



Category Management @ Karstadt

Essen, 05. Juni 2008

Karstadt – eine der starken Marken im deutschen Retail-Markt

Informationen Allgemein

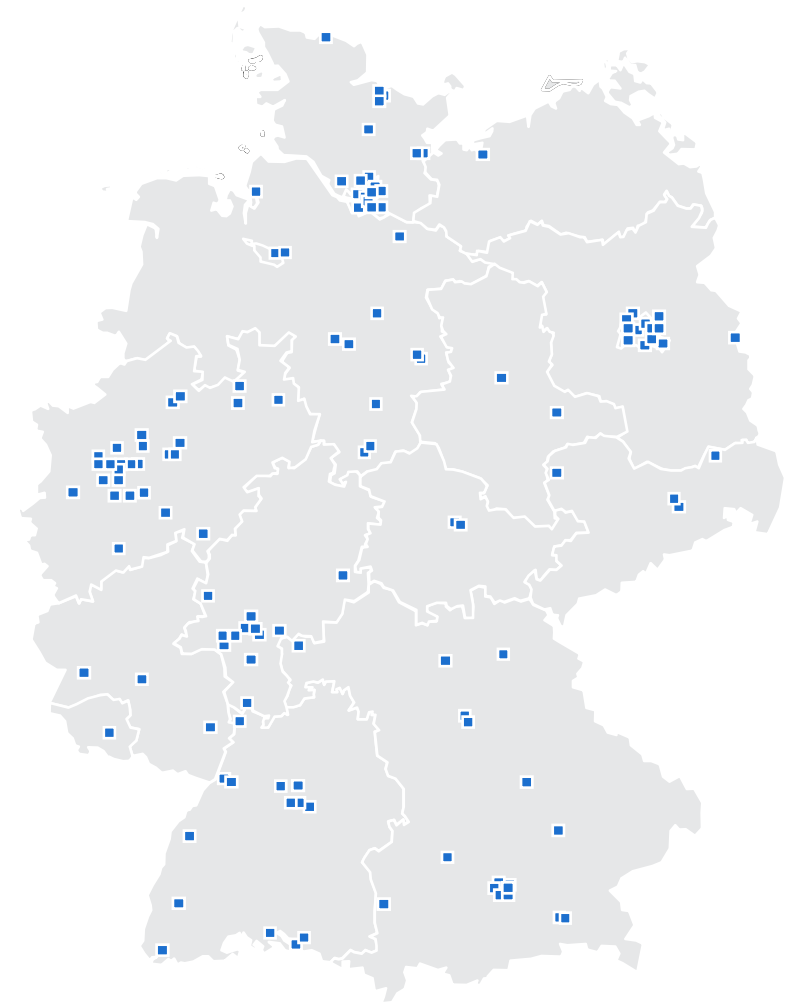
Karstadt Warenhaus GmbH, 100% Konzerngesellschaft der Arcandor AG

Head Office: Karstadt Warenhaus GmbH
Theodor-Althoff-Strasse 2
45133 Essen

Web: www.karstadt.de

Kennzahlen im Überblick

Umsatz:	≈ 4,9 Mrd.€ (2006)
Bekanntheitsgrad:	92%
Kundenfrequenz:	2,5 Mio. Kunden tägl.
Anzahl Mitarbeiter:	≈ 32.000
Distributionskanäle:	stationärer Handel, e-Commerce
Anzahl Filialen:	89 Warenhäuser, 29 Sporthäuser
Anzahl Categories:	42



A. Category Management @ Karstadt - Bedeutung, Definition und Vorgehensweise –

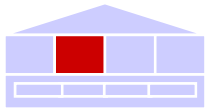
1. Grundlagen zur Einführung des Category Management Prozess bei Karstadt

2. Projektorganisation Category Management

3. Umsetzung der Category Management Ergebnisse

B. Status und nächste Schritte Implementierung Category Management

C. Fotobeispiele umgesetzter Category Management Ergebnisse und Idealhaus



Category Management – ein wichtiger Hebel zur Neuausrichtung

Strategie

KARSTADT
SEIT 1881

1 Idealhaus

Seite	Thema	Thema	Thema	Thema	Thema
Home	Home	Home	Home	Home	Home
Welt	Welt	Welt	Welt	Welt	Welt
Entertainment	Entertainment	Entertainment	Entertainment	Entertainment	Entertainment
Welt	Welt	Welt	Welt	Welt	Welt
Damen	Damen	Damen	Damen	Damen	Damen
Welt	Welt	Welt	Welt	Welt	Welt
Baujahr	Baujahr	Baujahr	Baujahr	Baujahr	Baujahr
Welt	Welt	Welt	Welt	Welt	Welt
Welt	Welt	Welt	Welt	Welt	Welt

2 Category Management und Sortimentsstruktur

Thema	Thema	Thema	Thema	Thema	Thema
Becken	Becken	Becken	Becken	Becken	Becken
Küche	Küche	Küche	Küche	Küche	Küche
Zubehör	Zubehör	Zubehör	Zubehör	Zubehör	Zubehör
Thema	Thema	Thema	Thema	Thema	Thema
Int. Küche	Int. Küche	Int. Küche	Int. Küche	Int. Küche	Int. Küche
Sonstiges	Sonstiges	Sonstiges	Sonstiges	Sonstiges	Sonstiges
Aktionen	Aktionen	Aktionen	Aktionen	Aktionen	Aktionen
Trend	Trend	Trend	Trend	Trend	Trend
point	point	point	point	point	point
Kochen	Kochen	Kochen	Kochen	Kochen	Kochen
Einrichten	Einrichten	Einrichten	Einrichten	Einrichten	Einrichten
Aufbau	Aufbau	Aufbau	Aufbau	Aufbau	Aufbau
Warten	Warten	Warten	Warten	Warten	Warten
Einbauen	Einbauen	Einbauen	Einbauen	Einbauen	Einbauen

