

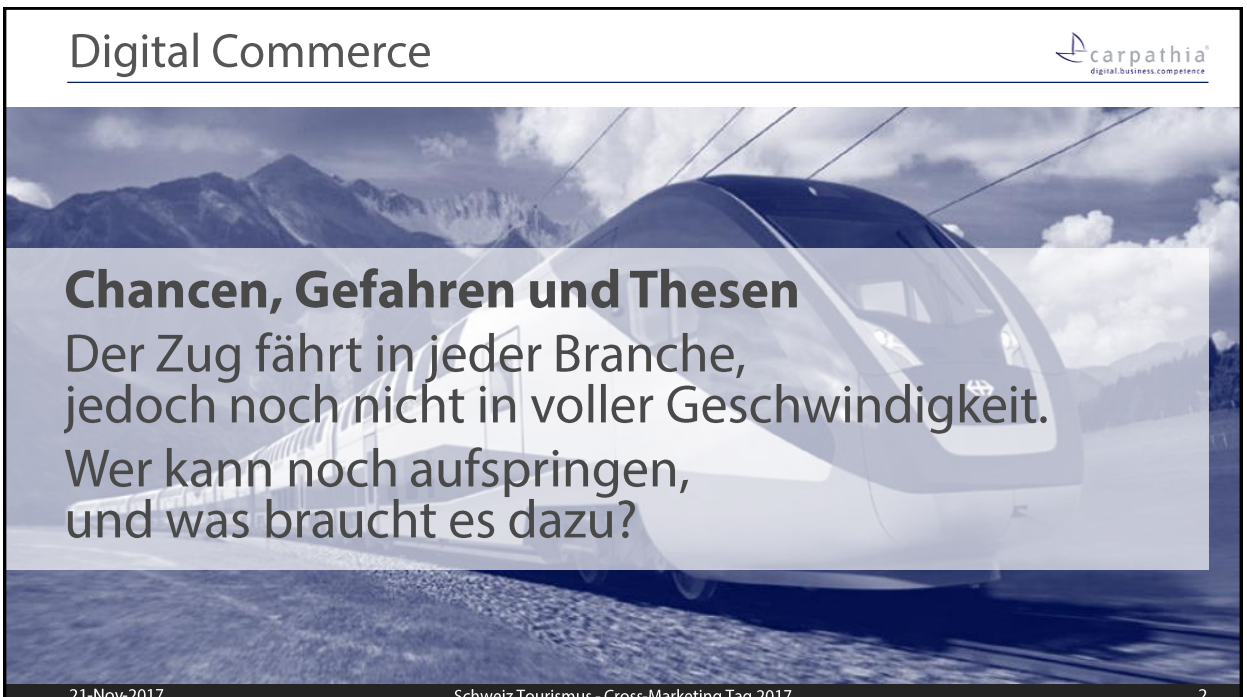



carpathia®  
digital.business.competence

# Digital-Commerce: Der Zug ist abgefahren

171121 – Thomas Lang

Carpathia AG | [www.carpathia.ch](http://www.carpathia.ch) | [blog.carpathia.ch](http://blog.carpathia.ch) | [kontakt@carpathia.ch](mailto:kontakt@carpathia.ch)



Digital Commerce 

## Chancen, Gefahren und Thesen

Der Zug fährt in jeder Branche,  
jedoch noch nicht in voller Geschwindigkeit.  
Wer kann noch aufspringen,  
und was braucht es dazu?

