



State of E-Commerce Schweiz & DACH

*Welches sind die **grossen Trends im E-Commerce in der Schweiz und seinen Nachbarländern?***

Thomas Lang von Carpathia wird uns hier seine Sicht der Dinge darlegen.

 Die schlechte Nachricht zuerst:



**«Der einzige Trend der bleibt ist,
dass es keine Trends mehr gibt.»**

**Wer heute noch schläft in Sachen
digitale Vertriebsmodelle riskiert,
nie mehr aufzuwachen.**

23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang

3



~~7 Trends~~
7 Thesen

23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang

4

These Nummer 1

Retail wird zerrieben von allen Seiten

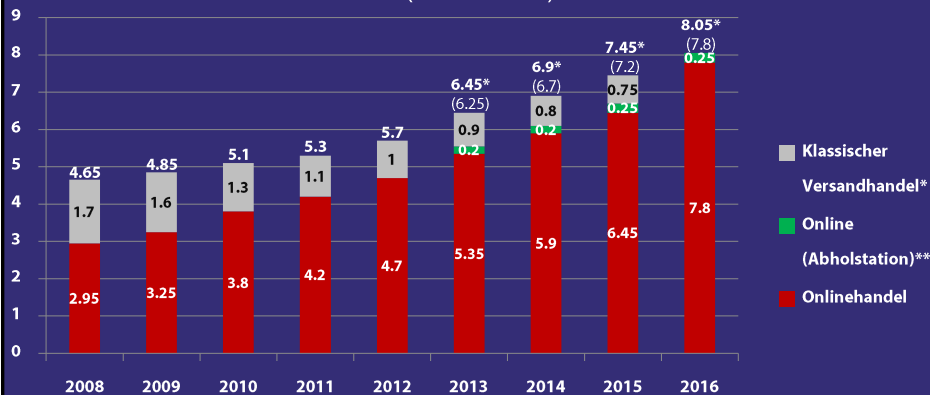
23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang

5

Druck von den Online-Händlern

Entwicklung Umsätze Online-Versandhandel 2008-2016

(in Mrd. CHF)



Quelle: VSV/GfK 2017 - Grafik: Carpathia AG

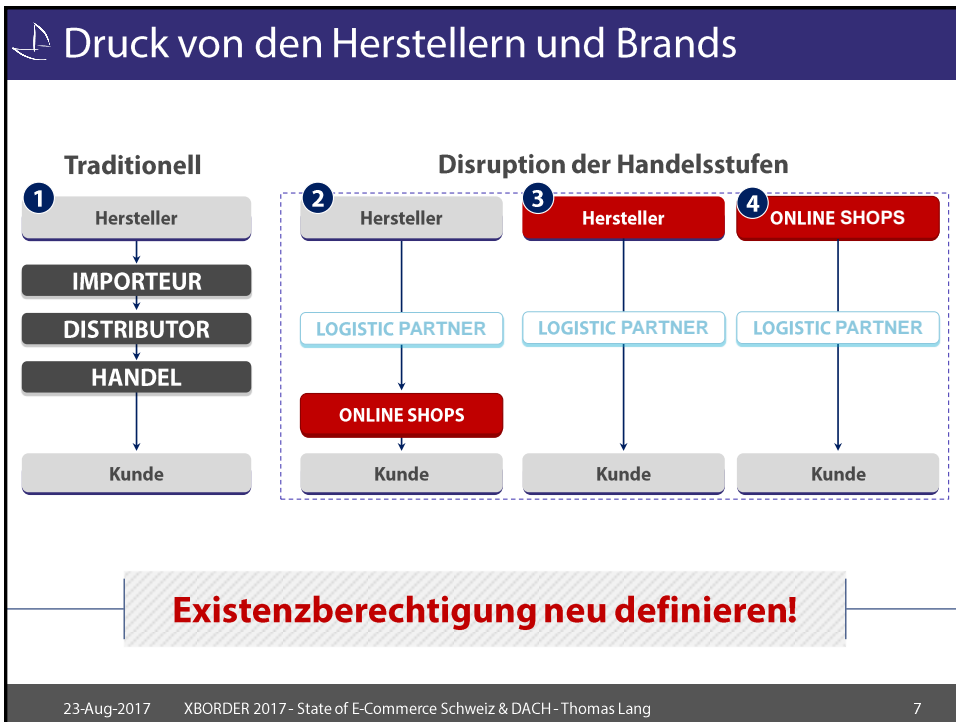
*) ab 2016 keine Unterscheidung mehr zwischen Online und klassischem Versandhandel

Shift Katalog → Online

Shift Stationär → Online

23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang

6



«Transformations-Falle»

Bsp. Globus	Stationär	Online*	Total
In CHF (2016)	CHF 867 Mio	CHF 12 Mio	CHF 879 Mio
In %	98.6%	1.4%	100%

Jeder weiss, die Zukunft liegt dort, wo heute nur minimale Umsätze und kaum Profite erzielt werden.

