

Auktionssender 1-2-3.tv erreicht Gewinnzone

- **1-2-3.tv nachhaltig profitabel**
- **Nettogewinn für 2009 in mittlerer einstelliger Millionenhöhe erwartet**
- **Mehr als 909.000 registrierte Bieter**

Unterföhring, 24. August 2009 – 1-2-3.tv hat nachhaltig die Gewinnzone erreicht. Der Auktionsfernsehsender liegt im ersten Halbjahr 2009 um rund 44 Prozent über dem erwarteten Ergebnis. „Wir haben den Break Even bereits im Oktober 2008 erreicht“, erläutert Dr. Andreas Büchelhofer, Mitgründer und Geschäftsführer der 2004 gegründeten 1-2-3.tv GmbH, „seither schreiben wir kontinuierlich schwarze Zahlen“.

Für 2009 erwartet Büchelhofer einen Nettogewinn in Höhe eines mittleren einstelligen Millionenbetrages und ist weiterhin von dem wirtschaftlichen Erfolg seines innovativen Teleshopping-Konzepts überzeugt. „Die Zahlen des ersten Halbjahres beweisen nachdrücklich, dass sich das Modell Auktionsfernsehen erfolgreich im Markt etabliert hat. Trotz Wirtschaftskrise liegt die Entwicklung von 1-2-3.tv in 2009 deutlich über Plan.“

Vorausgegangen waren im vergangenen Jahr diverse strategische Optimierungen. Unter anderem wurde der Internetanteil am Umsatz von 16,8 Prozent auf 22,2 Prozent ausgebaut. Die Sortimentsstruktur wurde durch renommierte Marken wie Gucci, Adidas oder Sony ergänzt und auch die Reichweite des Senders mit einem über ProSieben verbreiteten Sendefenster und einer nahezu flächendeckenden analogen Kabelverbreitung in zehn Bundesländern kontinuierlich weiter ausgebaut. „Die Zusammenarbeit mit ProSieben hat sich als gelungenes Modell bewährt. Wir planen nach deren Auslaufen daher zurzeit ähnliche Kooperationen mit anderen Sendern“, so Büchelhofer.

Das in Deutschland vor knapp fünf Jahren neu eingeführte Auktionsfernsehen hat seinen festen Kundenkreis gefunden. Keine andere Verkaufsform eignet sich besser, Restposten und Lagerüberhänge anderer Händler in kurzer Zeit abzuverkaufen. „Die allgemeine Krise in Europa bietet für uns hervorragende Beschaffungsmöglichkeiten und ermöglicht dadurch den weiteren Ausbau unserer Tiefstpreisstrategie.“

Weitere Details zu 1-2-3.tv:

Das Produktsortiment von 1-2-3.tv setzt sich aus über 20.000 verschiedenen Marken- und Qualitätsprodukten zusammen, darunter Uhren und Schmuck, Haushaltswaren, Mode, Technik, Handwerk, Wellness und verschiedene Sammlerobjekte. Die Strategie setzt vermehrt auf bekannte Marken wie Gucci, Armani, Adidas, Nike, Puma, Lacoste, Samsung, Sony, Sony Ericsson, Nintendo, Nokia, Motorola oder Philips, die mittlerweile vermehrt von internationalen Restpostenmärkten bezogen werden. Besonders erfolgreich sind zudem Kooperationen mit acht der zehn größten Versandhäuser Deutschlands, von denen qualitativ hochwertige Restposten bezogen werden.

Die Kundenstruktur von 1-2-3.tv ist mit 50 Prozent Männern und einem Durchschnittsalter von 49 Jahren deutlich männlicher und jünger als die anderer Teleshoppinganbieter im deutschen Markt. Insgesamt sind bei dem Auktionssender über 909.000 Zuschauer als Bieter registriert.

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. 3i und Sky haben ihre Anteile an 1-2-3.tv Anfang des Monats aus strategischen Gründen an den Münchner Secondary Investor Cipio Partners, die Altgesellschafter und das Management von 1-2-3.tv abgegeben. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart.

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. Seit Sendestart im Oktober 2004 haben sich über 909.000 Kunden registriert, um an den vielseitigen Auktionen via Telefon und Internet teilzunehmen. Derzeit ist 1-2-3.tv analog im Kabel von Baden-Württemberg, Berlin, Brandenburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen, teilweise partagiert, zu empfangen. 1-2-3.tv ist täglich 20 Stunden live auf Sendung. Digital wird der Sender bundesweit via Satellit und Kabel verbreitet und läuft gleichzeitig per Livestream im Internet. 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

Pressekontakt

1-2-3.tv GmbH
Anika Baudisch
Medienallee 24
85774 Unterföhring
tel: 089-552717-702
mail: anika.baudisch@1-2-3.tv