21-Nov-2017 Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017 2

## 40 Minuten Ihrer wertvollen Zeit für



- Dramatische Veränderungen im Handel
- Ursachen und Folgen dieser Veränderung
- Herausforderungen und Chancen die sich bieten

## Dramatische Veränderungen im Handel

Fünf Ursachen, die den Handel dramatisch verändern

## Dramatische Veränderungen im Handel

1. Shift Stationär → Online
2. Hersteller verkaufen direkt
3. Neue potente Mitbewerber
4. Legitimation geht zusehends verloren
5. Verändertes Kundenverhalten

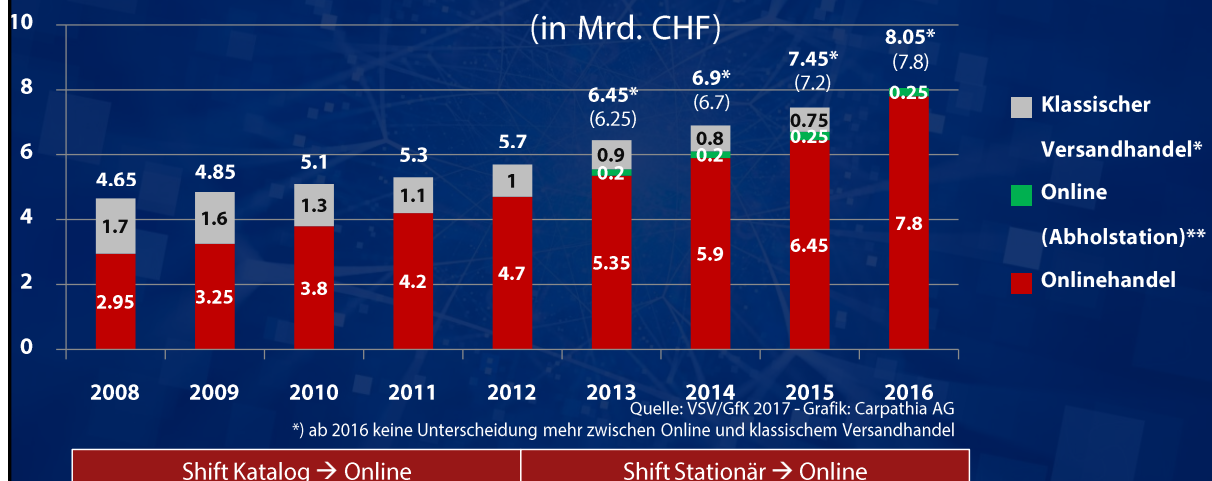
21-Nov-2017

Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017

5

## Shift Stationär → Online

### Entwicklung Umsätze Online-Versandhandel 2008-2016

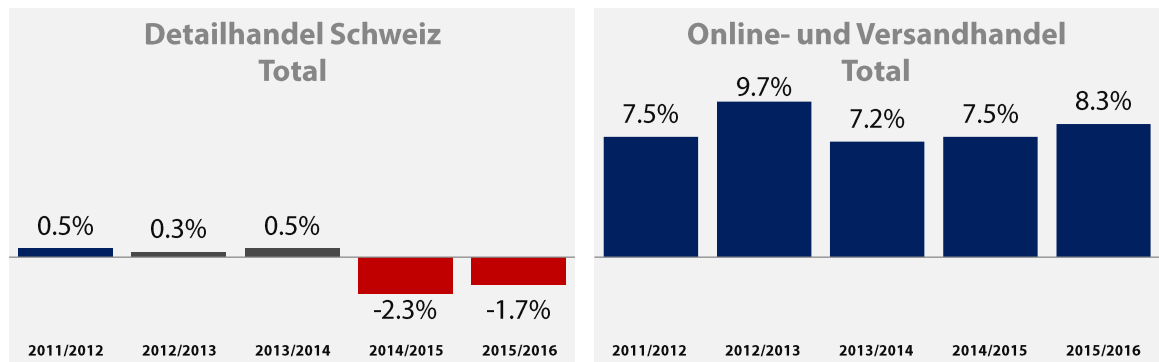


21-Nov-2017

Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017

6

## Online wächst schneller als Detailhandel CH



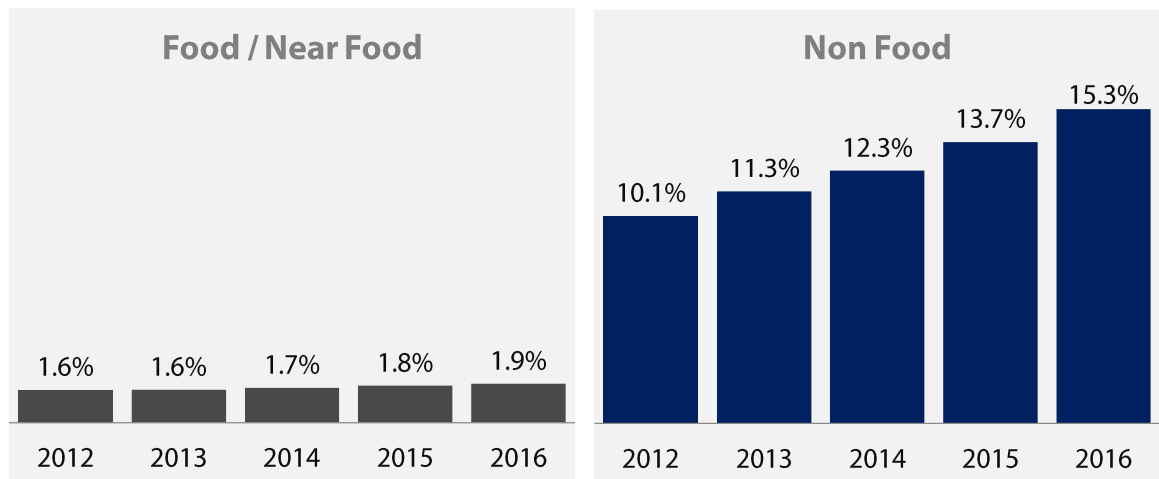
Quelle: VSV/GfK 2017

21-Nov-2017

Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017

7

