

Pressemitteilungen

HSE24

28.02.2012

HSE24 erzielt 2011 erneut bestes Geschäftsjahr der Unternehmensgeschichte

- Umsatz- und Ergebnisrekord: Erlöse des Multichannel-Retailers steigen um 7 % auf 470 Mio. Euro
- Internet und mobile Apps werden als Smartshopping-Vertriebswege immer wichtiger

Die Erfolgsgeschichte des Homeshopping-Experten HSE24 geht weiter: Im vergangenen Jahr erzielte die Home Shopping Europe GmbH, die seit Juni 2011 mit ihrem ersten fremdsprachigen Sender auch in Italien tätig ist, erneut einen Umsatz- und Ergebnisrekord. Der Nettoumsatz stieg um 7 Prozent auf 470 Mio. Euro (2010: 441 Mio. Euro) und auch der Gewinn vor Steuern legte deutlich zu. Rückblickend auf die letzten 5 Jahre kann das Münchner Unternehmen ein durchschnittliches jährliches Umsatzwachstum in Höhe von 10 Prozent verzeichnen

"Wir haben erneut das beste Geschäftsjahr seit Bestehen des Unternehmens hinter uns, 2011 erhebliche Marktanteile gewonnen und auch für 2012 ambitionierte Wachstums- und Expansionspläne. Ein wichtiger Treiber dieser positiven Entwicklung ist dabei unser konsequenter Multichannel-Ansatz", sagt HSE24 Geschäftsführer Richard Reitzner. So tragen bereits heute E- und M-Commerce 93 Mio. Euro und damit 20 Prozent zum Umsatz bei. Den größten Anteil neben dem klassischen Teleshopping generiert der Online-Shop, der im vergangenen Jahr überproportional (+ 11 Prozent) zulegen konnte. *"Die neuen Technologien und Plattformen sind wichtige Säulen unserer Wachstumsstrategie. Die sich daraus ergebenden Absatzchancen werden wir gezielt nutzen und den Umsatzanteil dieser ergänzenden Vertriebskanäle mittelfristig auf 30 Prozent ausbauen",* so Reitzner. Auch die Sender-Diversifikation zeigt deutliche Erfolge. So verzeichnet der Kanal HSE24 EXTRA einen Umsatzzuwachs von 17 Prozent und trägt bereits signifikant zum Gesamtumsatz bei.

Erfolgreiche Internationalisierung

Im Juni 2011 ging in Italien der erste fremdsprachige Sender on Air. Beim Markteintritt profitierte HSE24 S.p.A. von den technischen und strukturellen Synergien mit dem deutschen Mutterkonzern. Dies gewährleistete einen kosteneffizienten Eintritt in den italienischen Markt. Ein halbes Jahr nach dem Start erreicht der Sender bereits 70 Prozent der rund 22 Mio. Fernsehhaushalte und hat über 50.000 zufriedene Kunden gewonnen. Im Sommer werden durch den sukzessiven Umstellungsprozess auf digitale Terrestrik 100 Prozent der Haushalte HSE24 empfangen können. Der Break Even ist bereits für das Geschäftsjahr 2013 geplant.

Vor diesem Hintergrund setzt HSE24 seine Internationalisierungsstrategie auch in 2012 weiter fort. *"Das Modell von zentralen und dezentralen Einheiten in der Startphase eines neuen Shopping-Senders können wir uns aufgrund der positiven Erfahrungen in Italien auch in anderen Ländern gut vorstellen",* so Reitzner. Aktuell prüft das Unternehmen Markteintrittsoptionen in Süd- und Osteuropa.

Multichannel-Offensive

Der Homeshopping-Spezialist setzte im vergangenen Jahr den Ausbau seiner Multichannel-Strategie mit gezielten Investitionen in die Erweiterung bestehender und den Aufbau neuer Absatzkanäle konsequent fort. Mit mittlerweile drei Sendern, einem reichweitenstarken E-Commerce-Angebot, mobilen Shopping-Anwendungen und einer HbbTV-Lösung hat der Multichannel-Versandhändler seine Absatzkanäle weiter ausgebaut. Bereits seit Mai 2011 ist interaktives Fernsehen möglich: Erstmals kann aus dem Live-Programm direkt über die Fernbedienung eingekauft werden. Seit Ende 2011 steht die HSE24 iPad-App zur Verfügung und so haben sich die Zugriffe über mobile Endgeräte im Vergleich zum Vorjahr auf über 500.000 Visits nahezu vervierfacht. Gleichwohl der Fernseher das wichtigste Medium bleiben wird, eröffnen neue mobile Absatzkanäle weitere Chancen. Richard Reitzner erklärt hierzu: *"Unsere Multichannel-Offensive bringt neue Vertriebskanäle hervor, deren Nutzung immer selbstverständlicher werden wird. Mit der konsequenten Adaption neuer E- und M-Commerce-Shopping-Angebote und deren engen Vernetzung mit unserem TV-Kerngeschäft nehmen wir eine klare Vorreiterposition im Smartshopping ein."*

Kundenorientierter Service und erfolgreiche Sortimentspolitik

Pressemitteilungen

HSE24

Über 2.500 interne und externe Mitarbeiter, davon 620 Angestellte sowie mehr als 1.900 Personen bei Logistik- und Call Center-Dienstleistern, tragen zum Erfolg des Unternehmens und zu einem mehrfach ausgezeichneten Kundenservice bei. Die daraus resultierende Kundenzufriedenheit spiegelt sich in den verschiedensten Auszeichnungen wider. So wurde der Homeshopping-Spezialist 2011 bereits zum zweiten Mal in Folge bei der Zertifizierung TÜV Service tested mit $\frac{1}{2}$ sehr gut $\frac{1}{2}$ bewertet. Rund 8 Mio. Kunden haben bislang bei HSE24 eingekauft, das sind über 10 Prozent der Bundesdeutschen ab 18 Jahren. Im Jahr 2011 tätigten ca. 1,4 Mio. Kunden bei HSE24 mindestens einen Kauf. Im vergangenen Jahr wurden über 10 Mio. Pakete mit insgesamt nahezu 20 Mio. Einzelprodukten versendet. Im Durchschnitt waren das 33.000 Pakete täglich.

Vor allem die vielfältige Auswahl mit immer wieder neuen Produkten überzeugt die Kunden: Die größtenteils weibliche Zielgruppe fragt vor allem Produkte aus den Segmenten Mode (33 Prozent) und Schmuck (23 Prozent) nach. Weitere Bereiche sind Beauty & Wellness (21 Prozent), Home & Living / Haushalt (15 Prozent) sowie House / Garden / Hobby / Home Electronics (8 Prozent) (Floor Sales).