

Social-Commerce-Plattform nutzt Relaunch für Fokuserweiterung

Das neue edelight: Aus Schenken wird Shopping

Stuttgart, 11. Oktober 2007. edelight, die deutsche Internet-Plattform für Social Commerce, hat ihren Webauftritt gestalterisch und inhaltlich überarbeitet. Den umfassenden Relaunch nutzt edelight, um seinen Fokus zu erweitern: Das Thema Geschenke bleibt wichtig, im Mittelpunkt stehen aber künftig die Lieblingsprodukte und -shops der Mitglieder. Diese können unter www.edelight.de jedes im Internet erhältliche Produkt empfehlen oder auf eine ihrer Wunschlisten setzen. Bei erfolgreichen Empfehlungen beteiligt edelight die Mitglieder weiterhin über ein Revenue-Sharing-Modell direkt am Umsatz der Partner-Shops. Mit dieser Verbindung von Online-Shopping und Community ist edelight einer der Vorreiter beim Thema Social Commerce in Deutschland.

Das Konzept und die Ansprache hatten die Macher von edelight seit dem Start von edelight im Dezember 2006 erfolgreich getestet. „Jetzt war es Zeit für einen umfassenden Relaunch, um unsere Ideen weiterzuentwickeln“, erklärt edelight Gründer Peter Ambrozy. Aus den vielen Erfahrungen der Beta-Phase ist das neue edelight entstanden, das bewährte Funktionen verfeinert und neue Möglichkeiten für Mitglieder und Unternehmen bietet. „Wir sind kein Online-Shop und wollen unseren Mitgliedern auch nichts verkaufen. Wir wollen, dass unsere Mitglieder wiederkommen und hier eine Community rund um schöne Produkte finden. edelight ist ein ideales Medium, um Trends zu setzen – online genauso wie offline“, erklärt Ambrozy die Philosophie. Die Palette der Empfehlungen und Wünsche reicht von den bekannten Produkten aus Mode oder Unterhaltungselektronik bis zu neuen oder ungewöhnlichen Dingen wie Wandtattoos oder einem Unterwasser-Dinner. Damit erreicht edelight eine größere Vielfalt als jeder Online-Shop.

Das neue edelight bietet eine Reihe neuer Funktionen und Werkzeuge an: Mitglieder präsentieren sich mit einem eigenen Profil und verschiedenen Listen. Hier können sie ihre Lieblingsprodukte vorstellen sowie Wunsch- oder Merklisten veröffentlichen. Neu ist die Möglichkeit, Wunschlisten zum Beispiel von Amazon in das eigene Profil bei edelight zu importieren. Gleichzeitig stehen Werkzeuge, sogenannte Widgets bereit, mit denen sich die edelight-Listen auch auf Homepages, persönlichen Blogs oder E-Mails veröffentlichen lassen. Die Mitglieder können jetzt untereinander beispielsweise Nachrichten schreiben und Freundschaften schließen. Darüber hinaus stehen den Nutzern vielfältige Sortierfunktionen zum Anzeigen von Shops, Kategorien, Nutzern, Listen, Produkten und mehr zur Verfügung. Die Suchfunktion wurde deutlich erweitert: Ein überarbeiteter Geschenkefinder sowie Suchmöglichkeiten nach Nutzern und Listen laden jetzt zum Stöbern ein. Kurz: Der Nutzer hat noch mehr Möglichkeiten, sich und seine Produkte zu präsentieren.

Künftig bietet edelight auch Unterhaltungselemente: Bei der Qual-der-Wahl-Umfrage beispielsweise können Mitglieder mit einem speziellen Werkzeug öffentlich verschiedene Produkte zur Wahl stellen. Bei „Tag-it-like“-Aktionen durchstöbern Mitglieder das Internet nach interessanten Produkten zu einem bestimmten Thema und kennzeichnen diese mit dem jeweiligen Schlagwort („Tagging“). Unter den Teilnehmern verlost edelight attraktive Gewinne.

