



## **Auktionssender 1-2-3.tv weiter auf Erfolgskurs**

- **Erfolgreichstes Jahr seit Firmengründung**
- **Nettoumsatz steigt zum Vorjahr um 13 Prozent auf 87,6 Mio. Euro**
- **Rang 3 in der deutschen Teleshoppingbranche**
- **Reichweitensteigerung um weitere 2,14 Mio. deutsche Haushalte**

**Unterföhring, 18. Februar 2009** – Der Auktionsfernsehsender 1-2-3.tv kann auf das bisher erfolgreichste Geschäftsjahr seit Gründung vor vier Jahren zurückblicken. Die Münchner Firma steigerte ihren Umsatz in 2008 um rund 13 Prozent zum Vorjahr auf 87,6 Millionen Euro netto nach Retouren (2007: 77,6 Mio. Euro) und verdrängte damit den Konkurrenten RTL Shop von Rang drei der deutschen Teleshoppingbranche. Der Internetanteil betrug dabei 20 Prozent. Besonders erfolgreich war das letzte Quartal, in dem mit einem Umsatz von 24,1 Millionen Euro aus 16.500 Auktionen erstmals ein knapp siebenstelliger Gewinn erzielt wurde.

Dr. Andreas Büchelhofer, Gründer und Geschäftsführer von 1-2-3.tv: „Das Ergebnis 2008 zeigt eindrucksvoll, dass sich das innovative Konzept von 1-2-3.tv nachhaltig und erfolgreich im Markt positionieren konnte. Das neu in Deutschland eingeführte Auktionsfernsehen hat seinen festen Kundenkreis gefunden. Keine andere Verkaufsform eignet sich besser, sehr rasch Restposten- bzw. Lagerüberhänge anderer Händler abzuverkaufen. Die Nutzer profitieren von der steten Verbesserung unserer Sortimentsstruktur.“ Im vergangenen Jahr bot 1-2-3.tv zahlreiche renommierte Marken wie Gucci, Puma oder Sony zu besonders günstigen Preisen an. „Wir sind überzeugt, dass das Schnäppchenfernsehen, das 1-2-3.tv bietet, auch in Krisenzeiten ein hochattraktives Angebot bleibt,“ so Büchelhofer weiter. „Die allgemeine Krise bietet in Europa auch hervorragende Beschaffungsmöglichkeiten aus dem Bereich Markenrestposten. So können wir unsere Tiefpreisstrategie sogar noch weiter ausbauen.“

Auch die kontinuierlich steigenden Kundenzahlen belegen den Erfolg des Geschäftsmodells. Die Anzahl der Registrierten stieg im Vorjahresvergleich von 638.000 auf 789.000 um rund 20 Prozent. Alleine im letzten Quartal konnten 34.500 Neuanmeldungen verzeichnet werden. Insgesamt wurden in 2008 rund 69.000 Auktionen durchgeführt und 4,35 Millionen Pakete versendet.

Neben dem Umsatzwachstum konnte 1-2-3.tv auch seine Reichweite im deutschen Kabelnetz ausbauen. Seit Januar 2009 ist der Schnäppchen-Sender zusätzlich von 6.00 Uhr bis 15.00 Uhr und in einigen Gebieten von 08.00 Uhr bis 20.00 Uhr im analogen Kabelnetz von Kabel Baden-Württemberg empfangbar. Der Auktionssender dehnte seine aktuelle Distribution damit um weitere 2,14 Millionen auf 24,8 Millionen Haushalte aus.



„Ich freue mich sehr, dass wir mit Kabel Baden-Württemberg einen weiteren, starken Distributionspartner gefunden haben. 1-2-3.tv hat sich seit seinem Start in 2004 dynamisch entwickelt. Unser Ziel bleibt es auch weiterhin, alle möglichen Verbreitungswege für unser Programm zu nutzen, um so weitere Zielgruppen zu erreichen, die Teleshopping bisher vielleicht noch gar nicht genutzt haben,“ so Dr. Andreas Büchelhofer.

Für die Zukunft erwartet der Auktionssender weiteres Wachstum durch ein modernes, innovatives Produktangebot im Internet. Dabei soll der Internetanteil am Verkauf innerhalb der kommenden Jahre auf über 30 Prozent wachsen.

#### **Weitere Details zu 1-2-3.tv:**

Das Produktsortiment von 1-2-3.tv setzte sich im Jahr 2008 aus über 18.900 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 Phillips, die mittlerweile vermehrt von internationalen Restpostenmärkten bezogen werden. Besonders erfolgreich sind auch die Kooperationen mit acht der zehn größten Versandhäuser Deutschlands. Auch hier werden qualitativ hochwertige Restposten bezogen.

Die Kundenstruktur von 1-2-3.tv ist mit 51,4 Prozent Frauen und einem Durchschnittsalter von 48,8 Jahren deutlich männlicher und jünger als die der vergleichbaren Mitkonkurrenten.

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, 3i und das französische Beteiligungsunternehmen Iris Capital. Außerdem ist Premiere an dem Auktionssender beteiligt.

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 rund 789.000 Kunden registriert, um an den vielseitigen Auktionen via Telefon und Internet teilzunehmen. Derzeit ist 1-2-3.tv analog im Kabel von Baden-Württemberg, Hessen, Nordrhein Westfalen und Berlin partagiert zu empfangen. Digital wird der Sender bundesweit via Satellit und Kabel verbreitet. 1-2-3.tv ist täglich 20 Stunden live auf Sendung. 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 Gneiting  
Medienallee 24  
85774 Unterföhring  
tel: 089-552717-702  
mail: anika.gneiting@1-2-3.tv