

Rekord-Wachstum mit Checkout-Marketing: userwerk verdoppelt Unternehmensumsatz in 2021 | Strategische Expansion in Auslandsmärkte in 2022

Ulm, 29. März 2022. userwerk blickt auf das bislang erfolgreichste Geschäftsjahr seiner Unternehmensgeschichte: Der E-Commerce- und Checkout-Marketing Spezialist hat mit der Ausspielung von exklusiven, personalisierten „Dankeschön“-Angeboten auf den Bestellbetätigungsseiten von Online-Shops wie u.a. Brands4Friends, Limango und Saturn seinen Umsatz in 2021 verdoppelt. Für 2022 erwartet userwerk eine Fortsetzung dieses dynamischen Wachstums – u.a. auch aus der strategischen Expansion in Auslandsmärkte.

Auch im zweiten „Corona“-Jahr konnte userwerk umfangreich vom generellen Boom im Online-Handel profitieren. Hinzu kam die erneute Verdoppelung der userwerk Netzwerkreichweite mit zahlreichen neuen E-Commerce-Partnern, u.a. aus dem Lebensmitteleinzelhandel.

Mit dem kontinuierlichen Gewinn neuer Online-Shops aus diversen Branchen haben die Digital Experience Engineers jetzt bereits im vierten Jahr in Folge den Kontaktradius des von ihnen betreuten Retail-Media-Portfolios um jeweils 100 Prozent ausgebaut und damit auch vielfältige weitere attraktive Konsumentengruppen erschlossen. Insgesamt spielte userwerk auf dieser Basis im vergangenen Jahr fast eine Milliarde Produktanzeigen für Vorteilsangebote aus. Auch die Erweiterung des Vorteilsangebote-Portfolios durch neue Partnerschaften auf Produktgeberseite mit zahlreichen exklusiven Kaufzugaben trug erheblich zum erzielten Wachstumsschub bei. Zu den bei den Online-Shoppern beliebtesten „Dankeschön“-Angeboten zählten in den vergangenen 12 Monaten Tageszeitungen, Zeitschriften, Lottoangebote und Finanzprodukte. Wie erfolgreich userwerk mit der Kuratierung und Auslieferung entsprechender Checkout-Goodies ist, zeigt eine aktuelle Shopper-Befragung des Unternehmens, bei der sich deutlich über 60 Prozent der Besteller mit ihren gewählten Dankeschön-Angeboten sehr zufrieden zeigen.

Internationale Expansion für zusätzliche Wachstumspotenziale

Für das weitere organische Umsatz- und Unternehmenswachstum in 2022 hat userwerk bereits im vergangenen Jahr sein Team signifikant verstärkt und seine Belegschaft um rund ein Drittel aufgestockt. Mit der zusätzlichen Womanpower sollen vor allem die KI-gesteuerte Ausspielung von Dankeschön-Angeboten zur weiteren Optimierung einer kundenlebenszyklusorientierten Shopper-Ansprache, die Entwicklung neuer Media-Formate entlang der In-Shop Customer Journey sowie die laufende Erweiterung des Produkte- und Services-Portfolios vorangetrieben werden. Darüber hinaus steht für das laufende Geschäftsjahr die strategische Expansion in ausgewählte Auslands-

märkte an, mit der der Checkout-Marketing Spezialist weitere Wachstumspotenziale erschließen will.

„2021 war für uns erneut ein extrem erfolgreiches Geschäftsjahr“, erklärt Dr. Markus Kalb, CEO userwerk. „Es zeigt sich, dass Checkout-Marketing zu einer immer relevanteren Größe im Marketing-Mix wie auch in der Retail-Media-Vermarktung von Online-Shops wird. Das bestätigt uns in unserem Geschäftsmodell und unserer Positionierung als Anbieter intelligenter und hochwertiger Lösungen für entsprechende Kundengewinnungs- und Kundenbindungskonzepte. 2022 wollen wir vor allem dazu nutzen, das Potenzial von E-Commerce-Marketing über den Checkout hinaus weiterzuentwickeln und mit innovativen Konzepten insbesondere für die Markenbildung nachhaltig anzureichern. Dieses Jahr ist zudem der richtige Zeitpunkt, unsere ausgezeichnete Kompetenz auf diesem Gebiet auch über die DACH-Region hinaus international einzubringen und damit den nächsten Meilenstein in der erfolgreichen Unternehmensentwicklung von userwerk umzusetzen.“

Über userwerk

Die userwerk GmbH ist ein junges E-Commerce-Unternehmen und Spezialist auf dem Gebiet des Checkout-Marketings. 2017 gegründet und seitdem dynamisch gewachsen haben sich die Digital Experience Engineers auf die Entwicklung und Umsetzung von erfolgsorientierten Marketingkonzepten und -lösungen zur Kundengewinnung und -bindung auf den Bestellbestätigungsseiten (Checkout) von E-Commerce-Anbietern aller Branchen und Größen spezialisiert.

Das 360-Grad-Portfolio von userwerk für ein innovatives Checkout-Marketing umfasst neben strategischer Beratung und konzeptioneller Umsetzung mit einer eigenen Inhouse-Kreativabteilung vor allem umfangreiche Data Services (Analytics, Datenverifizierung und -anreicherung, A/B-Testing, Performance-Optimierungen und KPI-Steuerungen) sowie eigene Technologie für Personalisierung, Recommendation und cookielose Aussteuerung der Shopper-Ansprache und -Angebote.

Zum Kundenkreis des Unternehmens, das derzeit mit 40 Digitalmarketing- und Technologie-Spezialisten vom Firmensitz in Ulm (Baden-Württemberg) aus deutschlandweit Geschäftspartner aus Branchen wie Konsumgüter, Finanzdienstleistungen, Gesundheit & Healthcare, Sportartikel, Textilwirtschaft, Retail/ Handel, Consumer Electronics sowie der Medienindustrie betreut, zählen u.a. Advanzia, Audible, Frankonia, Fritz Berger, GEFRO, Hubert Burda Media, kfzteile24, Media Markt (D und AT), Medikamente-per-Klick, Saturn (D und AT), Sanicare Apotheke sowie Stiftung Warentest.

PRESSEKONTAKT

E-Mail: presse@userwerk.com

Web: www.userwerk.com/de/news