

Pressemitteilungen

HSE24

09.02.2015

Charity-Aktion zum 20. Geburtstag

HSE24 unterstützt Brustkrebs Deutschland e.V. mit Jubiläums-Edition

HSE24 feiert sein 20-jähriges Bestehen mit einer Jubiläums-Edition für den guten Zweck: Anlässlich des runden Geburtstages bietet der Multichannel-Versandhändler in Kooperation mit Brustkrebs Deutschland e.V. vier exklusive Kollektionen an. Für jede Saison gibt es einen Look mit Key-Pieces aus den Bereichen Mode, Schmuck und Beauty. Die Kollektionen werden im Frühling, Sommer, Herbst und Winter im Rahmen von Themenwochen bei HSE24 on Air und unter HSE24.de präsentiert. Verkaufsstart der Frühlings-Edition ist am 16. Februar 2015. Von jedem verkauften Artikel gehen drei Euro direkt an den Verein Brustkrebs Deutschland e.V., der sich seit 2003 für die Aufklärung, Prävention und Therapiemöglichkeiten von Brustkrebs engagiert.

Engagement für ein gesundes Leben

„Mit unserer Jubiläums-Edition möchten wir unsere Kundinnen nicht nur mit modischen Highlights begeistern, sondern uns gleichzeitig für die Prävention und Früherkennung von Brustkrebs starkmachen“, erklärt Richard Reitzner, Geschäftsführer von HSE24. Allein in Deutschland sind über 75.000 Frauen von der Krankheit betroffen. „Je früher die Erkrankung festgestellt wird, umso größer sind die Heilungschancen“, so Renate Haidinger, Vorsitzende Brustkrebs Deutschland e.V. „Gemeinsam mit HSE24 können wir viele Frauen erreichen, um sie auf die Möglichkeiten der Früherkennung und Behandlung von Brustkrebs aufmerksam zu machen.“

Exklusive Charity-Kollektion

Mode, Schmuck und Beauty mit Trendfaktor: Im Mittelpunkt der Jubiläums-Edition steht ein trendiges Fashion-Piece der Saison, das mit ausgewählten Produkten aus den Bereichen Schmuck und Kosmetik zu einem Komplett-Look kombiniert werden kann. Im Frühling dreht sich alles um eine lässige Tunika in türkisblau, die mit passender Hose, Top, Tasche und farblich abgestimmtem Schmuck und Beauty-Produkten präsentiert wird. Zahlreiche Top-Marken aus dem HSE24 Portfolio wie Judith Williams, Beate Johnen, Alfredo Pauly und Nick Assfalg sind in den Kollektionen vertreten.

Vom Teleshopping zum multimedialen Einkaufserlebnis: HSE24 feiert 20-jähriges Jubiläum

Am 16. Oktober 1995 ging HSE24, damals unter dem Namen H.O.T. (Home Order Television), als erster deutscher Shopping-Sender on Air und betrat damit Neuland in der deutschsprachigen Medienlandschaft. Zunächst auf Teleshopping fokussiert, entwickelte sich das Unternehmen zu einem multimedialen Versandhändler, der auf eine crossmediale Inszenierung von Themen- und Markenwelten mit Lifestyle-Charakter setzt. 2015 feiert HSE24 sein 20-jähriges Firmenbestehen mit einer großangelegten Jubiläums-Kampagne. Zentrales Element ist ein eigens entwickeltes Jubiläumslogo, das sich plattformübergreifend in allen Kommunikations- und Werbemaßnahmen wiederfindet. Neben der Charity-Aktion mit Brustkrebs Deutschland e.V. vergibt der Homeshopping-Pionier erstmals eine Auszeichnung für Jungdesigner: den HSE24 Talent Award. Dieser wird in Kooperation mit der Münchner Dependence der Modeschule ESMOD verliehen. Bei seinen Kunden bedankt sich HSE24 mit zahlreichen Jubiläumsaktionen auf allen Kanälen – von TV über Onlineshop bis hin zu Social Media. In insgesamt acht Jubiläumswochen – die erste startet bereits am 4. Januar – profitieren die HSE24 Kunden von besonderen 20 Jahre Angeboten zu 20 Jahre Preisen und vielen Vorteils-Aktionen. Darüber hinaus geht HSE24 mit einem neuen Wochenend-Special an den Start, in dem drei exklusive Top-Produkte auf HSE24, HSE24 Trend und HSE24 Extra sowie online zu sehen sind. Auch das HSE24 Premium Kundenmagazin „meine Welt“ erscheint ab sofort im neuen Design und mit einem crossmedialen Content-Konzept für Print und digitale Devices. Kern der Neuausrichtung ist ein lifestyleger Redaktions- und Gestaltungsansatz, über den das besondere HSE24 Lebensgefühl im Heft transportiert wird.

Pressemitteilungen

HSE24

