

## Multichannel bei HSE24 – Smartshopping auf allen Plattformen

Das Münchner Unternehmen HSE24 bietet drei TV-Kanäle für jeden Geschmack – neben dem Muttersender HSE24 gehören auch die beiden Special-Interest-Kanäle HSE24 TREND und HSE24 EXTRA zur Senderfamilie. Mit seinen Shopping-Angeboten ist HSE24 zudem auf allen relevanten Medienplattformen präsent – von TV und Online über Mobile und Tablet bis hin zu Video-on-Demand und HbbTV. Mit diesem verbraucherorientierten und vernetzten Portfolio ist HSE24 weltweit klarer Vorreiter im Smartshopping.

## Vernetzte Multichannelstrategie unter der Dachmarke HSE24

- Hintergrund der Multichannel-Strategie von HSE24 ist das sich immer schneller verändernde Mediennutzungsverhalten der Konsumenten: Abhängig von der persönlichen Situation wählt jeder Kunde sein bevorzugtes Kommunikationsmedium – egal ob stationär oder mobil, linear oder on demand.
- Das Dachmarkenkonzept erlaubt es, unter HSE24 sowohl die Senderfamilie als auch die Angebote auf den unterschiedlichen Verbreitungsplattformen zu erweitern. Entscheidend für den Erfolg sind vor allem ein abgegrenztes Profil der einzelnen Special-Interest-Angebote sowie gezielte Cross-Kommunikation. Zudem wird das Live-Programm genutzt, um crossmedial auf Zusatzdienste wie z. B. Mobile Shopping hinzuweisen und die Funktionsweise und seinen Mehrwert zu erklären.

## Unternehmensstrategie

- Ziel ist es, mit der Marke HSE24 auf allen Medienplattformen präsent zu sein, die dem Kunden ein **Smartshopping**-Erlebnis bieten. Dabei müssen die neuen Technologien einen klaren Mehrwert beim Einkaufen aufweisen. Die Kunden sollen entsprechend Ihrer Nutzungssituation entscheiden, wo und wie sie HSE24 sehen wollen.
- Smartphone und iPad App, HbbTV etc. sind strategische Themen, die HSE24 frühzeitig in seine Multichannel-Strategie integriert, um zu lernen und um den Kundinnen (50+ / keine Early Adopter) diese neuen Technologien und ihren Mehrwert für das Einkaufen bei HSE24 näher zu bringen. Ähnlich war es mit dem Internet vor über zehn Jahren, das sich schnell zu einer vielgenutzten Plattform in dieser Zielgruppe etabliert hat.

*„Wir erwarten uns natürlich nicht die sofortige Durchdringung unserer Multichannel-Angebote, aber haben frühzeitig die Weichen gestellt für eine Mediennutzung, die in ein paar Jahren für die Meisten selbstverständlich sein wird.“*, erläutert HSE24 Geschäftsführer Richard Reitzner.

## Senderfamilie

- Neben dem Hauptsender **HSE24** gehören mit **HSE24 Trend** und **HSE24 Extra** auch zwei Special-Interest Kanäle zum Unternehmen. Der Schwerpunkt von HSE24 Extra liegt auf Wohnen, Küche, Haus & Garten sowie Heimwerken. HSE24 Trend richtet sich mit den Produktschwerpunkten Mode, Schmuck und Beauty an eine trendbewusste weibliche Zielgruppe.
- **HSE24 Italien** strahlt seit Juni 2011, ebenfalls 24 Stunden täglich, eine Mischung aus exklusiven Shopping-Angeboten, Information und Unterhaltung aus. Das hundertprozentige Tochterunternehmen der Home Shopping Europe GmbH ist der erste nicht deutschsprachige Sender unter der Dachmarke HSE24. Inhaltlich orientiert sich HSE24 Italien an den Bedürfnissen des italienischen Marktes: Lokale Moderatoren und Experten stellen in den Verkaufsshows, die 70 Prozent des Programms ausmachen, unterschiedliche Themenwelten (Schmuck, Mode & Accessoires, Beauty & Wellness, Fitness, Haushaltswaren, Do it Yourself und Technik) vor. Produziert werden die italienischen Sendungen am Hauptsitz in Ismaning bei München. Alle anderen Unternehmensbereiche sind in Rom angesiedelt.

## Plattformen

- HSE24 ist auf allen relevanten Kommunikationsplattformen präsent: Dazu gehört neben TV der **Online-Shop hse24.de**, eine **mobile Applikation** sowie seit Neuestem eine **App** für das **iPad**. Auch für das **T-Home Entertain**-Angebot befindet sich eine interaktive Shopping-Applikation in der Entwicklung. Als erster Shopping-Sender ist HSE24 seit Anfang Mai 2011 außerdem auf der **HbbTV**-Plattform von ASTRA präsent. Über ASTRA erwarten den Zuschauer seit dem 1. September auch gestochen scharfe Bilder durch hochauflösende **HD**-Qualität. Ein echter Mehrwert für den Einkauf über den TV-Bildschirm.

## HSE24 Mobile

- Mit HSE24 Mobile können Kunden seit Ende 2010 auch über ihr Smartphone bestellen. Die Shopping-Applikation ermöglicht es, parallel zum Live-Programm per One-Touch von unterwegs oder aus dem Wohnzimmer einzukaufen. Mit dieser Technologie ist HSE24 Pionier auf dem Teleshoppingmarkt und wird dem impuls gesteuerten Charakter des Homeshoppings gerecht.
- Mehrwert für den Kunden: Man ist unterwegs und verpasst nichts oder sitzt auf dem Sofa und bestellt parallel zum laufenden Programm ohne eine Produkt- oder Kundennummer eingeben zu müssen.

