

Pressemitteilung

### **Virtuelle Einkaufsgalerie bietet neue Optionen für attraktives Online Shopping**

12 Jahre uniformierte Langeweile sind genug. Kunden und Lieferanten schlagen Alarm und fordern neue Teleshopping-Formate

Luxemburg/Hamburg: 7. April 2008

***Aufbauend auf der Konvergenz von Informations-, Kommunikations- und Organisations-Management stellt die EuproMedia S.A. aus Luxemburg ausgewählten internationalen Kunden eine hochleistungsfähige multimediale Transaktions-Plattform zur effizienten Positionierung und Vermarktung anspruchsvoller Produkte und Dienstleistungen über digitale Distributionswege zur Verfügung.***

Mit ihrer virtuellen Einkaufsgalerie euromall24 und ihrem Satelliten-Fernsehsender em24 adressiert die Luxemburgische EuproMedia S.A. Zielkunden in ganz Europa. Dabei stellt sie ihre neuartige multimediale Transaktions-Plattform ausgewählten internationalen Partnern als Full Service Leistung zur Verfügung. Der Schwerpunkt liegt auf einer kulturadäquaten Visualisierung von Kaufanreizen und den damit verbundenen Geschäftsprozessen. Im Gegensatz zu etablierten Online-Händlern betreibt die EuproMedia S.A. jedoch keinen eigenen Shop. Vielmehr bietet sie eine hocheffiziente Infrastruktur zur Produktion und Verteilung von Infomercials, Verkaufshows, Imagewerbung und ähnliche Formate. Diese sollen über eine gemeinsame Plattform in unterschiedliche digitale Distributionskanäle (Internet, terrestrisches und Satellitenfernsehen sowie Kabel) vornehmlich im deutschsprachigen Raum eingespeist werden.

Dazu Klaus Haensch, Vorstand für Vertrieb und Logistik bei der EuproMedia S.A.: „Die euromall24 steht nicht im Wettbewerb mit anderen Online-Präsenzen und Sendungen um bestmögliche Zeitfenster. Sie positioniert das in die Jahre gekommene und durch stagnierende Umsätze gekennzeichnete Teleshopping neu. Auch kleinere Anbieter werden nicht länger in die Nachtstunden verbannt. Sie bekommen vielmehr die Chance, ihre Produkte zu günstigen Konditionen in der Primetime - auch am Wochenende - einem großen Zielpublikum über Fernsehen, Kabel und Internet zu präsentieren.“

Erklärter Anspruch der EuproMedia S.A. ist es, so Haensch, gebündeltes Expertenwissen aus langjähriger Medien- und TV-Erfahrung, nachgewiesenem Procurement- und Logistik Know-how sowie zukunftsweisender Technologie-Expertise in maßgeschneiderte Kunden-Lösungen aus einer Hand zu integrieren. Über international renommierte Partner werde die Gesellschaft ihren Kunden

virtuelle Online Handelsplätzen (so genannten Teleshops) mit einer medienübergreifenden IT-Unterstützung, Call Center Funktionalität sowie einer durchgehenden logistischen Abwicklung von Bestellvorgängen und Auslieferungen inklusive Cash- und Retourenmanagement bereitstellen.

Ein professionelles Programm-Management und regelmäßige Vorankündigungen in der Fach- und Tagespresse sollen aus langweiligen Shopping-Seiten und -Shows attraktives Programm-„Fernsehen“ machen, das erklärungsbedürftige und/oder großvolumige Produkte mit modernster Multimedia-Technik präsentiert. „Teleshopping“, davon ist Klaus Haensch überzeugt, hat nach wie vor eine große Zukunft. „Allerdings nur, wenn es gelingt, die Konvergenz von Fernsehen und Internet gezielt zu nutzen, um interaktiv neue Erlebniswelten für den Konsumenten zu schaffen. Teleshopping ist in der Tat mehr als fliegende Bratpfannen und Mikrofaser-Bettwäsche.“

International operierende Handelshäuser ebenso wie Spezialanbieter aus verschiedenen Branchen vom Baumarkt über die Gesundheitsbranche bis hin zu Reiseveranstaltern haben bereits nachhaltiges Interesse an einer Belegung von Sendeplätzen dokumentiert und verhandeln mit EuproMedia über Waresegmentexklusivitäten in der euromall24. Produktionsqualität und „Erlebnissenuss“ werden wichtige Erfolgs- und Differenzierungs-Faktoren der euromall24 sein. „Gebraucht werden neue Formate, die nicht nur die Objekte der Begierde darstellen, sondern die Begierde selbst transportieren“. Dabei müsse der Spagat gelingen, die Hochwertigkeit ebenso wie die Seriosität und Zuverlässigkeit des Angebotes zu vermitteln.

Die EuproMedia S.A. wird ihre operative Geschäftstätigkeit im Herbst 2008 aufnehmen. Ab September 2008 laufen Tests für das Programm-Management und das Payout und der Sendestart der euromall24 ist für Oktober 2008 vorgesehen. Damit soll den Kunden einen rechtzeitiger Einstieg in das Weihnachtsgeschäft ermöglicht werden.

Weitere Informationen

EuproMedia S.A.  
15, Rue Edward Steichen  
L-2540 Luxembourg  
Phone: +352 (0) 27 112 7044  
Fax: +352 (0) 27 112 7200  
Email: [office@eupromedia.com](mailto:office@eupromedia.com)  
Internet: [www.eupromedia.com](http://www.eupromedia.com)