

Teleshopping in Deutschland – Facts und Charts

Chart 1 Teleshopping in Deutschland: Nettoumsatz, 2000-2007

Der Nettoumsatz im deutschen Teleshoppingmarkt hat sich zwischen 2000 und 2007 von 390 Mio. Euro auf 1,14 Mrd. Euro nahezu verdreifacht. Das durchschnittliche jährliche Wachstum (Compound Annual Growth Rate: CAGR) betrug in diesem Zeitraum 17 Prozent. Seit 2005 ist ein deutlich verlangsamtes, jedoch nach wie vor stetiges Wachstum zu beobachten.

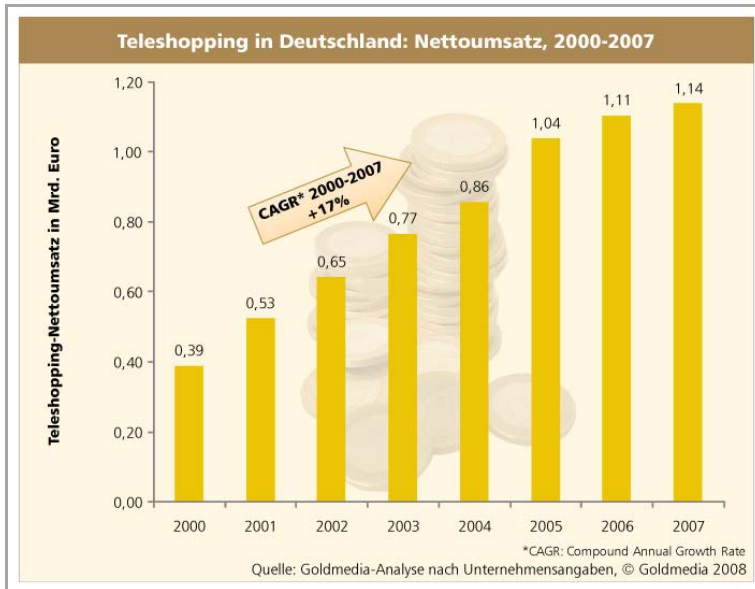


Chart 2 Teleshopping in Deutschland: Mitarbeiter gesamt, 2000-2007

Die Gesamtzahl der Mitarbeiter der deutschen Teleshoppinganbieter hat sich zwischen 2001 und 2007 von 3.480 auf etwa 6.600 fast verdoppelt. Diese Zahl umfasst sowohl direkte Mitarbeiter der Teleshoppingunternehmen als auch solche Mitarbeiter, die über externe Dienstleister (insb. Call Center) indirekt, jedoch ausschließlich für die Teleshoppinganbieter tätig sind. Das durchschnittliche jährliche Wachstum (Compound Annual Growth Rate: CAGR) betrug in diesem Zeitraum 16 Prozent.

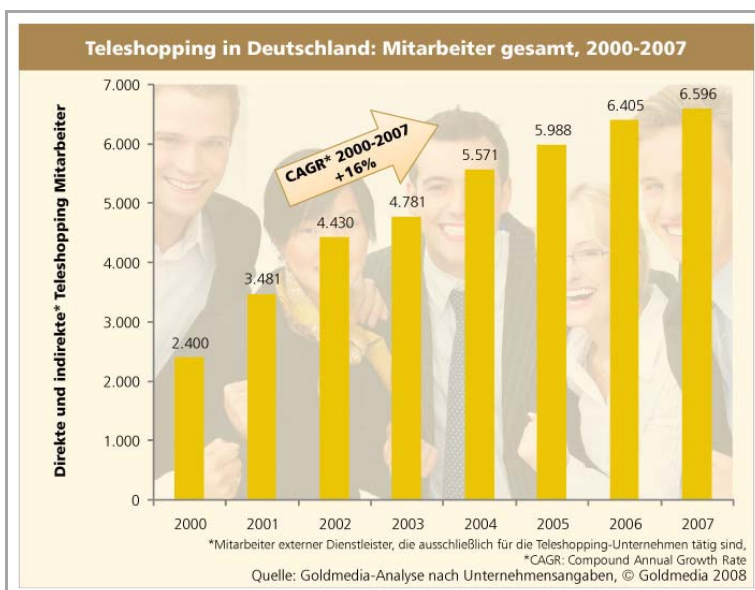


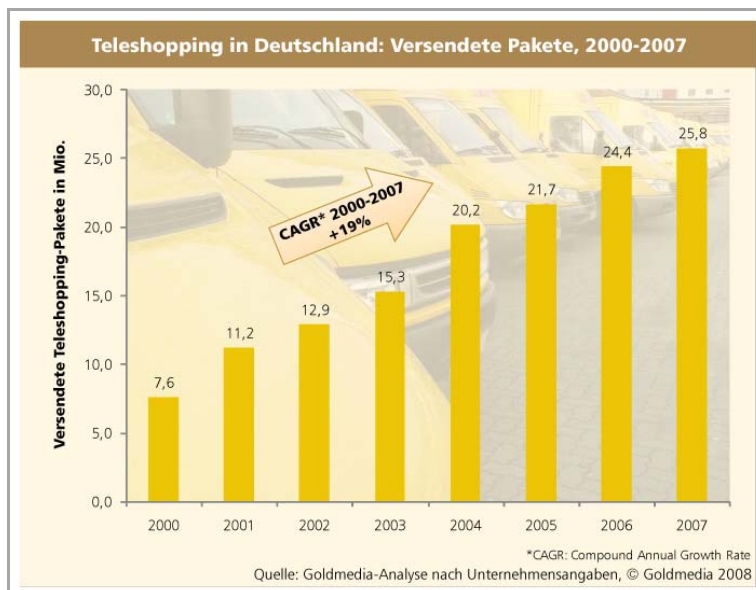
Chart 3 Teleshopping in Deutschland: Handled Calls, 2000-2007

Die Zahl der abgewickelten Anrufe durch die deutschen Teleshoppinganbieter hat sich seit 2000 von 15,1 Mio. auf 43,3 Mio. in 2007 nahezu verdreifacht. Das durchschnittliche jährliche Wachstum (Compound Annual Growth Rate: CAGR) in diesem Zeitraum betrug 16 Prozent.



Chart 4 Teleshopping in Deutschland: Versendete Pakete, 2000-2007

Die Zahl der von deutschen Teleshoppinganbietern versendeten Pakete hat sich seit 2000 von 7,6 Mio. auf 25,8 Mio. in 2007 mehr als verdreifacht. Das durchschnittliche jährliche Wachstum (Compound Annual Growth Rate: CAGR) in diesem Zeitraum betrug 19 Prozent.



Quelle: Goldmedia-Analyse nach Unternehmensangaben, 2008
Grafiken befinden sich zum Download unter: www.Goldmedia.de