

# Wohnungsvermittler Wimdu greift an - Umsatzsteigerung um 34 Prozent im ersten Quartal 2015

07 MAI 2015

**B**erlin, 7. Mai 2015 (RCKT) – Das Berliner Startup für die Vermittlung von Privatunterkünften Wimdu ist stark ins Jahr 2015 gestartet. Allein im ersten Quartal konnte die Online-Plattform ein Umsatzwachstum von 34 Prozent im Vergleich zum Vorjahr verbuchen. Damit legt Wimdu noch einmal ordentlich an Geschwindigkeit zu und will ab 2016 profitabel sein.

Europas größtes Portal für City-Apartments befindet sich also auf einem vielversprechenden Wachstumskurs. Mit einem Umsatz (GMV) von 98,7 Millionen Euro im abgelaufenen Geschäftsjahr 2014 kratzte Wimdu dazu erstmals an der 100 Millionen Euro Marke.

## **Erfolgsgründe: Interne Verbesserungen, Reiseboom & Sharing Economy**

Die Gründe für diese erfreuliche Entwicklung sind für den Wimdu-CEO Arne Kahlke vielfältig: „Wir haben offensichtlich an vielen richtigen Schrauben gedreht. Das Angebot und die Qualität wurden noch einmal deutlich verbessert und es wurden weitere wichtige Schlüsselkräfte verpflichtet.“

Daneben sieht Kahlke aber noch weitere zentrale Aspekte: „In der wachsenden Reisebranche gibt es einen wahnsinnig starken Trend zur Kategorie Ferienwohnungen und Sharing Economy. An dieser Entwicklung partizipieren wir, gleichzeitig treiben wir sie aber auch. Von TV-Werbung über Plakat und Onlinemarketing bis hin zu Kooperationen sind wir hier sehr aktiv. Insgesamt ist es ein Fakt, dass immer mehr Menschen Privatunterkünfte mit der individuellen Note des jeweiligen Landes bevorzugen. Mit dem entscheidenden Bonus, dass diese noch dazu meist deutlich billiger sind als vergleichbare Hotelangebote.“

## **Studie: bis 2016 verlieren Hotels bis zu 10 Prozent an Ferienwohnungen**

Untermuert wird dies unter anderem durch eine aktuelle Studie der Boston University. Laut dieser kann man bei gleichbleibendem Wachstum bis 2016 mit einer Reduktion der Hotel-Einnahmen von bis zu 10 Prozent durch Apartment- und Ferienwohnungsvermietung auf Plattformen wie Wimdu oder Airbnb rechnen.[\[1\]](#)

## **Ab 2016 ist Wimdu profitabel**

Dementsprechend ehrgeizig sind auch die Zukunftsprognosen angesetzt, wie CEO Arne Kahlke erklärt: „Wir werden weiter deutlich über dem Branchenschnitt performen und wachsen schneller denn je. Airbnb hat sich kürzlich Geld vom Markt geholt. Unser Ansatz und Ziel ist

es, ab 2016 profitabel zu sein!“

### **Fokus auf Spanien, Italien und Deutschland**

Die Hauptmärkte von Wimdu, das an seinen Hauptstandorten Berlin und Lissabon derzeit über 200 Leute beschäftigt, sind neben Deutschland noch Spanien, Italien und Frankreich. Ebenfalls stark im Kommen sind Großbritannien, Österreich, Schweiz, Niederlande, Kroatien und Portugal.

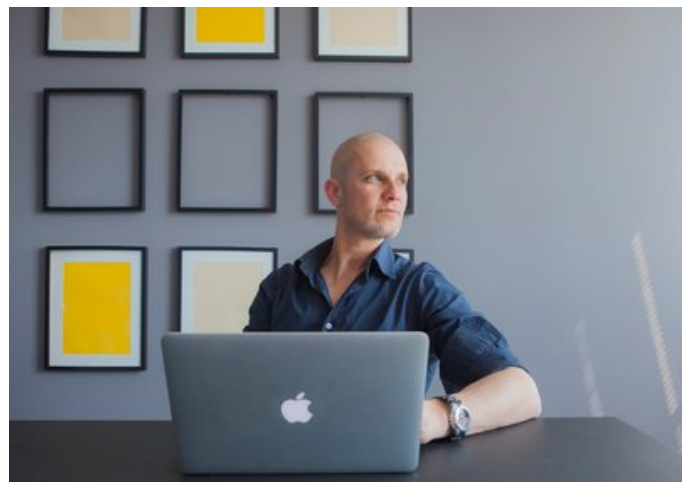
Insgesamt verbuchte Wimdu im Geschäftsjahr 2014 schon mehr als 5,1 Millionen Personennachtungen sowie 230.000 Buchungen. Dieses Ergebnis wird mit dem laufenden Jahr noch einmal deutlich übertroffen.

---

[1]The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry (2015); Georgios Zervas & Davide Proserpio. Seite 4



#### BILDER





## PRESSEKONTAKTE



**Bernhard Holzer**

SENIOR COMMUNICATIONS MANAGER

bernhard.holzer@rckt.com

---

## ÜBER RCKT. ROCKET COMMUNICATIONS

**RCKT. is a full service communications agency from Berlin.**

We believe in the power of communication and strong brands.

