

Geschäftsmodelle im E-Commerce



Agenda

- **Einführung**
- **Unternehmensprofil**
 - Facts
 - Vision / Mission
 - Produkte
 - Timeline
 - Umsatzentwicklung
 - Aktienkurs
- **Geschäftsmodell**
 - Überblick
 - Wesentliche Charakteristika
 - Netzeffekte
 - Value Proposition
 - Erlösmodell
 - Kostenmodell
 - Modellierung nach Osterwalder et al.
 - Stabilität
 - Kritik
- **Wettbewerber**

*“Groupon is a **local e-commerce marketplace** that connects **merchants to consumers** by offering **goods and services at a discount**”*

Quellen: <http://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1490281/000104746911008408/a2205238zs-1a.htm>, Seite 1

10 statt 20 € - Maki, Nigiri und weitere fernöstliche Spezialitäten in fünf Hamburger Filialen der Sushi Factory

Jetzt kaufen!

Preis: ab 10,00 €

Rabatt
50%

Hoher Rabatt



Als Geschenk kaufen!

Angebot läuft noch:

02 32 30

Std. Min. Sek

Zeitbeschränkung

Bereits 350 verkauft



Deal findet statt!

Der Deal findet nur statt, wenn sich genügend Benutzer beteiligen

Freunden empfehlen!

Facebook Twitter studVZ

E-Mail

Ermöglichen der Benutzer zum Einsatz von Sozialen Netzwerken



Highlights

Maki- und Nigiri-Kreationen sowie

Konditionen

Wertgutschein anrechenbar auf Sushi in der Sushi Factory in der Filiale Rathaus, Levantehaus, Hamburger Meile, Colonnaden oder Rotherbaum (Adressen siehe Website)

Wähle Deine Option beim Klick auf „Jetzt kaufen!“

Option 1: Wertgutschein für die

Shopping:

19,90 € statt 149,00 €

Professionelles Fotoshooting inkl. Make-up und Hairs in einem sceneline Studio Wahl - deutschlandweit

19,90 €

Wert 149,00 €

Ansehen



Weitere Angebote

39,00 € statt 149,00 €

Muttertags-Special: Bei Akt- oder Business-Fotoshooting inklusive und Hairstyling im NewFACEfactory Studio Hamburg

39,00 €

Wert 149,00 €

Ansehen



159,00 € statt 318,00 €

Timmendorfer Strand: 5 Tage für Zwei mit Frühstück 3-Sterne-Superior-Hotel

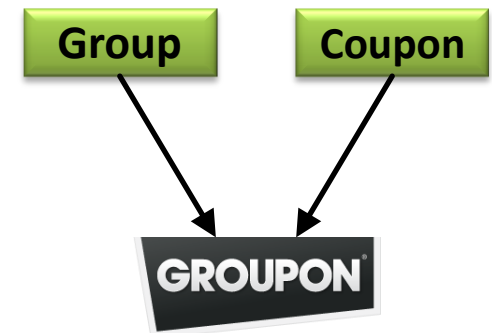
159,00 €



Unternehmensprofil

Groupon Inc.

Gegründet	November 2008 (entstanden aus ThePoint.com)
Hauptsitz	Chicago, Illinois
Gründer, CEO	Andrew Mason (s. rechts)
Mitarbeiter	10.000+ (weltweit)
IPO	04.12.2011 (NASDAQ: GRPN)
Expansion	500 Märkte in 48 Ländern
Registrierte Nutzer / Aktive Nutzer	über 142 Mio. weltweit / ~ 33 Mio. weltweit
Q4/2011 Ergebnis	492 Mio. Umsatz 65 Mio. Verlust



Quellen: <http://www.groupon.com/about>, <http://www.groupon.com/blog/cities/todays-stockholders-letter/>

“To Become the Operating System for Local Commerce”

“[...] nearly every aspect of life has been fundamentally changed by the Internet. But there’s a huge exception—the way we shop locally.”

“Founder Andrew Mason saw the potential to fundamentally change the way that people buy from local businesses in the same way that e-commerce changed the way that people buy products”

“Groupon’s chief accomplishment to date has been discovering a business model that brings the power of the Internet to local commerce”

Quellen: <http://www.groupon.com/blog/cities/todays-stockholders-letter/>, http://www.tuck.dartmouth.edu/cds-uploads/case-studies/pdf/Groupon_Case_R2.pdf

Deal Channels

Groupon Now!

Self-Service Deals

Getaways

Featured Deals

National Deals

Nearby Deals / Sidedeals

Groupon Scheduler

Quellen: <http://www.marketing-equity.com/2011/10/groupon-products.html>

Unternehmensprofil

Timeline

Groupon Buys Mob.ly

05.05.2010, techcrunch.com

Groupon expandiert mit dem Kauf von CityDeal.de nach Europa

17.05.2010, firmenpresse.de

Meet the fastest growing company ever

12.08.2010, forbes.com

Google will US-Onlineportal Groupon kaufen (A)

22.11.2010, diepresse.com

Schnäppchen-Portal Groupon vor Börsengang (B)

02.06.2011, zeit.de

Groupon Now Goes Live

11.05.2011, marketingpilgrim.com

Google blitzt bei Groupon ab (A)

05.12.2010, morgenpost.de

US-Börsenaufsicht: Groupon muss Umsatzangaben halbieren

24.09.2011, handelsblatt.com

Groupon macht 700 Millionen Dollar bei Börsengang (C)

04.11.2011, focus.de

Entzauberte Aktie: Groupon-Aktie fällt unter Ausgabepreis (C)

23.11.2011, wiwo.de

Groupon haut Ehrendokortitel raus

28.02.2012, absatzwirtschaft.de

Groupon Acquires Kima Labs and Hyperpublic

18.02.2012, pulse2.com

Groupon im Umsatzhoch – tiefrrote Zahlen bleiben (D)

09.02.2012, gruenderszene.de

Groupon muss Quartalszahlen nach unten korrigieren (E)

