

QVC wählt MicroStrategy für sein unternehmensweites Reporting

01.07.2010, 08:52 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *MicroStrategy Deutschland GmbH*

Durchgängige Informationen für alle Abteilungen mit Business Intelligence von MicroStrategy

Köln, den 30. Juni 2010 – MicroStrategy inc. (NASDAQ: MSTR) ein führender weltweiter Anbieter von Business Intelligence gab heute bekannt, dass sich die QVC Deutschland Inc. & Co. KG mit Sitz in Düsseldorf für die Konsolidierung der bisherigen Reportingstrukturen und den Aufbau einer unternehmensweiten Business Intelligence Lösung auf Basis der MicroStrategy 9 Plattform entschieden hat. In einem mehrstufigen Projekt sollen alle Unternehmensteile vom Einkauf, über Marketing, Controlling bis hin zu Logistik und Call-Center Steuerung eine einheitliche Informationsbasis nutzen und ein zentral koordiniertes Business Intelligence Werkzeug einsetzen.

QVC ist mit einem Marktanteil von mehr als 50 Prozent der führende Teleshopping Anbieter in Deutschland. Mit ca. 18.000 Artikeln bedient QVC die Segmente Home, Schmuck, Lifestyle, Beauty und Mode. Die große Produktvielfalt und die schnelle Umschlagsgeschwindigkeit innerhalb des Unternehmens stellen hohe Ansprüche an die Analysesoftware und fordern flexible Auswertungsmöglichkeiten, um jederzeit alle Trends zu erkennen. QVC hat sich nach einem Auswahlprozess für MicroStrategy entschieden, um schrittweise eine unternehmensweite BI Plattform für mehrere hundert Nutzer zur Verfügung zu stellen.

„Die Endanwender Selfservice Funktionalitäten von MicroStrategy 9, sowie Skalierbarkeit und niedrige Total Cost of Ownership (TCO), führten zu der Entscheidung für MicroStrategy.“, so Heribert Kraus, CIO bei QVC Deutschland.

„Wir sind stolz darauf QVC Deutschland als Kunden gewonnen zu haben. Der schnelle Projektfortschritt und die Reaktionen der Anwender zeigen uns, dass unsere MicroStrategy Business Intelligence Plattform die richtige Wahl für höchste analytische Anforderungen und Skalierbarkeit ist, wenn BI Inseln in ein unternehmensweites Business Intelligence Projekt überführt werden sollen.“ ergänzt Erwin Mertens, Country Manager MicroStrategy Deutschland.

Portrait

Über QVC Deutschland

QVC Deutschland, Sendestart im Dezember 1996, ist der mit Abstand führende Teleshopping-Anbieter in Deutschland. Der Marktanteil liegt bei mehr als 50 Prozent* der Branchenumsätze. Durchschnittlich 18.000 Produkte hat QVC in seinem Sortiment. Dazu gehören die Segmente Home, Beauty & Lifestyle, Mode und Schmuck. Das Teleshopping-Unternehmen hat rund 5,8 Millionen Kunden und beschäftigt in eigenen Call Centern sowie in Logistik und Verwaltung insgesamt 3.440 Mitarbeitern, davon rund je ein Fünftel in Düsseldorf und Kassel, ein Viertel in Bochum und ein Drittel in Hückelhoven. Die Mutterfirma QVC Inc. (USA) ging 1986 erstmalig auf Sendung und zählt heute zu den weltweit führenden elektronischen Einzelhandelsunternehmen.

Über MicroStrategy

MicroStrategy wurde im Jahr 1989 gegründet und ist ein führender weltweiter Anbieter in der Business Intelligence-Technologie. Das Unternehmen bietet eine integrierte Reporting-, Analyse- und Monitoring-Software, mit der führende

Unternehmen auf der ganzen Welt täglich effizientere Entscheidungen treffen. Unternehmen schätzen an MicroStrategy einfache Bedienung, komplexe Analysen und die unerreichte Skalierbarkeit von Daten und Benutzerzahlen. Auf seiner Website bietet MicroStrategy eine kostenlose Reporting-Software zum Download an:

<http://www.microstrategy.com/freereportingsoftware>. Weitere Informationen über MicroStrategy (Nasdaq: MSTR) finden Sie unter www.microstrategy.com.

News-ID: 443802 • Views: 214 (Stand: 31.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/443802/QVC-waehlt-MicroStrategy-fuer-sein-unternehmensweites-Reporting.html>