

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/55458/1583612/auktionssender-1-2-3-tv-mit-deutlichem-gewinnsprung> abgerufen werden.



## Auktionssender 1-2-3.tv mit deutlichem Gewinnsprung

24.03.2010 - 10:00 Uhr, 1-2-3.tv GmbH

Unterföhring (ots) -

- EBITDA von 3,4 Mio. Euro  
- Nettoumsatz steigt um sechs Prozent auf 92,2 Mio. Euro  
- Höchste E-Commerce-Quote im deutschen Teleshopping (24%)  
- Weiterer Ausbau der Web-Aktivitäten geplant Mit einem EBITDA von 3,4 Mio. Euro hat der Auktionsfernsehsender 1-2-3.tv das Geschäftsjahr 2009 erfolgreich abgeschlossen und damit das Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr um 8 Mio. Euro verbessert. Obwohl der Fokus des Unternehmens auf der Rentabilität lag, konnte auch der Umsatz in der abgelaufenen Finanzperiode um 6 Prozent auf 92,2 Mio. Euro netto nach Retouren erhöht werden (2008: 87,6 Mio. Euro). Besonders erfolgreich war das letzte Quartal, das mit einem Umsatz von 30,1 Mio. Euro knapp ein Drittel des Gesamtumsatzes ausmachte (2008: 24,1 Mio. Euro). Zukunftsweisend ist die Steigerung des Onlineanteils von knapp 20 Prozent in 2008 auf rund 24 Prozent in 2009, wodurch 1-2-3.tv den höchsten E-Commerce-Anteil der deutschen Homeshopping-Branche erzielte. Im Dezember realisierte 1-2-3.tv einen umfassenden Relaunch der Website und startete zwei zusätzliche web-exklusive Kanäle. Das Ergebnis dieser Maßnahmen ist bereits messbar: Bereits im Februar 2010 lag der E-Commerce-Anteil bei 26 Prozent.

Dr. Andreas Büchelhofer, Gründer und Geschäftsführer von 1-2-3.tv: "Das Ergebnis 2009 zeigt deutlich, dass sich unsere Online-Strategie auszahlt. Im Gegensatz zu unserer Teleshopping-Konkurrenz setzen wir nicht auf neue TV-Modelle, sondern sehen die Zukunft ganz klar im Web." Der Auktionssender erwartet 2010 weiteres Wachstum durch zusätzliche Geschäftsmodelle und Servicedienstleistungen im Netz. "Wir arbeiten kontinuierlich an neuen Verkaufsideen für das Internet. Das Fernsehen wird für uns zunehmend zum Marketinginstrument, das der reinen Neukundengewinnung dient", so Büchelhofer weiter. "Mittelfristig rechnen wir mit einem Anstieg des Internetanteils am Gesamtumsatz auf über 50 Prozent."

Kontinuierlich steigende Kundenzahlen belegen außerdem den Erfolg des Geschäftsmodells, das auf der raschen Verauktionierung von Restposten- und Lagerüberhängen anderer Händler sowie Direktimporten beruht. Die Anzahl der Registrierten stieg im Vorjahresvergleich von 789.000 auf 1.001.000 um rund 21 Prozent. Alleine im letzten Quartal konnten 66.015 Neuanmeldungen verzeichnet werden, davon 56 Prozent über das Internet. Insgesamt wurden in 2009 rund 69.000 Auktionen durchgeführt und 4,3 Millionen Pakete versendet.

Weitere Details zu 1-2-3.tv:

Das Produktsortiment von 1-2-3.tv setzte sich im Jahr 2009 aus über 22.000 verschiedenen Marken- und Qualitätsprodukten zusammen, darunter Uhren und Schmuck, Haushaltswaren, Beauty und Wellness, Mode, Technik, Handwerk sowie verschiedene Sammlerobjekte. Die Strategie setzt vermehrt auf bekannte Marken wie Adidas, Nike, Puma, Lacoste, Calvin Klein, Hugo Boss, Joop, Samsung, Nintendo, Motorola oder Mustang. Besonders erfolgreich laufen die Kooperationen mit sieben der zehn größten Versandhäuser Deutschlands, von denen qualitativ hochwertige Restposten bezogen werden.

Die Kundenstruktur von 1-2-3.tv ist mit einem männlichen Anteil von 49,1 Prozent und einem Durchschnittsalter von 51,9 Jahren im TV, sowie 51,9 Prozent Männern und einem Durchschnittsalter von 42,7 Jahren im Web, deutlich männlicher und jünger als die der vergleichbaren Teleshopping-Konkurrenten.

Die 1-2-3.tv GmbH mit Sitz in Unterföhring bei München ist der erste Auktionsfernsehsender in Deutschland und unterscheidet sich damit von dem Konzept des regulären Teleshoppings. Derzeit ist 1-2-3.tv analog im Kabel von 10 Bundesländern - teilweise partagiert - zu empfangen. Digital wird der Sender bundesweit via Satellit und Kabel verbreitet und läuft rund um die Uhr per Livestream im Internet. Ein Sendefenster bei RTL II ergänzt die Distribution. Zu den Gesellschaftern von 1-2-3.tv gehören neben den beiden Gründern Henning Schnepfer und Dr. Andreas Büchelhofer sowie dem Management die Private-Equity und Venture-Capital-Unternehmen Wellington Partners, Target Partners, Cipio Partners und das französische Beteiligungsunternehmen Iris Capital. Die Shareholder- bzw. Gesellschafterstruktur ist seit Sendestart weitgehend unverändert. Geschäftsführer sind Dr. Andreas Büchelhofer, verantwortlich für Produktion, Programm, Einkauf, Planung, eCommerce, Marketing und Kommunikation und Thomas

Forner, der den Bereichen IT, Finanzen, Controlling, Logistik/Fulfillment, Customer Service, Recht und Personal vorsteht.

Weitere Informationen unter: [www.1-2-3.tv](http://www.1-2-3.tv)

Pressekontakt:

1-2-3.tv GmbH  
Anika Baudisch  
Medienallee 24  
85774 Unterföhring  
tel: 089-552717-702  
mail: [anika.baudisch@1-2-3.tv](mailto:anika.baudisch@1-2-3.tv)  
web: [www.1-2-3.tv](http://www.1-2-3.tv)

Originaltext:

1-2-3.tv GmbH

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/55458/1-2-3-tv-gmbh>

Pressemappe als RSS:

[http://presseportal.de/rss/pm\\_55458.rss2](http://presseportal.de/rss/pm_55458.rss2)