3 Markenportfolio



4 Marketingkonzept



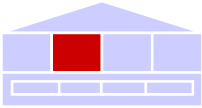
Operative Exzellenz

Mitarbeiter

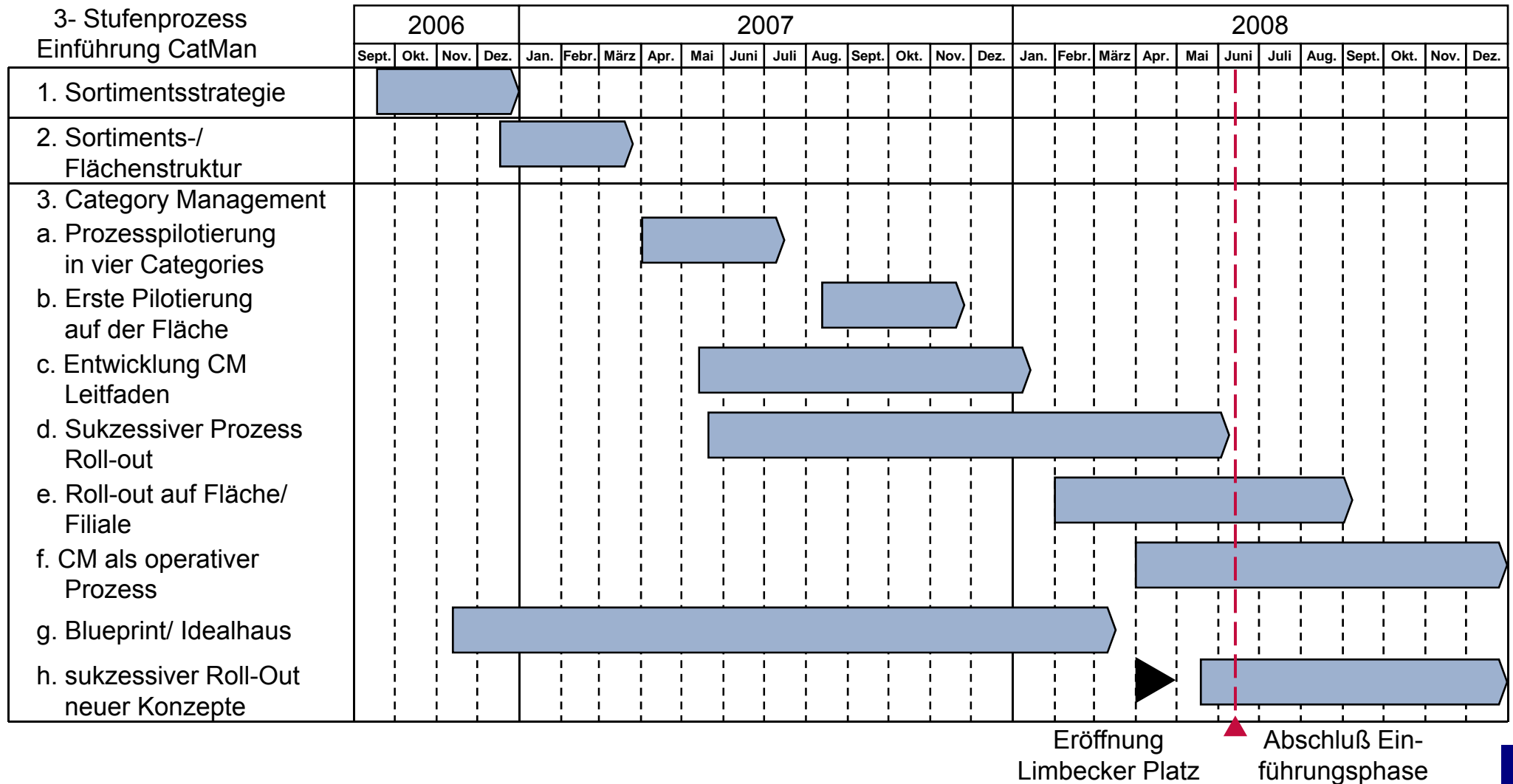
Strukturen

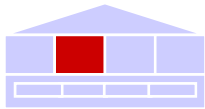
Prozesse

Systeme

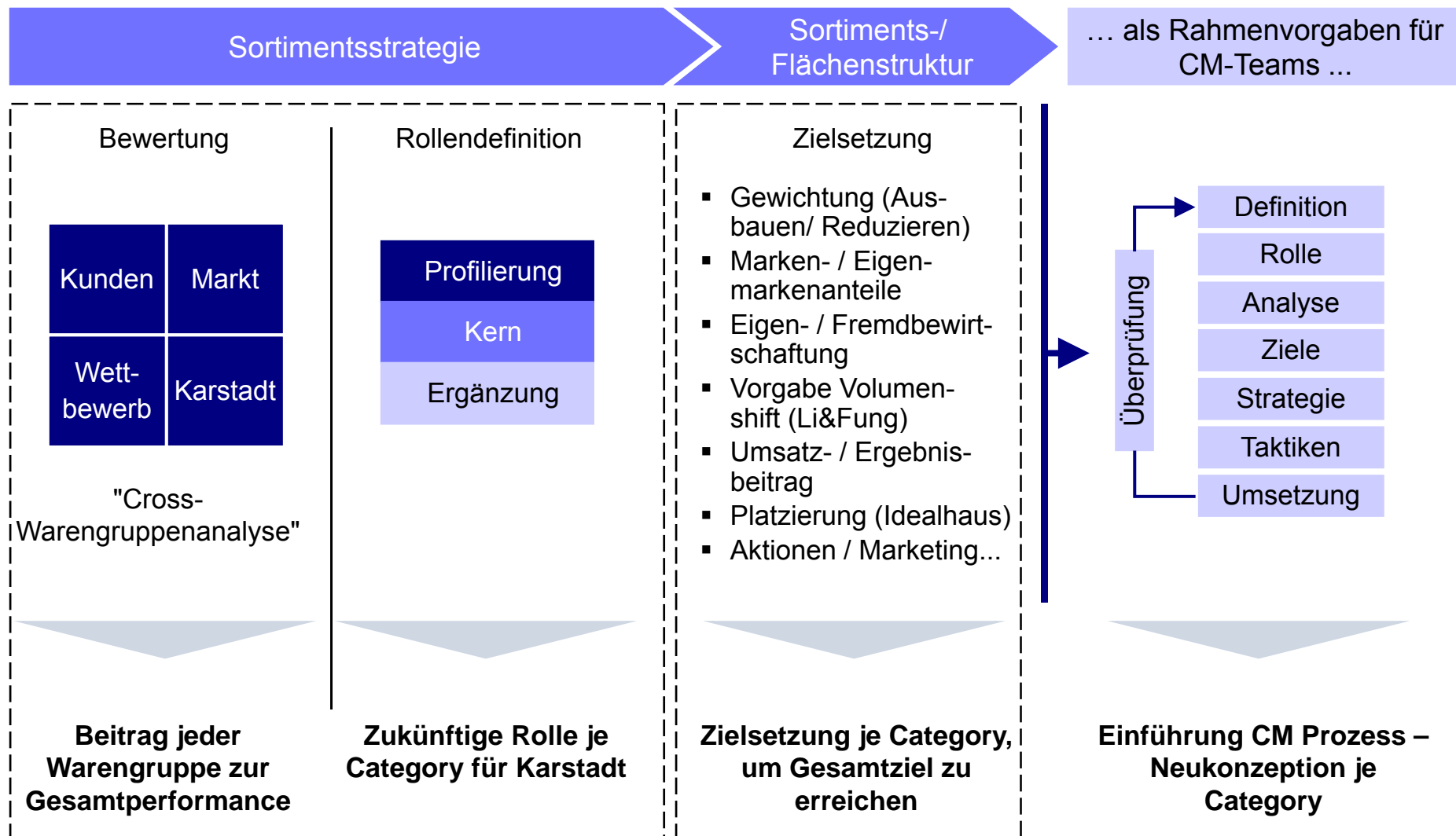


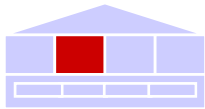
Pragmatische Vorgehensweise bei der Implementierung



