



© 15 April 2020, 09:05 (CEST)

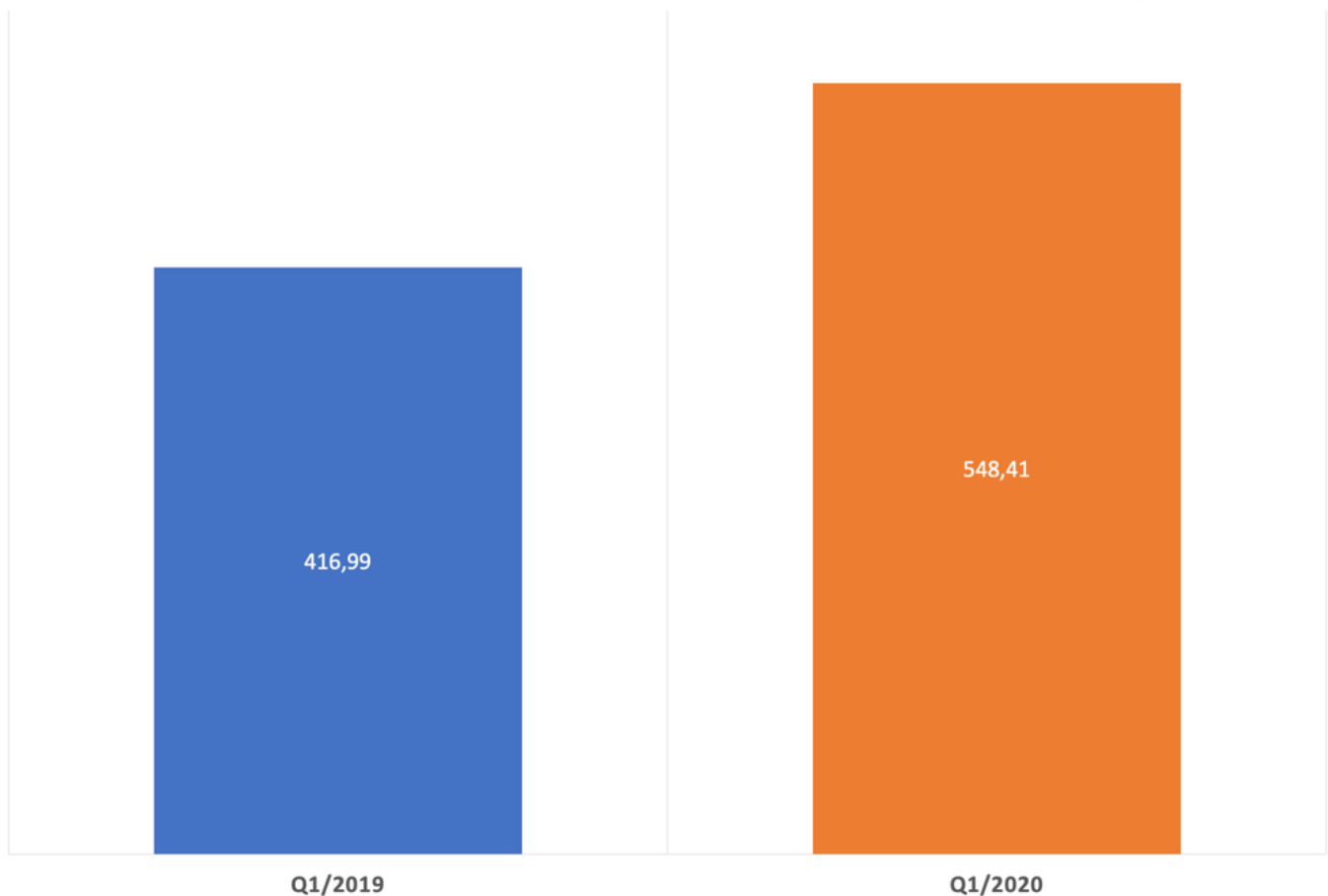
Starkes erstes Quartal für Pepper: mydealz-Betreiber steigert Reichweite um 31,5 Prozent

Berlin, 15. April 2020. Pepper, der auch international aktive Betreiber der größten deutschen Shopping-Plattform mydealz, ist stark ins neue Jahr gestartet. Im ersten Quartal besuchten Verbraucher die zwölf Pepper-Plattformen 548,41 Millionen Mal. Verglichen mit dem ersten Viertel des Vorjahres verbuchte Pepper damit ein Reichweitenplus von 31,5 Prozent und baute seine Position als weltweit größte Social-Shopping-Community deutlich aus.