- Shift von operativer Profitmaximierung zu einer «Überlebensstrategie»
- Transformation muss zwingend als Investment in die Zukunftsfähigkeit des Geschäftsmodells angesehen werden

*) Schätzung

23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang 8

 These Nummer 2

Wahre Warenhäuser sind online

23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang

9

 Existenzberechtigung von Warenhäusern...?

Vergleich Amazon vs. Jelmoli

- «House of Brands»
- Sortimente
- Preise
- Öffnungszeiten
- Convenience
- Management Attention

«WARUM» genau soll man noch in den Laden?
Erlebnis? Emotionen?

23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang

10

 These Nummer 3

Shopping-Center sind ein Auslaufmodell

23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang

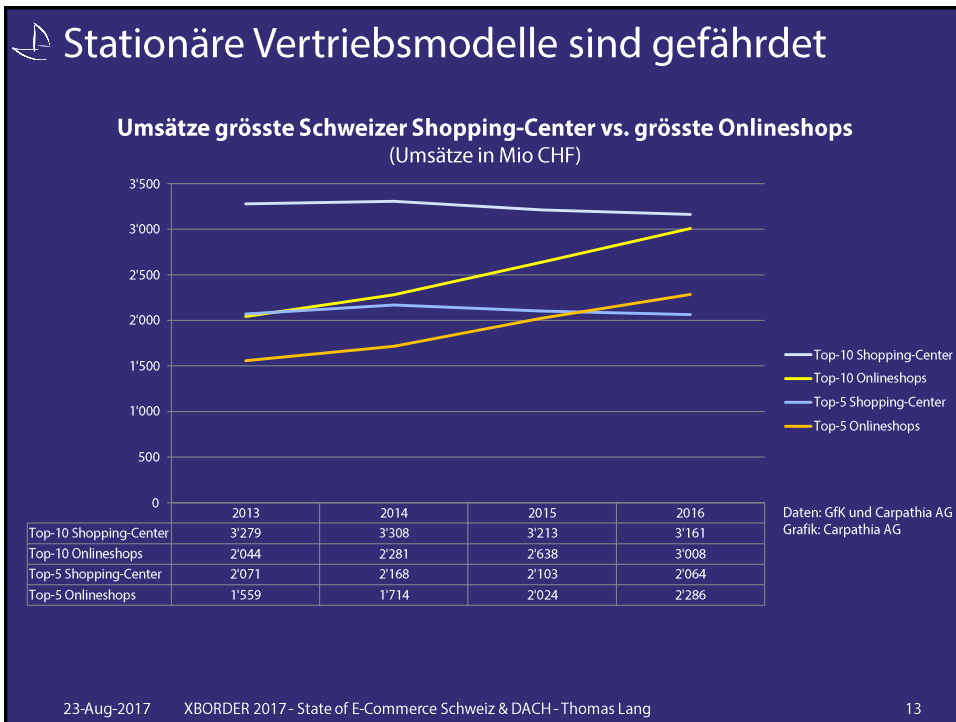
11

 «Krankheitsverlauf» eines Shopping-Centers

- 
1. Erste Ankermieter verschwinden
 2. Renovation stehen an, die Braut wird aufgehübscht
 3. Retailer reduzieren ihre Flächen
 4. Einzelne Branchen werden wegdigitalisiert
 5. Weitere Ankermieter verschwinden
 6. Food-Courts werden massiv ausgebaut
 7. PopUp-Stores sollen Frequenz sichern
 8. Entertainment-Center sollen Frequenz sichern
 9. Dead-Mall