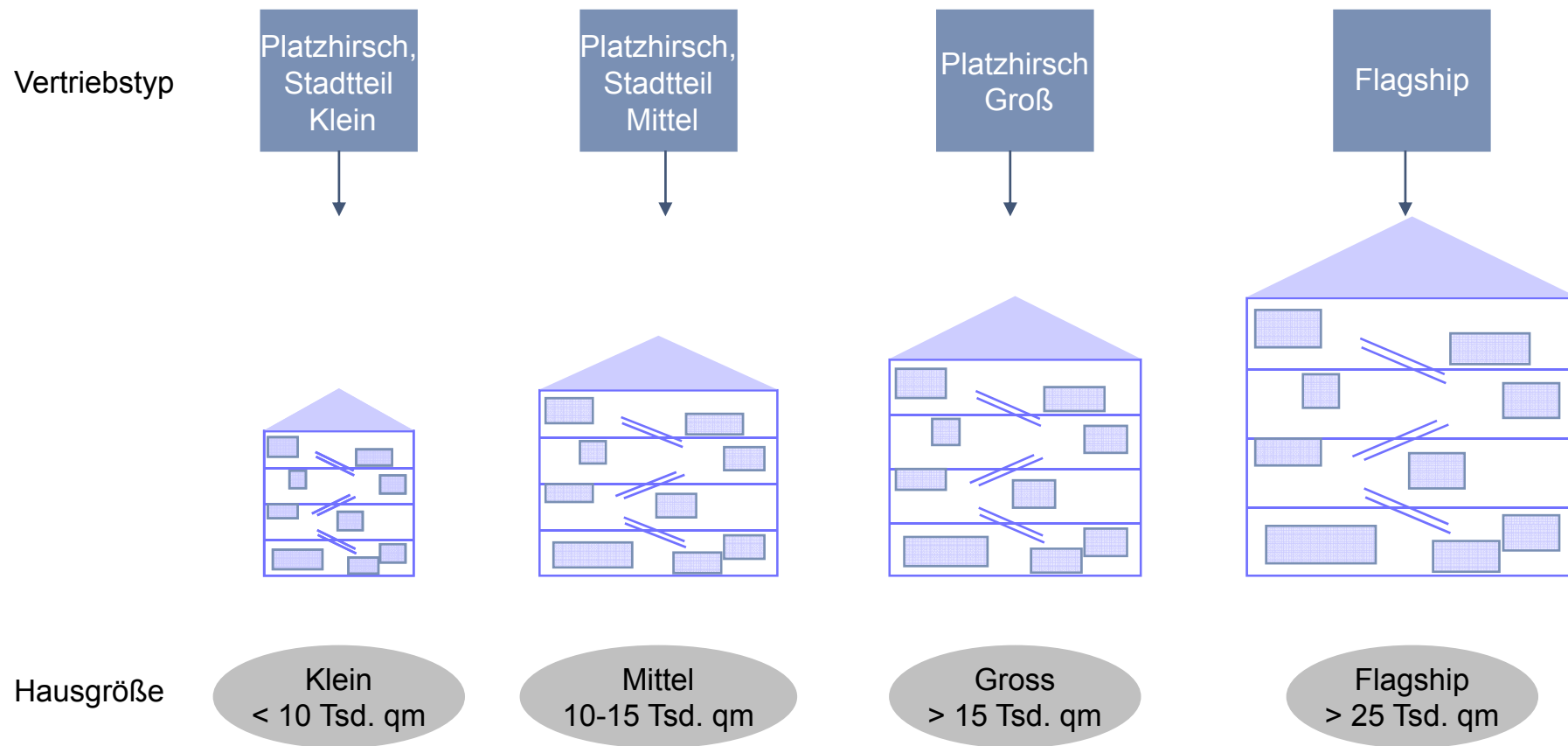


Zuteilung von Sortimentsrollen als Stoßrichtung für CM Prozess

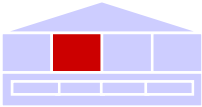




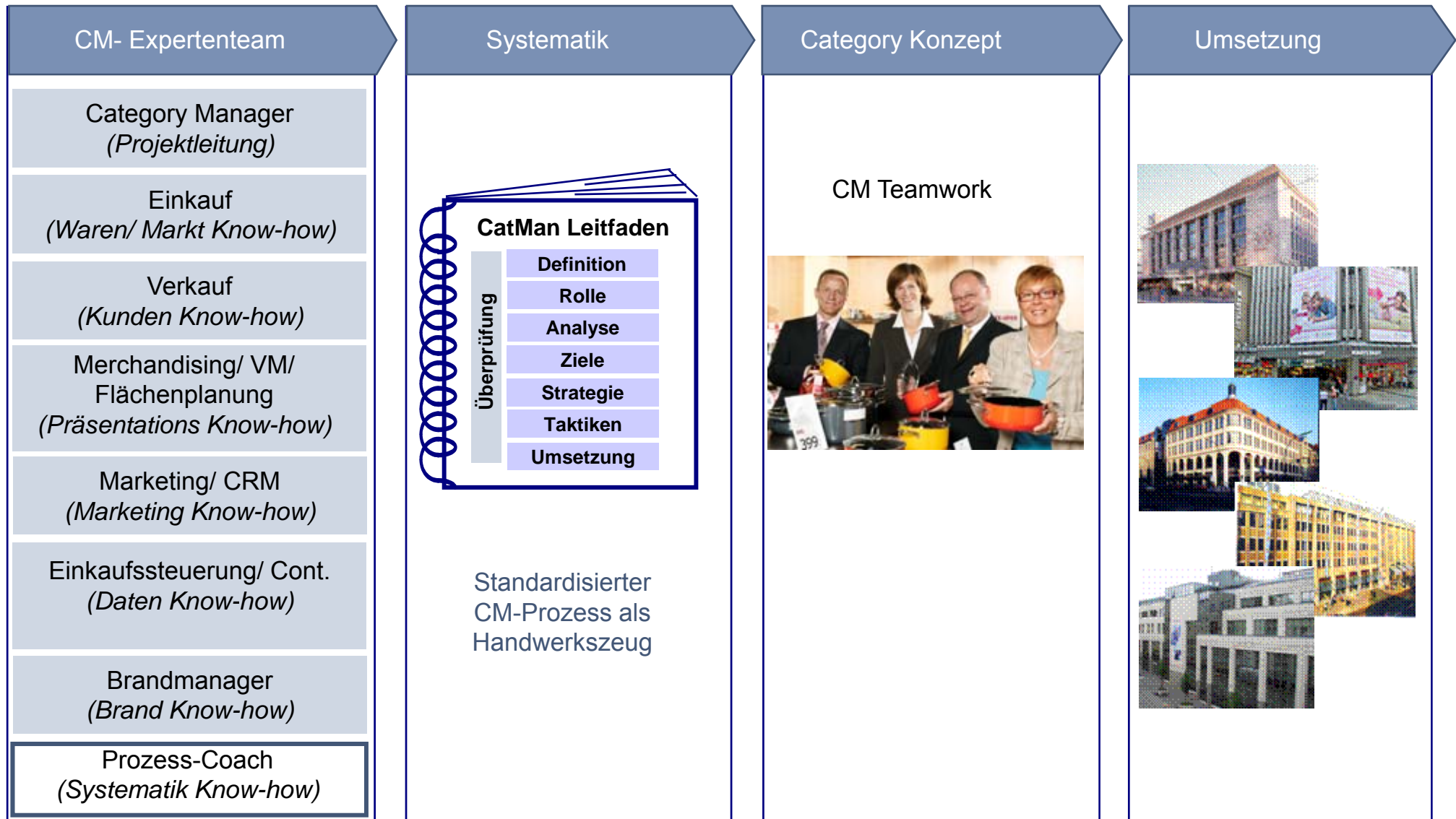
Idealtypische Schichtung für Vertriebstypen vorgenommen



