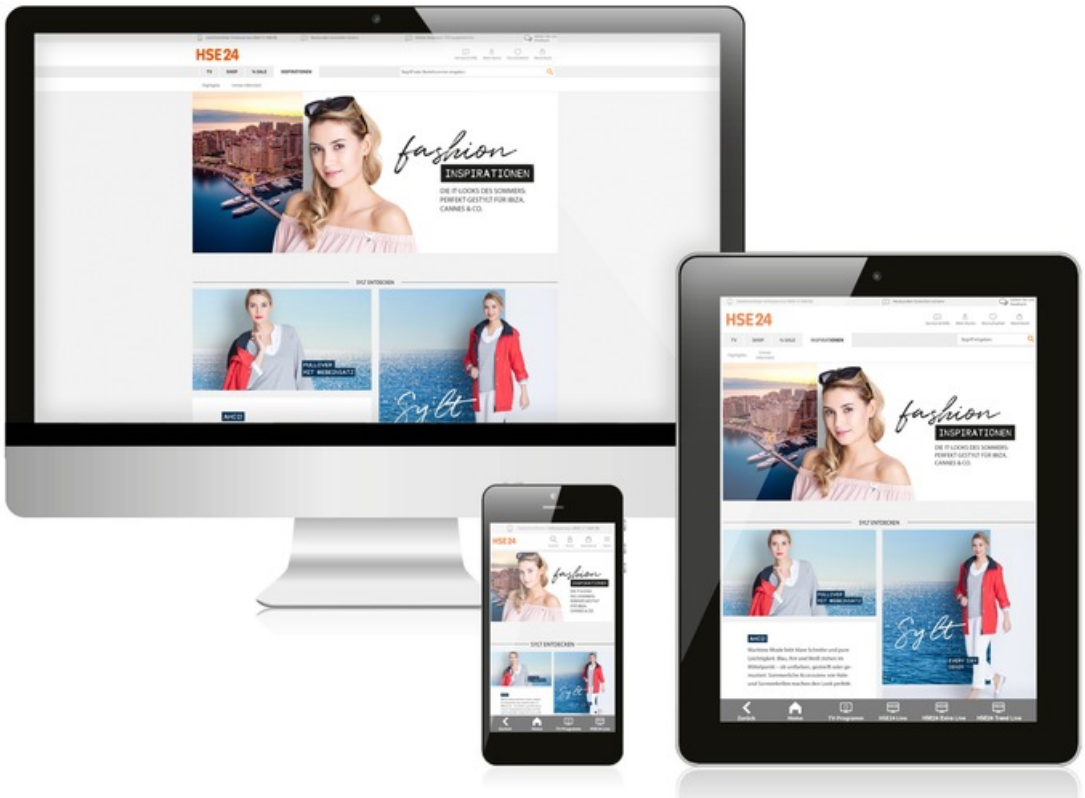
25.04.2018 – 10:09 Uhr

HSE24 legt bei Umsatz und Ergebnis kräftig zu / E-Commerce als wesentlicher Wachstumstreiber



Ismaning (ots) -

Der internationale Homeshopping-Anbieter HSE24 hat im abgelaufenen Geschäftsjahr erneut eigene Bestmarken bei Umsatz und Ergebnis erzielt und damit seinen Wachstumskurs fortgesetzt. 2017 erhöhte sich der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 9 Prozent auf rund 821 Millionen Euro. Haupttreiber waren hierbei die E-Commerce-Aktivitäten sowie die Märkte in Russland und Italien. Die Region Deutschland, Österreich und Schweiz (DACH) setzte ihre positive Entwicklung ebenfalls fort. Gleichzeitig verbesserte HSE24 die Profitabilität der Gruppe. Das angepasste operative Ergebnis (adjusted EBITDA) stieg im abgelaufenen Geschäftsjahr deutlich und übertraf in der Wachstumsrate die Umsatzentwicklung. Auch für das laufende Geschäftsjahr ist HSE24 zuversichtlich.

"2017 war ein weiteres sehr erfolgreiches Jahr für HSE24", sagt Sonja Piller, CEO HSE24. "Wir haben unsere bedeutende Marktposition ausgebaut und die Wachstumsstrategie weiter vorangetrieben. Mittlerweile lassen sich mehr als zwei Millionen Menschen jährlich regelmäßig von unseren attraktiven Produkten inspirieren. Hier zeigt sich unsere umfassende Expertise, digitale Einkaufserlebnisse zu schaffen und die Wünsche unserer Kunden zu erfüllen. Dabei profitieren wir immer stärker von unserer konsequenten Aufstellung als Omnichannel-Anbieter. Hinzu kommt unser erstklassiger Service, für den wir regelmäßig Auszeichnungen erhalten. Unsere bereits hohe Schlagzahl wollen wir in den kommenden Jahren halten und weiter erhöhen."

