

10.03.2005 - 15:35 Uhr

Ideenmotor Teleshopping: HSE24 wird 10 Jahre / Handel und TV wachsen zu einer neuen, modernen Branche zusammen / Teleshopping ist dritte Säule der Fernsehlandschaft

München (ots) -

HSE24 feiert Geburtstag und damit eine ganze Branche: Vor 10 Jahren ging der Einkaufskanal als erster Shoppingsender in Deutschland on air. Damit war der Grundstein für eine neue Branche gelegt: Teleshopping. Seitdem hat das Münchener Unternehmen die Handels- und TV-Landschaft wesentlich beeinflusst. Denn Teleshopping ist Handel und TV zugleich - zwei Welten mit ihren jeweiligen Stärken und Möglichkeiten wachsen zu einer neuen, modernen Branche zusammen. Teleshopping ist Ideenmotor für immer neue Formen von Einkaufs- und Erlebniswelten und bildet immer weitere Transaktionsformate aus.

Das Fernsehkaufhaus HSE24 hat für seine Kunden jeden Tag 24 Stunden geöffnet und kommt direkt zum Kunden nach Hause. Einfach und bequem über den Fernseher und das Telefon einkaufen ist interaktives Fernsehen - und das schon seit 10 Jahren.

HSE24 bietet seinen Zuschauern fast rund um die Uhr ein Live-Programm und ist damit einer der größten Live-TV-Veranstalter der deutschsprachigen Fernsehlandschaft. Dadurch ist es möglich, die Kunden per Telefonschaltung in das Programm einzubinden und unmittelbar auf ihre Erfahrungen, Anregungen und Wünsche zu reagieren.

"HSE24 hat eine außerordentlich positive Entwicklung vollzogen und damit den Teleshopping-Markt nachhaltig geprägt. Durch hohe Qualitäts- und Servicestandards ist Teleshopping heute eine akzeptierte Einkaufsalternative und hat sich zur dritten Säule der Fernsehlandschaft neben dem gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Fernsehen und dem werbefinanzierten Privatfernsehen entwickelt," so Dr. Konrad Hilbers, Vorstandsvorsitzender von HSE24.

Sicheres und bequemes Einkaufen von zuhause aus ohne Ladenschlusszeiten begeistert seit 10 Jahren jeden Tag Millionen Menschen. Und die Akzeptanz steigt weiter. Jeder sechste Bundesbürger hat laut GfK bereits bei einem Teleshopping-Kanal gekauft, vor drei Jahren war diese Zahl nur halb so groß. Weitere 20 Prozent können sich vorstellen, in Zukunft dort zu kaufen. Damit beträgt das Kundenpotenzial der Teleshopping-Anbieter schon heute 37 Prozent. Allein bei HSE24 haben im vergangenen Jahr über 1,4 Millionen Kunden bestellt. In der Gesamtbetrachtung wird Teleshopping 2004 rund 940 Millionen Euro Erlösen, das sind 20 Prozent mehr als 2003. Der deutsche Teleshopping-Markt wird vom Medienforschungs- und Beratungsunternehmen Goldmedia für das Jahr 2009 auf ein Gesamtvolumen von 1,5 Milliarden Euro geschätzt.

Kein Wunder, dass sich aus diesem gewinnbringenden Geschäftsmodell eine neue Branche entwickelt hat; eine Branche, die HSE24 in Deutschland vor 10 Jahren mit dem Launch von H.O.T. begründet hat. Immer mehr Ableger drängen derzeit auf den Markt. Teleshopping regt zu Innovationen an. "Das Teleshopping-Konzept hat der Medienlandschaft neue Dimensionen eröffnet", stellt Dr. Konrad Hilbers fest. "Die Branche ist mittlerweile so erfolgreich, dass sie neue Transaktionsformate und Sender wie Auktion- und Reisen-TV herausbildet, die unterschiedliche Spezial-Zielgruppen adressieren."

Pressekontakt:

Alexandra Brune

Unternehmenssprecherin

Tel.: +49 89 960 60 308

Fax: +49 89 960 60 333

a.brune@hse24.de

www.homeshoppingeurope.net

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100007850/100487271> abgerufen werden.