

PRESSEMITTEILUNG

trbo mit doppeltem Umsatz weiter auf Erfolgskurs

München, 25. Februar 2019 – Das neue Jahr startet für trbo erfolgreich: Mit Telefónica und Ströer Digital Publishing gewinnt der Münchner Technologie-Dienstleister zwei prominente neue Kunden. Beide Firmen nutzen künftig die Onsite-Personalisierungs-Plattform von trbo, die Online Shops und Websites eine individualisierte Ansprache von Besuchern ermöglicht.

Neben Telefónica und Ströer setzen weitere Unternehmen auf die Technologie von trbo. Dazu zählen unter anderem der Bergsport-Spezialist Bergzeit, die Einrichtungsspezialisten von DEPOT, das Familienunternehmen ReisenThel und der Reiseanbieter l'tur. Dieser Trend zur Personalisierung von Webangeboten bescherte trbo in 2018 erneut ein deutliches Wachstum. So konnte trbo seinen Umsatz im zurückrückliegenden Geschäftsjahr verdoppeln. 2017 hatte der Münchner Technologie-Dienstleister diesen bereits verdreifacht.

Auch 2019 setzt trbo weiter auf Expansion. Dabei möchte das Unternehmen nicht nur in Deutschland seine Marktführerschaft im Bereich Onsite-Personalisierung ausbauen, sondern seine Position in ganz Europa stärken. Dazu wurde auch die Zahl der Mitarbeiter im vergangenen Jahr verdoppelt. Um dem starken Wachstum gerecht zu werden, bezog das Unternehmen im Spätsommer 2018 außerdem neue, zentral gelegene Räumlichkeiten auf der Münchner Leopoldstraße und vergrößerte sich somit auch flächenmäßig deutlich.

„Onsite-Personalisierung ist für viele Webshops und Publisher ein zentrales Element ihrer Strategie. Diese Entwicklung wollen wir für trbo nutzen und 2019 nahtlos an unsere Erfolge der vergangenen Jahre anknüpfen. Dazu werden wir unsere Technologie weiter optimieren, um unseren Kunden auch weiterhin den besten Service zu bieten und weitere Unternehmen von unserer Technologie zu überzeugen“, sagt Felix Schirl, Geschäftsführer und CTO von trbo.

Björn Schwenzer, Chief Executive Officer von Ströer Digital Publishing, ergänzt: „Auch als Deutschlands reichweitenstärkstes Nachrichtenportal können wir von den Möglichkeiten, die trbo uns im Bereich Onsite-Personalisierung und Optimierung bietet, profitieren. Durch die dynamische Anpassung von Content können wir mit trbo noch besser auf die Interessen und Bedürfnisse unserer Nutzer eingehen.“

Über trbo

Die Münchner trbo GmbH ist einer der führenden Technologieanbieter für die dynamische Onsite-Personalisierung, Optimierung und Testing. Mit seiner datengetriebenen Onsite-Personalisierungs-Plattform bietet das 2013 gegründete Unternehmen eine All-in-One Lösung, um personalisierte Erlebnisse für jeden einzelnen Besucher zu kreieren, dynamisch auszusteuern und deren Erfolg zu messen – Onsite, in Echtzeit und voll automatisiert. Hierzu analysiert ein selbstlernender Algorithmus das User-Verhalten auf Basis von rund 50 Besucher-Merkmalen. Diese Daten erlauben anschließend eine zielgerichtete Auslieferung



verschiedenster Layer im Design des Online-Auftritts, die das Einkaufserlebnis von Website-Besuchern nachweislich optimieren. Zu den Kunden von trbo gehören u.a. Ströer, Telefónica, limango, Galeria Kaufhof, FTI Touristik, mydays, Triumph und Thomas Cook AG. Die Geschäfte der trbo GmbH führt Felix Schirl.

Pressekontakt: Anh Nguyen, T: 089-46 133 46-12, a.nguyen@cocodibu.de