

17 september 2021

Pressmeddelande

Mavshack och Bonnier News storsatsar på liveshopping

Allt fler svenska annonsörer visar intresse för den globala trenden med liveshopping. Det är bakgrunden till att Bonnier News nu storsatsar på en ny klassledande plattform tillsammans med partnern Mavshack. – Vi kommer att kunna erbjuda våra kunder ett helt nytt sätt att nå rakt in i en stor och köpstark målgrupp, säger Mats Dicklén, chef på Bonnier News Brand Studio.

Liveshopping har blivit en allt viktigare plattform för annonsörer i stora delar av världen. Det finns beräkningar som förutspår att 10–15 procent av e-handels omsättning kommer att bäras av liveshopping år 2023. Det har fått intresset att växa snabbt också bland svenska annonsörer som marknadsför alla möjliga typer av produkter. För att möta den nya efterfrågan och för att erbjuda annonsörer nya möjligheter att växla upp sina affärer går Bonnier News nu i bräschen och gör en storskalig satsning på liveshopping. Satsningen görs tillsammans med Mavshack, som erbjuder en helhetslösning med professionell produktion och streaming både från studio och via mobilapp.

– Det här är en bra möjlighet för oss att kunna erbjuda våra kunder nya effektiva sätt att nå stora köpstarka målgrupper. Vi har en given plattform med våra välkända publicister och en stark räckvidd med Expressen som motor. Parallellt med alla våra välkända varumärken har vi också ett betydande influencer-nätverk som ger ytterligare möjligheter i affären. Tillsammans med en seriös teknisk partner har vi alla förutsättningar att bli en självklar och ledande aktör när det gäller liveshopping i Norden, säger Paul Brandenfeldt, Försäljningsdirektör på Bonnier News.

Liveshopping innefattade från början mest om kläder och skönhet, men intresset för andra typer av produkter har under den senaste tiden vuxit snabbt. Mavshack har redan fått förtroendet att producera liveshopping för kunder som Apoteket Kronan, Zound Industries, MediaMarkt, Fiskars och MatSmart. Och när partnerskapet med Bonnier News nu blir officiellt öppnas möjligheter att nå nya målgrupper och nya intäkter.

– Att göra den här satsningen – som är unik i Sverige – tillsammans med Bonnier News är ett stort steg för oss. Vi ser fram emot en spännande tid framöver för oss och våra kunder, säger Tommy Carlstedt, VD på Mavshack.

För mer information kontakta:

Tommy Carlstedt, VD, Mavshack AB

Tel: 08-124 517 90

E-post: ir@mavshack.com

Paul Brandenfeldt, Försäljningsdirektör Bonnier News

Tel: 072-588 25 91

E-post: paul.brandenfeldt@bonniernews.se

Mats Dicklén, Bonnier News Brand Studio

Tel: 0702-75 39 15

Epost: mats.dicklén@bonniernews.se.

Denna information är sådan information som Mavshack AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande 17 september 2021 kl. 08:30 CET.

Om Mavshack AB

Mavshack AB investerar i bolag med inriktning mot digital distribution. Koncernen består av dotterbolagen Mavshack Movies, Mavshack Zellma, 24hTech, YourIT och Partner54. Sedan 2007 förenklar vi kundernas verksamhetsprocesser genom att erbjuda fullservice-tjänster inom helintegrerade plattformslösningar, streamingteknik, direct carrier billing och den senaste tekniken inom ljud, bild och AR-produktion. Mavshack AB (publ) är listat på Nasdaq First North Growth Market under kortnamnet MAV. Certified Adviser är Erik Penser Bank, telefon: 08 463 83 00, Email: certifiedadviser@penser.se. Mer information finns på www.mavshack.se