11.04.2011 – 09:30 Uhr

Erneuter Umsatz- und Ergebnisrekord für HSE24 / Teleshopping-Spezialist wächst überproportional / Launch iPad App und Einführung ITV / Senderstart in Italien im Juni 2011

Ismaning (ots) -

HSE24 ist die Erfolgsgeschichte im deutschen Teleshopping-Markt: Auch für das vergangene Jahr kann der Sender aus Ismaning Rekordzahlen vermelden. Mit einer Steigerung des Nettoumsatzes um 12 Prozent auf 441 Millionen Euro (2009: 394 Millionen Euro) liegt HSE24 damit über dem Wachstum des Gesamtmarktes. Dieser liegt mit einem Plus von rund neun Prozent bei über 1,3 Milliarden Euro in Deutschland (Quelle: Firmenangaben).

Für HSE24 ist 2010 damit das erfolgreichste Jahr seiner Unternehmensgeschichte: Das bereinigte EBITDA stieg im Vergleich zum Vorjahr um über 40 Prozent - was einem Höchstwert auch in der Rentabilität entspricht. Dabei erstreckt sich das Wachstum des Teleshopping-Spezialisten über alle Plattformen: So erhöhte sich auch der Netto-Umsatz des Online-Shops www.hse24.de um 30 Prozent auf 84 Millionen Euro (2009: 65 Millionen Euro). Der Anteil des wichtigen E-Commerce-Bereichs am Gesamtgeschäft liegt inzwischen bei 19 Prozent und soll mittelfristig auf ein Drittel gesteigert werden. Derzeit arbeiten 610 Angestellte im Unternehmen. Zudem sind mittelbar 2.200 Personen bei Logistik-Dienstleistern und in Call Centern beschäftigt.

"Unser Wachstum ist das Resultat einer hervorragenden Sortimentspolitik und der konsequenten Umsetzung unserer Multichannel-Strategie", erklärt HSE24 Geschäftsführer Richard Reitzner. "Ziel ist es, mit HSE24 auf allen verfügbaren Medienplattformen präsent zu sein. Da sind wir im Teleshopping klarer Vorreiter, egal, ob es um TV, Online, Mobile, Video on Demand oder interaktives Fernsehen geht. Dabei müssen auch die neuen Technologien einen klaren Mehrwert beim Einkaufen aufweisen. Unsere Kunden können somit entsprechend ihrer Nutzungssituation entscheiden, wo sie uns sehen möchten".

2010: Ausbau Special-Interest Angebot und Multichannel-Strategie

Im vergangenen Jahr wurde die Senderfamilie unter der Dachmarke HSE24 konsequent um den dritten Kanal HSE24 Trend erweitert. HSE24 Trend ist neben HSE24 Extra der zweite Special-Interest Kanal und richtet sich mit den Produktschwerpunkten Mode, Schmuck und Beauty an eine trendbewusste weibliche Zielgruppe. Auch das Profil von HSE24 Extra wird weiter geschärft: Schwerpunkt auf diesem Kanal sollen Wohnen, Küche, Haus & Garten sowie Heimwerken sein. Seit Ende des letzten Jahres können Kunden auch mobil über ihr Smartphone bestellen: Die neue Shopping-Applikation ermöglicht es, parallel zum Live-Programm per One-Touch von unterwegs oder aus dem Wohnzimmer zu bestellen.

2011: Weiterführung der Multichannel-Strategie / Expansion nach Italien

Auch dieses Jahr steht für HSE24 im Zeichen der Expansion: HSE24 ist auf der neuen Video-on-Demand-Plattform von Kabel Deutschland 'SELECT VIDEO' frei zu empfangen. Die Anwendung ermöglicht es den Zuschauern, sich die letzten 16 Live-Stunden sowie ausgewählte Marken- und Sortimentsshows anzuschauen.

Ab Anfang Mai wird interaktives Fernsehen über die Fernbedienung und direkt aus dem Live-Programm möglich sein. ASTRA Platform Services GmbH (APS) und HSE24 entwickeln derzeit die erste interaktive Shopping-Applikation über HBBTV, die auf hybridfähigen Endgeräten zur Verfügung stehen wird und erstmals Einkaufen über den Fernseher bzw. die Fernbedienung ohne Medienbruch ermöglichen wird.

Zusammen mit der Deutschen Telekom arbeitet HSE24 auch an einer Lösung für die erste interaktive Shopping-Applikation auf der Entertain-Plattform. Die Shopping-Applikation wurde bereits auf der CeBIT vorgestellt.

Im Sommer wird HSE24 eine App für das iPad anbieten. Direkt aus dem Live-Streaming heraus kann der Kunden dann einfach und bequem über das iPad einkaufen.

Ab Juni 2011 geht HSE24 Italien on Air. Die italienischsprachigen Shows werden zunächst in Ismaning produziert; darüber hinaus arbeitet der in Rom ansässige Sender mit einer lokalen Einkaufs-, Call Center- und Logistikinfrastruktur autark. Bei entsprechender Umsatzentwicklung wird das Programmangebot zunehmend live und aus italienischen Studios senden. Über die digital-terrestrische Verbreitung wird HSE24 sehr schnell über 80 Prozent der italienischen Haushalte erreichen. Derzeit zählt HSE24 S.p.A. rund 30 Mitarbeiter; langfristig wird der Sender ca. 500 Personen beschäftigen.

"Im italienischen Markt sehen wir sehr großes Potenzial", so Reitzner. "Ziel unserer Multichannel-Strategie ist es, unsere Senderfamilie stetig zu erweitern. Die Expansion nach Italien ist ein wichtiger Schritt, das Thema Homeshopping auch in Europa weiter voranzutreiben."

Akzeptanz beim Kunden durch erfolgreiche Sortimentspolitik

Die schärferen Profile der einzelnen Kanäle, die Cross-Promotion über alle Vertriebswege hinweg sowie die erfolgreiche

Sortimentspolitik kommen beim Verbraucher gut an: Über 7,5 Millionen Personen haben bereits bei HSE24 eingekauft, das sind mehr als zehn Prozent der geschäftsfähigen Bundesdeutschen. Im vergangenen Jahr haben rund 1,5 Millionen Kunden beim Münchener Homeshopping-Spezialisten bestellt. Durchschnittlich nimmt HSE24 35.000 Calls pro Tag entgegen, das entspricht ca. 13 Millionen Anrufen im Jahr 2010. Außerdem wurden in 2010 8,5 Millionen Pakete mit insgesamt 17,4 Millionen Einzelprodukten versendet. Das Interesse der hauptsächlich weiblichen Zielgruppe gilt dabei vor allem den Segmenten Beauty und Wellness (28 Prozent) sowie Mode (24 Prozent). Weitere Produktbereiche sind Home & Living / Haushalt (21 Prozent), Schmuck (18 Prozent) sowie House / Garden / Hobby / Home Electronics (9 Prozent).

Kontakt:

Alexandra Brune
Leitung Unternehmenskommunikation
Tel.: 089 96060 308
a.brune@hse24.de

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100007850/100622700 abgerufen werden.