

# Pressemitteilungen

## HSE24

31.03.2010

### Erneuter Umsatzrekord für HSE24

Konsequente Sortimentspolitik, Multichannel-Konzept und Serviceoffensive zeigen Erfolg / Launch Mobile Shopping im Sommer 2010

Der Homeshopping-Spezialist HSE24 setzt seinen Wachstumskurs konsequent fort. Mit einer rund zwölfprozentigen Steigerung und einem Netto-Umsatz von rund 394 Mio. Euro (2008: 353 Mio. Euro) für das Kalenderjahr 2009 hat HSE24 den höchsten Umsatz in der Unternehmensgeschichte erzielt. Auch in der Profitabilität verzeichnet das Münchener Unternehmen einen Rekord. So konnte das bereinigte EBITDA im Vergleich zum Vorjahr noch einmal deutlich (um über 35 Prozent) gesteigert werden. HSE24 beschäftigt derzeit 560 Mitarbeiter. Mittelbar arbeiten zudem rund 2.020 Personen in Call Centern und bei Logistik-Dienstleistern für HSE24.

Der erfolgreiche Abschluss des Geschäftsjahres 2009 resultiert aus einer konsequenten Sortimentspolitik, dem weiteren Ausbau der Multichannel-Strategie sowie der Umsetzung einer umfassenden Serviceoffensive.

#### Serviceoffensive wird belohnt

In 2009 konnten zahlreiche Serviceprojekte erfolgreich abgeschlossen werden. In den letzten Jahren wurde ein zweistelliger Millionenbetrag in den Kundenservice investiert. Eine neue integrierten CRM-Plattform sowie ein verbesserter Kundenservice zahlen sich aus. Dies zeigt sich im Umsatzwachstum des Unternehmens, in dem deutlich gestiegenen Ausgabeverhalten der Kunden und anhand von zwei Auszeichnungen, die HSE24 im vergangenen Jahr erhalten hat: Der Homeshopping-Spezialist wurde als "Kundenorientiertester Dienstleister 2009" ausgezeichnet und erhielt zudem vom TÜV Saarland die Note "sehr gut" sowie das "TÜV Service tested" Siegel. *"Ein positives Einkaufserlebnis setzt einen reibungslosen Service voraus, der auf die Bedürfnisse des Kunden zugeschnitten sein muss"*, erklärt Richard Reitzner, Geschäftsführer HSE24 die Strategie des Unternehmens.

#### Konsequente Sortimentspolitik und Ausbau Multichannel-Strategie

Ein innovatives und trendiges Sortiment sowie eine moderne Präsentation haben HSE24 als Lifestyle-Shopping-Channel positioniert. Mode (28 Prozent), Schmuck (23 Prozent) und Beauty/Wellness (22 Prozent) sind die stärksten Sortimentsbereiche des Homeshopping-Unternehmens, die das Interesse der vornehmlich weiblichen Zielgruppe 50 Plus treffen. Ergänzt wird das Sortiment durch Home & Living und Haushalt (19 Prozent) sowie Heimwerken, Haus & Garten, Technik und Sport (8 Prozent). Durch die ausgeweitete Eventstrategie on Air und dem Aufzeigen von abwechslungsreichen Themen wie beispielsweise der Trend- und Style-Woche bietet HSE24 seinen Kunden immer wieder neue Erlebniswelten.

*"Teleshopping ist eine ständige Herausforderung. Jeden Tag müssen wir neue Produkte zeigen, die den Kunden begeistern und diese spannend, informativ und abwechslungsreich präsentieren. Denn aus Zuschauern werden nur dann zufriedene Kunden, wenn sie bei uns ein rundes Einkaufsvergnügen erlebt haben"*, hält Reitzner fest.

Dieses Einkaufserlebnis wird konsequent auf die weiteren Medien des Senders übertragen - zum Beispiel auf den Online-Shop [www.hse24.de](http://www.hse24.de), der im Februar 2009 gelauncht wurde. Mit einem modernen Design, einer komplett überarbeiteten Struktur auf einer neuen technischen Plattform sowie viel Bewegtbildmaterial aus den TV-Sendungen hat HSE24 seine Multichannel-Strategie weiter ausgebaut, um seinen Kunden auch online die Vorzüge der TV-Präsentation zu bieten. Dies zeigt sich auch im Umsatz, der um 18 Prozent auf 65 Mio. Euro Nettoumsatz gewachsen ist. Der Bereich E-Commerce trägt mittlerweile 16 Prozent zum Gesamtgeschäft bei und soll mittelfristig auf 30 Prozent ausgebaut werden.

Auch der Launch des zweiten Senders, ebenfalls im Februar 2009, steht für die Weiterentwicklung der Multichannel-Strategie. HSE24 EXTRA bietet Interessierten mehr Shopping-Vielfalt und durch Cross-Kommunikation wird auf das jeweilige Programm des anderen Senders hingewiesen. *"Mit dem Hauptsender, dem zweiten Sender sowie unserem Online-Shop bieten wir den Zuschauern eine neue, interaktive Einkaufswelt"*, erklärt Richard Reitzner.

#### Weiteres Wachstum erwartet

# Pressemitteilungen

## HSE24

Auch für die kommenden Jahre geht Reitzner von einer positiven Umsatzentwicklung aus: *"HSE24 hat weiteres Wachstumspotenzial. Im Kerngeschäft, dem Hauptsender, werden wir unser Sortiment weiter optimieren. Wir sehen aber auch Potenzial in bestehenden als auch neuen, das Kerngeschäft ergänzenden Vertriebswegen wie dem Internet, neuen Sendern und mobilen Anwendungen. Ziel ist es, nicht nur auf allen relevanten Kommunikationskanälen präsent zu sein, sondern diese für maximalen Kundenkomfort eng miteinander zu verzahnen."*

Im Zuge des weiteren konsequenten Ausbaus seiner Multichannel-Strategie wird HSE24 im Sommer mit einer mobilen Applikation starten, die erstmals One-Touch-Shopping über das Handy ermöglicht. Zudem wird der Online-Shop für mehr Komfort bei der Produktrecherche weiter ausgebaut: Kunden werden eigene Daten hochladen und miteinander Erfahrungen austauschen können. Auch der Start auf relevanten Social-Media-Plattformen ist für 2010 geplant.

Die internationalen Expansionspläne, insbesondere nach Osteuropa, werden weiter intensiv verfolgt.

### **Erfolgreiches Geschäftsmodell Homeshopping**

Homeshopping hat sich mittlerweile als feste Größe in der TV-Landschaft etabliert - dies zeigt auch die Akzeptanz der Kunden: Über sieben Millionen Personen haben bereits bei HSE24 eingekauft. Rund zwei Mio. aktive Kunden kaufen regelmäßig bei HSE24 ein. Das sind über 10 Prozent der geschäftsfähigen Deutschen ab 18 Jahren. Der Homeshopping-Spezialist nimmt im Jahr rund 10,2 Mio. Kundenanrufe entgegen, das entspricht einem Durchschnitt von 28.000 Calls pro Tag. Rund 8,4 Mio. Pakete verließen im Jahr 2009 das Warenlager.