„Wir setzen stärker auf Infotainment und die Vernetzung der Mitglieder untereinander. Es wird außerdem deutlich mehr Content geben, sodass sich die Seitentiefe verdreifachen wird. So werden wir die Verweildauer der Besucher auf unserer Seite erhöhen“, erklärt Ambrozy weiter. Daneben locken weiterhin die bekannten Dankeschön-Provisionen, die den Mitgliedern bei erfolgreichen Empfehlungen zugutekommen. Dahinter steckt die Idee des Revenue Sharing: Kauft ein edelight-User ein empfohlenes Produkt, teilen sich derjenige, der das Produkt ursprünglich empfohlen hat, und edelight die mit dem Shop vereinbarte Verkaufsprovision; je nach Partner-Shop sind das oft über 10 Prozent des Kaufpreises. Die Provision

wird dem edelight-Konto des Nutzers gutgeschrieben und ab 25 Euro kann er sich das Geld auf sein Bankkonto auszahlen lassen.

Mit der neuen Website schafft edelight jetzt auch die Voraussetzungen, damit Hersteller und Shop-Betreiber mit den Mitgliedern interagieren können. „edelight wird so auch als Werbeträger interessant. Wir denken zusätzlich an Kooperationen mit Print- und Online-Medien“, gibt Ambrozy einen Ausblick.

Über edelight.de

Auf www.edelight.de können Community-Mitglieder kostenlos ihre Lieblingsprodukte online vorstellen, eine persönliche Merk- oder Wunschliste anlegen, sich inspirieren lassen oder Empfehlungen kommentieren. Ein weiterer Anreiz der Plattform sind die Dankeschön-Provisionen, die den Mitgliedern bei erfolgreichen Empfehlungen zugutekommen. Betreiber der Social-Shopping-Plattform ist die edelight GmbH in Stuttgart. Gegründet wurde das Unternehmen Anfang 2006 von Peter Ambrozy, Steffen Belitz und Tassilo Bestler. Derzeit arbeitet ein 15-köpfiges Team an der Weiterentwicklung des Konzepts. Beim Deutschen Gründerpreis 2007 erreichte edelight.de den dritten Platz.

Kontakt für die **Leser:**

Thorsten Lückemeier
edelight.de GmbH
Wilhelmstraße 4a
70182 Stuttgart

Tel.: 07 11/91 25 90-0
Fax: 07 11/91 25 90-99

E-Mail: thorsten.lueckemeier@edelight.de
<http://www.edelight.de>
<http://blog.edelight.de>

Kontakt für die **Redaktion:**

Martin Kurth/
Claudia Mutschlechner
Sympra GmbH (GPRA)
Stafflenbergstraße 32
70184 Stuttgart

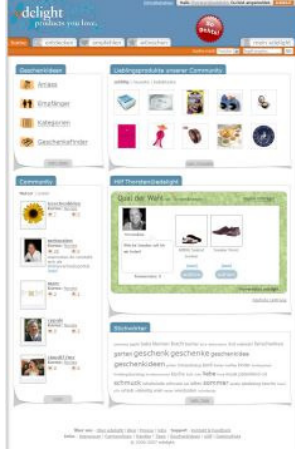
Tel.: 07 11/9 47 67-0
Fax: 07 11/9 47 67-87

E-Mail: edelight@sympra.de
<http://www.sympra.de>

((Bei einer Veröffentlichung freut sich Sympra über ein Belegexemplar. Diese Presseinformation und weiteres Textmaterial finden Sie auch im Pressebereich auf www.edelight.de. Bildmaterial finden Sie unter www.sympra.de/presse/edelight)).

PRESSE-
INFORMATION

edelight
products you love.



Products you love: Mit dem neuen edelight erweitern die Macher von edelight (v.l.: Tassilo Bestler, Peter Ambrozy, Steffen Belitz) den Fokus der Social-Commerce-Plattform. Foto: edelight.de