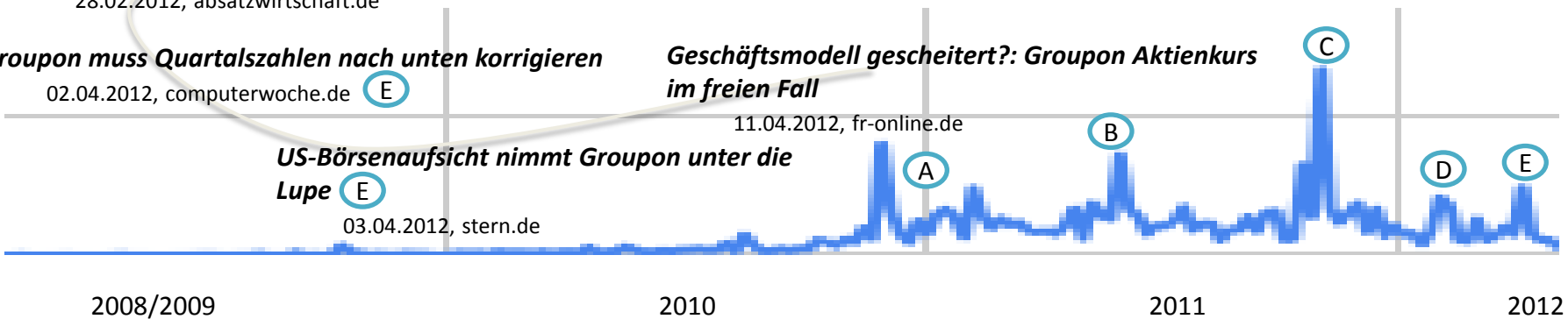
02.04.2012, computerwoche.de

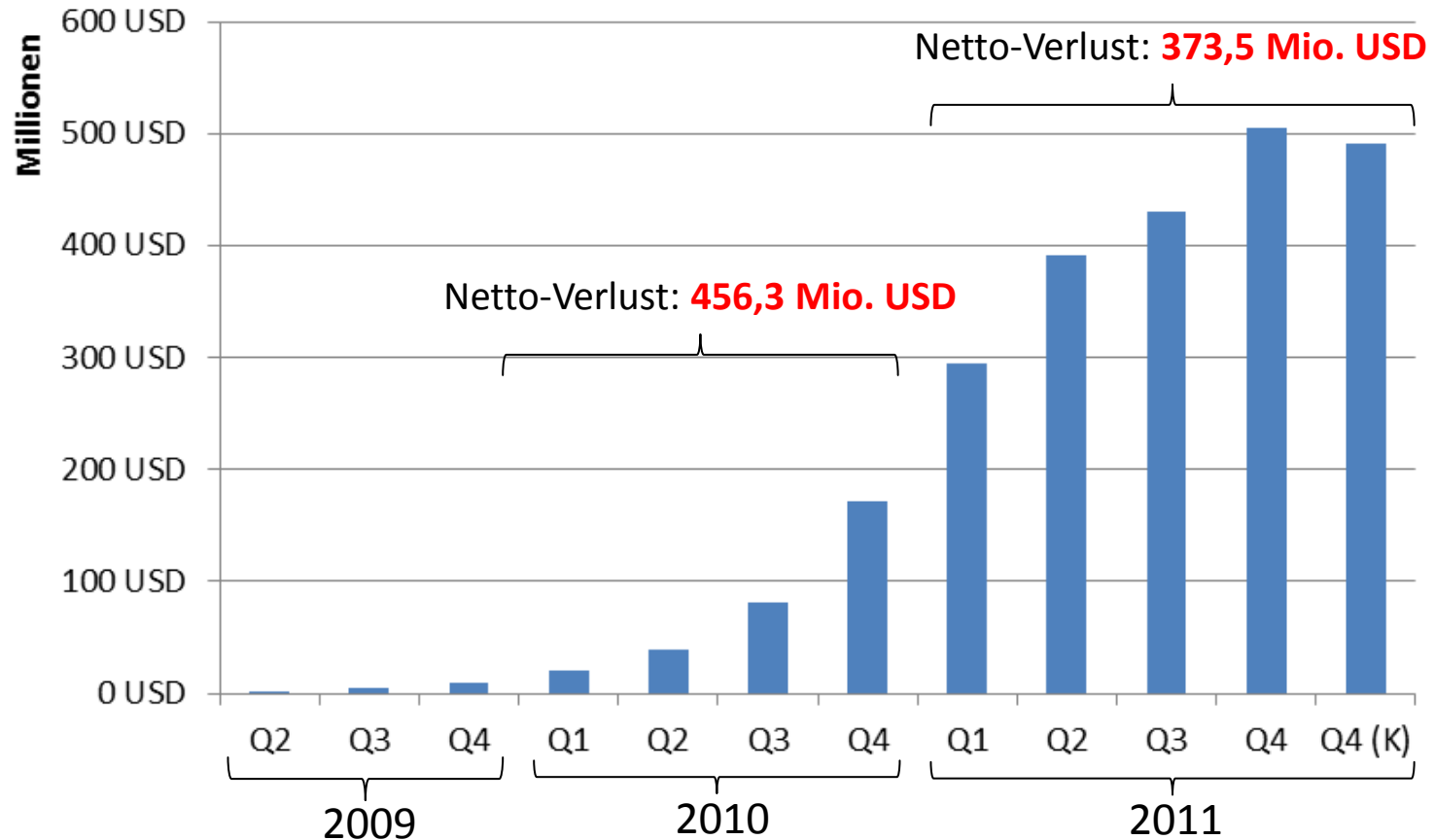
Geschäftsmodell gescheitert?: Groupon Aktienkurs im freien Fall (C)

11.04.2012, fr-online.de

US-Börsenaufsicht nimmt Groupon unter die Lupe (E)

