

Shpock: Die Flohmarkt-App ist jetzt offiziell das größte Online-Angebot in der Österreichischen Webanalyse

Wie horizont.at berichtet, ist der Flohmarkt-App Shpock die Rückkehr in die Österreichische Webanalyse (ÖWA Basic) gelungen. Sie ist aus der April-Wertung herausgeflogen, weil es Unklarheiten bei den Zugriffen aus dem Ausland auf Smartphones und Tablets gegeben hatte. Nun kann Shpock bei Werbekunden vorweisen, im April insgesamt 1,83 Milliarden Page Impressions und 88,7 Millionen Visits verzeichnet zu haben. Die mobilen Apps sind für 1,8 Milliarden Page Impressions, 7,1 Millionen Unique Clients und 87,4 Millionen Visits zuständig, die Desktop-Version verzeichnete in Österreich 584.000 Unique Clients, 1,3 Millionen Visits und 10,4 Millionen Page Impressions. Damit ist Shpock rein rechnerisch größer als Online-Angebote wie orf.at, willhaben.at oder krone.at.

Wichtig zu wissen ist dabei, dass nur 15,7 Prozent der Zugriffe aus Österreich stammen, der Rest kommt von Nutzern, die die Flohmarkt-App im Ausland (z.B. Deutschland oder Großbritannien) verwenden. Andere österreichische Webseiten und Apps haben einen deutlich höheren Anteil an österreichischen Zugriffen, da sie nicht so wie Shpock auf Internationalisierung getrimmt sind.

Ein Vergleich: Zählt man nur die österreichischen Nutzer, so kommt Shpock auf 288 Millionen Page Impressions, das Kleinanzeigen-Portal willhaben.at auf 1,4 Milliarden Page Impressions. Shpock liegt damit aber im mobilen Bereich immerhin auf Platz 2. „Ab sofort sorgt die genaue Ausweisung des Auslands-Anteils bei den Page Impressions für noch größere Transparenz, und das bei allen teilnehmenden mobilen Angeboten“, sagt der neue Shpock-CEO Bernhard Baumann (mehr dazu hier). Man habe mit den Betreibern der ÖWA eng zusammengearbeitet,

um die österreichischen Anteile der Zugriffe klar ausweisen zu können.

Gründer gaben Leitung ab

Nach der Übernahme von Shpock durch den norwegischen Medienkonzern Schibsted 2015 haben die beiden Mitgründer Katharina Klausberger und Armin Strbac im Februar die Leitung der Firma an den heutigen CEO Baumann abgegeben (Trending Topics berichtete). Den beiden gehören noch rund 9 Prozent der Firma. Shpock passt Schibsted gut ins Portfolio, da die Norweger seit vielen Jahren rund um den Globus Online-Marktplätze für Kleinanzeigen aufbauen (z.B. Indonesien, Brasilien, Mexiko, Spanien). Der Medienkonzern ist übrigens auch zu 50 Prozent am Kleinanzeigen-Portal willhaben.at beteiligt. trendingtopics.at, Artikel von Bastian Kellhofer, 10.5.2017

Ergänzung

Der norwegische Medienkonzern Schibsted hat den Firmengründern Katharina Klausberger und Armin Strbac die restlichen 9 Prozent an der Kleinanzeigen-Plattform Shpock abgekauft. Schibsted bestätigte den Anteilswechsel auf APA-Anfrage, ohne Angaben zum Kaufpreis zu machen.

Der Standard, 23.01.2019

Auszug aus „Schibsted kaufte Shpock-Gründern die restlichen Anteile ab“

Anmerkungen
