

Kontakt

FIDURA Private Equity Fonds

Dipl.-Ing. Ingrid Weil
Schloßstraße 23
82031 Grünwald

Tel.: +49 (0)89 / 238898-0

Fax: +49 (0)89 / 238898-29

Mail: presse@fidura.de

www.fidura.de

FIDURA-Pressemitteilung

FIDURA neuer Leadinvestor der VEACT GmbH

Beteiligung an innovativem Marketing-Unternehmen

München, 25. Juli 2018 – Die in 2010 gegründete VEACT GmbH schließt erfolgreich eine Finanzierungsrunde unter Führung der FIDURA Private Equity Fonds als neuem Leadinvestor ab.

Die Finanzierungsrunde, die in Form einer Kapitalerhöhung unter Beteiligung weiterer Co-Investoren durchgeführt wurde, weist ein Volumen im mittleren 7-stelligen Bereich auf.

Maßgeblich für die Entscheidung der FIDURA Fonds in VEACT zu investieren, ist das nachweislich erfolgreiche und einzigartige Geschäftsmodell sowie das junge, dynamische Team, welches das Rückgrat für das starke Unternehmenswachstum darstellt.

Die in München ansässige VEACT GmbH (www.veact.net) ist ein junges, stark wachsendes Unternehmen, das seinen Kunden Standard-Software über eine Software-as-a-Service-Plattform (SaaS) kombiniert mit standardisierten Marketing- und Business Intelligence-Dienstleistungen zur Verfügung stellt. Die Geschäftsidee wurde von den Gründern Philipp Posselt und Ben Phelan aus der Notwendigkeit heraus entwickelt, dem Automobilhandel nicht nur ein Werkzeug, sondern auch entsprechende Dienstleistungen zur Vereinfachung des After-Sales-Vertriebes und für eine höchst effiziente Steuerung von Marketing-Kampagnen zur Verfügung zu stellen. Ein solch kombinierter Lösungsansatz, der dem Kunden vom ersten Moment der Nutzung einen messbaren Mehrwert bei gleichzeitig reduzierten Kosten liefert, ist bis heute einzigartig am Markt. Inzwischen ist VEACT ein deutschlandweit führender Anbieter datenbasierter Marketing-Kampagnen und Business Intelligence-Lösungen für die Automobilindustrie. Die Produkte des Unternehmens werden an mehreren tausend Standorten in vielen Ländern Europas genutzt. Das Unternehmen beschäftigt mittlerweile über 60 Mitarbeiter.

Eine breite Palette an Kampagnen- und Analyse-Werkzeugen sowie zugehörige Dienstleistungen unterstützt den Automobilhandel bei seinen Marketingaktivitäten. Hierzu werden umfangreiche Datenpakete aus den kundeneigenen DMS- und CRM-Systemen (Rechnungsdaten, Kundendaten, Datenschutzerklärungen, Werkstatttermine, Einlagerungsdaten etc.) gesammelt, ausgewertet und intelligent in Verkaufskampagnen eingesetzt, die speziell auf das jeweilige Autohaus zugeschnitten sind. Die VEACT Kunden werden dabei nicht wie bei vielen Marketingagenturen mit Allgemeinempfehlungen alleine gelassen, sondern erhalten vielmehr „Marketing auf Knopfdruck“, bei dem mithilfe der VEACT-Software eine zielgruppenspezifische, optimierte Kundenansprache via Email, Druck, Versand oder Telefonie von A bis Z durchgeführt werden kann. Dabei agiert VEACT als integrierter Marketingplaner, Grafikagentur, Call-Center, Lettershop und Erfolgscontroller. Auch das Suchmaschinenmarketing ist ein Teil des Produktangebots, das gerne von Kunden genutzt wird.