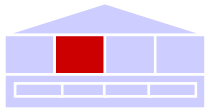
Idealhäuser werden mit Modulen aus dem Category Management zusammengesetzt



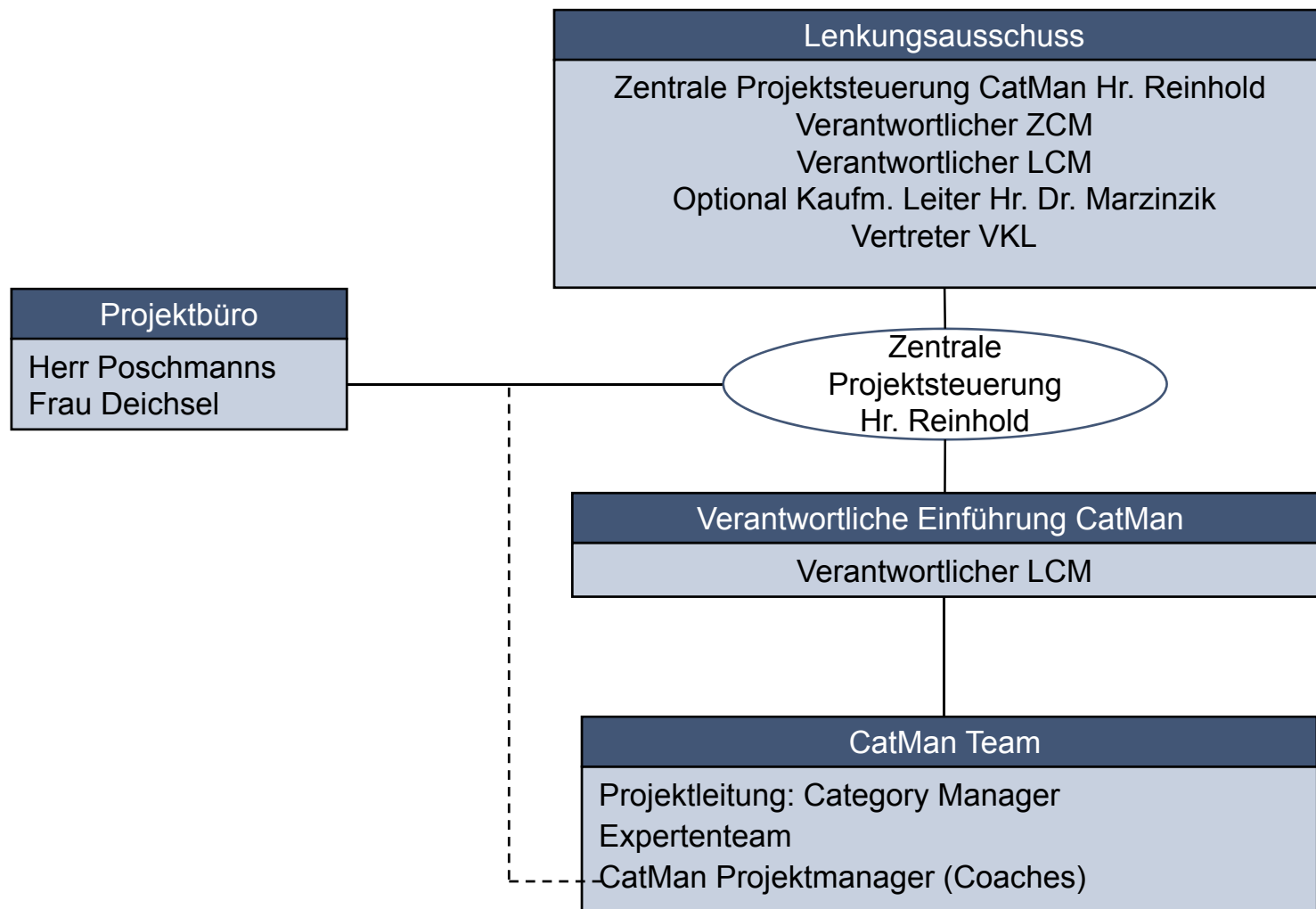
Entwicklung einer standardisierter Vorgehensweise zur Einführung von CM

