

Wandel zur Expertenplattform: mydealz investiert eine Million Euro in das Wissen und Engagement seiner Mitglieder

Berlin, 8. November 2018. Um Konsumenten noch umfassender informieren zu können, geht mydealz.de einen bislang einzigartigen Weg: Das Verbraucherforum vergütet einige seiner rund 850.000 Mitglieder ab sofort für besonders informative Beiträge. Im ersten Jahr investiert mydealz-Betreiber Pepper.com eine Million Euro in sein neugeschaffenes „Pepper Expert Programm“, das zunächst in Deutschland und Großbritannien startet und ausgedehnt werden soll.

Worauf muss ich achten, wenn ich ein Auto lease? Wie unterscheiden sich Fernseher mit OLED, OLED+ und QLED-Display? Was muss eine Haftpflichtversicherung abdecken? Und wie buche ich einen möglichst günstigen Flug? Wer Antworten auf Fragen wie diese gibt, kann beim Verbraucherforum mydealz.de ab sofort von seinem Wissen profitieren: Mit zunächst einer Million Euro vergütet Pepper.com ausgewählte mydealz-Mitglieder für ihre Beiträge. Entscheidend sind dabei nicht die mit dem jeweiligen Beitrag erzielten Erlöse. Vergütet werden einzig Beiträge, die besonders informativ und hilfreich sind.

Zu Beginn nehmen 15 ausgewählte Mitglieder am „Pepper Expert Programm“ teil. Sie haben sich in den letzten Monaten – gemessen an diversen qualitativen Kriterien wie ihrer Aktivität, ihrem Standing in der mydealz-Community sowie dem Informationsgehalt ihrer Beiträge – als Experte für ihr Thema qualifiziert und sich vertraglich verpflichtet, hersteller- und händlerunabhängig zu arbeiten. Sie sind zudem auch nicht an die Weisungen des mydealz-Betreibers gebunden. Später können sich auch andere mydealz-Mitglieder um die Teilnahme am „Pepper Expert Programm“ bewerben.

„Wir freuen uns, gleich zum Start 15 so erfahrene und aktive Mitglieder für das Pepper Expert Programm gewonnen zu haben. Mit mydealz möchten wir Verbrauchern helfen, ihr Wissen und ihre Erfahrung zu teilen und voneinander zu lernen, um die richtigen Entscheidungen zu treffen. Die Investition in das Wissen und Engagement unserer Community ist für uns deshalb eine sehr naheliegende Entscheidung“, erklärt Fabian Spielberger, Gründer und CEO von Pepper.com.

—

Über mydealz (www.mydealz.de):

mydealz wurde im Jahr 2007 von Fabian Spielberger als Blog gegründet und ist heute mit 35,5 Millionen Sessions pro Monat das größte deutsche Social-Commerce-Netzwerk. 6,7 Millionen Konsumenten nutzen mydealz monatlich, um Angebote einzustellen, zu diskutieren und zu bewerten und so Produkte zu den besten Konditionen am Markt zu finden. Seit 2014 ist mydealz Teil der Pepper.com-Gruppe, die als weltweit größte Shopping-Community 25 Millionen Verbraucher pro Monat erreicht und 12.000 Kaufentscheidungen pro Minuten beeinflusst. Zu Pepper.com zählen neben mydealz die Plattformen Buenosdeals (USA), CholloMetro (Spanien), Dealabs (Frankreich), DesiDime (Indien), HotUKDeals (Großbritannien), NL.Pepper.com (Niederlande), Pelando.com.br (Brasilien), Pelando.sg (Singapur), Pepper.co.kr (Süd-Korea), Pepper.pl (Polen), Preisjäger (Österreich) und Promodescuentos (Mexiko).

—

Pressekontakt:

Pepper Media Holding GmbH

Michael Hensch

Public Relations & Communications Manager

E-Mail: michael@pepper.com

Telefon: +49 176 633 47 407

ÜBER PEPPER MEDIA HOLDING

Pepper.com, the world's largest shopping community, was founded in 2014 by Fabian Spielberger and Paul Nikkel. Through international partnerships and conversations, Pepper.com gives smart shoppers around the world a voice to share deals, tips and ideas, connecting members in twelve countries on three continents. The Pepper.com group is headquartered in Berlin/Germany with offices in Belo Horizonte, Guadalajara, London, Lyon, Mumbai and Winnipeg and consists of market-leading platforms such as **BuenosDeals** (North America), **Dealabs** (France), **DesiDime** (India), **HotUKDeals** (United Kingdom), **mydealz** (Germany), **Pelando.com.br** (Brazil), **Pelando.sg** (Singapore), **Pepper.co.kr** (South-Korea), **Pepper NL** (The Netherlands), **Pepper PL** (Poland), **Preisjaeger** (Austria) and **PromoDescuentos** (Mexico). These platforms are currently used by more than 25 million smart shoppers and influence 12,000 buying decisions every minute.

 pr.co



Pepper Media Holding Pressemitteilungen