

Teleshopping

Marktführer im Überblick

Teleshopping-Kanäle sind aus rechtlicher Sicht keine klassischen Rundfunkanbieter sondern sogenannte Telemedien. Sie sind daher zulassungsfrei und unterliegen dem Rundfunkstaatsvertrag bzw. dem Telemediengesetz.

„Die Abgrenzung, ob zulassungspflichtiger Rundfunk oder ein nicht-zulassungspflichtiger Informations- und Kommunikationsdienst vorliegt, ist in vielen Fällen schwierig. Nach dem Rundfunkstaatsvertrag sind Telemedien – abgesehen von § 3 Nrn. 24 und 25 TKG – alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste, die kein Rundfunk sind.“ (LMK)

Der deutsche Teleshopping-Markt wird derzeit von vier Programmanbietern beherrscht:

QVC Handel LLC & Co. KG

Programmanbieterin: QVC Handel LLC & Co. KG
Rhein Studios, Plockstraße 30, 40221 Düsseldorf
Internet: <http://www.qvc.de/>
Sendestart: 1.12.1996

Das Unternehmen betreibt in Deutschland die TV-Kanäle QVC, QVC Plus und QVC Beauty & Style. Bei QVC erwartet die Kunden ein Produktmix aus den Bereichen Fashion, Beauty, Wohnen, Hobby, Kochen und Technik.

Umsatz 2015: 754 Mio. Euro

Reichweite: Deutschland: 41 Mio. TV- Haushalte in Deutschland und Österreich

HSE24

Programmanbieterin: Home Shopping Europe GmbH
Münchener Straße 101 h, 85737 Ismaning
Internet: <http://www.hse24.de/>
Sendestart: 16.10.1995

Der Homeshopping-Sender HSE24 präsentiert ganztägig Produkte z. B. aus den Bereichen Beauty, Wellness, Schmuck, Home & Living, Haushalt, Mode, Heimwerken, Sport, Heim & Garten sowie Home Electronics, die über das Telefon oder den Online-Shop (www.hse24.de) bestellt werden können. In Deutschland, Österreich und der Schweiz präsentiert sich HSE24 mit den Sender-Marken HSE24, HSE24 Extra und HSE24 Trend.

Umsatz 2015: 626 Mio. Euro

Reichweite: 42 Mio. TV- Haushalte in Deutschland, Österreich und der Schweiz

1-2-3.tv

Programmanbieterin: 1-2-3.tv GmbH
Medienallee 24, 85774 Unterföhring
Internet: <http://www.1-2-3.tv/>
Sendestart: 1.10.2004

Bei dem Programm 1-2-3.tv handelt es sich um einen interaktiven Einkaufskanal (Home- / Teleshopping). Die angebotenen Produkte werden in einem variablen Preismodell verkauft. Während der Live-Präsentation haben die Zuschauer die Möglichkeit, Kaufpreisangebote für das jeweilige Angebot im Internet, per Telefon oder SMS abzugeben.

Umsatz 2015: 108 Mio. Euro

Channel21

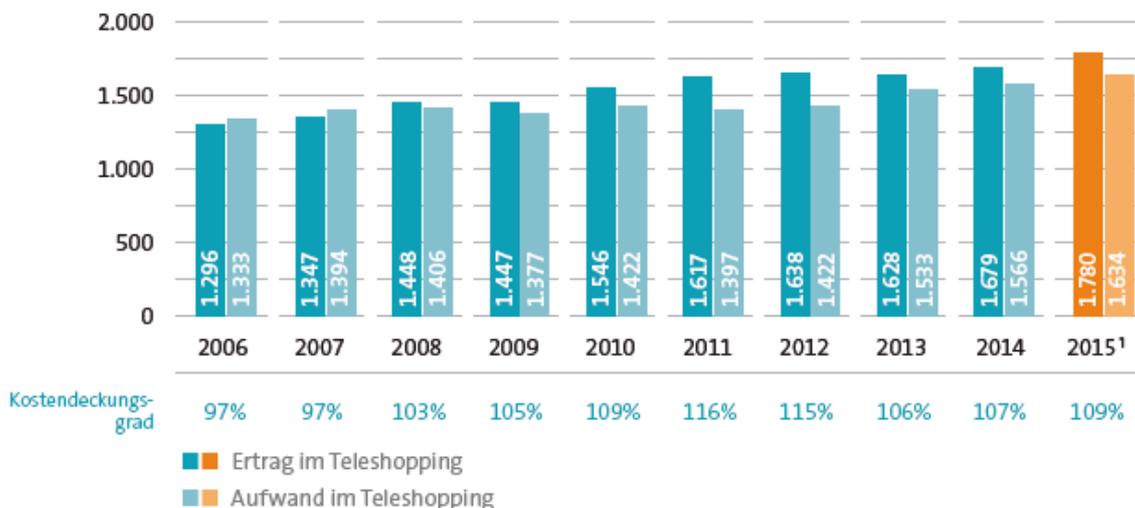
Programmanbieterin: Channel21 GmbH
Großer Kolonnenweg 18 d 30163 Hannover
Internet: <http://www.channel21.de/>
Sendestart: 1.3.2001

Channel21 (ehem. RTL Shop) ist ein 24-stündiger Fernseheinkaufskanal, der ein breites Warensortiment von Elektronikartikeln über Haushaltswaren bis hin zu Kosmetikprodukten und Mode vertreibt. Die Vermarktung der Produkte erfolgt auch über das Internet.

Umsatz 2014: 40 Mio. Euro

"Neben den großen Teleshopping-Anbietern, zu denen mit Sonnenklar TV auch ein erfolgreiches „TV-Reisebüro“ gehört, ist der Markt durch eine Vielzahl kleinerer Anbieter gekennzeichnet, die vor allem mit voraufgezeichneten sog. Infomercials aktiv sind. Hierbei handelt es sich um längere Werbeclips, die eine direkte Bestellmöglichkeit der Produkte beinhalten. Die Anbieter- und Senderlandschaft in diesem Bereich unterliegt dabei einer relativ hohen Fluktuation." (Quelle ALM Jahrbuch 2015/2016, S. 106f.).

Geschäftsentwicklung im Teleshopping 2006–2015 | in Mio. Euro



Quelle: ALM Jahrbuch 2015/2016, Abb. 34 auf S. 107

Quellen / weitere Informationen

Kommission zur Ermittlung der Konzentration (KEK): Mediendatenbank. <https://www.kek-online.de/medienkonzentration/mediendatenbank/#/>

Presseportal/Pressemappe 1-2-3.tv 2009: Auktionssender 1-2-3.tv weiter auf Erfolgskurs. http://www.presseportal.de/pm/55458/1354919/1_2_3_tv

N.N. / Digital Fernsehen 2009: Teleshoppingkanäle profitieren von Wirtschaftskrise. http://www.digitalfernsehen.de/news/news_735216.html

Die Medienanstalten / ALM GbR (Hrsg.) 2015: Jahrbuch 2015/2016 – Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland. Berlin. Download unter: <https://www.die-medienanstalten.de/publikationen/jahrbuch/jahrbuch-20152016-landesmedienanstalten-und-privater-rundfunk-in-deutschland>

Guthenson, David: Die Hausfrauenflüsterer. <https://www.zeit.de/entdecken/2019-12/teleshopping-fernsehen-konsum-tv-sender/komplettansicht>