03.04.2012, stern.de





Quelle: <http://www.statista.de>, investor.groupon.com

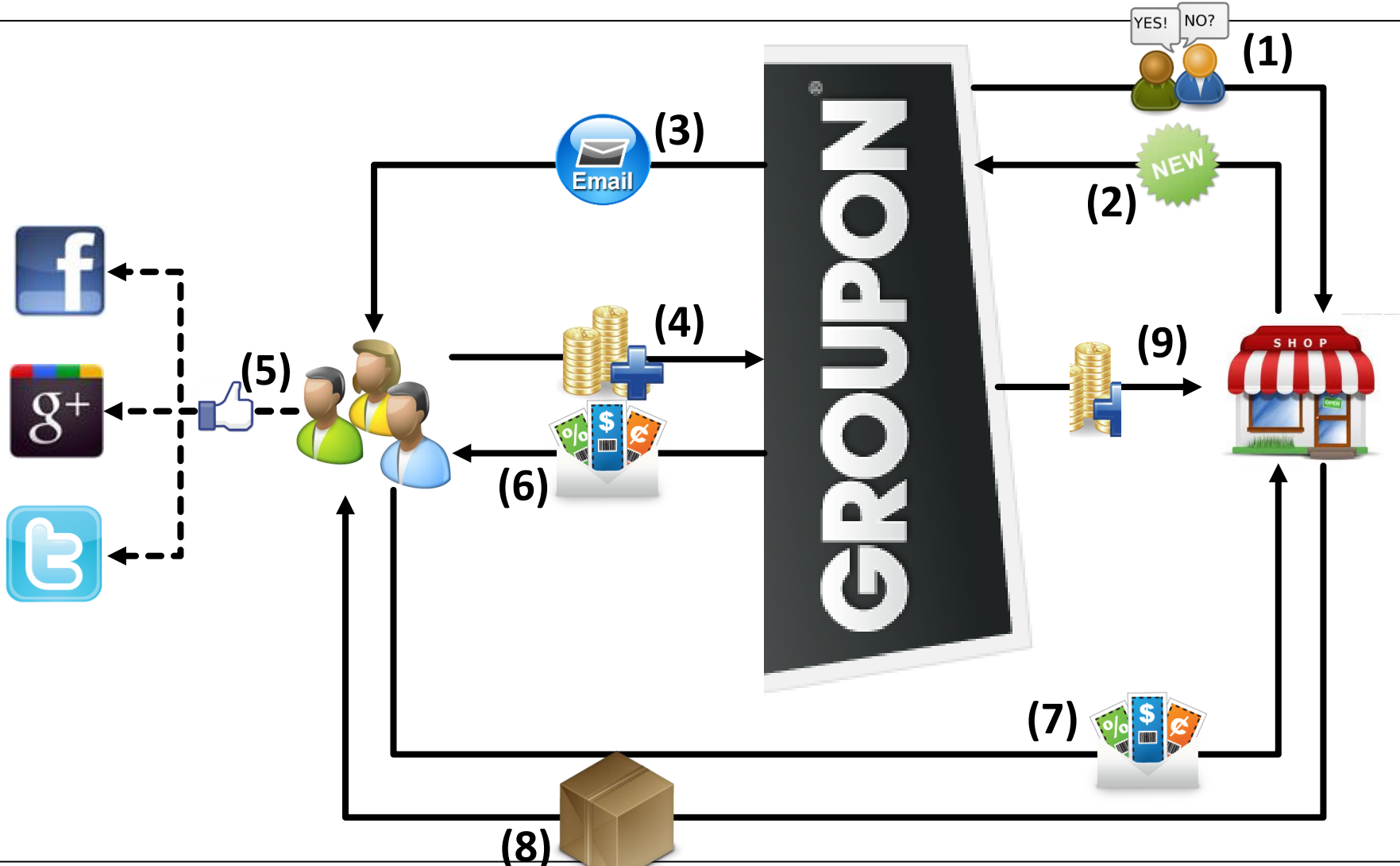


10.05.2012 16:00:
9,87 USD (-63%)

- (A) Börsengang am 04.11.2011: 20 USD Ausgabepreis
- (B) Haltefrist für frühe Anteilseigner und Mitarbeiter lief aus. Der Unternehmenswert fiel um mehr als 25%.
- (C) Erster Quartals- und Jahresbericht: 506 Mio. Umsatz, 15 Mio. operativer Gewinn, 42 Mio. Netto-Verlust
- (D) Korrigierter Quartals- und Jahresbericht: 492 Mio. Umsatz, 15 Mio. operativer Verlust, 65 Mio. Netto-Verlust

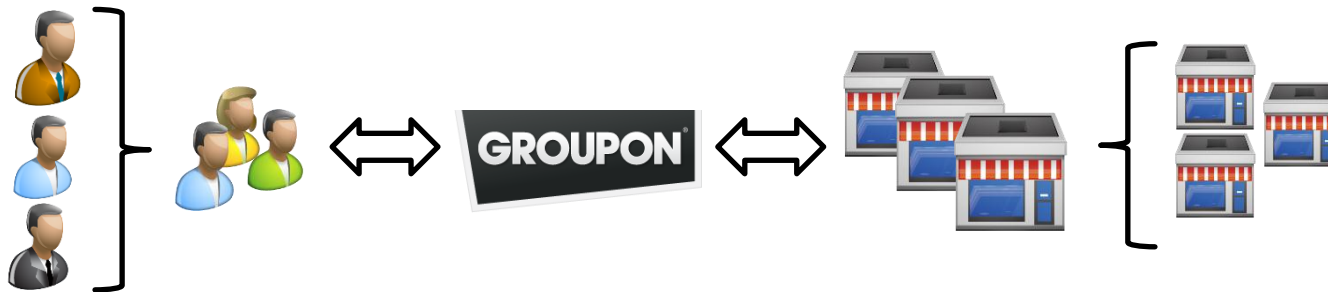
Quellen: www.statista.de, www.handelsblatt.com

Geschäftsmodell



Quelle: Eigene Darstellung als visualisierte Form von http://www.youtube.com/watch?v=_xgPtqTOXBY

Groupon bringt potenzielle Käufer und Verkäufer zusammen.
Käufer agieren nicht mehr **unstrukturiert**, sondern **strukturiert** als **Gruppe**.



