

Pressemitteilungen

HSE24

27.09.2005

Erste umfassende Marktstudie zur Teleshopping-Branche

Anlässlich des 10. Geburtstages von HSE24 präsentieren Deutschlands erster Shoppingsender und Goldmedia auf den Medientagen München 2005 die Ergebnisse im Rahmen des Panel Teleshopping - Umsatz statt Quote

Vor 10 Jahren ist HSE24 als Pionier des Teleshopping in Deutschland gestartet. Anlässlich des Branchenjubiläums präsentiert das Berliner Beratungs- und Marktforschungsunternehmen Goldmedia am 27. Oktober 2005 auf den Medientagen München die erste umfassende Teleshopping-Marktstudie, die im Auftrag von HSE24 durchgeführt wurde. Im Zentrum stehen die Ergebnisse einer Repräsentativbefragung zur Akzeptanz und Nutzung des Verkaufsfernsehens, die Prof. Dr. Klaus Goldhammer im Rahmen des Panels Teleshopping - Umsatz statt Quote vorstellt. Hochrangige Experten der Branche diskutieren im Anschluss über die Zukunftsperspektiven des Teleshopping-Marktes.

Auf der Suche nach neuen Erlösquellen jenseits des werbefinanzierten Fernsehens bilden sich immer weitere Formen der Interaktion mit dem Zuschauer aus. Spezialsender setzen auf neue Geschäftsmodelle rund um Transaktionsformate wie Auktionen, Reisen, Games oder Wetten, bauen neue Zielgruppen auf und verändern die bisherige Fernsehlandschaft.

Goldmedia hat über 1.100 repräsentativ ausgewählte Personen telefonisch befragt, wie und warum sie Teleshopping nutzen. Die Ergebnisse vermitteln ein detailliertes Bild der Branche. *"Teleshopping ist heute eine akzeptierte Einkaufsalternative und hat sich zur dritten Säule der Fernsehlandschaft neben dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen und dem Privatfernsehen entwickelt"*, betont Dr. Konrad Hilbers, Vorstandsvorsitzender von HSE24, *"Produkt- und Beratungskompetenz, sowie exzellenter Service haben eine treue Kundschaft herausgebildet."*

"Mit HSE24 feiert eine ganze Branche in Deutschland ihren zehnten Geburtstag", so Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, Präsident der Bayerischen Landesanstalt für neue Medien. *"Heute kann man sich kaum mehr vorstellen, was für ein schwieriges Unterfangen es war, Teleshopping in Deutschland auf den Weg zu bringen. [...] Die Genehmigung von H.O.T. war ein wichtiger Meilenstein, der gezeigt hat, dass es in Zeiten dynamischer Entwicklungen notwendig ist, das Medienrecht flexibel anzuwenden."*

Teleshopping - Umsatz statt Quote

Ein starkes Geschäftsmodell für das Fernsehen von heute und morgen

Medientage München 2005

27. Oktober 2005, 14 - 15.30 Uhr

Keynote: Prof. Dr. Klaus Goldhammer (Goldmedia)

Anschließend diskutieren Dr. Konrad Hilbers (HSE24), Dr. Marcus Englert (SevenOne Intermedia), Dr. Tobias Schmid (RTL Television), Dr. Andreas Büchelhofer (1-2-3.tv), Dr. Ulrich Flatten (QVC) und Prof. Dr. Thomas Hess (Ludwig-Maximilians-Universität München)