



## Medienmitteilung

### **E-Commerce-Wachstumsmarkt Food: Social Chain erhöht Beteiligung an KoRo auf 57 Prozent**

- **Kapitalerhöhung und zusätzliche Finanzierung: sechs Millionen Euro für weitere Expansion**
- **Umsatzsprung: Vervierfachung in 2020 auf über 22 Mio. Euro**
- **Internationalisierung: Neue E-Commerce-Plattformen in Italien, Frankreich und Finnland**
- **Wanja S. Oberhof: „Social-Commerce-Konzept von KoRo setzt Maßstäbe im modernen Online-Handel“**

**Berlin, 13. November 2020.** Investition in den Wachstumsmarkt Online-Food: Die Social Chain AG (WKN: A1YC99) erhöht ihre Beteiligung an der international agierenden Lebensmittel-Plattform KoRo von 52 auf rund 57 Prozent. Die Aufstockung erfolgt im Rahmen einer Kapitalerhöhung mit zusätzlichen Finanzierungszusagen durch die der KoRo Handels GmbH insgesamt sechs Millionen Euro für die weitere Expansion zufließen werden. Mit den zusätzlichen Mitteln beschleunigt die E-Commerce-Plattform vor allem die weitere Internationalisierung. Seit kurzem ist KoRo auch in Italien, Frankreich und Finnland aktiv. Neben dem Stammmarkt Deutschland betreibt KoRo Handelsplattformen in England, Österreich, der Schweiz und den Niederlanden. KoRo hat sich auf Vertrieb nachhaltig angebaute Lebensmittel im Bereich Superfoods, Trockenfrüchte, Nüsse und Snacks spezialisiert. Durch die direkte Vermarktung von Großpackungen an den Endverbraucher ermöglicht KoRo gesunde Lebensmittel zu günstigen Preisen ([www.korodrogerie.de](http://www.korodrogerie.de)).

Wanja S. Oberhof, CEO der Social Chain AG: „KoRo profitiert vom steigenden Interesse am Online-Shopping gesunder Lebensmittel. Dieser Trend wird weit über die aktuelle Corona-Sondersituation hinaus Bestand haben. Durch intelligentes Social Media Marketing hat KoRo die Warenkörbe vieler neuer Verbraucher erobert und wächst praktisch ohne klassische Werbemaßnahmen extrem dynamisch. Das Social Commerce-Konzept von KoRo setzt Maßstäbe im modernen Online-Handel.“ 90 Prozent des KoRo-Marketings basiert auf Social Media und der Zusammenarbeit mit Influencern. Im laufenden Jahr wird sich der Umsatz von KoRo mehr als vervierfachen und steigt auf 22 Millionen Euro. Für 2021 wird ein Umsatz zwischen 30 und 35 Millionen Euro prognostiziert.

Piran Ascj, CEO und neben Constantinos Calios einer der beiden KoRo-Gründer: „Die Social Chain begleitet uns seit unserer Start-Up-Phase 2016, finanziell und strategisch. Wir freuen uns sehr über das zusätzliche Engagement und die erweiterte Zusammenarbeit. Uns vereint als Partner das gemeinsame Verständnis moderner Social-Commerce- und E-Commerce-Konzepte: International skalierbare Modelle, kurze Lieferketten, Direktvermarktung an Endkunden, Marketing und Vertrieb fast hundertprozentig über Social Media. Essen ist und bleibt einer der Top-Social-Media-Themen. Unsere Mission ist es, die kulinarische Vielfalt unseres Planeten für jeden erlebbar zu machen und Menschen zu einer bewussten Lebensweise zu inspirieren.“



The Social Chain AG®

### **Kontakt:**

Jana Walker | Senior Corporate & Brand PR Manager | E: [press@socialchain.com](mailto:press@socialchain.com) |  
T: +49 30 208 48 40 10

### **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.

### **Über KoRo**

Die KoRo Handels GmbH ist ein breit aufgestelltes Lebensmittel- und Technologieunternehmen, das eine große Vielfalt an hochwertigen Lebensmitteln wie Superfoods, Trockenfrüchte, Nüsse und mehr anbietet und online vertreibt. Durch Großpackungen und schlichtem Gestaltungskonzept kann KoRo Handelsstufen überspringen und versucht hochwertige Produkte für jedermann zugänglich zu machen. Die Vermarktung erfolgt überwiegend über eigene Social-Media-Partner und über den eigenen Webshop.

KoRo wurde 2012 gegründet und von Constantinos Calios und Piran Asci aufgebaut. Seit 2020 ergänzt Florian Schwenkert die Geschäftsführung. KoRo beschäftigt inzwischen rund 100 Mitarbeiter.

*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.*