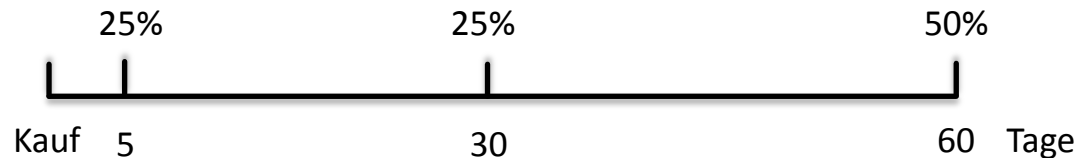
Durch die **Zeitbeschränkung** wird eine künstliche **Panik** erzeugt. Käufer sorgen durch **Mund-zu-Mund Propaganda** (Soziale Netzwerke) dafür, dass der Deal stattfindet.



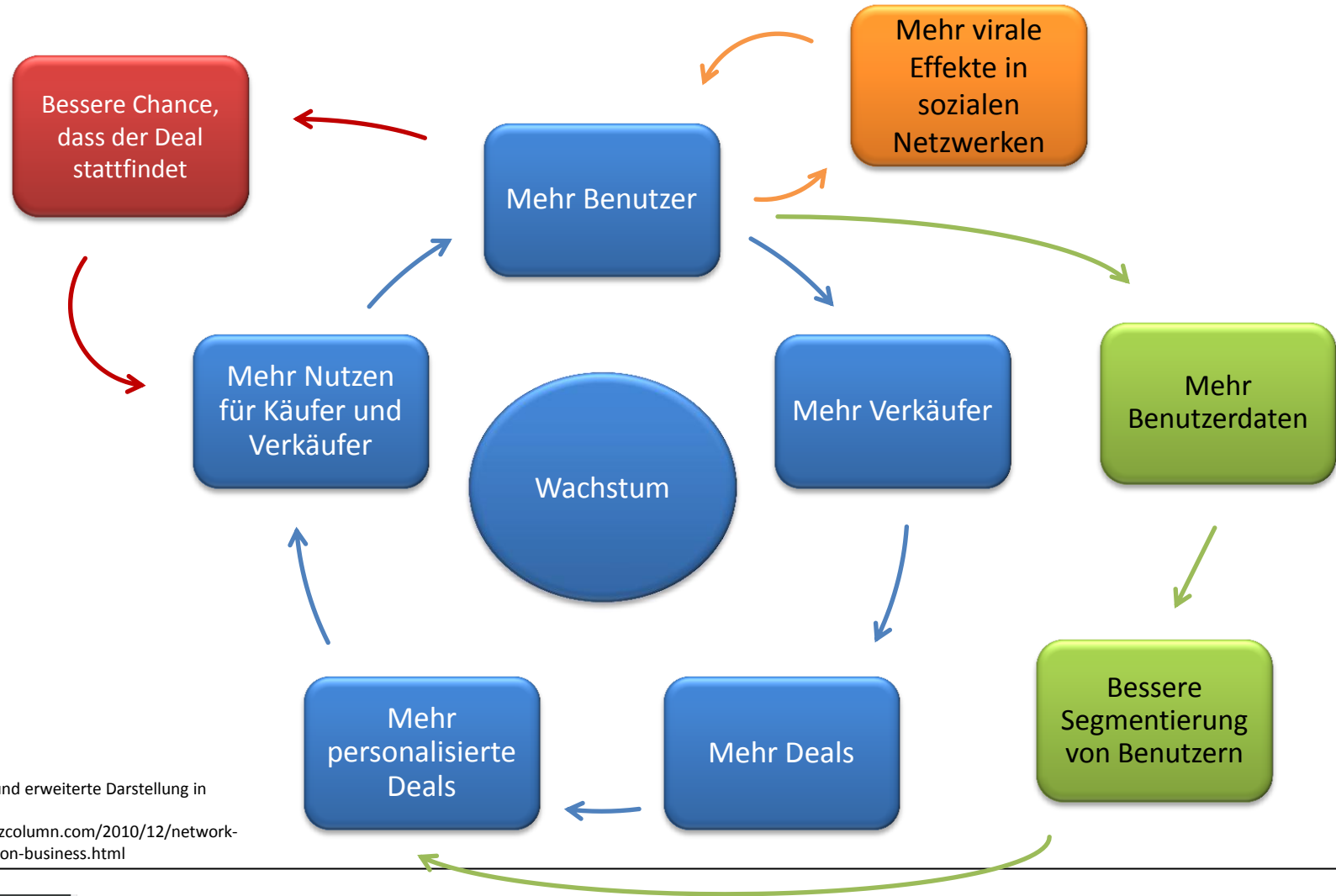
Win-Win-Win Situation

Quellen: <http://www.slideshare.net/ashwinmalshe/the-rise-and-fall-of-groupon>, <http://mochaguru.com/what-is-the-groupon-business-model/>, <http://www.slideshare.net/vnnw/groupon-2nd>

Der Käufer bezahlt **sofort** an *Groupon*. Dieser bekommt seine Ware oder Dienstleistung aber direkt vom Anbieter. Aufgrund der **Zahlungsmodalitäten** (s. unten), kann *Groupon* seinen **Cash-Flow optimieren**.