Pepper betreibt in sieben europäischen Märkten sowie in Brasilien, Mexiko, Indien und Russland Social-Shopping-Plattformen. 8,9 Millionen registrierte Nutzer (Stand: 6. April 2020) teilen hier aktuelle Angebote von klassischen Händlern, Online-Shops und Anbietern aus den Bereichen Finanzen und Versicherung sowie Telekommunikation und Leasing. Jedes Mitglied kann Angebote bewerten und in Kommentaren um seine eigene Erfahrung mit dem Produkt oder Händler ergänzen. Verbraucher erhalten so ein umfassendes Bild von der Qualität eines Angebots.

„Social Commerce bleibt ein Wachstumsthema. Das zeigt sich auch an der starken Performance von Akteuren wie Pinterest, das seine Reichweite im vierten Quartal 2019 um 26 Prozent steigern konnte. Mit Pepper gehen wir einen etwas anderen Weg: Wir ermöglichen es Verbrauchern, ihr Wissen auszutauschen, von anderen Experten zu lernen und die richtigen Entscheidungen zu treffen“, beschreibt Pepper-Gründer Fabian Spielberger den Mehrwert der zwölf Pepper-Plattformen. „Dass Pepper jetzt im ersten Quartal um rund ein Drittel wächst, zeigt wie viele Konsumenten auch oder gerade in diesen schweren Zeiten nach Orientierung in ihrem Konsumalltag suchen.“

BESUCHE DER ZWÖLF PEPPER-PLATTFORMEN (IN MILLIONEN)



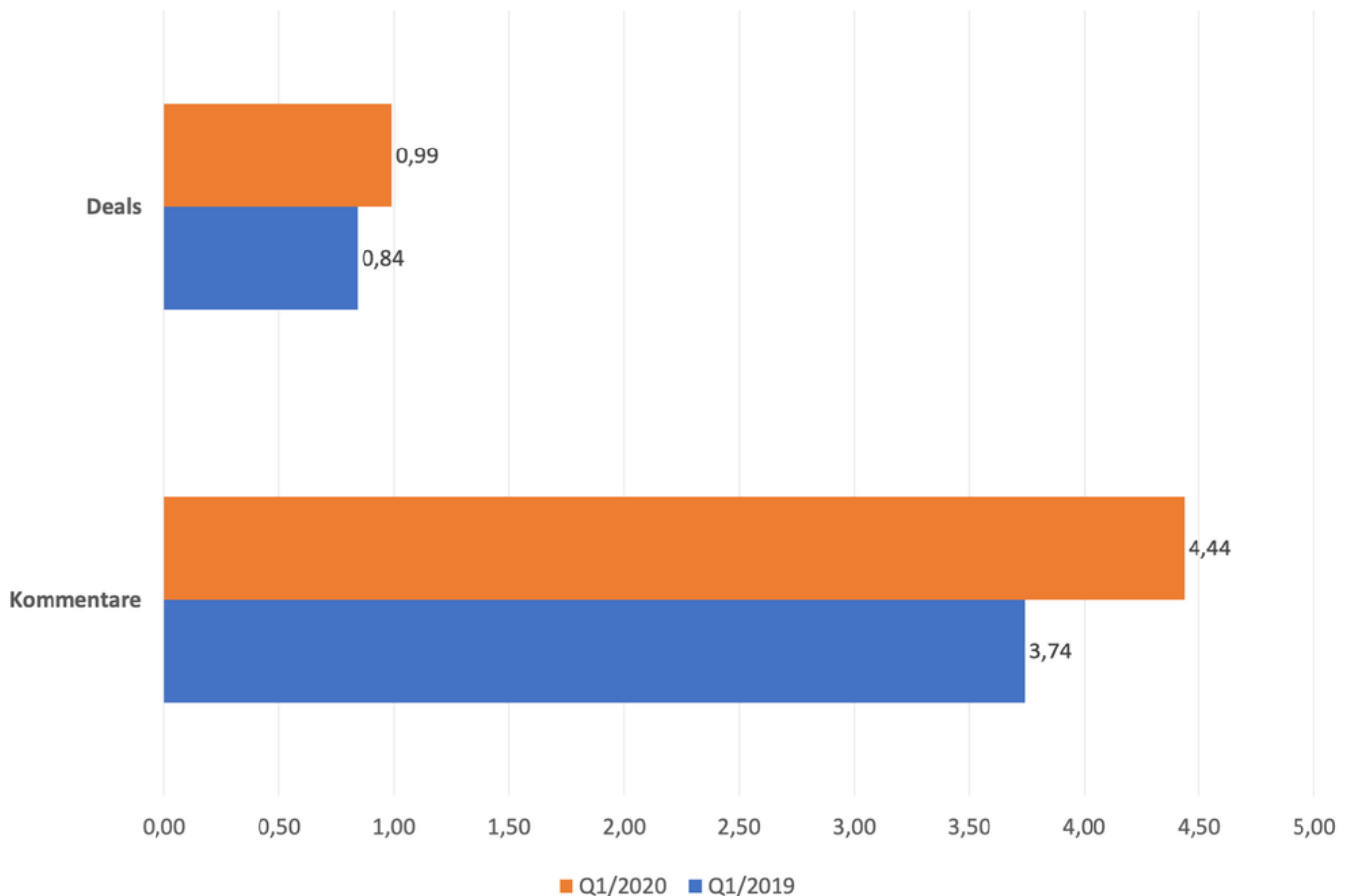
Entwicklung der Reichweite im ersten Quartal 2020

