

Westwing App knackt 1 Millionen Download Marke

Westwing generiert bereits 37 Prozent seines Umsatzes über mobile Endgeräte

München, 5. August 2014 – Pünktlich zum ersten Jahrestag der Westwing App haben eine Million Mitglieder des Online Shopping-Clubs Westwing Home & Living die App heruntergeladen. Westwing baut damit seine Position als führendes E-Commerce Unternehmen für Home & Living weiter aus und unterstreicht einmal mehr seinen Erfolg – nun auch im mobilen Markt.

Die kostenlose App (www.westwing.de/app), die für iOS und Android sowie auf allen Westwing Märkten global verfügbar ist, zählt im Schnitt rund 20.000 Downloads pro Woche. Damit erreicht Westwing in Italien Platz 9 im iTunes Store Ranking der Kategorie Lifestyle. In Spanien landet die App auf Platz 14 und in Deutschland nimmt sie den 42. Platz ein. Am beliebtesten ist die Westwing App mit über 230.000 Downloads in Italien, knapp gefolgt von Brasilien (180.000) und Deutschland (150.000).

Stefan Smalla, CEO von Westwing, ist stolz auf diesen Erfolg: „Wir freuen uns, dass die Westwing App bei unseren Mitgliedern so gut ankommt. Von Anfang an war es uns wichtig, eine App zu entwickeln, die unsere Kundinnen begeistert und inspiriert. Darum standen Design und Usability immer im Mittelpunkt, und der Erfolg der letzten Monate zeigt, dass wir damit richtig lagen.“ Dank einer hochauflösenden Zoom-Funktion sind beispielsweise auch unterwegs alle Produktdetails, wie Materialbeschaffenheit und Muster, zu erkennen.

Bereits heute generiert Westwing 37 Prozent seines Umsatzes über mobile Endgeräte, mit stetigem Wachstum – vor einem Jahr lag der Anteil noch bei 23 Prozent. Damit ist Mobile-Commerce aktuell einer der wichtigsten Wachstumstreiber für das junge Unternehmen, welches im letzten Jahr (dem zweiten vollständigen Geschäftsjahr von Westwing) seinen Umsatz auf 111 Millionen Euro fast verdreifacht hat. Außerdem zeigt sich, dass die Warenkörbe von Kundinnen, die mobil einkaufen ebenso gut gefüllt sind wie die der Desktop-Shopper. „Viele unserer Kundinnen wollen sich nicht auf eine Art oder einen Ort des Shoppens festlegen und wechseln je nach Lebens- und Alltagssituation die Endgeräte. Diesem wachsenden Bedürfnis nach Flexibilität wollen wir zukünftig noch besser gerecht werden und setzen daher verstärkt auf Cross Device Shopping. Damit heben wir Kundenbindung auf ein neues Level.“ sagt Smalla.

Mit 15 Millionen Mitgliedern und über 70 Prozent Wiederholungskäufen hat Westwing bereits eine hohe Kundenloyalität aufgebaut, doch sowohl der Markt für Home & Living als auch der Bereich Mobile-Commerce bieten noch viel Potenzial für den Online Shopping-Club.

Über Westwing

Westwing (www.westwing.de) ist der führende internationale Shopping-Club für Home & Living. Das Unternehmen bietet seinen über 15 Millionen Mitgliedern in täglichen Verkaufsaktionen edle Wohnaccessoires und Möbel. Mit Hauptsitz in München ist Westwing in zwölf Märkten auf drei Kontinenten aktiv und beschäftigt über 1.100 Mitarbeiter. Das Unternehmen wurde 2011 von Delia Fischer, Georg Biersack, Matthias Siepe, Stefan Smalla und Tim Schäfer gegründet. Westwing machte 2013 111 Millionen Euro Umsatz und ist mit über 150 Millionen Euro finanziert durch Investoren wie Access Industries, Fidelity Worldwide Investment, Holtzbrinck Ventures, Investment AB Kinnevik, Odey, Summit Partners, Tengelman Ventures.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.westwing.de. Westwing ist in Deutschland, Italien, Brasilien, Russland, Frankreich, Spanien, Polen, den Niederlanden, der Schweiz, Österreich, Kasachstan und Belgien tätig.