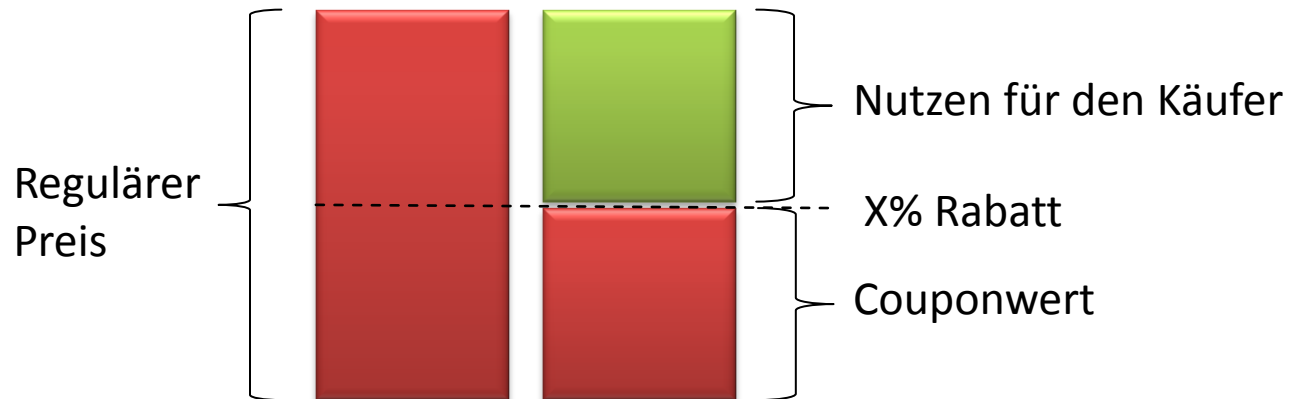
Quellen: <http://venturebeat.com/2012/05/07/groupon-tightens-its-payment-terms-with-merchants/groupon-payment-terms/>, <http://www.dailyfinance.com/2011/11/10/is-groupon-short-on-cash/>



Quelle: Eigene und erweiterte Darstellung in
Anlehnung an
<http://www.ebizcolumn.com/2010/12/network-effects-in-groupon-business.html>

Geschäftsmodell

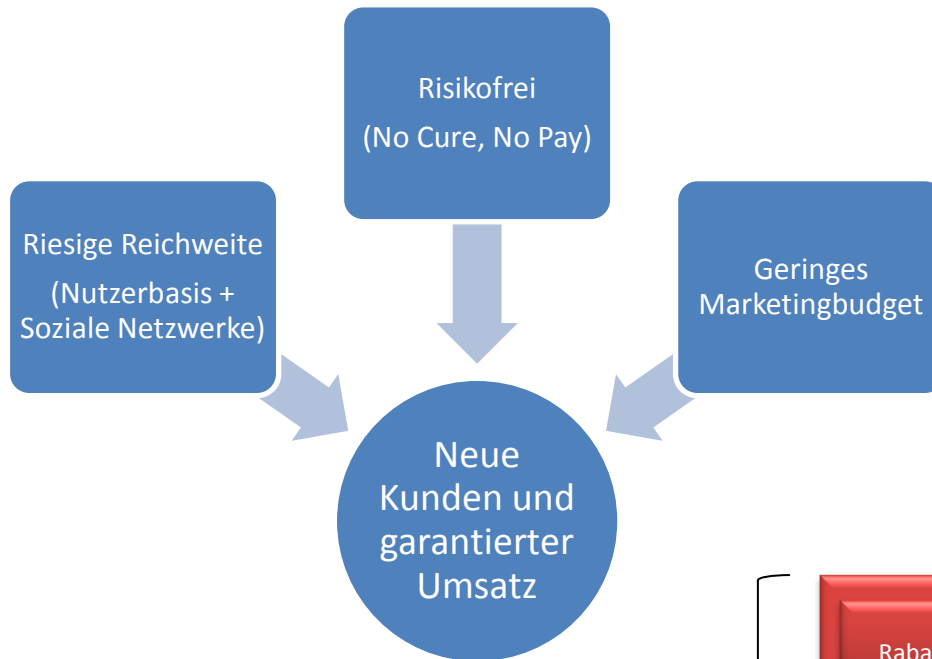
Value Proposition – Käufer



Quelle: <http://www.slideshare.net/ashwinmalshe/the-rise-and-fall-of-groupon>, Slide 12