*„Seit jeher denken wir mit unserer Multichannel-Strategie zukunftsweisend – mit dem Ziel, unseren Kunden das Einkaufen bei HSE24 so komfortabel wie möglich zu gestalten“, erklärt Richard Reitzner.*

*„Das Mediennutzungsverhalten unterliegt einer grundlegenden Veränderung. Internet wird heute von allen Altersgruppen selbstverständlich eingesetzt und mobile Technologien werden immer bedeutender. Über 40 Prozent der HSE24 Online-Kunden gehören schon heute der Generation 50 Plus an“, so Reitzner. „Wir haben über unsere TV-Sender den großen Vorteil, unseren Zuschauern das bedienungsfreundliche Angebot HSE24 mobile genau erklären und seinen klaren Mehrwert zeigen zu können“.*

### **Video on Demand**

- HSE24 ist seit April 2011 als erster Homeshopping-Sender auf der **Video-on-Demand**-Plattform ‚SELECT VIDEO‘ von Kabel Deutschland frei zu empfangen. Für insgesamt 16 Marken können die HSE24 Kunden die vergangenen 16 Live-Sendungen kostenfrei abrufen und damit rund um die Uhr im Teleshopping-Angebot stöbern. Um fündig zu werden, stehen dabei verschiedene Suchkriterien wie Marke, Angebotes des Tages oder Joker der Woche zur Auswahl.

### **HbbTV**

- Seit Mai 2011 bietet HSE24 über die **HbbTV**-Plattform von ASTRA eine interaktive Shopping-Applikation – und das für alle drei Sender. Diese ermöglicht erstmalig Einkaufen direkt über die Fernbedienung aus dem Live-Programm heraus, also ohne Medienbruch.
- Aufruf der interaktiven Einkaufswelt über den „Red Button“ der Fernbedienung des HbbTV-fähigen Fernsehers oder eines HbbTV-fähigen Satellitenreceivers. Die Applikation läuft über eine Internetverbindung oder den Satellitenanschluss.

*„Mit der HbbTV-Applikation von ASTRA ist endlich eine kundenorientierte Anwendung auf dem Markt erhältlich, die dem Wunsch nach dem Sofortkauf perfekt nachkommt. Damit erreichen wir unser Ziel, Einkaufen vor dem Fernseher noch einfacher und bequemer zu machen.“, so Richard Reitzner, Geschäftsführer HSE24.*

### **iPad – HSE24 tablet**

- Mit der App „HSE24 tablet“ können Kunden seit Herbst 2011 über das iPad alle Produkte des Homeshopping Anbieters bestellen.
- Zahlreiche innovative Features, wie umfassende Archivvideos, Erinnerungsfunktion und Social-Media Komponenten, bieten ein komfortables Smartshopping-Erlebnis mit klarem Mehrwert für den Kunden. Der Kaufprozess findet bei „HSE24 tablet“ direkt über die App statt – ohne Verlinkung zur Website wie bei vielen anderen Shopping-Apps.

*„Smartshopping bedeutet größtmöglichen Komfort beim Shoppen – das ist unsere Anspruch als Multichannel-Versender, den wir mit dem Launch der iPad-App einmal mehr bekräftigen“, erklärt Richard Reitzner, Geschäftsführer von HSE24. „Mobile Technologien sind auf dem Vormarsch – gerade auch bei der Generation 50 Plus, die zur Kernzielgruppe von HSE24 zählt. Durch die einfache*

*Bedienbarkeit unserer App bieten wir unseren Kunden einen erkennbaren Mehrwert, jederzeit und an jedem Ort.“*

### **Live-Shopping via IPTV**

- Auf der diesjährigen CeBIT haben die Deutsche Telekom und HSE24 den ersten Showcase für eine interaktive Shopping-Applikation für die TV-Plattform Entertain vorgestellt. Über den „Red Button“ der Fernbedienung können die Zuschauer in Zukunft parallel zum laufenden Programm auf HSE24 ihre Wunschprodukte bestellen und sich zusätzliche Produktinformationen und -varianten anzeigen lassen. Ein Termin für den Roll-Out steht derzeit noch nicht fest.

*„Teleshopping ist impulsgetrieben. Das heißt, die Kunden wollen sofort reagieren, wenn ihnen ein Produkt in der laufenden Live-Sendung gefällt. Der Showcase demonstriert eindrücklich, wie einfach Einkaufen über den ‚Red Button‘ der Fernbedienung sein kann – ganz intuitiv und mit wenigen Schritten. Wir freuen uns, dass die Deutsche Telekom HSE24 als Partner für diese innovative Shopping-Lösung gewählt hat.“*, so Richard Reitzner, Geschäftsführer HSE24.

### **Meilensteine**

- 1995:** Start HSE24
- 1998:** Einführung des Online-Shops [www.hse24.de](http://www.hse24.de)
- 2004:** Einführung Live-Streaming auf [www.hse24.de](http://www.hse24.de)
- 2007:** Einführung einer Video-on-Demand-Bibliothek auf [www.hse24.de](http://www.hse24.de)
- 2009:** Launch *HSE24 Extra*
- 2010:** Launch *HSE24 Trend*  
Launch *HSE24 Mobile*
- 2011:** HSE24 auf ‚Select Video‘ von Kabel Deutschland  
Start HbbTV  
Start HD-Kanal  
Showcase IPTV für T-Entertain  
Launch HSE24 Italien  
Einführung iPad-App *HSE24 tablet*