23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang

12

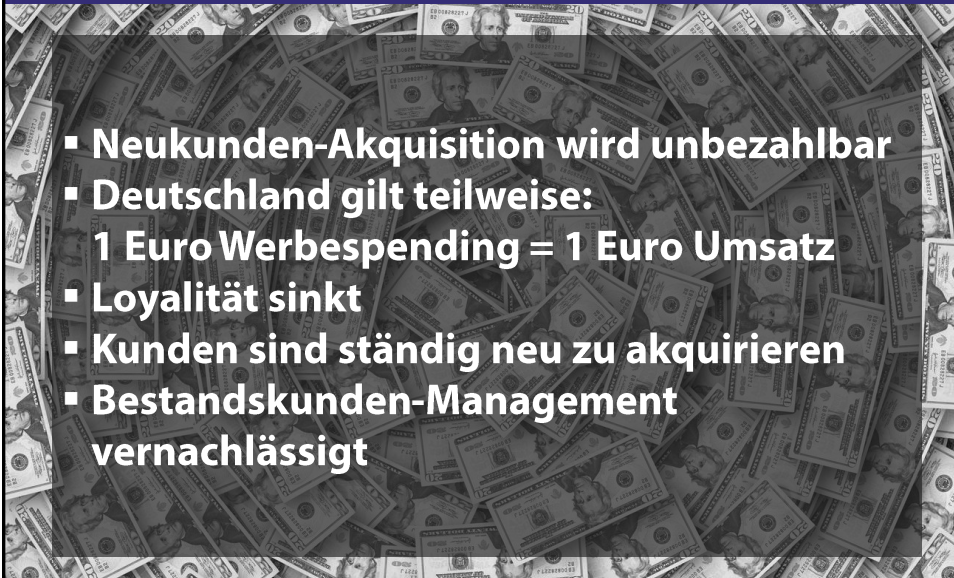


These Nummer 4

Kundenakquisition wird unbezahlbar

23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang 14

Frequenz und Umsatz werden immer teurer



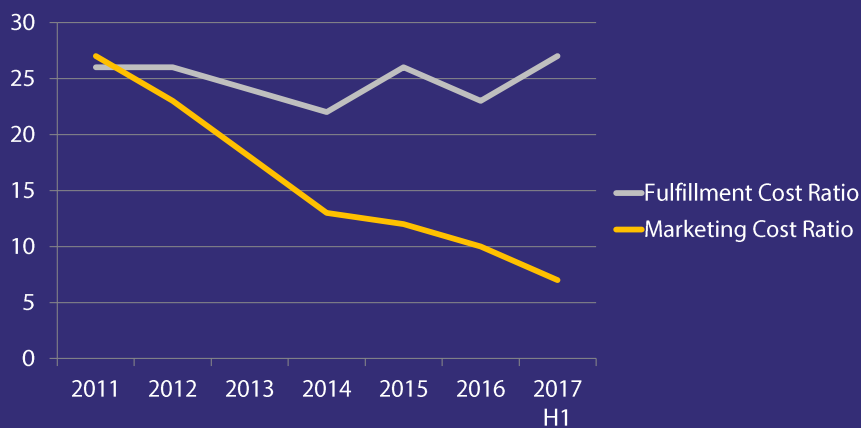
- **Neukunden-Akquisition wird unbezahlbar**
- **Deutschland gilt teilweise:
1 Euro Werbespending = 1 Euro Umsatz**
- **Loyalität sinkt**
- **Kunden sind ständig neu zu akquirieren**
- **Bestandskunden-Management vernachlässigt**

23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang

15

Zum Beispiel Zalando

Entwicklung Fulfillment- / Marketing Cost Ratio
(in % des Umsatzes – Quelle: corporate.zalando.com)



23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang

16

 These Nummer 5

B2B Bonanza

23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang

17

 ...nicht nur Hidden Champions

- **Grössere Umwälzungen vorhersehbar**
- **Druck durch Digitalisierung wird noch viel grösser**
- **«Geschäftsmodell» Rabatte unter Druck**
- **Internationale Onlineplayer konzentrieren sich auf die (noch) margenstarken Märkte**
- **Hersteller und Brands auf dem Vormarsch**

23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang

18

 These Nummer 6

Plattformstrategien gehört die Zukunft

23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang

19

 Plattformen

- **Handel alleine lohnt sich nur noch eingeschränkt**
- **Kostendeckung mit minimalen Margen = USP**
- **Monetarisierung**
 - **eigener Services und Daten**
 - **der Frequenzen und Kundenstämme**
- **Ausbau der Datenhoheit**
- **Verkauf des Kundenzugangs**

23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang

20

 These Nummer 7

Es hat Platz für 2-3 Marktplätze in der Schweiz

23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang

21

 Es hat Platz für 2-3 Marktplätze in der Schweiz...

