



versus

KARSTADT QUELLE^{AG}



eBay vs KarstadtQuelle

- Vorstellung von eBay und KarstadtQuelle
- Vergleich der Systeme
 - Vergleich der Firmen
- KarstadtQuelle vor dem Aus, eBay auf Erfolgskurs
- Ausblick
 - Was bringt die Zukunft?



eBay Unternehmensgeschichte

- Gründung September 1995 in Kalifornien
- Einer der größten Marktplätze für den Handel im Internet
- In 32 Märkten weltweit vertreten
- Über 100 Mio. registrierte Nutzer, mehr als 50.000 Kategorien
- In Deutschland seit 1999, durch Kauf von alando



eBay Unternehmensdaten

- 2004 Umsatz von 4,33 Mrd. €
- Gewinn von 253 Mio. \$
- Mehr als 212 Mio. ausgelaufene Angebote
- 125 Mio. Nutzer weltweit, 16 Mio. in Deutschland
- 6900 Angestellte weltweit



eBay Unternehmensprinzip

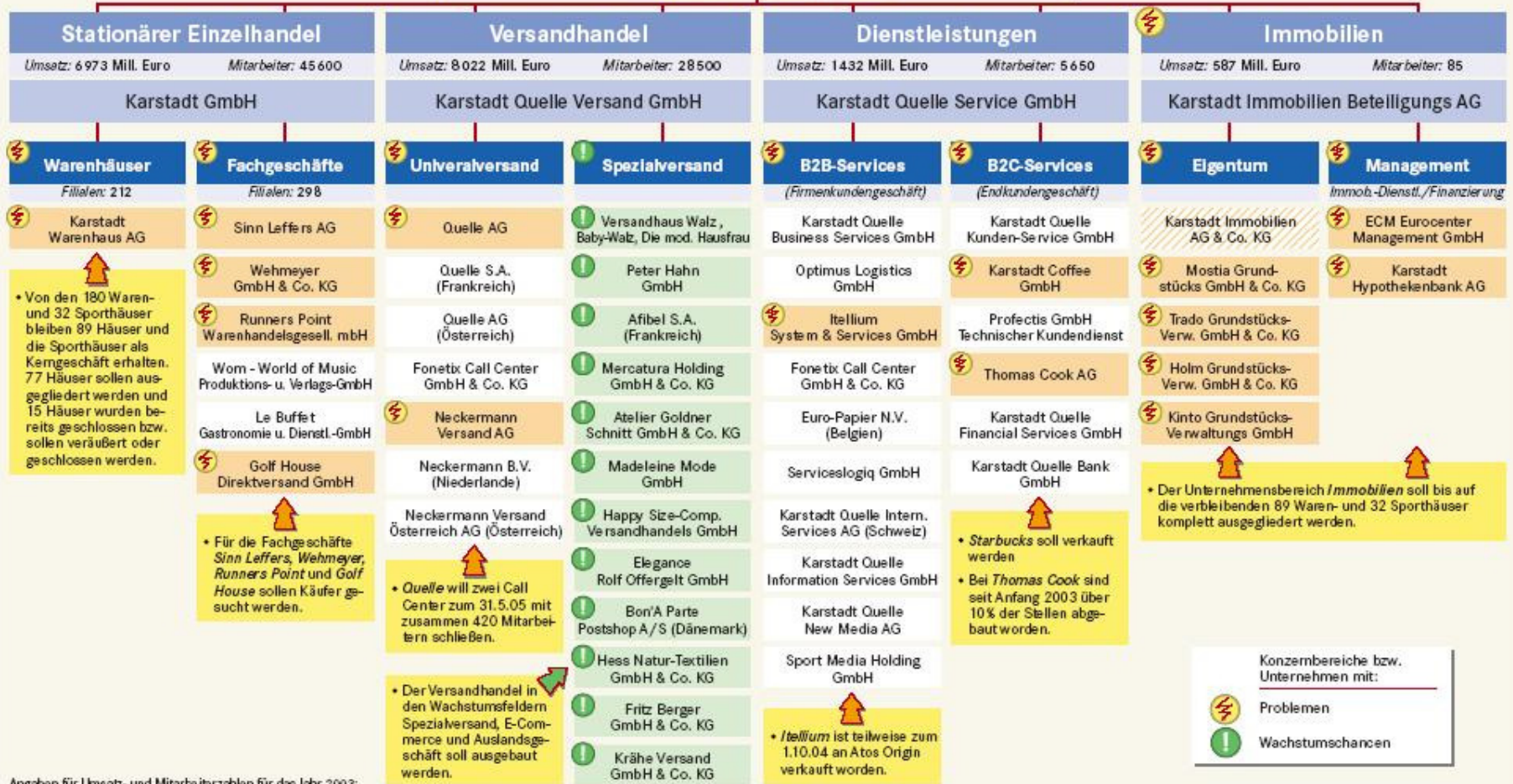
- „Der Glaube an das Gute im Menschen“
 - Gegenseitiges Vertrauen ist die einzige Sicherheit
- Vermittler zwischen Verkäufer und Käufer
- Kaum Kosten/Risiken
 - Kein Lager
 - Virtuelles Geschäft
 - Risiken tragen Nutzer
- Umsatz ist Provision, Nutzungsgebühr



