

Lizenzierung und Vertrieb eigener Formate

Die Technologie des MARCO POLO travel magazine kann zusätzlich als White-Label-Lösung für eigene Firmen-, Kunden- oder Handelsmagazine lizenziert werden. Dank der einfachen Gestaltung des Redaktionssystems kann jeder schnell und kosteneffizient ein eigenes Magazin für Tablets generieren. Hierzu werden weder technische oder gestalterische Kenntnisse noch spezielle Software benötigt. Publikationen werden einfach über den Webbrowser angelegt, angepasst und veröffentlicht.

Mit diesem Publizierungssystem können eigenständige Applikationen für App Stores der führenden Plattformen produziert werden oder auch Magazine, die in die jeweiligen Zeitungskioske integriert sind. Die auf HTML5 basierende Technologie ermöglicht sowohl den Vertrieb von Apps für die mobilen Betriebssysteme iOS und Android, als auch für die Nutzung auf Desktop-PCs mit Hilfe eines Web-Players – wobei unabhängig vom Betriebssystem der Inhalt nur einmalig im Content Management System angelegt werden muss. Auch ein eigenes Hosting des Komplettsystems ist möglich. Neben dem bestehenden Pool an Templates können auch neue Formate entwickelt werden, was individuelle Freiheiten hinsichtlich des Designs erlaubt.

Verfügbarkeit

Alle Ausgaben des MARCO POLO travel magazine können unter folgenden Links heruntergeladen werden. Das Reisemagazin ist kostenlos und erscheint monatlich in deutscher und englischer Sprache.

[Apple App Store](#) | [Windows Store](#) | [Samsung Apps](#) | [Google Play](#) | [Amazon Store](#)

Browser-Version: <http://www.marcopolo.de/travelmagazine>

Facebook Fanpage <https://www.facebook.com/marcopolotravel.magazine>

Weitere Informationen erhalten Sie von

MAIRDUMONT GmbH & Co. KG

Britta Braig
Public Relations Manager Digital
Marco-Polo-Str. 1 in 73760 Ostfildern
Tel.: +49 (0)711 45 02 -233
b.braig@mairdumont.com