

# Global Savings Group setzt globalen Wachstumskurs fort: Rekordergebnisse und Gewinn 2016

- **Neues Rekordergebnis im operativen Geschäft - Profitabilität in 2016**
- **Total GMV um 99,4 % auf 463 Millionen Euro gestiegen**
- **Umbenennung der CupoNation Group in ‚Global Savings Group‘**
- **Wachstum der globalen Reichweite – Erfolgreiche Einführung neuer Verbrauchermarken**

**München, 24. August 2017** – Die Global Savings Group GmbH („GSG“), Anbieter einer weltweit führenden Digitalplattform für Werbetreibende, Dienstleister und Verbraucher, hat 2016 in ihrem operativen Geschäft erneut Spitzenwerte erzielt. Die GSG erweiterte mit Erfolg ihren Service für Verbraucher und Werbepartner, erhöhte sowohl die Qualität als auch die Quantität ihres Portfolios an Onlineangeboten und stärkte ihre Position als führende Plattform, die Verbrauchern in aller Welt dabei hilft, kluge Kaufentscheidungen zu treffen.

*«Im vergangenen Jahr haben wir unseren starken Wachstumskurs erfolgreich fortgeführt. Die Vergrößerung unserer globalen Reichweite hat uns dabei geholfen, 2016 profitabel zu werden. Erreicht haben wir dies durch den kontinuierlichen Ausbau unserer Plattform. Die erfolgreiche Entwicklung und Einführung neuer Verbraucherportale bringt uns unserer Vision einen Schritt näher, ein umfassendes digitales Ökosystem für Werbetreibende, Verleger und Verbraucher zu schaffen.»*

– Andreas Fruth, Geschäftsführer und Mitbegründer der Global Savings Group

## Neues Rekordergebnis im operativen Geschäft: ein profitables 2016

Das operative Geschäft der Global Savings Group entwickelte sich 2016 äußerst positiv. Das Brutto-Warenvolumen (GMV) der Gruppe, also das Volumen aller für ihre Retail-Partner erwirtschafteten Umsätze, stieg insgesamt um 99,4 % auf 463 Millionen Euro (2015: 232,2 Millionen Euro). Zum Jahresabschluss 2016 konnte die Gruppe einen Gewinn verbuchen.

*«Das stete Wachstum unserer verschiedenen Portale sowie der Abschluss neuer Partnerschaften, die Einführung neuer Portale und die Einbeziehung neuer Länder haben sich gelohnt und 2016 zu einem neuen Rekordergebnis geführt. Dank unserer derzeit über einhundert digitalen Assets waren wir in der Lage, deutlich mehr Konsumenten für unsere Plattform zu gewinnen, und mehr Umsätze und Erträge für unsere Werbe- und Verlagspartner zu generieren als je zuvor.»*

– Adrian Renner, Geschäftsführer und Mitbegründer der Global Savings Group

## Umbenennung in ‚Global Savings Group‘

Im Juni 2016 gab die CupoNation Group bekannt, sich in Global Savings Group („GSG“) umbenennen zu wollen. Der neue Name spiegelt die starke, beständig wachsende globale Präsenz der Gruppe wider. Außerdem trägt die neue Marke dazu bei, internationale Partner zu akquirieren, sie stärkt die Fähigkeit der Gruppe, Talente zu gewinnen und an sich zu binden, und unterstützt die anhaltende Erweiterung des aktuellen Portfolios durch neue Verbraucherportale.

## Wachstum von globaler Reichweite – Abschluss neuer Partnerschaften und Einführung neuer Verbrauchermarken

Die Global Savings Group konnte ihre globale Reichweite beträchtlich vergrößern und in den vergangenen Monaten stetig mehr Konsumenten für die Nutzung der Angebote ihrer RetailPartner auf ihrer wachsenden Zahl an digitalen Assets begeistern.

Nachdem die Gruppe 2015 zunächst den niederländischen Mitbewerber Imbull übernommen hatte, gelang es ihr auch, Blog de Chollos und SerialDealer - zwei führende soziale ShoppingCommunities in Spanien und Frankreich - zu übernehmen und erfolgreich in ihr Portfolio zu integrieren. Weiterhin lancierte die Gruppe Holiday Detective, eine Online-Reisewebsite in Frankreich, die die besten und günstigsten Reiseangebote erfasst und anzeigt.

In 2016 ging die GSG in Malaysia und Großbritannien neu mit ihrem Geschäft an den Start. Zudem kündigte sie Partnerschaften mit der Daily Mail und dem Le Monde an, um gemeinsam mit den britischen und französischen Käufern dabei zu helfen, kluge Kaufentscheidungen zu treffen.

Heute betreibt die Global Savings Group mehr als einhundert ausgewählte digitale Assets auf fünf Kontinenten und unterhält eigene Verbrauchermarken in 23 Ländern auf einem 500 Milliarden Euro schweren E-Commerce-Markt. Die Verbrauchermarken der Gruppe sind in vielen Ländern in ihrem Segment führend.

## Ausblick

2017 will die Global Savings Group den von ihr eingeschlagenen Wachstumskurs weiter fortführen. Die kontinuierliche Innovation ihrer Plattform ist das Herzstück der Weiterentwicklung der GSG. Die GSG plant sowohl ihre Angebote gegenüber Werbetreibenden, Dienstleistern und Verbrauchern als auch parallel dazu ihre Fähigkeit zur Vernetzung von Zielgruppen und Werbetreibenden zu verbessern. Ferner möchte die Gruppe ihr Verbrauchermarken-Portfolio weiter ausbauen und ihre globale Reichweite noch vergrößern.

*«Durch die Ausweitung unserer Angebote entlang des Kaufentscheidungsprozesses werden wir ein noch breiteres Publikum erreichen und unseren Werbepartnern noch mehr Mehrwert bieten können. Im Zuge des Aufbaus neuer Portale und starker Verbrauchermarken in den Bereichen Retail, Lifestyle und Reisen werden wir in der Lage sein, weitere Online-Käufer zu erreichen und ihnen zu helfen, gute Entscheidungen zu treffen und Geld zu sparen. 2017 werden wir unseren Wachstumskurs fortsetzen und weiter an der Entwicklung eines einzigartigen Netzwerks für Werbetreibende, Verleger und Verbraucher arbeiten.»*

– Gerhard Trautmann, Geschäftsführer und Mitbegründer der Global Savings Group

- ENDE -

## Pressekontakt



**Arjan Vlaskamp**

[a.vlaskamp@global-savings-group.com](mailto:a.vlaskamp@global-savings-group.com)

+49 151 15943885

[@acvlaskamp](#)

## ÜBER GLOBAL SAVINGS GROUP

Global Savings Group (GSG) is a leading Commerce Content platform operating +100 digital portals and tools, that offer the right mix of product discovery, recommendations, deals and discounts to help consumers take smarter shopping decisions, whilst enabling advertisers to reach high-intent users at scale, and the world's most well-known publishers to unlock the real value of their audiences and assets.

Founded in 2012, GSG today creates and funnels +1.5 million purchase intents per months across +20 markets worldwide. To find out more about how GSG is transforming the way consumers buy, brands sell, and digital publishers earn – one transaction at a time –, go to [www.global-savings-group.com](http://www.global-savings-group.com).



**Global Savings Group**

Global Savings Group Pressemitteilungen