

Eine Million vermittelter Umsatz im Dezember

edelight schreibt erstmals schwarze Zahlen

Stuttgart, 13. Januar 2009. Gut zwei Jahre nach ihrer Gründung ist die Social Commerce Plattform edelight im Dezember erstmals profitabel. Die traditionell starke Vorweihnachtszeit brachte der Seite ohne den Einsatz externen Marketings über 850.000 Besucher, 3,5 Mio Pls sowie circa eine Million vermittelten Umsatz. Für 2009 setzt edelight auf den Ausbau des B-to-B-Bereichs.

„Bei unserer Gründung im November 2006 haben wir uns das Ziel gesetzt, innerhalb von zwei Jahren profitabel zu sein“, erklärt Gründer und Geschäftsführer Peter Ambrozy. Das dieses Ziel trotz Finanzkrise nun fast mit einer Punktlandung erreicht wurde, stimmt den Gründer sehr zufrieden und zuversichtlich für die Zukunft. Mit circa einer Million vermitteltem Umsatz erwirtschaftet edelight steigende Provisionseinnahmen und etabliert sich als zunehmend wichtiger Vertriebskanal für Online-Shops.

Die Werbeauslastung seiner Seite stimmt Peter Ambrozy ebenfalls sehr zufrieden. Namhafte Marken wie VISA, Samsung, Messmer Tee oder die Deutsche Post buchten umfangreiche Exklusivkampagnen auf edelight. Sämtliche Aktionsflächen für Anlässe wie den Valentins- oder Muttertag 2009 sind nahezu komplett verkauft, neue Werbeformate, wie Product Placements, seit der Einführung im November ausgebucht. „Fast 90 Prozent unserer Product Placement Kunden aus der Vorweihnachtszeit haben ihre Kampagnen verlängert“, freut sich Ambrozy „Das zeigt, dass das Konzept funktioniert.“

Auch Investor Burda dürfte sich freuen. Die Burda Digital Venture sorgte im Mai 2007 für Aufsehen, als sie als erstes Unternehmen mit nennenswertem Budget in ein Social Commerce Unternehmen investierte. Der Konzern, der bis heute eine Minderheitsbeteiligung an edelight hält, setzt auch inhaltlich auf die Stuttgarter. Die B-to-B-Lösung visualdelight von edelight absolvierte

im Sommer 2008 ihren ersten erfolgreichen Praxistest bei der Webseite des Burda Luxusmagazins ELLE.

„Das B-to-B-Geschäft wird in unserer Geschäftsstrategie 2009 weiter an Bedeutung gewinnen“, erklärt edelight-CEO Ambrozy. „Auf Grund des stagnierenden Werbemarkts ist E-Commerce für viele Webseiten zu einer wichtigen Ergänzung in der Vermarktung geworden – Tendenz weiter steigend“, so seine Einschätzung. Für die nächsten Wochen kündigt Peter Ambrozy daher eine weitere Innovation im B-to-B Bereich an.

Über edelight.de

edelight.de ist Deutschlands erstes Shopping- und Geschenke-Portal, das sich vollständig der Idee des Social Shoppings widmet. Die Community-Mitglieder können 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 Commerce Plattform ist die edelight GmbH in Stuttgart. Gegründet wurde das Unternehmen Ende 2006 von Peter Ambrozy, Steffen Belitz und Tassilo Bestler.

Kontakt:

Jana Ullsperger
edelight.de GmbH
Wilhelmstraße 4a
70182 Stuttgart

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

E-Mail: jana.ullsperger@edelight.de
<http://www.edelight.de>
<http://blog.edelight.de>

((Bei einer Veröffentlichung freuen wir uns über ein Belegexemplar. Diese Presseinformation sowie weiteres Text- und Bildmaterial finden Sie auch im Pressebereich auf www.edelight.de. Die Bilder befinden sich jeweils am Ende der Mitteilungen))