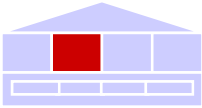


- A. Category Management @ Karstadt - Bedeutung, Definition und Vorgehensweise –
 - 1. Grundlagen zur Einführung des Category Management Prozess bei Karstadt
 - 2. Projektorganisation Category Management
 - 3. Umsetzung der Category Management Ergebnisse
- B. Status und nächste Schritte Implementierung Category Management
- C. Fotobeispiele umgesetzter Category Management Ergebnisse und Idealhaus

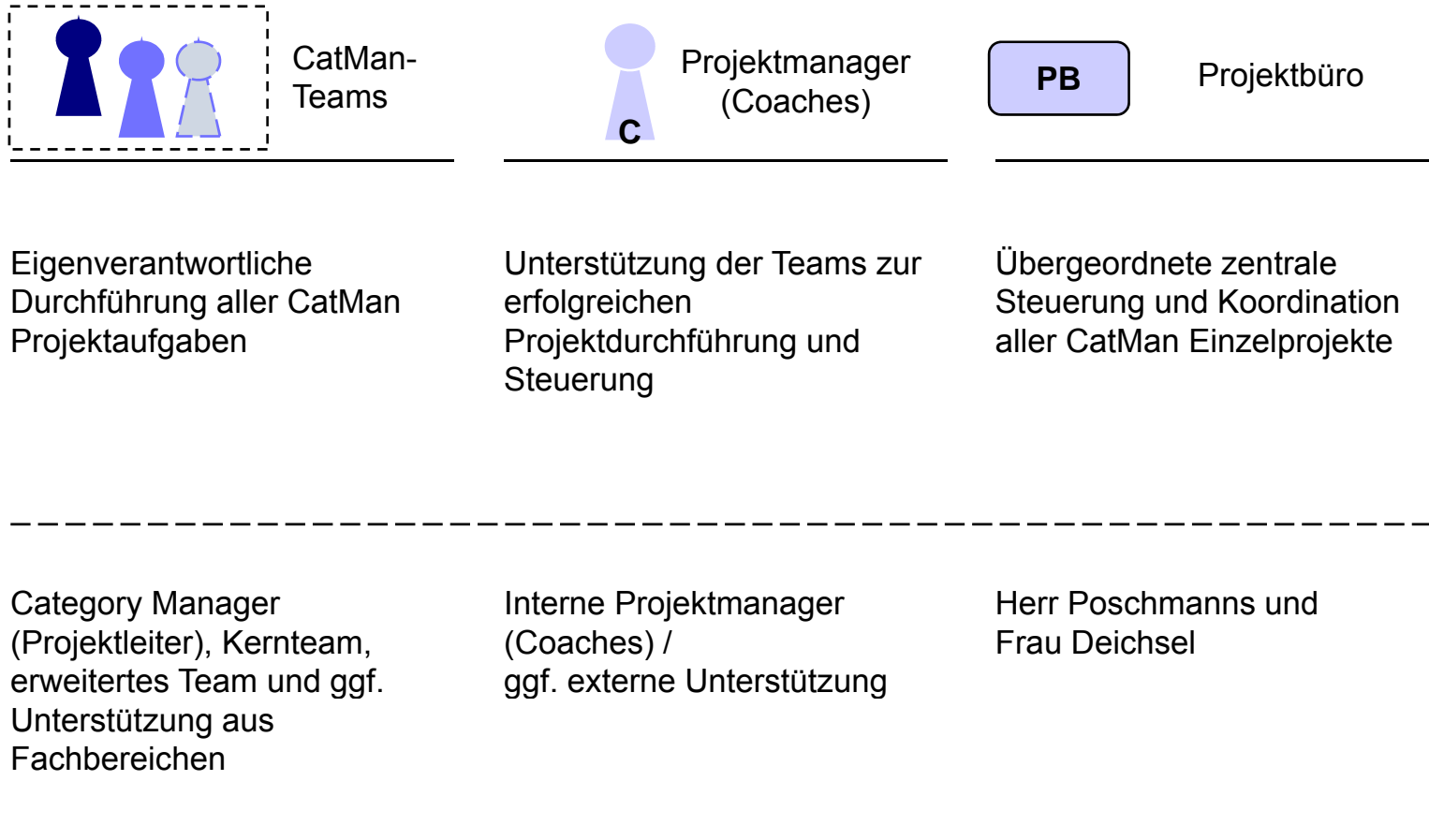


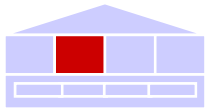
Gesamtprojektstruktur „Category Management“





Enge Zusammenarbeit von Teams, Coaches und Projektbüro





Kommunikation - positive Unterstützung in der Implementierungsphase

Intranet

- Ansprechpartner & Kontakte
- Standards & Richtlinien
- Laufende CM Projekte
- Modulplanung
- Services (Studien, Präsentationen, Literaturhinweise, etc.)
- FAQ
- Glossar



