

Pressemitteilungen

HSE24

26.02.2009

HSE24 erzielt erneut Umsatzrekord

Multichannel-Strategie sorgt für einen erfolgreichen Start ins neue Jahr

Der Homeshopping-Spezialist HSE24 ist weiterhin konsequent auf Wachstumskurs. Das Münchner Unternehmen hat das Geschäftsjahr 2007/20081 sowie das Kalenderjahr 20082 mit einem prozentual zweistelligen Wachstum im Umsatz und Gewinn abgeschlossen. Mit einer rund zehnpromtigen Steigerung und einem Netto-Umsatz von 353 Mio. Euro2 (2007: 320 Mio. Euro) erreichte HSE24 auch im Kalenderjahr 2008 den höchsten Umsatz seiner Geschichte (siehe Tabelle). HSE24 beschäftigt 574 Mitarbeiter. Mittelbar arbeiten zudem rund 2.550 Personen in Call Centern und Logistik für HSE24. Durch den konsequenten Ausbau der Multichannel-Strategie stehen die Zeichen für das aktuelle Jahr ebenfalls auf Wachstum.

Ausbau der Multichannel-Strategie durch zweiten Shopping-Sender und neues Online-Portal

Mit dem erst im diesem Monat erfolgten Launch des zweiten Shopping-Kanals HSE24 EXTRA sowie des neuen Online-Portals baut das Homeshopping-Unternehmen seine Multichannel-Strategie konsequent weiter aus. Nach einer Gesamtinvestition von rund drei Mio. Euro erscheint www.hse24.de auf einer neuen technischen Plattform im neuen Design mit modernen technischen Features, einer sehr übersichtlichen Produktbühne sowie viel Bewegtbildmaterial aus den Sendungen. Dabei nutzt HSE24 konsequent die Synergien aus dem Verkauf über den TV-Bildschirm für den E-Commerce. Kunden gewinnen dadurch einen wesentlichen Vorteil bei der Kaufentscheidung. *"Der neue Online-Shop vernetzt TV und E-Commerce jetzt noch stärker. Auf dieser Basis wird dieser komplementäre Vertriebsweg auch weiterhin zweistellig wachsen"*, erklärt Richard Reitzner, Geschäftsführer HSE24. Zukünftig werden Community-Elemente wie Chats, Clubs und Foren das Angebot abrunden. Mittelfristig soll der Anteil der Online-Aktivitäten am Gesamtumsatz auf 25 Prozent steigen.

Ein weiteres Element der Multichannel-Strategie von HSE24 ist die Erweiterung des Senderportfolios. Der neue Shopping-Kanal HSE24 EXTRA bietet neben dem Hauptsender und dem Online-Shop noch mehr Auswahlmöglichkeit für den Kunden. Gesendet wird 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche, davon rund 21 Stunden wöchentlich live. Das Programm basiert auf den drei Säulen Outlet, Express und Spezial. Letztere ist mit neuen Show- und Eventkonzepten als gezielte Ergänzung zum Hauptsender gedacht. *"Durch Cross-Promotion können wir auf das jeweilige Programm des anderen Senders hinweisen - Zuschauer haben die Möglichkeit innerhalb der HSE24 Welt zu verbleiben und finden immer ein überraschendes Programm nach ihrem Geschmack"*, so Reitzner.

Neues Dach: Logo und Anzeigenkampagne umgestaltet

Neben dem Ausbau des Multichannel-Angebots hat der Homeshopping-Spezialist zu Beginn des Jahres seine Dachmarkenstrategie mit den Kernelementen Markenlogo und Anzeigen neu konzipiert. Das überarbeitete Logo stärkt durch seinen modernen und präzisen Schriftzug die Wahrnehmung des Senders als Marke. Für stärkere Interaktion und emotionale Kundenansprache sorgen großzügige Bilderwelten und überzeugende Grundaussagen der überarbeiteten Anzeigenkampagne. Sowohl das Markenlogo als auch die neuen Motive bilden die perfekte Ergänzung zu den Produktbereichen Beauty, Mode und Accessoires. Insgesamt zählt die Dachmarkenkampagne vor allem auf den stärkeren Transport des Lifestyle-Gedankens von HSE24 ein.

Große Akzeptanz und hohes Involvement bei den Kunden

Homeshopping hat sich neben öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern als dritte Säule im TV-Markt etabliert. Das belegt auch die Akzeptanz der Zuschauer: HSE24 verbucht derzeit rund 6 Mio. aktive Kunden. Somit haben knapp zehn Prozent der geschäftsfähigen Bundesdeutschen ab 18 Jahren bereits bei HSE24 eingekauft. Im Jahr nimmt der Homeshopping-Spezialist rund 9,6 Mio. Anrufe entgegen, was einem Durchschnitt von 26.000 Calls pro Tag entspricht. Rund acht Mio. Pakete verließen im Jahr 2008 das Warenlager.

1) Entspricht Okt. 2007 bis Sept. 2008 gemäß des Reportings der Muttergesellschaft Arcandor

2) Proforma-Darstellung aufgrund des geänderten Berichtszeitraums von Arcandor

Kennzahlen im Überblick

Pressemitteilungen

HSE 24

	Kalenderjahr²	Geschäftsjahr (1.10. - 30.9.)	Q1 (1.10. - 31.12.)
Umsatz in Mio. €	2007: 320	2006/2007: 306	2006/2007: 93
Umsatz in Mio. €	2008: 353	2007/2008: 349	2007/2008: 95
Veränderung in %	+ 10 %	+ 14 %	+ 3 %