..und einer davon ist Amazon

23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang

22

7 Thesen

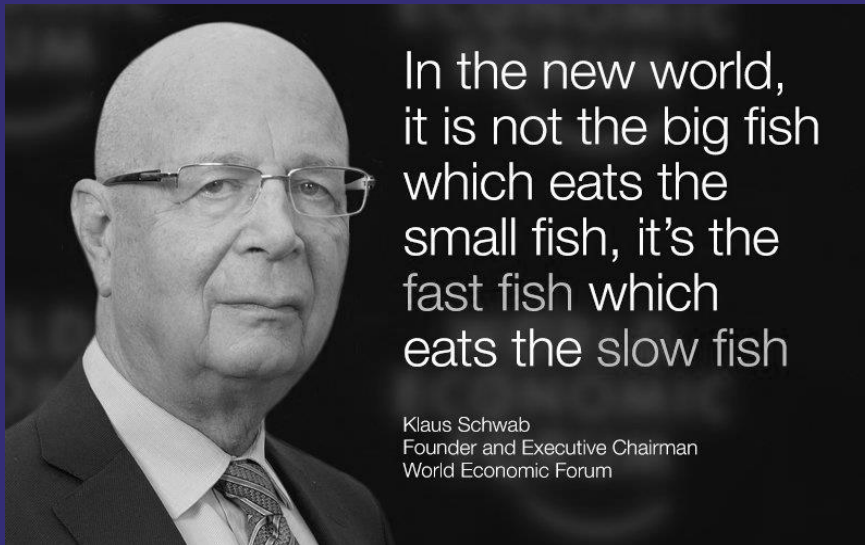


1. Retail wird zerrieben von allen Seiten
2. Wahre Warenhäuser sind online
3. Shopping-Center sind ein Auslaufmodell
4. Kundenakquisition wird unbezahlbar
5. B2B Bonanza
6. Plattformstrategien gehören die Zukunft
7. Es hat Platz für 2-3 Marktplätze in der Schweiz

Bonus These

**Geschwindigkeit
und Kulturwandel
sind die grössten
Herausforderungen**

 **Geschwindigkeit vs. Perfektionismus**



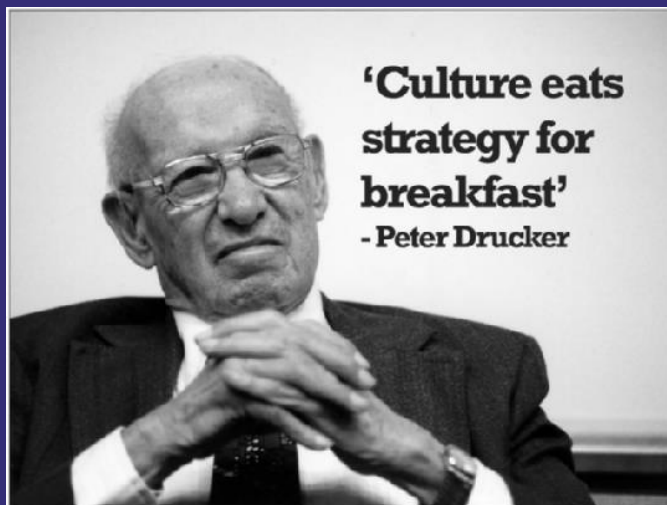
Klaus Schwab
Founder and Executive Chairman
World Economic Forum

Quelle: <https://twitter.com/Davos/status/568455004639629312>

23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang

25

 **Kulturwandel als zentraler Erfolgsfaktor**



23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang

26



**Wir sind jederzeit
für Sie da**

Carpathia AG
Fröhlichstrasse 27
CH-8008 Zürich

+41 44 252 68 88
info@carpathia.ch
www.carpathia.ch
blog.carpathia.ch

23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang 27



**Bleiben Sie
mit uns in Kontakt!**

Carpathia	Thomas Lang
@carpathia_ch 	@thlang 
gplus.to/carpathia 	gplus.to/thlang 
facebook.com/carpathia.ch 	thomas_lang9 
blog.carpathia.ch 	thlang 
	thomas.lang@carpathia.ch 

23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang 28

 **Thomas Lang**

 **Jahrg. 68 und seit 1997 im Digital-Business**

Hintergrund

- Betriebsökonom HWV/FH
- Dipl. Informatiker Business Solutions (WI 2)
- Autor zahlreicher Fachartikel & -studien
- Referent an intl. Kongressen
- Dozent an diversen Instituten für E-Commerce und Online Vertrieb
- **1999 Carpathia gegründet**

 **@thlang**



23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang 29

 **carpathia: digital.business.competence**



- Gegründet 1999 - **Unabhängig und neutral**
- Unternehmensberatung für **Digital-Business, E-Commerce und Digitale Transformation**
- Kernkompetenzen im Bereich Entwicklung von **Strategien, Lösungskonzeption, Expertisen** und weiteren Beratungsfeldern
- Hauptfokus auf digitale End-to-End Geschäfts- und Transaktionsprozesse für
 - PurePlayer-Modelle
 - Multi-, Cross- und Omni-Channel Händler
 - Industrie und Grosshandel
 - Hersteller und Verlage
 - Marktplätze, Services- und Reiseplattformen
 - Direkte und indirekte Vertriebswege
 - **C2C, B2B, B2C → H2H**




23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang 30

Wir geniessen das Vertrauen folgender Kunden



Über 3 Mrd. Onlineumsatz

23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang 31


carpathia[®]
 digital.business.competence

PDF der Slides unter

<http://carpathia.ch/know-how/referate/>

23-Aug-2017 XBORDER 2017 - State of E-Commerce Schweiz & DACH - Thomas Lang 32