

# Douglas startet TV-Shopping

☒ Der Deutsche Markt ist für die wenigen TV-Shoppingsender ein schwieriges Terrain. Selbst die Marktführer QVC und HSE24 hatten und haben zu kämpfen. Trotzdem hat sich die Parfümeriekette Douglas entschlossen, den mutigen Schritt in das Teleshopping zu wagen.

**Die Hintergründe zum neuen Douglas-TV lesen Sie hier.**

Das vergangene Jahr war kein gutes für die Deutschen Shopping-Sender. Denn von den sechs TV-Versendern stellten gleich zwei ihre Sendetätigkeit vorläufig ein. Trotz dieser auf den ersten Blick wenig positiven Entwicklung, startet die Parfümeriekette Douglas Ende August mit einem eigenen TV-Kanal. Das berichtet der Branchendienst [Medienbote](#):

*„Das Sortiment umfasst Markenprodukte aus den Bereichen Kosmetik, Pflege, Make-Up, Düfte, Accessoires und Schmuck, die in moderierten Sendungen mit wechselnden Themenschwerpunkten präsentiert werden. Zum Start werden Marken wie Estée Lauder, Clinique, Bobbi Brown, Origins, Lancaster, Clarins, Phantasya, Anton Hübner, Douglas Beauty System und Good Skin Labs angeboten. Weitere Sortimente und Marken sollen schrittweise dazu kommen. Zunächst wird montags bis freitags von 10 bis 13 Uhr und von 16 bis 18 Uhr gesendet. Zu einem späteren Zeitpunkt soll die Sendezeit ausgeweitet werden.“*

Doch ganz so unbeleckt in Sachen Bewegtbild-Shopping ist Douglas nicht. Seit dreieinhalb Jahren verkauft Douglas schon mit seinen wöchentlichen Verkaufsvideos im eigenen Onlineshop. Für den ECommerce-Experten [Jochen Krisch](#) die schwierigen Marktentwicklungen in Deutschland aber kein negatives Signal für den TV-Shopping-Markt. Der Markt sei momentan nicht das Problem.

*„Das Potenzial ist da. Nur kämpfen derzeit alle Sender mit hausgemachten Problemen“, bewertet Krisch die Lage.*

Im letzten Jahr haben die Deutschen Teleshopping-Sender rund 1,2 Milliarden Euro umgesetzt. Das bedeutete eine Steigerung von 16 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Das ist das Ergebnis einer Umfrage der Marktforscher von tns emnid im Auftrag des Bundesverband des Deutschen Versandhandels.