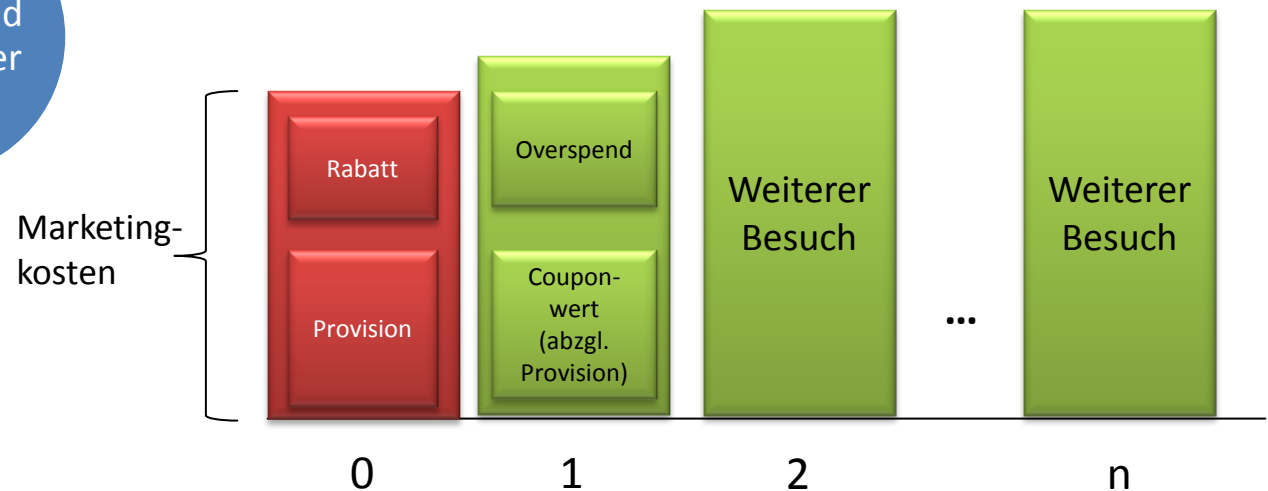
Geschäftsmodell

Value Proposition – Verkäufer

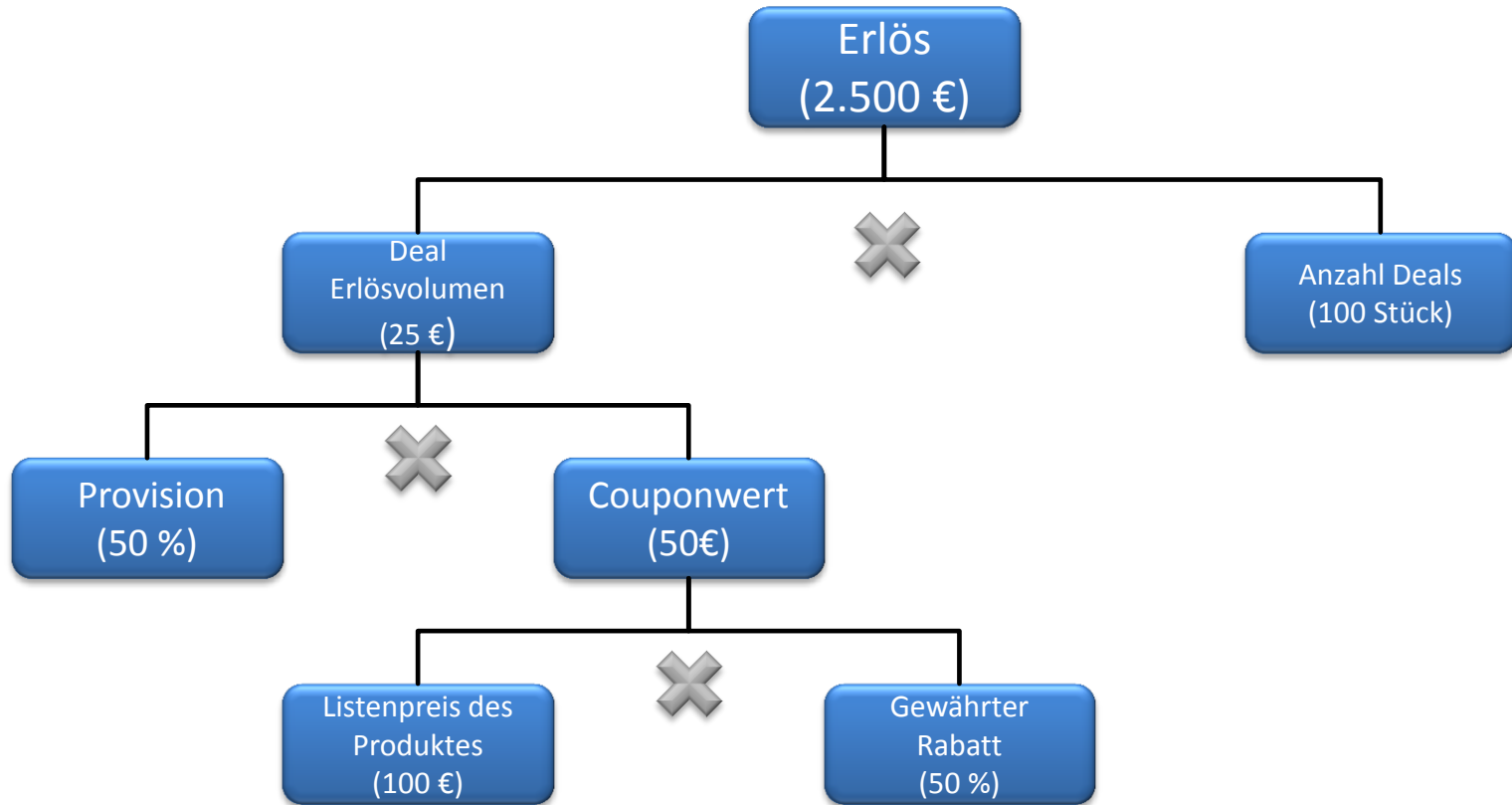


"We help businesses navigate the new world of social media and Internet marketing in an approachable, creative way. An appearance on Groupon validates these businesses as a cool part of their community."

Andrew Mason (CEO)



Quelle: <http://www.slideshare.net/ashwinmalshe/the-rise-and-fall-of-groupon>, Slide 11



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an <http://www.slideshare.net/dahlenc/groupon-business-model>, Slide 4

	Three Months Ended December 31,		Year Ended December 31,		
	2010 (unaudited)	2011 (unaudited)	2009	2010	2011 (unaudited)
Revenue (gross billings of \$415,269, \$1,230,868, \$34,082, \$745,348 and \$3,985,501)	\$ 172,224	\$ 492,164	\$ 14,540	\$ 312,941	\$ 1,610,430
Costs and expenses:					
Cost of revenue	25,191	96,265	4,716	42,896	258,879
Marketing	200,927	155,299	5,053	290,569	768,472
Selling, general and administrative	116,896	255,316	5,848	196,637	821,002
Acquisition-related	165,339	256	—	203,183	(4,537)
Total operating expenses	508,353	507,136	15,617	733,285	1,843,816
Loss from operations	(336,129)	(14,972)	(1,077)	(420,344)	(233,386)

2011: Marketingkosten
ca. 48% vom Umsatz

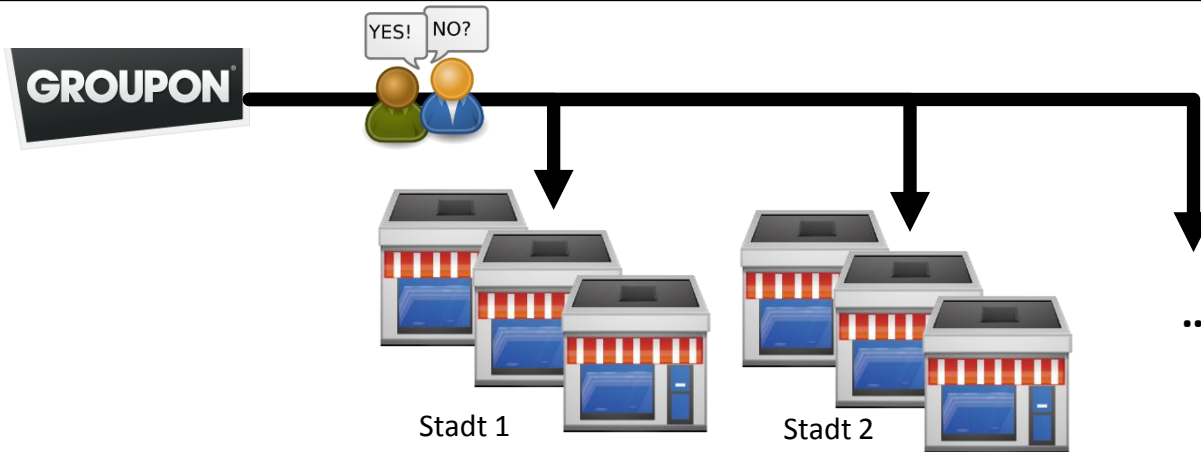
- Gewinnung / Pflege von Kundenbeziehungen
- Aktivieren von Benutzern, die bisher noch nichts erworben haben
- Erhöhen der Einkaufshäufigkeit durch gezielte Kampagnen