MA:Z

- Regelmäßige Berichterstattung zum Projektstatus
- Erfahrungsberichte

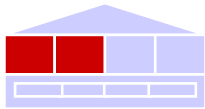


CatMan Film und Broschüre

- Filmbericht über die Pilotierung von CatMan
- Informations-Broschüre „Category Management @ Karstadt“



- A. Category Management @ Karstadt - Bedeutung, Definition und Vorgehensweise –
 - 1. Grundlagen zur Einführung des Category Management Prozess bei Karstadt
 - 2. Projektorganisation Category Management
 - 3. Umsetzung der Category Management Ergebnisse
- B. Status und nächste Schritte Implementierung Category Management
- C. Fotobeispiele umgesetzter Category Management Ergebnisse und Idealhaus



Category Management – Basis zur Umsetzung des Idealhauses

Strategie

KARSTADT
SEIT 1881

1 Idealhaus

Strecke	Thema	Produkt	Service
Home Welt	Thema Backen	Produkt Kuchen	Service Kuchenlieferung
Entertainment Welt	Thema Kaffee	Produkt Kaffee	Service Kaffee
Damen Welt	Thema Int. Küche	Produkt Int. Küche	Service Int. Küche
Bauwelt	Thema Kaffee	Produkt Kaffee	Service Kaffee
Wohnwelt	Thema Kaffee	Produkt Kaffee	Service Kaffee

2 Category Management und Sortimentsstruktur

Thema Backen	Service Backen	Essen	WM
Thema Kaffee	Zubereiten	Sonstiges	
Trend-point	Kochen	Erleben	Fissler
	Show-fach	Aufbewahren	Entdecken

