

Artikel drucken

Klicken Sie bitte [hier](#), um diese Seite jetzt auszudrucken.

Günstig 4 Wochen testen und Geschenk sichern - das Handelsblatt Probeabo

Abo-Service Handelsblatt Tel.: 0180.2 782 782 (0,06 € pro Anruf)

Unternehmen > Marketing Channel

HANDELSBLATT, Montag, 23. Januar 2006, 14:00 Uhr

Auktions-TV in Deutschland

Das Potential verspricht den fünffachen Umsatz

Die Aussichten für ein erfolgreiches Auktionsfernsehen in Deutschland sind offenbar gut. In der Studie ‚TV-Shopping and T-Commerce in Europe‘ prognostiziert Goldmedia für das Jahr 2008 in Deutschland einen Umsatz von 2,7 Milliarden Euro. Doch was tatsächlich möglich ist, zeigen Anbieter in Großbritannien.



Hier erwirtschafteten Anbieter bereits 2003 über 2,2 Milliarden Euro, 2008 soll ihr Umsatz auf 3,8 Milliarden Euro steigen. Mit der schnellen Verbreitung der digitalen Technologie und damit der Vervielfachung der Sendekanäle ging in Grossbritannien die Konzeption neuer TV-Geschäftsmodelle einher - und die Differenzierung der einzelnen

Senderprofile hin zu hochspezialisierten Spartensendern. Heute verfügt Großbritannien über insgesamt 279 Spartenkanäle, an erster Stelle mit knapp 40 Kanälen steht der T-Commerce.

Wie die Firma Thomas Melles - controlling management berichtet, sieht das in Deutschland - trotz einer ungleich größeren Einwohnerzahl - noch ganz anders aus: 2003 machte der klassische Versandhandel in Deutschland einen Umsatz von 21 Milliarden Euro (Großbritannien: 13,3 Milliarden). Die rund 15 deutschen T-Commerce-Kanäle erwirtschafteten 2003 einen Umsatz von 1,3 Milliarden Euro (Großbritannien: 2,2 Milliarden). Inzwischen bietet der junge deutsche Markt seinen Zuschauern mit 1-2-3.tv einen etablierten TV-Auktionskanal sowie mit arena einen Newcomer mit guten Erfolgsaussichten.

Nach Berechnungen von Melles erwirtschaftete das deutsche Auktionsfernsehen im ersten vollen Geschäftsjahr (2005) bereits einen Netto-Umsatz von ca. 40 Millionen Euro (inkl. Call-Erlösen). Allein für 2006 erwartet Melles - ohne Berücksichtigung neuer Wettbewerber - eine Verfünffachung des Umsatzes. Auch der Vergleich der Brutto-Nachfrage (Umsatz vor Storni und Retouren) zwischen dem in 5 Jahren etablierten Auktions-TV in Großbritannien und dem relativ jungen Markt in Deutschland lässt mittelfristig für den deutschsprachigen und übrigen europäischen Markt einen Umsatzmultiplikator im zweistelligen Bereich erwarten.

www.controlling-management.de

Nutzungshinweise:

Die in Handelsblatt.com veröffentlichten Artikel, Daten und Prognosen sind mit größter Sorgfalt recherchiert. Nachrichten und Artikel beruhen teilweise auf Meldungen der Nachrichtenagenturen AP, AFP, ddpADN, dpa, sid, Reuters, und vwd. Dennoch können weder die Verlagsgruppe Handelsblatt noch deren Lieferanten für die Richtigkeit eine Gewähr übernehmen. Das Handelsblatt weist ausdrücklich darauf hin, dass die veröffentlichten Artikel, Daten und Prognosen keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren oder Rechten darstellen. Sie ersetzen auch nicht eine fachliche Beratung. Die Verlagsgruppe Handelsblatt versichert zudem, dass persönliche Kundendaten mit größter Sorgfalt behandelt und nicht ohne Zustimmung der Betroffenen an Dritte weitergegeben werden. Alle Rechte vorbehalten.

Die Reproduktion oder Modifikation ganz oder teilweise ohne schriftliche Genehmigung des Verlages ist untersagt.

All rights reserved. Reproduction or modification in whole or in part without express written permission is prohibited.

Schließen