



Medienmitteilung

Die Social-Chain-Tochter Urbanara übernimmt Til Schweigers Lifestyle-Marke „Barefoot Living“

- **Integration der Barefoot Living GmbH unter dem Dach der Social-Chain-Tochter Urbanara**
- **Til Schweiger bleibt als (Strategic) Brand Lead und Markenbotschafter an Bord und begleitet maßgeblich die Weiterentwicklung der „Barefoot Living“-Produktpalette**
- **CEO Wanja S. Oberhof: „Wir werden die Marke Barefoot Living mit unserer Social-Media-Schlagkraft weiterentwickeln und bekannter machen.“**

Berlin, 3. September 2020. Die Social Chain AG (WKN: A1YC99) übernimmt über ihre Tochter Urbanara GmbH die Barefoot Living GmbH von Til Schweiger. Gemeinsam mit dem deutschen Schauspieler und Produzenten wird die Social Chain AG die Marke „Barefoot Living“ durch Social Media und Social Commerce entwickeln und ausbauen.

Barefoot Living vermarktet über www.barefootliving.de Wohnaccessoires und andere Lifestyle-Produkte, die in Til Schweigers Filmen und Leben eine Rolle spielen. Schweiger bleibt in der neuen Aufstellung als Strategic Brand Lead an Bord und wird die Weiterentwicklung des Produktportfolios maßgeblich begleiten. Außerdem wird er weiterhin als erster Markenbotschafter für Barefoot Living agieren.

Urbanara vertreibt Wohnaccessoires aus Naturmaterialien. Die Social Chain AG hatte das Unternehmen im Dezember 2019 übernommen. Bereits im 1. Quartal 2020 erzielte Urbanara ein positives EBITDA und rechnet für das Gesamtjahr 2020 mit einem Umsatz von über 10 Millionen Euro mit einem EBITDA von mehr als 1 Million Euro.

Wanja S. Oberhof, CEO der Social Chain AG: „Home & Living ist nicht nur in Corona-Zeiten ein Segment, das enormes Potential im Bereich Social Commerce und E-Commerce bietet. „Barefoot Living“ passt als Markenkonzept perfekt zum Produktportfolio von Urbanara. Wir werden die Marke mit unserer Social-Media-Kompetenz weiterentwickeln und bekannter machen – gemeinsam mit Til Schweiger.“

Til Schweiger: „Mit der Social Chain AG haben wir den perfekten Partner gefunden, um Barefoot Living bekannter und erfolgreicher zu machen. Die Kollektion ist für mich eine sehr persönliche Angelegenheit. Die Kombination aus Social Media und Social Commerce ist daher der richtige Weg, die Marke neu aufzuladen. Ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit der Social Chain AG.“

Kontakt:

Jana Walker | Senior Corporate & Brand PR Manager | E: press@socialchain.com |
T: +49 30 208 48 40 28



The Social Chain AG®

Über The Social Chain AG

Das erste integrierte Social-Media-Unternehmen The Social Chain AG vereint Social Media und Social Commerce. Social Chain ist Pionier für den Aufbau, die Entwicklung und die Skalierung von Social-Media-Brands. Hauptsitz des Unternehmens ist Berlin, weitere Standorte sind Manchester, London, New York und München. Das Unternehmen beschäftigt insgesamt rund 500 Mitarbeiter. Die Aktien der Social Chain AG werden auf XETRA und an der Börse Düsseldorf gehandelt.

Der Inhalt dieser Pressemitteilung dient ausschließlich der Information und stellt keine Anlageberatung oder sonstige Empfehlung im Sinne des Wertpapierhandelsgesetzes durch The Social Chain AG oder ihre verbundenen Unternehmen dar. Die bereitgestellten Inhalte können eine Anlageberatung nicht ersetzen. Die Inhalte dieser Pressemitteilung sind nicht als Zusicherung etwaiger Kursentwicklungen zu verstehen und sollen nicht als Aufforderung verstanden werden, ein Geschäft oder eine Transaktion einzugehen. Die Inhalte stellen weder ein Verkaufsangebot oder Werbung für ein Verkaufsangebot für Wertpapiere oder Rechte noch eine Aufforderung zum Handel mit Wertpapieren oder Rechten dar. Dementsprechend gibt die The Social Chain AG und ihre verbundenen Unternehmen keine Gewährleistungen oder Zusicherungen hinsichtlich der Genauigkeit, Vollständigkeit oder Richtigkeit der hierin enthaltenen Informationen oder Meinungen ab. Wir übernehmen keine Haftung für unmittelbare oder mittelbare Schäden, die durch die Verteilung und/oder Verwendung dieses Dokuments verursacht und/oder mit der Verteilung und/oder Verwendung dieses Dokuments im Zusammenhang stehen. Die Aussagen entsprechen dem Stand zum Zeitpunkt der Erstellung des Dokuments. Sie können aufgrund künftiger Entwicklungen überholt sein, ohne dass das Dokument geändert wurde.