

PRESSEMITTEILUNG

Erfolgreiche Serie-B-Finanzierung: POSpulse erhält drei Millionen Euro

- **Erweiterter Investorenkreis: Ehemaliger Geschäftsführer von Spielwarenhersteller Schleich und Gründer von moebel.de beteiligen sich an POSpulse**
- **Echtzeit-Informationen, Benchmarks und Handlungsempfehlungen per Knopfdruck**
- **POSpulse will die weltweit führende Shopper-Insights-Intelligence-Plattform werden**

Berlin, 10. Juli 2017 – Erfolgsmeldung für POSpulse: Der Shopper-Insights-Intelligence-Anbieter erhält drei Millionen Euro im Rahmen einer Serie-B-Finanzierungsrunde. Neben den bestehenden Investoren konnte das Berliner Unternehmen auch neue Gesellschafter für sich gewinnen. Neu im Investorenkreis sind unter anderem Paul Kraut, ehemaliger Gesellschafter und Geschäftsführer des Spielwarenherstellers Schleich, sowie moebel.de-Gründer Robert Kabs mit Follow the Rabbit Ventures. POSpulse ist aus dem Company Builder von etventure entstanden, der von Startup-Experte und ehemaligem Team Europe Mitglied Sebastian Esser geleitet wird. Bereits Ende 2015 erhielt POSpulse eine Finanzierung durch die Beteiligungen der Intermedia (Medien Union) und der Drillisch AG. Deutschlands größter Frühphaseninvestor, der High-Tech Gründerfonds (HTGF) unterstützt das Unternehmen bereits seit der Gründung 2014.

Mit Shopper Insights zum perfekten Einkaufserlebnis

Gestartet mit der Mission, die Echtzeit-Transparenz des E-Commerce auch in den stationären Handel zu bringen, analysiert POSpulse mittlerweile sämtliche Prozesse innerhalb der Customer Decision Journey, um Händler und Hersteller bei der Vermarktung ihrer Produkte zu unterstützen. Mithilfe der App „ShopScout“ übermitteln reale Konsumenten als Scouts Eindrücke und Erkenntnisse zu Produktkonzepten, der Shop-Gestaltung oder der Kundenzufriedenheit – sowohl beim Online-Shopping als auch direkt im stationären Handel. Am Ende erhalten die Auftraggeber individuelle Analysen, die von POSpulse in konkrete Handlungsempfehlungen übersetzt werden.

In den vergangenen Monaten konnte das Berliner Startup ein enormes Wachstum verzeichnen und neben bestehenden Kunden wie Mondelēz Deutschland, METRO oder Vodafone auch Yakult in Italien als Neukunden gewinnen. Mit den neuen Investoren holt das Unternehmen nun weitere, etablierte Branchenexperten ins Boot, mit deren Hilfe sich POSpulse zur führenden Shopper-Insights-Intelligence-Firma entwickeln will. Nachdem POSpulse 2016 bereits nach Italien, Spanien, Polen und Tschechien expandierte, sollen zukünftig mithilfe der Finanzierung Produktstarts in weiteren internationalen Märkten folgen.

„Bereits jetzt arbeitet POSpulse deutlich schneller, flexibler und kundenzentrierter als etablierte Marktforschungsunternehmen. Mit der Weiterentwicklung zur Shopper-Insights-Intelligence-Plattform werden Industrieentscheider künftig per Knopfdruck relevante Informationen erhalten und noch laufende Produkt-Placements oder Marketing-Aktionen entsprechend anpassen und aussteuern können. Ein einzigartiger Ansatz, der mich als Investor überzeugt hat“, erklärt Paul Kraut, ehemaliger Gesellschafter und Geschäftsführer von Schleich.

Dominic Blank, Gründer und Geschäftsführer von POSpulse, ergänzt: „Es freut uns sehr, dass wir erneut namhafte Investoren überzeugt haben. Durch das frisch aufgenommene Kapital können unsere Lösungen einen noch größeren Mehrwert liefern, indem Shopper Insights und Benchmarks automatisiert über die Plattform ausgespielt und Handlungsempfehlungen unmittelbar präsentiert werden. Diese Neuerung – Marktforschung in Echtzeit via einer Plattform – beschleunigt die Entscheidungsfindung in Unternehmen signifikant und steigert so die Marketing- und Vertriebsleistung unserer Kunden. Wir sind überzeugt, dass dieser Ansatz die Marktforschung der Zukunft nachhaltig prägen wird.“



Bildunterschrift: Dominic Blank, Gründer und Geschäftsführer von POSpulse.

Über POSpulse:

POSpulse ist eine Crowd-basierte Shopper-Insights-Intelligence-Firma, die führenden Branchen in Europa zu mehr Transparenz und Exzellenz bei der Vermarktung ihrer Produkte verhilft. Mit einem Panel aus mobilen Shoppern und der eigenen App „ShopScout“ wertet POSpulse Erkenntnisse entlang der gesamten Shopper Journey aus: zuhause, Out-of-Home oder direkt am Point of Experience (POE). Die Ergebnisse werden dann mithilfe eines Analytics-Dashboards nahezu in Echtzeit ausgewertet und von Industrieexperten in konkrete Handlungsempfehlungen übersetzt. Zu den Kunden gehören u. a. Mondelēz International, Mars Petcare, Media Markt, STORCK und Vodafone. POSpulse ist eine Innovation des Company Builders etventure. Unternehmenssitz ist Berlin. www.pospulse.com.

Für weitere Presseinformationen, Interviewanfragen und Bildmaterial:

Elena Bergmann
Head of PR & Marketing

POSpulse
Sonnenallee 223
12059 Berlin

+49 171 - 7016 208
elena.bergmann@pospulse.com

www.pospulse.com

Doris Bärtle
PR Manager

etventure GmbH
Prannerstraße 10
80333 München

+49 89 - 230 691 312
doris.baertle@etventure.com

www.etventure.com