

08.01.2026 – 10:30 Uhr

HSE beruft Nikolaus Maaß zum Chief Product & Commercial Officer (CPCO) für die nächste Wachstumsphase im Live und Digital Commerce



Ismarining (ots) -

HSE besetzt zum 1. Januar 2026 die neu geschaffene Position des Chief Product & Commercial Officer (CPCO) mit Nikolaus Maaß. In dieser Funktion verantwortet Maaß die kanalübergreifende Gesamtsteuerung von Sortiment, Vermarktung und Customer Experience. Ziel ist es, Sortimentsstrategie, Produktarchitektur, datenbasierte Performance-Modelle und das Kundenerlebnis über TV, E-Commerce und Social Commerce hinweg als integriertes Wertschöpfungssystem zu verbinden. So schafft HSE eine skalierbare Basis für wachstumsorientierte Innovation und baut seine führende Position im Live Commerce weiter aus. Maaß berichtet direkt an Sandra Rehm, Vorsitzende der Geschäftsführung von HSE.

"Mit Nikolaus Maaß gewinnen wir eine Führungspersönlichkeit, die Produkt- und Sortimentskompetenz mit internationaler Commercial- und Digitalerfahrung vereint - eine Kombination, die unsere Wachstumsdynamik weiter erhöhen wird", sagt Sandra Rehm, Vorsitzende der Geschäftsführung von HSE. "HSE hat seine Position im Live Commerce und im digitalen Handel in den vergangenen Jahren deutlich ausgebaut. Mit der neuen CPCO-Rolle schaffen wir die organisatorische Grundlage, um diese Dynamik fortzuführen und unsere Produktwelten konsequent weiterzuentwickeln."

Mit mehr als 15 Jahren internationaler Führungserfahrung verfügt Maaß über strategische und operative Stärke in der Entwicklung, Steuerung und Skalierung globaler Marken und Geschäftsmodelle. Seine Karriere begann im Brand Management bei Procter & Gamble, wo er für renommierte Prestige- und Lifestyle-Marken wie Gucci, Hugo Boss und Bruno Banani die gesamte Marken- und Produktführung verantwortete. Diese durchgängige End-to-End-Verantwortung formte früh sein holistisches Verständnis für Sortimente, Wertschöpfungslogiken und Konsumverhalten - eine Perspektive, die seine Arbeit bis heute prägt.

Maaß begann seine Laufbahn bei adidas im Bereich Global Brand Strategy, bevor er in die Digitalorganisation wechselte und dort sechs Jahre zentrale Wachstums- und Transformationsinitiativen verantwortete. In seiner Funktion als Global Vice President Digital Marketing steuerte er die Weiterentwicklung des globalen Marketingmodells, etablierte integrierte End-to-End-Prozesse zwischen Digital-, Brand- und Analytics-Funktionen und schärfe die Performance-Logik eines globalen Milliardenbusiness. Zuvor leitete er die strategische

Assortment-Architektur sowie die globale D2C-Wachstumsagenda des Konzerns. Die Kombination aus Markenexpertise, digitaler Skalierungskompetenz und kommerzieller Exzellenz bildet eine zentrale Grundlage, um die etablierten Erfolgssysteme von HSE weiterzuentwickeln und skalierbares Wachstum nachhaltig freizusetzen.

"HSE verfügt über starke Marken, ein außergewöhnlich kundennahes Geschäftsmodell und eine breite Live-Commerce-Expertise", sagt Maaß. "Auf dieser Basis möchte ich gemeinsam mit den Teams ein skalierbares, daten- und kundengetriebenes Wertschöpfungsmodell weiterentwickeln - von der Sortimentsstrategie bis zur Commercial Performance. Insbesondere im Social Commerce sehe ich großes Potenzial, neue Zielgruppen zu erschließen und nachhaltiges Wachstum zu generieren."

Über HSE

HSE ist einer der führenden Live-Commerce-Anbieter Europas. Ob über die drei TV-Sender, den Onlineshop, die prämierte HSE App oder die Social-Commerce-Kanäle - die Kund:innen von HSE entscheiden, wann und wo sie shoppen wollen. HSE steht für die unterhaltsamste Form des Shoppings und begeistert 1,2 Millionen aktive Kund:innen, die das kuratierte Sortiment aus Fashion, Schmuck, Beauty, Wellness, Haushalt sowie Home & Living schätzen.

Das Unternehmen erreicht über seine drei TV-Sender (HSE, HSE Extra und HSE Trend) 45 Millionen Haushalte in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Rund 800 Mitarbeitende sorgen für ein ebenso inspirierendes wie kundenorientiertes Einkaufserlebnis. Über seine Geschäftspartner schafft HSE zudem über 1.700 zusätzliche Arbeitsplätze in den Bereichen Logistik, Callcenter und Tech Development.

Für seine herausragende Servicequalität wurde HSE mehrfach ausgezeichnet. Das Unternehmen befindet sich seit 2012 mehrheitlich im Besitz der Investmentgesellschaft Providence Equity Partners.

Weitere Informationen unter corporate.hse.com und www.hse.com.

Pressekontakt:

HSE
Fiona Lorenz
Unternehmenssprecherin
Tel.: +49 151 126 386 29
fiona.lorenz@hse.com
https://corporate.hse.com

Medieninhalte



Nikolaus Maaß übernimmt zum 1. Januar 2026 die neu geschaffene Funktion des Chief Product & Commercial Officer (CPCO) beim Live Commerce-Experten HSE. +++ Die Nutzung ist für redaktionelle Zwecke im Zusammenhang mit HSE honorarfrei. Abdruck bitte mit folgender Quelle: HSE +++ / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/53601 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100007850/100937621> abgerufen werden.