Nutzer werden aktiver

Wie aktiv Verbraucher im ersten Quartal nach guten Angeboten suchten und wie intensiv sie sich mit anderen Konsumenten austauschten, zeigt sich an der deutlich gestiegenen Aktivität der Nutzer. Im ersten Quartal dieses Jahres teilten die 8,9 Millionen Mitglieder der Pepper-Community 990.102 Angebote und ergänzten sie in 4,4 Millionen Kommentaren um ihre eigene Erfahrung mit dem Produkt oder Händler.

Verglichen mit dem ersten Quartal des Vorjahres stieg die Zahl der geteilten Angebote damit um 17,7 Prozent und die Zahl der verfassten Kommentare um 18,5 Prozent.

Zahl der Deals und Kommentare (in Millionen)



Entwicklung der Deals und Kommentare in Q1/2020

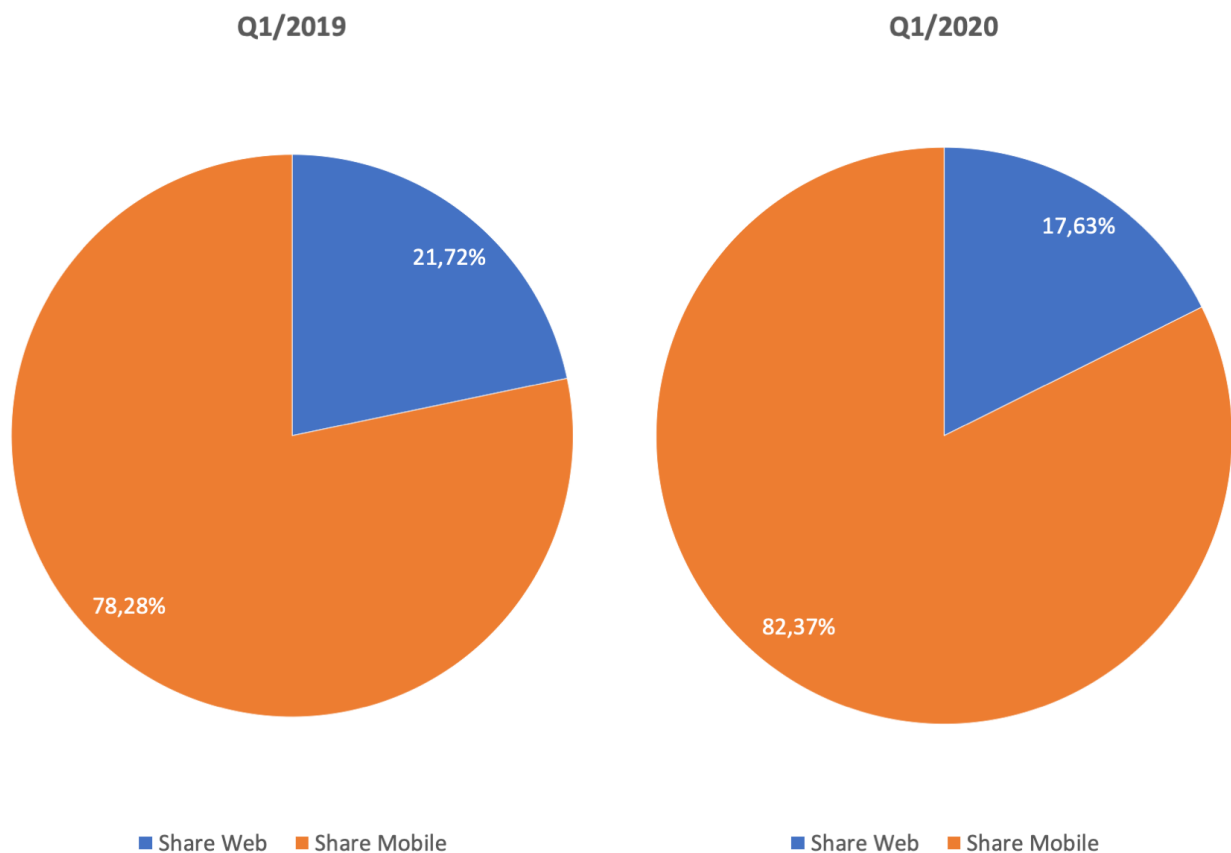
Starkes Wachstum in den Kernmärkten

Das Wachstum setzte sich im ersten Quartal auch in den drei Kernmärkten Deutschland, Frankreich und Großbritannien fort. Verglichen mit dem ersten Quartal 2019 stieg die Reichweite der drei bereits im Jahr 2004, 2007 beziehungsweise 2011 gegründeten Plattformen hotukdeals.com, mydealz.de und dealabs.com um 17,8 Prozent auf 330,3 Millionen Besuche. In Summe teilten die insgesamt 4,3 Millionen Mitglieder der drei Plattformen im ersten Viertel dieses Jahres 478.608 Angebote (+9,3 Prozent) und diskutierten sie in 2,5 Millionen Kommentaren (+3,3 Prozent).

Mobile Endgeräte als Wachstumstreiber

Ein wesentlicher Wachstumstreiber waren mobile Endgeräte. Während die Zahl der Besuche über Notebooks und klassische Desktop-PCs im ersten Quartal gegenüber dem Vorjahr um 6,8 Prozent auf 96,3 Millionen stieg, nahm die Zahl der Besuche über mobile Endgeräte um 38,4 Prozent zu: 451,7 Millionen Mal nutzen Verbraucher im ersten Quartal die Pepper-Apps oder riefen die zwölf Pepper-Plattformen über ihr Smartphone oder Tablet auf. Verglichen mit den ersten drei Monaten 2019 stieg der Anteil „mobiler Besuche“ damit von 78,3 Prozent auf 82,4 Prozent.

