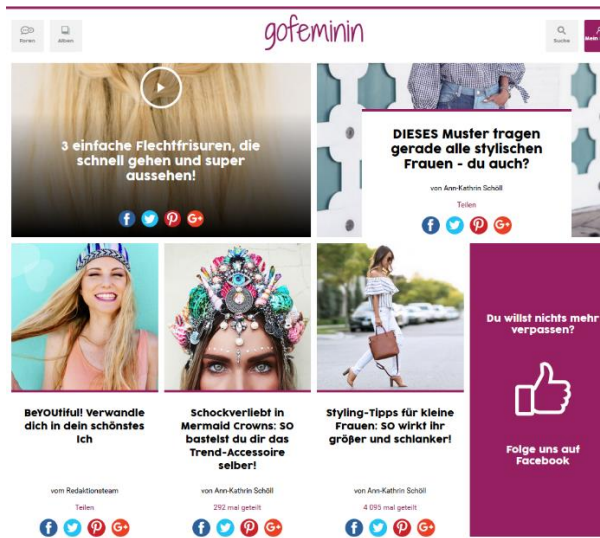


Der neue Auftritt von **gofeminin.de** – Noch mehr Fokus auf Social und Native



Köln, Mai 2017 – gofeminin zeigt sich in einem neuen Design.

Auffälligste optische Veränderungen sind die opulente, emotionale Bildsprache und die großen Headlines in einer neuen Schrift. Die Farbgebung der Seite wird bestimmt durch das gofeminin-Fuchsia. „Wir wollten wieder unsere gofeminin DNA-Farbe stärker einbinden, um einen stärkeren Wiedererkennungswert zu schaffen, sie aber gleichzeitig in ein moderneres Layout integrieren“, so Marc Flamme, Geschäftsführer der gofeminin.de GmbH.

Auch das Thema Social Media wurde noch zentraler in die Seite integriert. Sharing Buttons an Fotos und Artikeln laden die Userinnen zum Teilen der Inhalte ein – generell sind die sozialen Kanäle von gofeminin auf der Homepage auffällig präsent.

Bei dem Redesign wurden auch die Vermarktungsmöglichkeiten der Seite modernisiert und der Fokus auf native Werbeintegrationen gesetzt: „Das neue Design schafft innovative Vermarktungsmöglichkeiten, die eine hohe Sichtbarkeit und eine native Integration von Werbemitteln in das Layout garantieren. Werbung soll auf gofeminin.de unterhalten und nicht stören“, so Flamme weiter.

Auch das beliebte Forum, in dem über 1,8 Millionen Userinnen gleichgesinnte Frauen für einen Austausch finden, hat eine neue Optik und neue Funktionen. So können Forenbeiträge ab sofort wie in sozialen Netzwerken gelikt werden.



Über die gofeminin.de GmbH:

Als Tochter der aufeminin.com S.A. (Paris) und Teil der Axel Springer SE zählt gofeminin.de zu den beliebtesten und reichweitenstärksten Online-Frauenmagazinen in Deutschland. 5,3 Millionen Unique User (AGOF digital facts 2017-01) besuchen gofeminin.de monatlich und finden hier auf unterhaltsame und inspirierende Weise alle Themen, die Frauen beschäftigen.

gofeminin ist dort, wo die weibliche Zielgruppe über ihre Lieblingsthemen kommuniziert. Neben unserem Online-Forum mit einer Community von über 1,8 Millionen Mitgliedern und der erfolgreichen Produkttestplattform liefert gofeminin seinen Usern unterhaltsame Inhalte auf Facebook, Instagram, Pinterest, Snapchat und WhatsApp. Inhalte, die begeistern: Die Zahl der Fans steigt kontinuierlich. Bei Pinterest wuchs die Zahl in kurzer Zeit auf über 180.000 Follower (04/2017). Die gofeminin Facebookseite verfolgen aktuell 314.700 Fans.

Im April 2017 hat gofeminin eine monatliche Abo Lifestyle Box gelauncht: Box Stories. Unter www.boxstories.de ist die Box zu einem Preis ab 19,00 Euro erhältlich und enthält sechs bis acht ausgesuchte Produkte aus den Bereichen Lifestyle, Deko, Papeterie und Beauty.

Pressekontakt:

Paula Gabrych
presse@gofeminin.de
Tel.: +49 (0)22 1/28 325-321
gofeminin.de GmbH
Cäcilienstraße 30
50667 Köln