3 Markenportfolio



4 Marketingkonzept



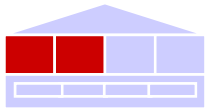
Operative Exzellenz

Mitarbeiter

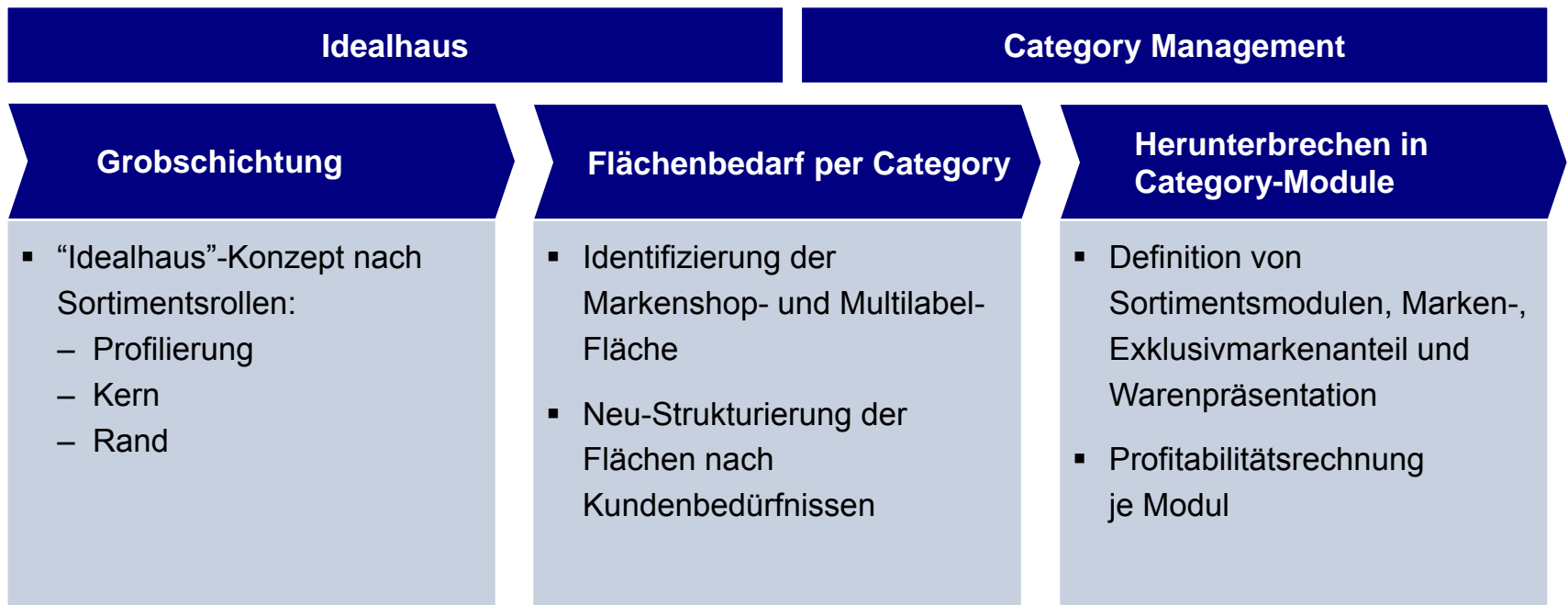
Strukturen

Prozesse

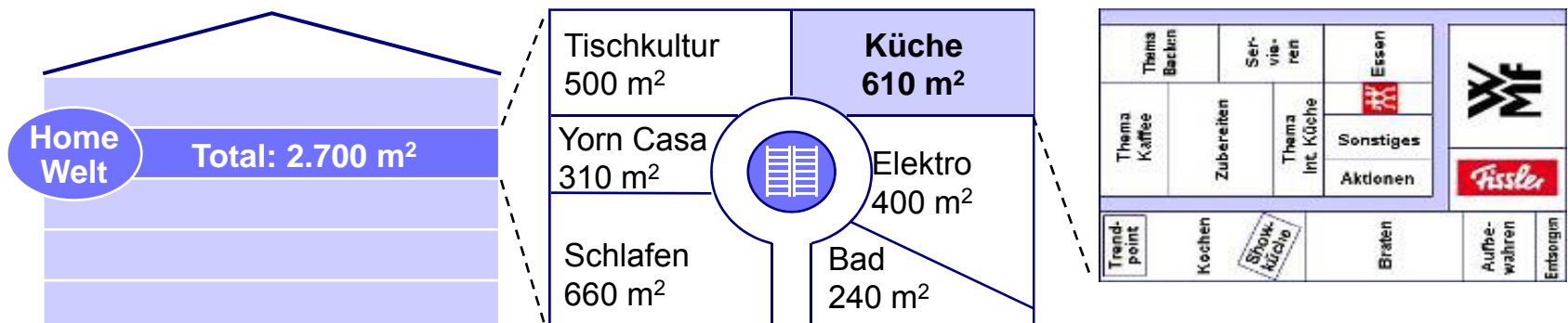
Systeme

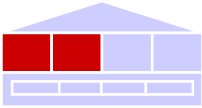


Zusammenhang von Idealhaus und Category Management

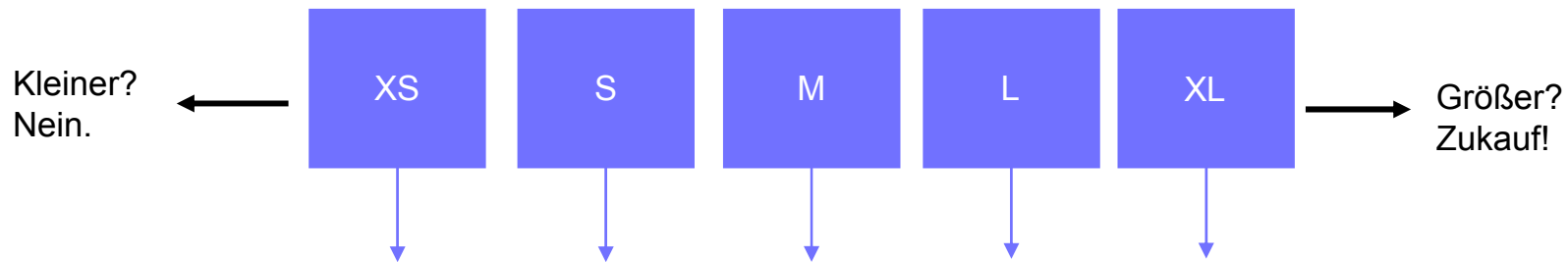


Beispiel:
Küche





5 Category-Flächenmodule stehen dem Vertrieb zur Auswahl



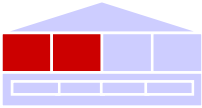
Standardisiert

Innerhalb der Module gleiche Inhalte:

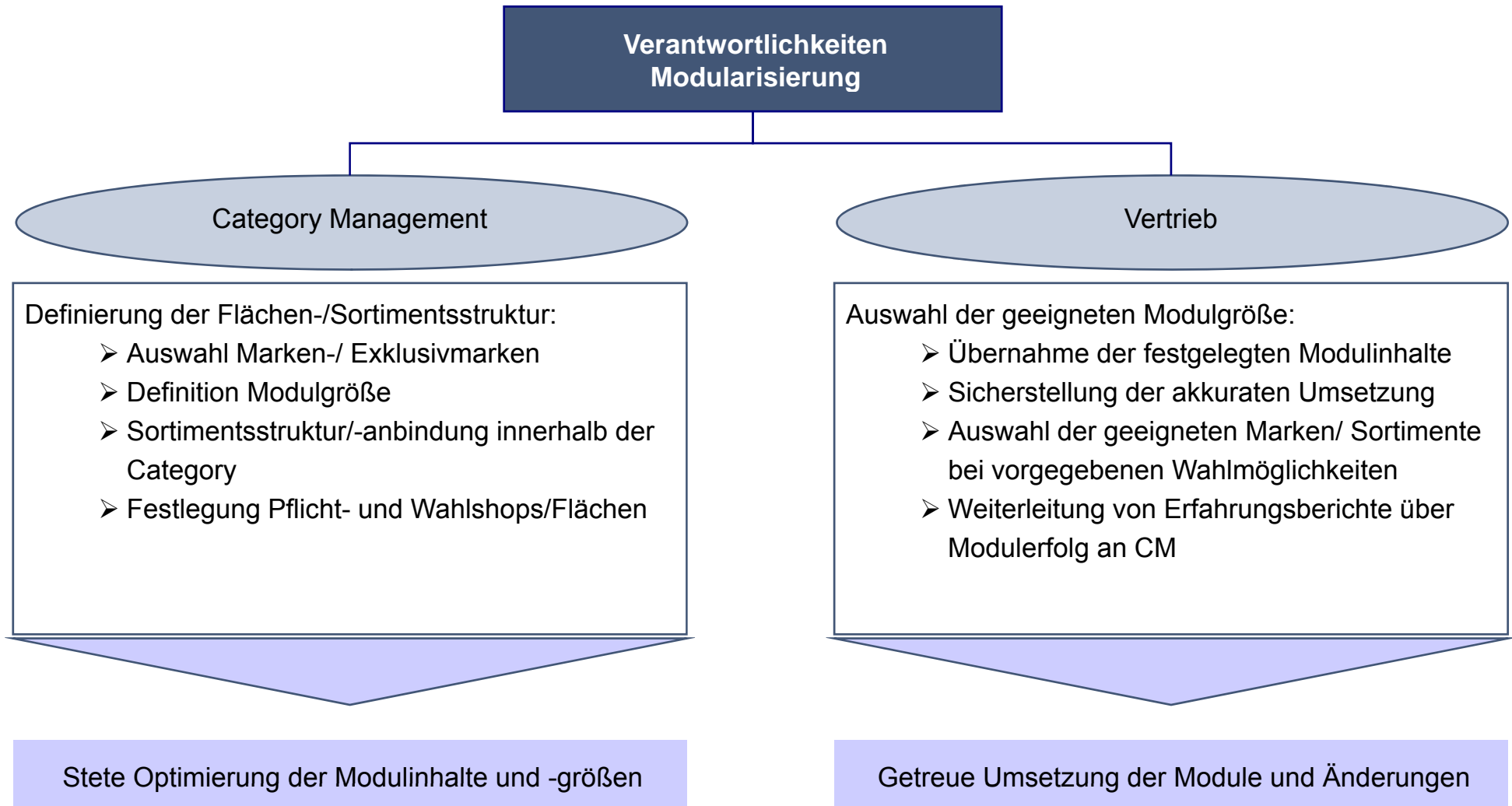
- Sortimente
- Strukturen und Gewichtungen
- SKUs
- Marken, Exklusivmarken, Multilabel
- Visualisierung/ Merchandising
- Bewirtschaftung
- Individualisierung durch geschlossen Auswahlmöglichkeit

Beispiel!

