

HSE24: Wachstum auf allen Kanälen

☒ Um aus ihrem Nischen-Dasein hervorzutreten, hat es beim TV-Shopping nie ganz gereicht. Die Nummer 2 in Deutschland, HSE24, ist daher längst mehrkanalig aufgestellt und verkündet für das abgelaufene Geschäftsjahr ein potentes Wachstum beim TV-Shopping, Online-Shop und Mobile.

In Deutschland, Österreich und der Schweiz hat HSE24 2013 einen Umsatz von 551 Millionen Euro erwirtschaften können. Dies entspricht einem Wachstum im Vergleich zum Vorjahr um sieben Prozent. Wie die Textilwirtschaft berichtet, sei auch das EBITDA gestiegen, aber konkrete Zahlen lägen nicht vor.

E-Commerce soll ausgebaut werden

Beim E-Commerce setzte das Unternehmen 119 Millionen Euro in der DACH-Region um und realisierte damit ein Wachstum von neun Prozent. Somit trägt der Online-Kanal mit etwa 22 Prozent zum Gesamtumsatz von HSE24 bei. Beim Online-Kanal sieht HSE24 noch deutlich Potenzial und plant mittelfristig mit einem Umsatzanteil von 30 Prozent.

Innerhalb des Online-Kanals tragen die Mobile-Verkäufe etwa 13 Prozent zu den E-Commerce-Umsätzen bei. Aufgrund der aktuellen Wachstumszahlen beim Mobile-Commerce, von 2012 zu 2013 haben sich die Umsätze hier verdreifacht, sollen bis 2016 vier von zehn Online-Käufen über mobile Kanäle getätigt werden, berichtet die Textilwirtschaft.

TV-Shopping in der Nische

Die Sparte der TV-Shopping-Sender sind in Deutschland eher ein Nischenbereich. Laut Ausweis des Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh) wurden 2013 etwas mehr als 830 Millionen Euro über diesen Kanal umgesetzt.

Allerdings ergeben die Umsätze von HSE24 und Marktführer QVC in Deutschland mehr als eine Milliarden Euro. Nach Informationen der Textilwirtschaft liegt der Umsatz 2013 von QVC "hierzulande" schon bei 731 Millionen Euro.