Our home is the vibrant tech and startup scene. As communications professionals we are united in our core beliefs:

We create compelling and entertaining content to deliver traction

We always listen to our clients, their customers and markets

We love the Internet and embrace technology

We share our passion and go the extra mile

We always stay calm and humble

We love freedom and allow to be different and brave

We keep our word and deliver what we promise

**This is the ABC of communication.**

## Agenda

“PR is dead”. This statement makes our industry shiver. But not us. We have been watching closely as the global media landscapes develop and change. Rather than mourning traditional PR, we look forward to a vibrant future of living content that matches the pace of the digital age. It starts right now. We believe that there is and will be a dynamic range of public and media relations, consumer as well as business communications, digital content and

offline activities, positioning of people and products, personally tailored stories and real-time interactions across a spectrum of channels and an increase of speed that shapes our agenda. We understand all these correlations and interdependencies. Better: We live, set and surf the agenda – anytime and anywhere.

## **Branding**

A brand is more than the appearance of a company. It's the company's heart and soul. Through insightful crafting, a brand has the power to tap into the deepest aspirations of customers' hearts. We build brands from scratch. Starting with the company's vision and customer insights, we develop engaging brand personalities and lay the groundwork for a company's product and internal culture. Branding isn't about broadcasting a set of messages to the public but about joining a conversation and community. We tune into them and dig out real and relevant stories of high content-value. We believe a brand is the product of a thousand small gestures, which is why we accompany brands throughout their whole journey: from billboards to animations, from branded content to integrated digital campaigns; from young startups to market leaders – we shape brands that are there to stay. Together, we build long-term value for your company.

## **Content**

We've learned a thing or two about proper content over the last few years: First, everyone wants content. Second, very few actually have good content. To produce great content, you have to be brave and be passionate about what you are doing. The days when we looked up to TV stations and editorial offices as the paragons of good content are long gone. The leaders in relevant content are no longer a select few media players, but rather the masses of customers, users, and members of the digital community. A new generation of content creators from all around the globe has taken the place of the old guard. This talented group is creating outstanding content on a daily basis, whether it be more extensive pieces on blogs and YouTube vlogs or shorter work on Twitter or Vine. They inspire us to tell stories that are worth being told and shared with others. We believe in content that is fun, immersive and informative, and at the very least will simply put a smile on your face.

---

# **RCKT.**

RCKT. Rocket Communications **Pressemitteilungen**

---

 Ansprechpartner

### **RCKT. Rocket Communications**

Rocket Communications GmbH & Co. KG.

Saarbrücker Straße 20/21  
10405 Berlin

Deutschland

E-Mail: [hello@rckt.com](mailto:hello@rckt.com)

Website: [www.rckt.com](http://www.rckt.com)

Responsible for the content: Andreas Winiarski, Managing Director

Registration court: Amtsgericht Berlin-Charlottenburg, Reg. No.: HRA 45522 B USt-ID: DE282634560

 [Webseite](#)

---

 Pressekontakte



**Andreas Winiarski**

FOUNDER & MANAGING PARTNER

[andreas.winiarski@rckt.com](mailto:andreas.winiarski@rckt.com)

 [andreas.winiarski](#)

 [winiarski](#)



**Nils Seger**

CO-FOUNDER

[nils.seger@rckt.com](mailto:nils.seger@rckt.com)

 [n.seger](#)

 [nilsseger](#)



**Lisa Teicher**

BRANDING/CONTENT DIRECTOR

[lisa.teicher@rckt.com](mailto:lisa.teicher@rckt.com)

 [lisa.teicher-rocket](#)


 [lstchr](#)



**Karolin Hewelt**

AGENDA/PR DIRECTOR

[karolin.hewelt@rckt.com](mailto:karolin.hewelt@rckt.com)

 [karolin\\_hewelt](#)

 [K\\_Welten](#)



**Markus Oettig**

COMMUNICATIONS MANAGER

markus.oettig@rckt.com

✉ markus\_oettig

🐦 MOettig



Simon Ueberheide

COMMUNICATIONS MANAGER

simon.ueberheide@rckt.com

✉ simon.ueberheide.rocket

🐦 SimonUee



David Baumgarten

COMMUNICATIONS MANAGER

david.baumgarten@rckt.com

✉ david.p.baumgarten



Luisa Gerke

COMMUNICATIONS MANAGER

luisa.gerke@rckt.com

✉ luisa.gerke



Lena Kuhlmann

SENIOR COMMUNICATIONS MANAGER

lena.kuhlmann@rckt.com

✉ lena.l.kuhlmann



Melissa Erdagi

JUNIOR BRAND MANAGER

melissa.erdagi@rckt.com

✉ melissaerdagi-rocket



Konstantin Daniel Haensch

HEAD OF CONTENT

konstantin.haensch@rckt.com

✉ konstantin.haensch



Aline Vedder

COMMUNICATIONS MANAGER

aline.vedder@rckt.com

aline\_vedder



Bernhard Holzer

SENIOR COMMUNICATIONS MANAGER

bernhard.holzer@rckt.com

---

NEUIGKEITEN ABONNIEREN

PRESSROOM FOLGEN