„Leads to Profit“ lautet der Claim von VEACT, der durch eine entsprechende Erfolgsbilanz belegt werden kann:

Eine Umsatzsteigerung um 200 % innerhalb einer VEACT-Aftersales-Kampagne im Vergleich zu den bisherigen Eigenmaßnahmen eines Autohauses wird regelmäßig von den Kunden bestätigt. Zugleich werden die Marketingkosten reduziert. Selbst „inaktive Kunden“ lassen sich mit den VEACT-Tools effizient zurückgewinnen. Auch große OEM's wie BMW sowie bundesweit agierende Autohausgruppen lassen ihre Marketingprozesse durch die innovative VEACT-Software steuern und zählen zu der zufriedenen Kundenbasis des Unternehmens.

VEACT weitet sein Angebotsspektrum kontinuierlich und bedarfsgerecht aus.

Ein Beispiel hierfür ist das seit 2017 ins Leben gerufene Produkt „CarMatch“, bei dem den Autohäusern angezeigt wird, wenn einer ihrer Kunden sein Auto privat auf einer der einschlägigen Onlinebörsen verkaufen will. VEACTs „CarMatch“ gleicht hierfür das Gebrauchtwagenangebot mit dem Kundenstamm des Autohauses ab. Das Autohaus kann so seinem Kunden selbst ein Angebot machen oder es besteht die Möglichkeit, dass VEACT als neutraler Dritter zwischen Händler und Käufer eingeschaltet wird.

Mit dem durch die FIDURA Private Equity Fonds und den Co-Investoren eingebrachten frischen Kapital verfolgt VEACT drei wichtige Ziele: Neben dem starken Umsatzwachstum soll parallel der Technologie- und Know-how-Vorsprung insbesondere im Bereich der automobilspezifischen Business Intelligence gesichert werden. Darüber hinaus plant das Unternehmen eine weitere geografische Expansion.

Über die FIDURA Private Equity Fonds:

FIDURA wurde 2001 von erfahrenen Unternehmern und Kapitalmarktspezialisten als unabhängiges Beratungs- und Emissionshaus für Private Equity gegründet.

Mit den bislang vier aufgelegten Fonds konnte das Emissionshaus bis heute ein Gesamtvolumen von rd. 110 Mio. EUR bei über 4.000 Anlegern platzieren.

FIDURA Private Equity Fonds investieren in Technologieunternehmen, vornehmlich im deutschsprachigen Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz). Das anvisierte Investitionsvolumen pro Beteiligungsunternehmen beträgt i. d. R. zwischen 0,3 Mio. EUR und 3 Mio. EUR. Als Kapitalgeber, Coach und Sparringpartner begleitet das erfahrene Management von FIDURA kleine und mittlere Unternehmen (KMU) bei der Umsetzung ihrer Wachstumspläne. Der Fokus liegt dabei auf Unternehmen, die ihre Start-Up-Phase bereits erfolgreich abgeschlossen haben und in eine Wachstumsphase eintreten. Alle Unternehmen müssen dabei klar definierte ethische, soziale und ökologische Standards erfüllen.

Weitere Informationen unter www.fidura.de

Über VEACT:

Die VEACT GmbH entwickelt und vertreibt eine softwarebasierte Plattform zur Digitalisierung von Marketing-Prozessen im Automobilhandel. Mit selbst lernender Technologie und einem breiten Automobil-Know-how unterstützt VEACT seine Kunden dabei, Marketing- und Vertriebsprozesse durch Daten effizienter zu gestalten. Dazu nutzt VEACT sämtliche verfügbaren Datenquellen – Rechnungen, Service-Historien, Zufriedenheitsabfragen sowie Kampagnendaten – und verdichtet diese zu einem Kundenprofil. Ziel ist es, diese Informationen qualitativ so aufzubereiten, dass sich daraus individuelle Kundenprofile und Handlungsempfehlungen erstellen lassen (predictive customer intelligence). Autohäuser und -hersteller profitieren durch niedrigere Prozesskosten, verbesserte Kundenloyalität und dadurch höhere Umsätze.

Weitere Informationen unter www.veact.net