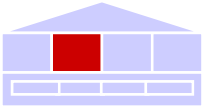




Klare Verantwortlichkeiten im Rahmen der Modularisierung

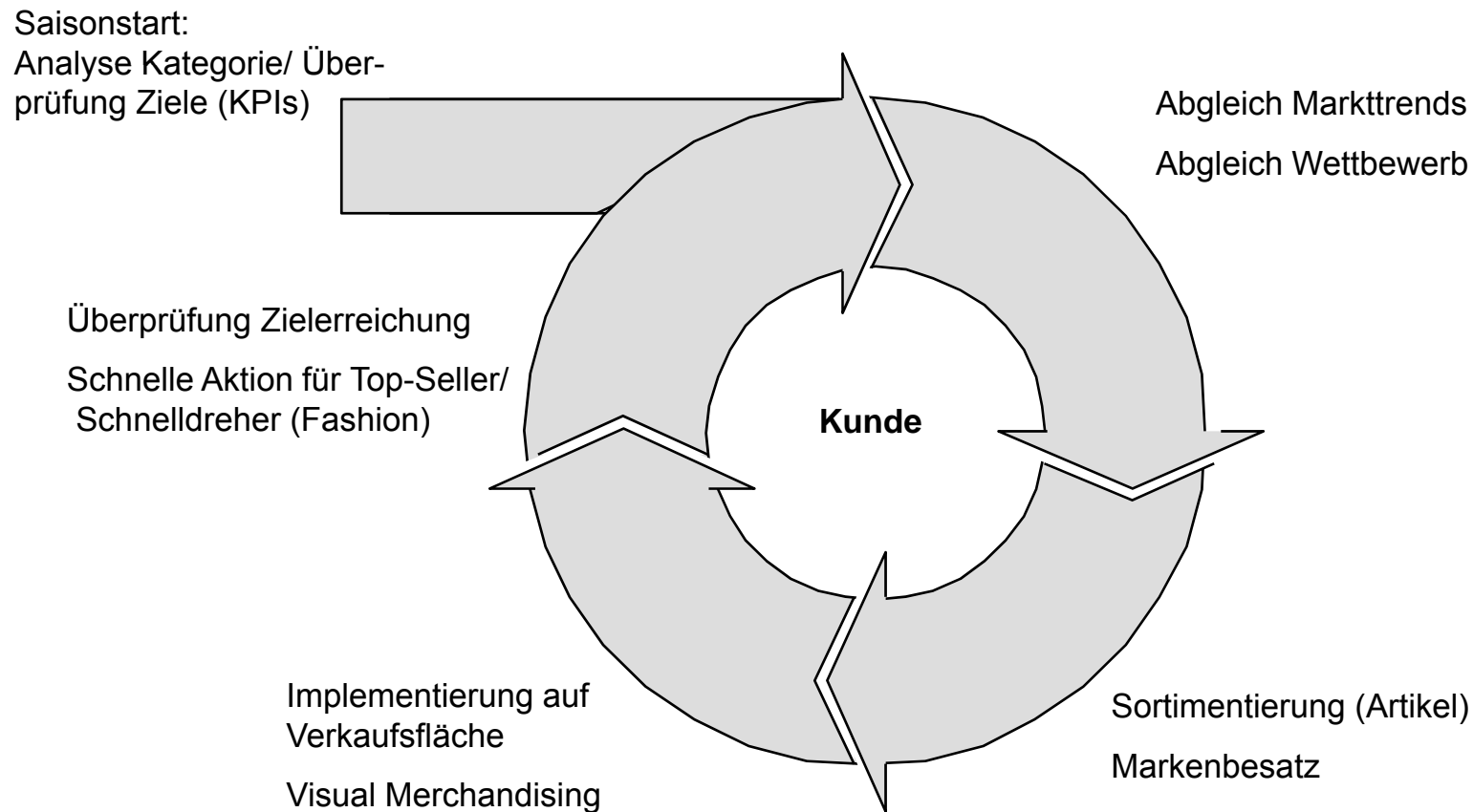


- A. Category Management @ Karstadt - Bedeutung, Definition und Vorgehensweise –
 - 1. Grundlagen zur Einführung des Category Management Prozess bei Karstadt
 - 2. Projektorganisation Category Management
 - 3. Umsetzung der Category Management Ergebnisse
- B. Status und nächste Schritte Implementierung Category Management
- C. Fotobeispiele umgesetzter Category Management Ergebnisse und Idealhaus



Weitere Schritte: Category Management als operativer Prozess

Operatives Category Management pro Saison



- A. Category Management @ Karstadt - Bedeutung, Definition und Vorgehensweise –
 - 1. Grundlagen zur Einführung des Category Management Prozess bei Karstadt
 - 2. Projektorganisation Category Management
 - 3. Umsetzung der Category Management Ergebnisse
- B. Status und nächste Schritte Implementierung Category Management
- C. Fotobeispiele umgesetzter Category Management Ergebnisse und Idealhaus

Essen Limbecker Platz: Category Küche

2

Men`s World/
Kid`s World

1

Women`s World

EG

Beauty & Style

UG

Home



Essen Limbecker Platz: Category Accessoires & Lederwaren

2

Men`s World/
Kid`s World

1

Women`s World

EG

Beauty & Style

UG

Home



Essen Limbecker Platz: Category Strumpfwaren

2

Men`s World/
Kid`s World

1

Women`s World

EG

Beauty & Style

UG

Home



Essen Limbecker Platz: Category Basic Women

2

Men`s World/
Kid`s World

1

Women`s World

EG

Beauty & Style

UG

Home



Essen Limbecker Platz: Category Business Men

2

Men`s World/
Kid`s World

1

Women`s World

EG

Beauty & Style

UG

Home



Herzlichen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit!