

E-Business bei KarstadtQuelle

Christian Seifert

Mitglied des Vorstands · KarstadtQuelle New Media AG

Dr. Jörg Heistermann

Director Research & Strategy · KarstadtQuelle New Media AG

Oliver Biederbeck

Senior Projekt Manager · KarstadtQuelle New Media AG

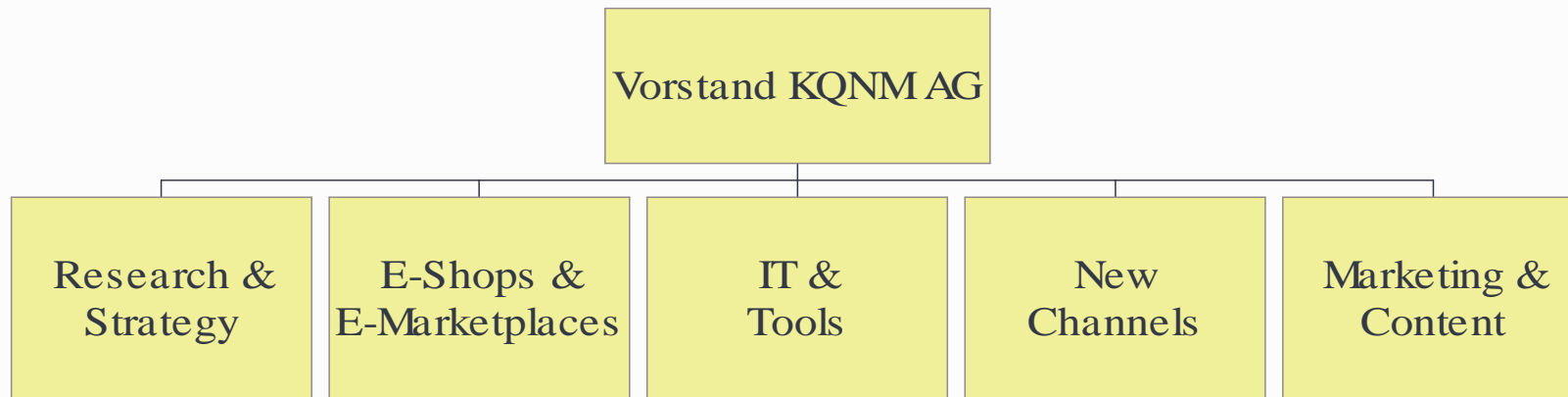
45133 Essen-Bredeney · Theodor-Althoff-Straße

15. Mai 2001



KarstadtQuelle New Media AG

Das E-Business Competence Center der KarstadtQuelle AG

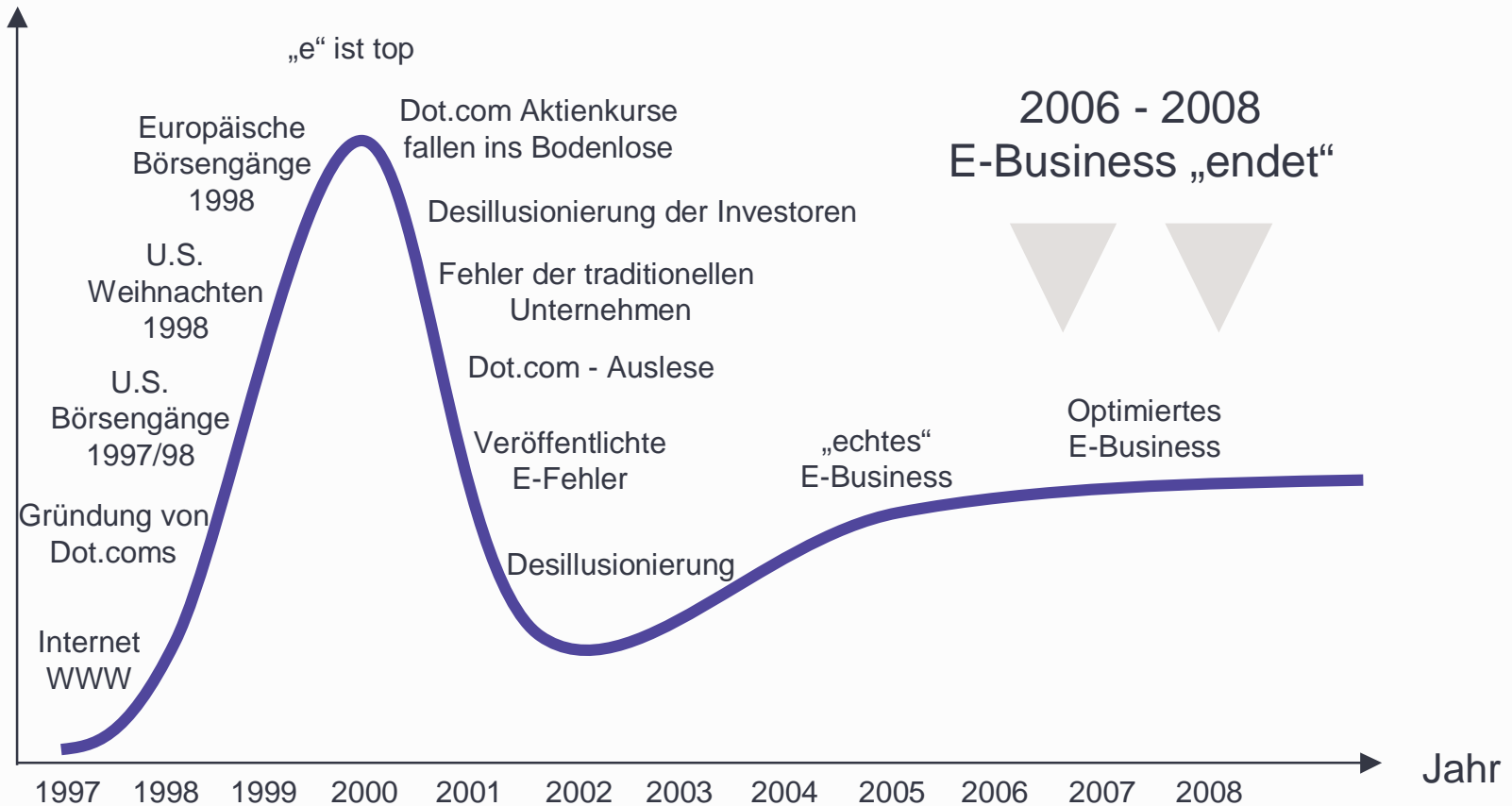


Allgemeine Trends

E-Business Publicity

Quelle: GartnerGroup 10/99

Sichtbarkeit



Technologie
Auslöser

Inflation der
Erwartungen

Tal der
Desillusionen

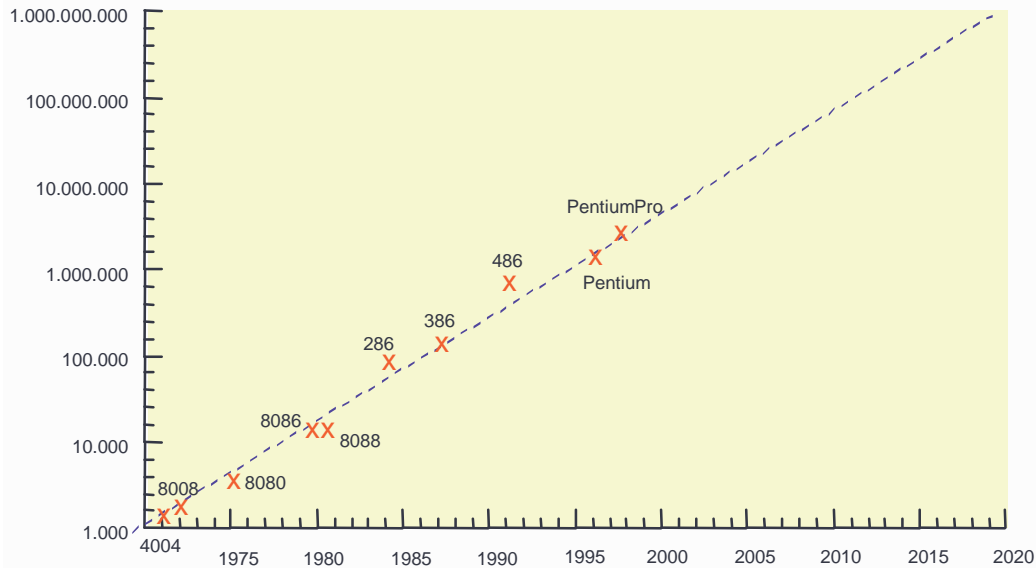
„Aufklärung“

Profitabilität

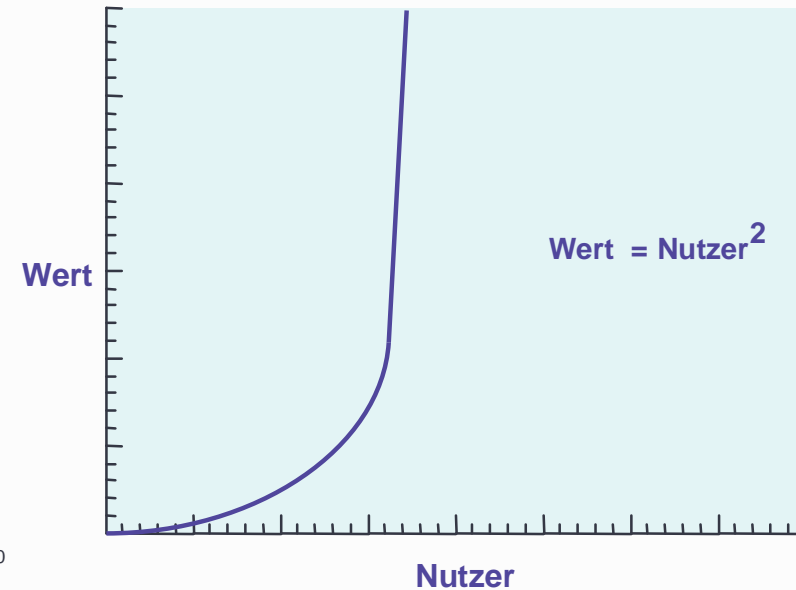
Die E-Business Ökonomie

Transistoren
pro Chip
Logarithmischer Maßstab

Moore's Gesetz



Metcalf's Gesetz



Basistypen von Transaktionskosten: *Ronald Coase*

- Suchkosten
- Informationskosten
- Verhandlungskosten
- Entscheidungskosten
- Regelungskosten
- Durchsetzungskosten

Mobile Endgeräte



Samsung



NTT DoCoMo



Motorola



HP



Ericsson



Compaq



Nokia

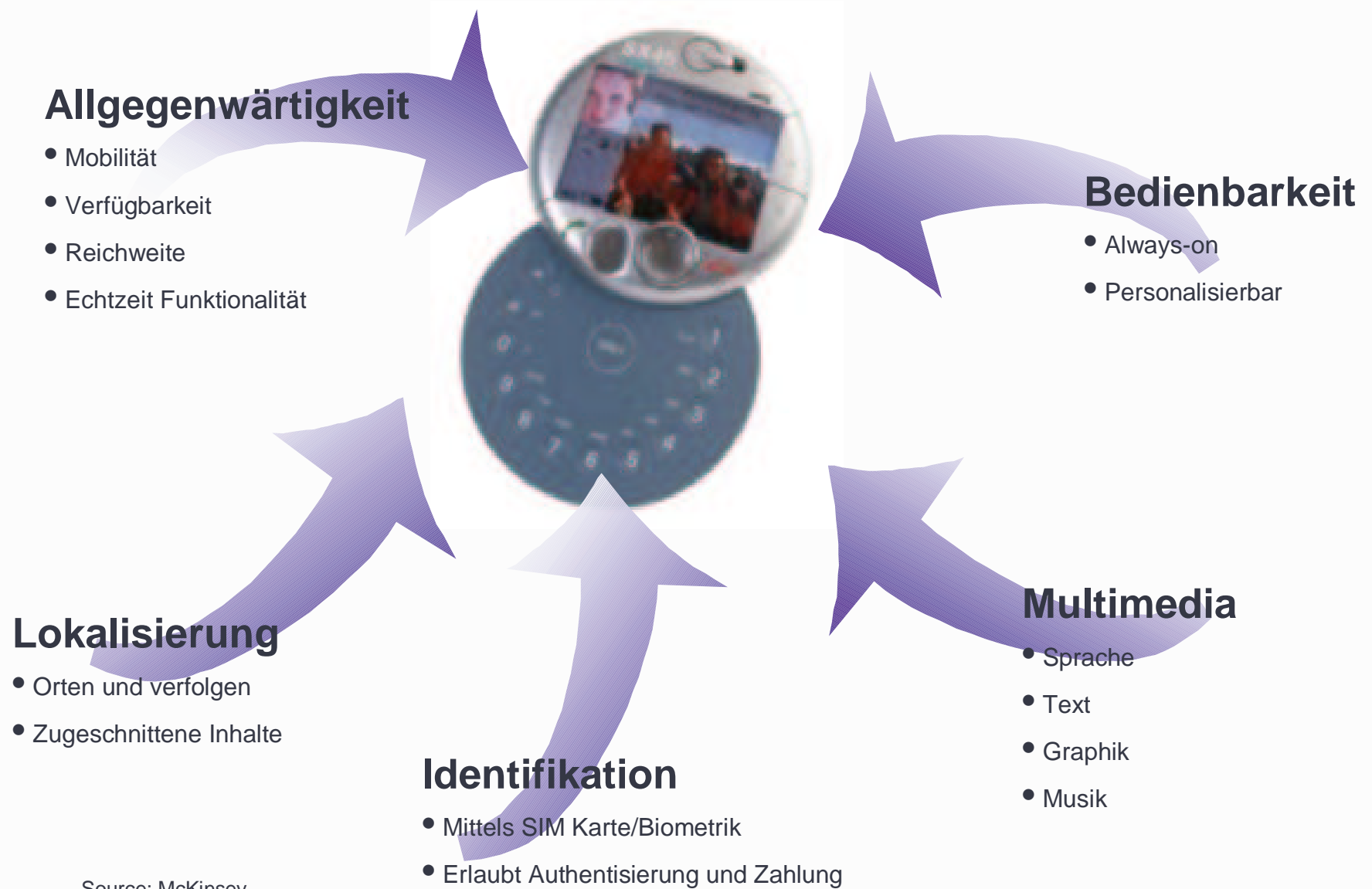


Siemens



Palm

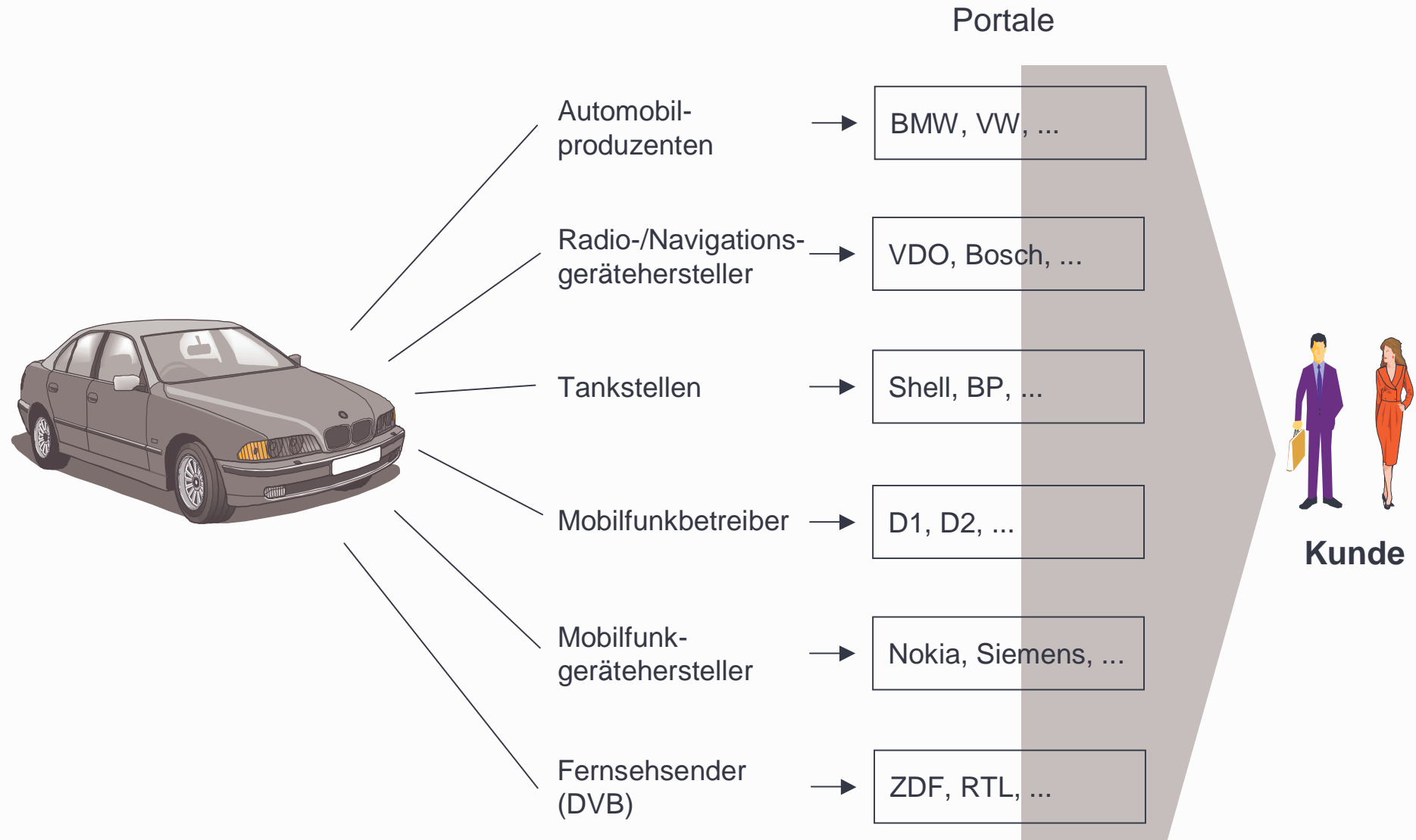
Eigenschaften mobiler Lösungen



Interaktives Fernsehen: Beispiel Golf-Turnier



Internet im Auto



B2C

KarstadtQuelle-Strategie: Multi-Channel Netzwerk



Viele Kunden und exzellente Marken als Erfolgsbasis

- ❑ Aktive Kunden mit Nutzerprofilen 18 Mio
- ❑ Touristik-Kunden pro Jahr 15 Mio
- ❑ Tägliche Präsenz in den Filialen 2,5 Mio
- ❑ Kundenkarte „Klub Karstadt“  5 Mio
- ❑ Einzigartige Bekanntheit gestützt und ungestützt sowie Sympathie

- Karstadt	99% (1.)	92% (1.)	49% (1.)
- Quelle	99% (1.)	81% (1.)	60% (1.)
- Neckermann	98% (2.)	70% (3.)	48% (3.)

Ausbau des Kundenbindungsprogramms

Value for Customer and Company

- Schaffung eines attraktiven Bonus- u. Incentivesystems
- Starke Marktpräsenz mit vielen Akzeptanzstellen
- Kundenspezifische Dienstleistungen u. Privilegien



- Expansion der bestehenden Community
- Verbesserte Kundenprofile
- Kundenbindung u. -entwicklung
- Kostenreduzierung bei der Gewinnung von Neukunden



5 Millionen Kundenkarten

Das neue Karstadt.de

Sieben Einkaufsbereiche Key-Visual Kopfzeile mit allgemeinen Elementen Ein Warenkorb



Navigation

Content Bereich

Vielzweck Bereich

eService-Points in allen Filialen

Zentrale Anlaufstelle für Kunden und Mitarbeiter



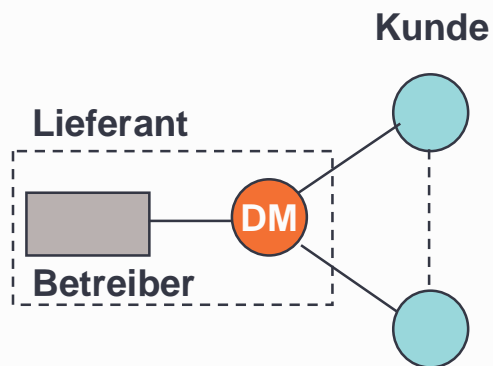
- ❑ Information und Beratung
- ❑ „Mit dem Kunden surfen“
- ❑ Annahme von Retouren
- ❑ Anlieferung der Ware an den eService-Point
- ❑ Bestellung via Computer in der Filiale

B2B

Geschäftsmodelle Digitaler Marktplätze

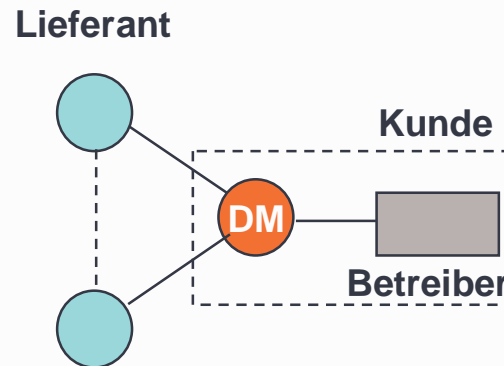
I

“Handel / Shop / Auktion“



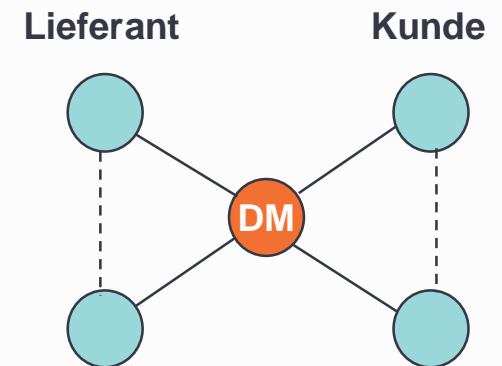
II

“Einkauf“



III

“DM“



TexYard,
OfficeYard

GNX
GlobalNetXchange

TexYard: Käuferseite

The screenshot shows the TexYard website interface for a buyer. The top navigation bar includes the TexYard logo, the tagline 'the online sourcing solution for the apparel industry', and links for 'our solution', 'buyers', 'suppliers', 'resources', and 'about us'. The main content area is titled 'Order Pricing' and displays two auction listings. The first listing is for '49 Quilted Jackets' with a currency of Euros, a start date of 15/12/2000 at 09:00, and an end date of 19/12/2000 at 17:00. The second listing is for '53 - Quilted Coat' with a starting bid of 45.00, a minimum bid decrement of 1.00, an immediate buy price of 40.00, and a reserve price of 42.00. The interface also includes a sidebar with navigation links for 'My Home', 'Auction', 'Buyer', and 'Administrator', and a footer with the copyright notice '© TexYard'.

Optionale Einstellungen:

- Startgebot und Mindeststeigerungen.
- Gewünschter Kaufpreis und maximaler Preis.
- Startzeitpunkt und Dauer.
- Strafen bei verspäteter Lieferung.

TexYard: Verkäuferseite

Bid

61 - Mens white shirts

Bid History

Bid	Bidder

Current Bid:	14.00	Euros	
Min. Bid Decrement:	.20		<i>All Prices are per Pieces</i>
Your Bid:	<input type="text" value="13.40"/>	Euros	<i>Suggested Bid: 14.00</i>
Quantity:	<input type="text" value="8.000"/>	Pieces	<input type="button" value="Refresh"/>

send email alert if outbid

Bid Agent

Min. Bid:	<input type="text" value="10.40"/>	Euros	
Quantity:	<input type="text" value="8.000"/>	Pieces	
Start Date:	<input type="text" value="12-12-2000"/>		
Start Time:	<input type="text" value="09:00"/>		
Time Delay:	<input type="text" value="10"/>	minutes	<input type="button" value="Place Bid"/>

Currency Exchange Calculator

Euros Italian Lira

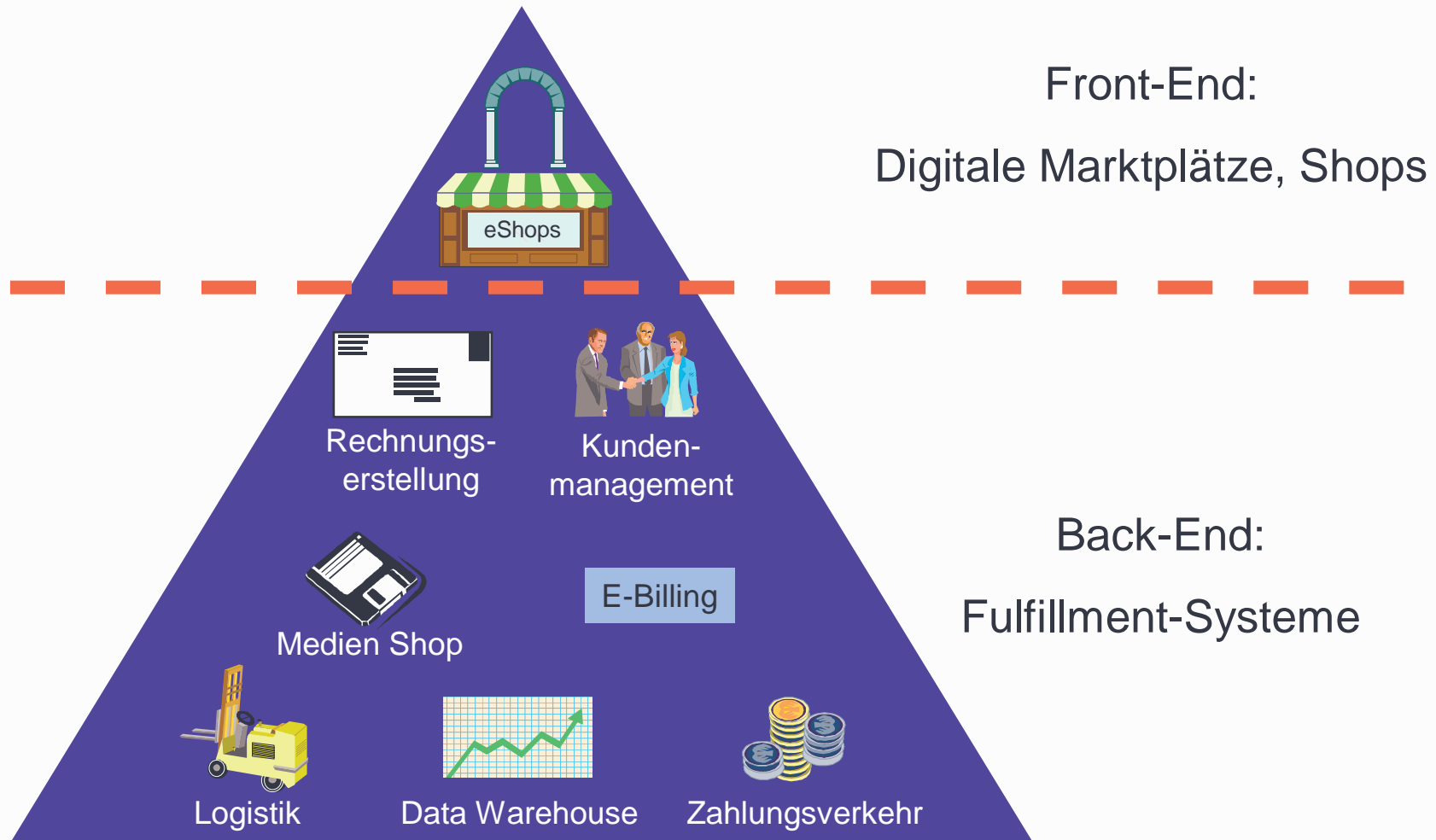
[Change my default currency](#)

© TexYard

- Der Bieter kann nur seine eigenen Gebote sehen.
- Neue Angebote können jederzeit hinzugefügt werden.
- Automatische Agenten können alternativ eingesetzt werden.

Sonstige Dienstleistungen

Das Eisberg-Phänomen



Logistikzentren

Karstadt, Neckermann und Quelle



● Hauptlogistikzentren

	Karstadt	Quelle	Neckermann
# Artikel	186.000	253.000	385.000
# ausgelieferte Stücke	531 Mio	108 Mio	76 Mio
# ausgelieferte Pakete	103.000	45 Mio	23 Mio

Back-End und andere Dienstleistungen

Itellium Systems und Services GmbH

- Systemhaus und Rechenzentrum
- Anwendungsentwicklung und E-Business Hosting

Fonetix Call Center GmbH

- Multi-media Kundendienst & Kommunikation (7*24*365)
- Bestellung, Helpdesk, Hotline, Marktforschung, Internet (Email, Co-Browsing)

servicelogiQ GmbH

- Logistik- und Fulfillment Services (Front-End, Back-End, Aftersales, etc.)
- Kunden: H.O.T., LTU, Christ, Vedes, Dresdner Bank, Audi, Flughafen Frankfurt, etc.

Profectis GmbH

- Größter Elektro-Reparaturservice im Einzelhandel in D
- Installation, Wartung und Reparatur (auch zu Hause)

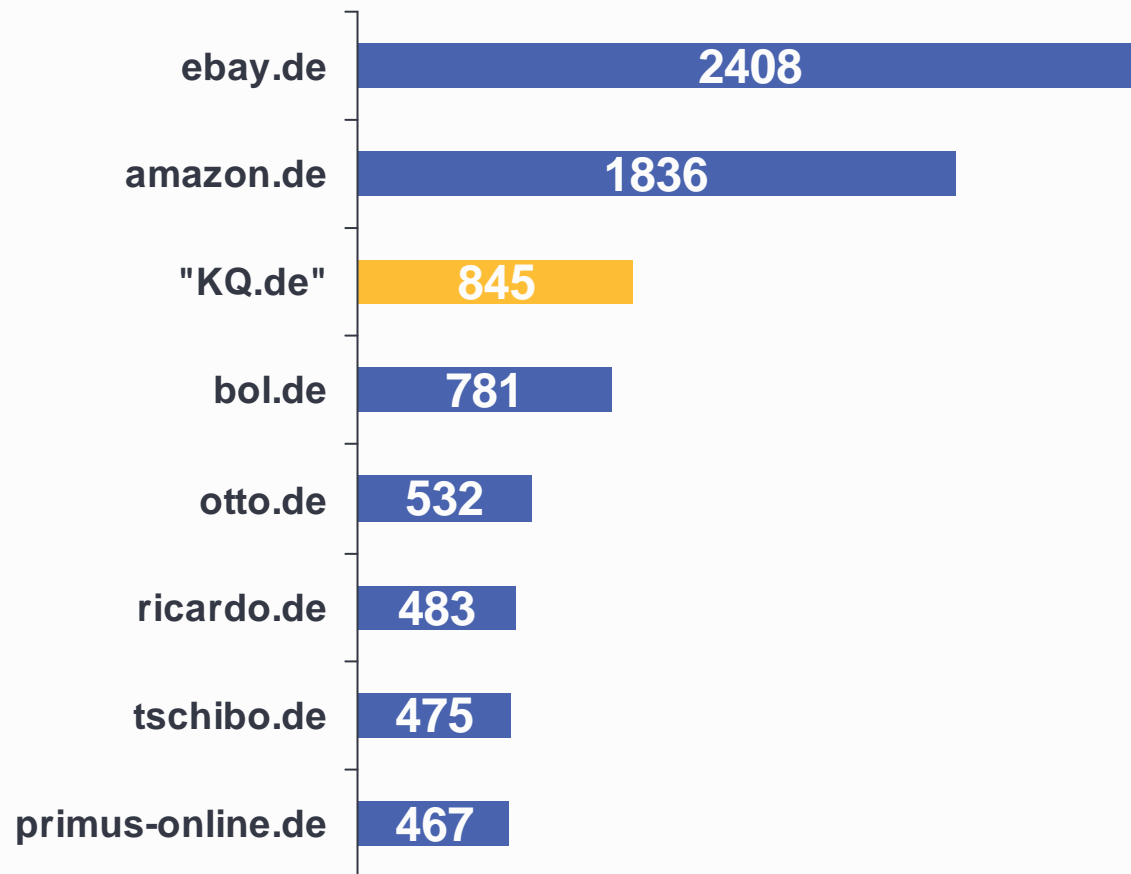
Optimus Bank

- Kundenkarten, Kredit, Spar
- Bausparen, Versicherungen, Reiseschecks, Devisen, Investment Fonds

Ergebnisse

Besucher deutscher E-Commerce Sites

März 2001 (in 000)



E-Commerce Umsätze bei KarstadtQuelle in 2000

quelle.de	660 Mio DEM	}	6,0% aller Versandumsätze
neckermann.de	210 Mio DEM		
Sonstige	10 Mio DEM		

Summe	880 Mio DEM		1999: 214 Mio DEM