2011: SG&A
ca. 51% vom Umsatz

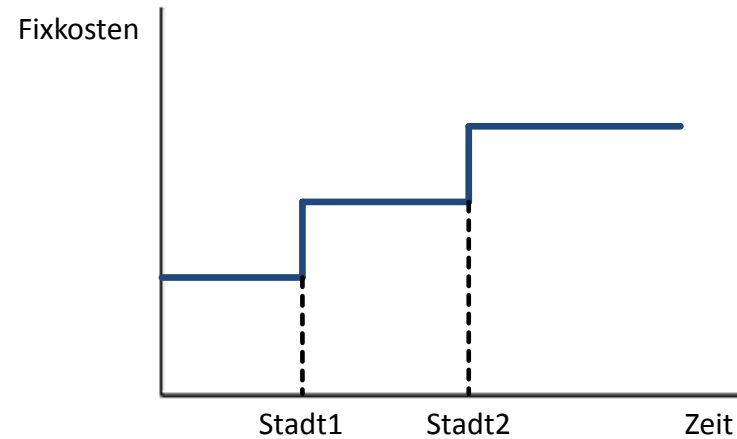
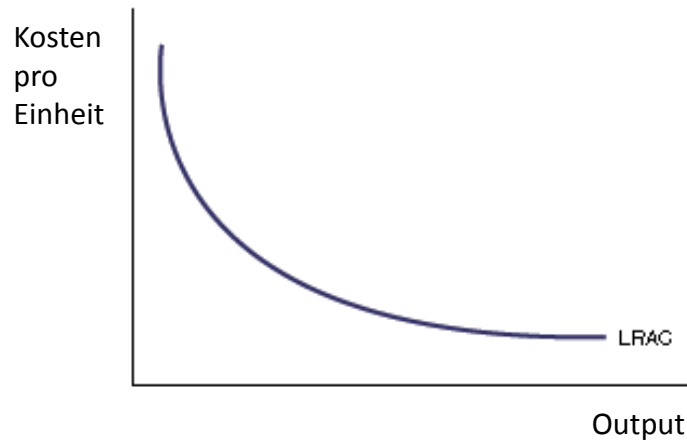
- Gewinnen von Händlern / Dienstleistern für Rabattaktionen (Deals)

Geschäftsmodell

Kostenmodell (2)



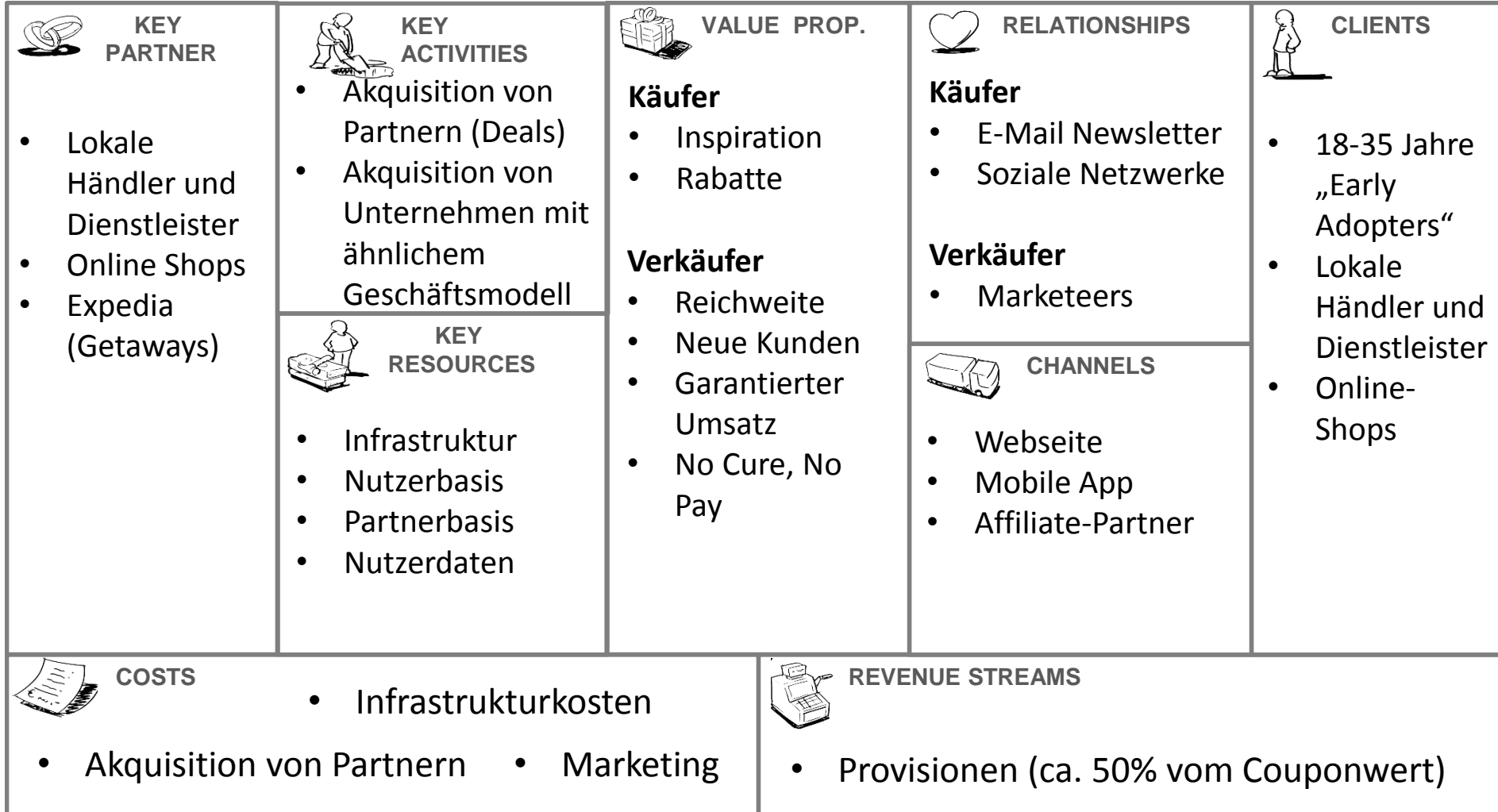
Groupon profitiert von **Skaleneffekten**, muss aber jede Stadt **einzel**n gewinnen



