

Einkaufsfernsehen weiter auf Wachstumskurs

20.05.2008, 15:13 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Euroforum*

EUROFORUM-Konferenz "Teleshopping"

8. und 9. Juli 2008, Barceló Cologne City Centre, Köln

Köln/Düsseldorf, 20. Mai 2008. Über eine Milliarde Euro liegt das Umsatzvolumen der Einkaufssender in Deutschland. Laut der Unternehmensberatung Goldmedia sollen die Umsätze in den nächsten drei Jahren weiter auf rund 1,5 Milliarden Euro anwachsen. Trotz der positiven Prognose kämpfen einzelne Sender mit rückläufigen Zahlen: QVC erwirtschaftet 27 Millionen Euro weniger Gewinn und der RTL-Shop sucht einen Käufer. Hoffnung verspricht das interaktive E-Commerce-TV, die Verbindung von Fernsehen und Internet. Unter der Leitung von Prof. Torsten J. Gerpott (Universität Duisburg-Essen) informieren Branchenexperten auf der EUROFORUM-Konferenz "Teleshopping" am 8. und 9. Juli 2008 über die Verschmelzung von klassischem Teleshopping und E-Commerce. Weitere Themen sind unter anderem die Auswirkungen der Digitalisierung der TV-Übertragung, Kaufverhalten der Teleshopping-Kunden sowie internationale Konzepte des Einkaufsfernsehens. (www.euroforum.de/dn-teleshopping08)

Zukunft liegt im Web-TV

Die Attraktivität von Web-TV und Videos im Internet hat durch die Breitbandzugänge zugenommen. Auf vielen Internetseiten gehören sie bereits zum Standard und immer mehr Teleshopping-Sender setzen zusätzlich auf Video-Präsentationen ihrer Produkte im Internet. Der Auktionssender 1-2-3.tv hat im vergangenen Jahr etwa 15 bis 20 Prozent seines Umsatzes über das Internet generiert. Dieses Jahr sollen es bis zu 25 Prozent werden. (ONEtoONE 04/08) Dr. Andreas Büchelhofer (1-2-3.tv) berichtet über Reichweiten- und Umsatzwachstum durch digitale Plattformen und die Onlinestrategie des Senders. Für den Marktführer der Branche spricht Richard Burrell (QVC UK) über die ersten Erfahrungen seines Unternehmens mit dem Handel in der digitalen Welt.

Vertriebskanäle durch Kooperationen ausweiten

Die Multi-Channel-Strategie von HSE24 stellt Jörg Simon (Home Shopping Europe) vor und erklärt die Bedeutung digitaler Vertriebswege für Verkaufssender. HSE24 soll innerhalb der Primodo-Gruppe neue Cross-Selling-Möglichkeiten erschließen. Seit einigen Monaten werden bereits Quelle-Marken in TV-Shows von HSE24 präsentiert. Die Absatz- und Umsatzziele der Kooperation erläutert Dr. Jens Kirchner (Quelle) und beschreibt, wie das Markenimage auf den neuen Vertriebskanal transferiert wurde.

Interaktives Shopping

Einen IPTV-Erfahrungsbericht mit 4-Seasons.tv gibt Jens Kreklau (Globetrotter Ausrüstung Denart & Lechhart). Kreklau berichtet über die Entwicklung vom 4-Seasons-Magazin bei N24 zum Rückkanal-TV und welche Zielgruppen über IPTV gewonnen werden können.

Dem Thema Online-Shopping mit dem interaktiven TV-Effekt widmet sich ebenfalls Oliver Elbert (Tchibo direct). Schwerpunkt seines Vortrags ist die Verbindung aus T-Commerce und E-Commerce, mit der interaktive Zielgruppen begeistert werden sollen.

EUROFORUM Deutschland GmbH

EUROFORUM Deutschland GmbH, gegründet 1990, ist eines der führenden Unternehmen für Konferenzen, Seminare, Jahrestagungen und schriftliche Management-Lehrgänge. Seit 1993 ist EUROFORUM Deutschland GmbH Exklusiv-Partner für Handelsblatt-Veranstaltungen, seit 2003 ebenfalls Kooperationspartner für Konferenzen der WirtschaftsWoche. 2006 haben über 1000 Veranstaltungen in über 30 Themengebieten stattgefunden. Rund 45 000 Teilnehmer besuchten im vergangenen Jahr unsere Veranstaltungen. Der Umsatz lag 2006 bei circa 61 Millionen Euro.

Pressemitteilung übermittelt von Hugin.

Für den Inhalt dieser Pressemitteilung ist allein der Herausgeber verantwortlich.

News-ID: 212605 • Views: 254 (Stand: 28.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/212605/Einkaufsfernsehen-weiter-auf-Wachstumskurs.html>