Digitale Vertriebswege treiben dynamische Umsatzentwicklung

HSE24 baut seit Jahren das Geschäft im Bereich E-Commerce aus. Kunden haben so die Möglichkeit, gemäß ihren Wünschen unabhängig von Ort und Zeit die Produkte des Unternehmens zu ordern. Mittlerweile sind diese Vertriebswege zentraler Wachstumstreiber. 2017 verbuchte der Bereich E-Commerce alleine in der Region DACH einen Umsatzanstieg von rund 14 Prozent auf 186 Millionen Euro. Bestellungen über PC, Tablet oder Smartphone stehen mittlerweile für mehr als ein Viertel des Gesamtumsatzes. Das Mobile-Geschäft per se macht gut ein Drittel (34 Prozent) aller eingehenden E-Commerce-Bestellungen im deutschsprachigen Raum aus. Auch bei der Ansprache neuer Kunden spielen digitale Kanäle eine immer wichtigere Rolle. So gewann HSE24 im vergangenen Jahr fast 60 Prozent aller Neukunden (DACH) online. Die Hälfte hiervon kam über mobile Kanäle. Insgesamt kaufen heute bereits annähernd 40 Prozent der Kunden von HSE24 über die Online-Kanäle des Unternehmens ein. Das TV-Geschäft entwickelt sich zugleich unverändert positiv.

Internationalisierung schreitet voran - Golfregion soll im vierten Quartal starten

HSE24 wächst unverändert in allen seinen Märkten. An der Spitze stehen dabei die Aktivitäten in Russland, wo die Unternehmensgruppe seit 2012 präsent ist. Im vergangenen Jahr konnte die russische Tochtergesellschaft den Umsatz prozentual erneut zweistellig steigern. HSE24 verfügt hier als einer der größten Homeshopping-Anbieter mit einem qualitativ hochwertigen Angebot über eine sehr gute Position. In der DACH-Region und Italien konnte das Unternehmen ein deutliches Wachstum verzeichnen.

Für das vierte Quartal plant HSE24 im Zuge seiner Internationalisierungsstrategie den Start in der Golfregion. Vorgesehen ist die Übertragung des erfolgreichen Omnichannel-Konzepts in Verbindung mit einem für die Region maßgeschneiderten Lifestyle-Sortiment. Wie bereits 2017 bekanntgegeben hat HSE24 hierfür ein Tochterunternehmen gegründet und ist mit der MBC Group, dem größten und führenden Medienunternehmen im Nahen Osten, eine Partnerschaft eingegangen. Die Länder des Gulf Cooperation Council (GCC) umfassen rund 9 Millionen TV-Haushalte in Saudi-Arabien, den Vereinigten Arabischen Emiraten, Bahrein, Oman, Kuweit und Katar. Die Region zeichnet sich insgesamt durch hohes Wachstum sowie eine konsumfreudige Klientel aus und bietet damit ein großes Marktpotenzial.

Eigen- und Exklusivmarken setzen Erfolgsstory fort

Als einer der zentralen Erfolgsfaktoren von HSE24 erwies sich im vergangenen Jahr einmal mehr die starke Fokussierung auf Eigen- und Exklusivmarken, mit denen rund 80 Prozent des Umsatzes generiert wurde. Das Angebot von HSE24 umfasst alleine in der DACH-Region jährlich mehr als 20.000 Produkte aus den Produktgruppen Mode, Schmuck, Kosmetik, Wellness, Haushalt sowie Home & Living. Neue Angebote machten 2017 rund die Hälfte des vertriebenen Sortiments aus.

Zu den Highlights im vergangenen Geschäftsjahr zählte insbesondere der erfolgreiche Launch der neuen Eigenmarke Maloo im August. Maloo steht für feminines, lässiges Design und spricht damit jüngere Zielgruppen an. Diese Positionierung wird durch Jana Ina Zarrella als exklusives Testimonial unterstrichen. HSE24 ist es mit Maloo gelungen, kanalübergreifend ein junges, frisches Bild zu vermitteln, das von den Kunden auf Anhieb sehr gut angenommen wurde. Nach dem starken Auftakt im vergangenen Jahr ist Maloo 2018 mit einer zweiten Kollektion für Frühjahr/Sommer in den Verkauf gegangen. Ebenfalls neu im Programm ist seit Oktober die Marke "Marcel by Marcel Ostertag" des international bekannten Designers. Auf zehn Jahre erfolgreiche Zusammenarbeit konnten 2017 HSE24 und die Münchner Designerin Lola Paltinger zurückblicken. Die Modemacherin gehört mit ihrer Linie "Himmelblau by Lola Paltinger" zu den Topmarken des Omnichannel-Retailers. Darüber hinaus brachte Star-Designer Brian Rennie im vergangenen Jahr bereits die vierte HSE24 Exklusivkollektion auf den Markt.

Exklusiv im Homeshopping-Bereich sind auch viele Artikel der international mehrfach ausgezeichneten Marke Dyson. Zu den Topsellern zählte ein Dyson Akku-Staubsauger, der im November 2017 mit über 40.000 verkauften Stück einen weiteren Verkaufsrekord in der Geschichte von HSE24 aufstellte.

Optimistisch für 2018

Im laufenden Geschäftsjahr will HSE24 auf den erreichten Erfolgen aufbauen und die positive Entwicklung fortsetzen. Durch die konsequente Omnichannel-Ausrichtung hat sich die Unternehmensgruppe sehr gut im Markt positioniert. Insgesamt rechnet HSE24 für 2018 mit einem erneuten Umsatzanstieg sowie einem Zuwachs beim angepassten operativen Ergebnis.

HSE24 Group

Die HSE24 Group ist ein internationales und multimediales Homeshopping-Unternehmen. Mit seinen exklusiven und vielfältigen Produkten bietet der Omnichannel-Retailer seinen Kunden rund um die Uhr ein emotionales Einkaufserlebnis. Das inspirierende Lifestyle-Angebot umfasst Mode, Schmuck, Kosmetik, Wellness, Haushalt sowie Home & Living. In Deutschland, Österreich und der Schweiz präsentiert sich die HSE24 Group mit den Sender-Marken HSE24, HSE24 Extra und HSE24 Trend, in Italien mit HSE24 und in Russland mit Shopping Live. Durch die konsequente Vernetzung der interaktiven Plattformen TV, Online und Mobile ist die HSE24 Group der Innovationstreiber für modernes Homeshopping. Das Geschäftsjahr 2017 hat die HSE24 Group mit einem Umsatz von rund 821 Millionen Euro und einer deutlichen Gewinnsteigerung abgeschlossen. Die Unternehmensgruppe beschäftigt rund 1.400 Mitarbeiter, inklusive der Beschäftigen bei Call Center- und Logistik-Partnern schafft die Unternehmensgruppe mehr als 4.300 Arbeitsplätze. Seit seiner Gründung 1995 befindet sich HSE24 auf einem nachhaltigen Wachstumskurs und ist seit 2012 mehrheitlich im Besitz von Providence Equity Partners. Weitere Gesellschafter sind Ardian und das HSE24 Management.

Kontakt:

HSE24
Fiona Lorenz
Unternehmenssprecherin
Tel.: 089 96060 6310
f.lorenz@hse24.de
unternehmenskommunikation@hse24.de
www.hse24.com

Medieninhalte

HSE24 bietet seinen Kunden eine crossmediale Inszenierung von Themen- und Markenwelten mit Lifestyle-Charakter. HSE24 ist auf allen Medienplattformen präsent, um den Kunden überall dort abholen, wo er Inhalte nutzt. Die Entwicklung der mobilen Webseite auf der Basis eines Responsive Webdesigns ermöglicht nun die optimale Skalierung auf alle Gerätetypen. Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/53601 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/HSE24"

Jana Ina Zarella ist das Gesicht der neuen Modelinie Maloo von HSE24 +++ Die Nutzung ist für redaktionelle Zwecke im Zusammenhang mit HSE24 honorarfrei und zeitlich unbefristet. Abdruck bitte mit folgender Quellenangabe: Foto: HSE24 +++ Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/53601 /

Studio des Omnichannel-Unternehmens HSE24 +++ Die Nutzung ist für redaktionelle Zwecke im Zusammenhang mit HSE24 honorarfrei. Abdruck bitte mit folgender Quellenangabe: Foto: Koy + Winkel/HSE24 +++ Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/53601

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100007850/100814812 abgerufen werden.