Anteil der mobile- und desktop-basierten Besuche



Vergleich der Besuche über mobile Endgeräte und Notebooks beziehungsweise PCs

—

Bildmaterial

Infografiken sowie Bildmaterial zur freien redaktionellen Verwendung finden Sie hier:

<https://mdz.me/pepperq120>

Über Pepper (www.pepper.com):

Die Pepper Media Holding GmbH (kurz: Pepper) wurde im Juni 2014 von Fabian Spielberger und Paul Nikkel gegründet, hat ihren Hauptsitz in Berlin und beschäftigt hier sowie in Belo Horizonte, Guadalajara, London, Lyon, Mumbai und Winnipeg mehr als 200 Mitarbeiter. Mit 25 Millionen Unique Usern pro Monat ist Pepper die weltweit größte Shopping-Community und betreibt Social-Shopping-Plattformen in zwölf Ländern auf vier Kontinenten. Verbraucher aus Brasilien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Indien, Italien, Mexiko, den Niederlanden, Österreich, Polen, Russland und Spanien nutzen die Pepper-Plattformen, um ihr Wissen zu Anbietern, Produkten und aktuellen Angeboten auszutauschen, von anderen Experten zu lernen und so die richtigen Entscheidungen zu treffen.

Medienkontakt:

Michael Hensch

PR & Communications Manager

E-Mail: michael@pepper.com

Phone: +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 eleven countries on four 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 [Dealabs](#) (France), [DesiDime](#) (India), [hotukdeals](#) (United Kingdom), [mydealz](#) (Germany), [Pelando.com.br](#) (Brazil), [Pepper.com](#) (The Netherlands), [Pepper.it](#) (Italy), [Pepper.pl](#) (Poland), [Pepper.ru](#) (Russia), [Preisjaeger](#) (Austria) and [PromoDescuentos](#) (Mexico). 25 million consumers use these platforms every month to make 12,000 purchasing decisions per minute.



Pepper Media Holding