Quelle: <http://www.slideshare.net/dahlenc/groupon-business-model>, Slide 5

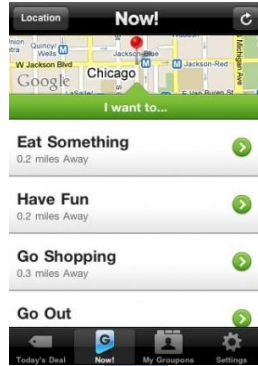
Geschäftsmodell

Modellierung nach Osterwalder et al.



Quellen: Eigene und erweiterte Darstellung in Anlehnung an <http://www.adriaanrijkens.nl/2011/06/29/the-groupon-business-model-canvas/>





Konkurrenten

- Geringe Markteintrittsbarriere
- Gefahr durch Aggregatoren
- Bessere Zahlungsbedingungen



Konsumenten

- Geringe Loyalität
- Geringe Umstellungskosten
- => Keine Abhängigkeit von Groupon

Verkäufer

- Geringe Loyalität
- Schlechte Zahlungsbedingungen
- Hohe Gewinnmargen von Groupon
- Geringe Umstellungskosten
- => Keine Abhängigkeit von Groupon

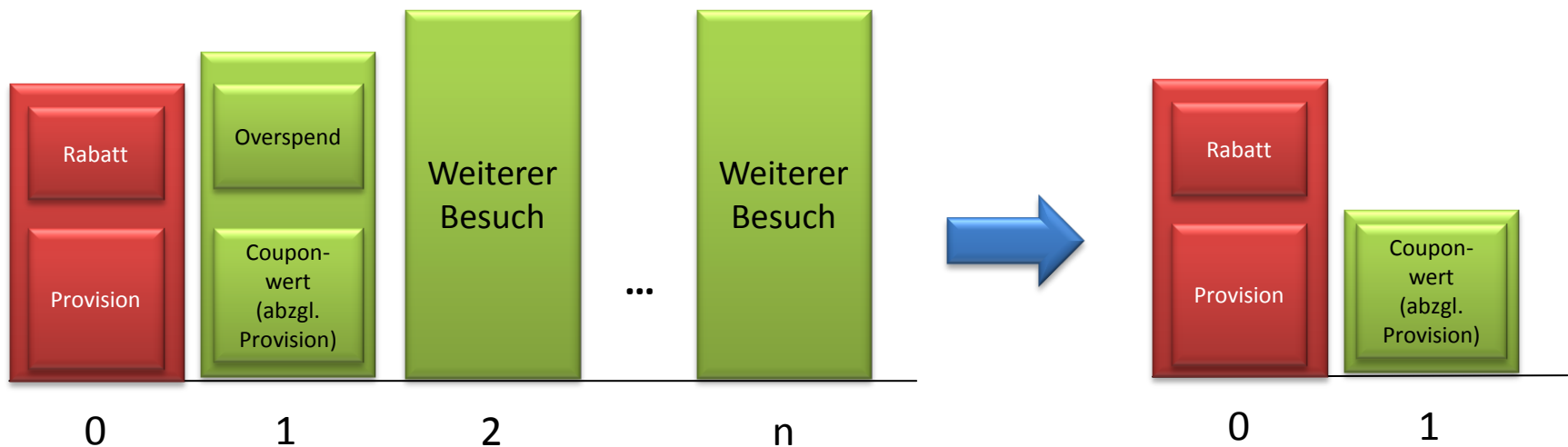


Quellen: <http://blogs.hbr.org/hbr/mcgrath/2011/07/the-problem-with-groupons-busi.html>, <http://blog.yipit.com/2011/10/23/groupon-now-groupons-bet-on-the-future-off-to-a-disappointing-start/>



Widerkehrende Kunden: **Nur 22%**

Groupon führt Unternehmen Kunden zu, die nur an massiven Rabatten interessiert sind



Für welche Unternehmen ist *Groupon* dann geeignet?

- Economies of Scale (hohe Fixkosten)
- wenn die Gewinnmarge $\geq 75\%$ ist
- wenn hohe Kundenakquisitionskosten existieren (Traditionelles Marketing)
- wenn extrem hohe Cross-Selling Potenziale bestehen

Quellen: <http://lumma.de/2011/06/13/niemand-braucht-groupon/>, <http://weakonomics.com/2012/03/30/groupons-business-model-is-a-train-wreck-in-slow-motion/>,

Wettbewerber



2007



Juni 2011

Besitzt Beteiligung
an LivingSocial



Mai 2008

Local Deals: August 2010



Mai 2011



Dezember 2009

Akquiriert von Google
im September 2011



Umsatz 2011



Quellen: <http://www.fool.com/investing/general/2012/04/27/the-words-that-doom-groupon.aspx>, <http://www.compete.com>

Danke

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Fragen?