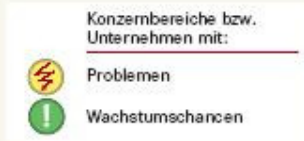
KarstadtQuelle Unternehmensgeschichte

- 1881 Gründung durch Rudolph Karstadt
- In 70er Jahren Einstieg in Reisebranche und Versandhandel
- 1999 Fusion von Karstadt und Quelle zur KarstadtQuelle AG.
- täglich 2,5 Mio. Kunden
- 189 Warenhäuser, 31 Sporthäuser und 305 Fachgeschäfte

Karstadt-Quelle AG



Angaben für Umsatz- und Mitarbeiterzahlen für das Jahr 2003;
Quellen: Karstadt-Quelle, HB-Recherche





KarstadtQuelle Unternehmensdaten

- Marktanteil am deutschen Kauf- und Warenhausgeschäft von 38%
- Warenhäuser 40 Prozent des Gesamtumsatzes
- Umsatz von 14,2 Mrd. Euro
- 2004 Verlust von 1,3 Mrd. Euro (inkl. Restrukturierungsmaßnahmen)
- knapp 100.000 Mitarbeitern (42.000 in den Warenhäusern)



KarstadtQuelle Unternehmensprinzip

- Von Anfang günstige Festpreise anstelle des sonst üblichen Handelns; schnelle Eröffnung von Filialen in 24 Städten Norddeutschlands
- Niedrige Preise und Barzahlung ermöglichten genaue Kalkulierung



Vergleich

E-Commerce

- Handels- oder Dienstleistungsbeziehung zwischen Anbieter und Abnehmer mittels Internet
- Unabhängigkeit von Ladenöffnungszeiten
- Kosteneinsparungen beim Vertrieb/Personal
- Nur Lager notwendig / Keine Verkaufsstätten
- Einsparungen können somit an den Kunden weitergegeben werden (günstige Ware)
- Physische Leistungen müssen nach wie vor über traditionellem Wege erbracht werden (Versand per Post, etc..)
- Kaufrisiko
- Komplizierte Reklamation

Stationärer Einzelhandel

- Vor Ort-Abwicklung
- Kundenservice
- Internet nicht erforderlich
- Warenbegutachtung
- Geringes Kaufrisiko
- Einkaufserlebnis
- Service/Läden (Fixkosten)
- Fixes Angebot (nur Durchschnitt)
- Durchschnittspreis (wg. hohen Fixkosten)
- Unkomplizierter Umtausch von Waren



Vergleich

eBay

- Spaß am Bieten
- Spezielle Waren und Kuriositäten / vielfältiges Warenangebot
- (Günstige Preise)
- Internetanschluss notwendig
- Kaufrisiko
- Lieferung
- Wegwerfgesellschaft wird Einhalt geboten
- Reklamation / Umtausch schwierig

Karstadt Warenhaus AG

- Shopping-Erlebnis
- Festes Angebot
- Durchschnittspreise
- Ortsgebunden
- Service
- Geringes Kaufrisiko / Ware kann begutachtet werden
- Umtausch unkompliziert



KarstadtQuelle vor dem Aus, eBay auf Erfolgskurs

3.1 Allgemeine Probleme

- Mentalität der Kunden hat sich gewandelt
 - „Geiz ist Geil“
 - „Ich bin doch nicht blöd!“
- Kunden wollen den kleinsten Preis
- Produktpalette zu klein, mehr Auswahl gefordert
- Die junge Generation kauft im Netz



KarstadtQuelle vor dem Aus, eBay auf Erfolgskurs

3.2 Firmeninterne Probleme

- Vernachlässigung des Kerngeschäfts
- Hohe Investitionen in andere Bereiche
 - (Starbucks, Thomas Cook etc.)
- Verlustgeschäfte mit neuen Unternehmensbereichen

Ausblick – Was bringt die Zukunft?

- Der Online-Handel wird in den nächsten Jahren weiter rapide ansteigen
- Der Umsatz wird sich bis 2007 nahezu versechsfachen
- Auch der Handel mit Reisen wird sich erheblich steigern
- KarstadtQuelle will größter Powerseller bei eBay werden