## Wertmässige Anteile des Onlinehandels



Quelle: VSV/GfK 2017

21-Nov-2017

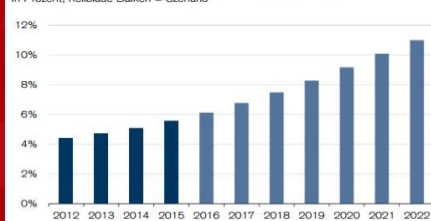
Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017

8



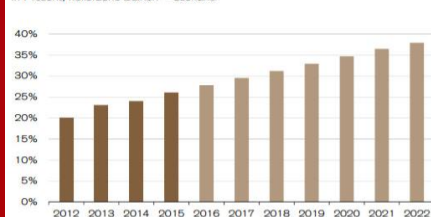
## Verdoppelung der Anteile in nächsten 5 Jahren

**Abb. 5: Onlineanteil am Detailhandelsumsatz**  
In Prozent; hellblaue Balken = Szenario



Quelle: GfK, VSV, Credit Suisse

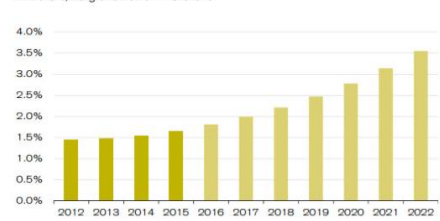
**Abb. 7: Onlineanteil Heimelektronik**  
In Prozent; hellbraune Balken = Szenario



21-Nov-2017

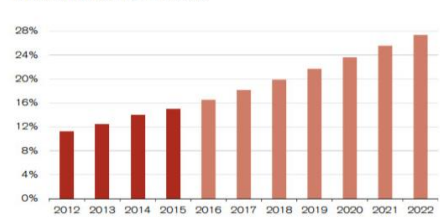
Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017

**Abb. 6: Onlineanteil Food**  
In Prozent; hellgrüne Balken = Szenario



Quelle: GfK, VSV, Credit Suisse

**Abb. 8: Onlineanteil Bekleidung/Schuhe**  
In Prozent; hellrote Balken = Szenario



Quelle: Credit-Suisse Retail Outlook 2017

21-Nov-2017

Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017

10

# Hersteller verkaufen direkt

**1 Traditionell**

**2 Disruption der Handelsstufen**

**3 Disruption der Handelsstufen**

**4 Disruption der Handelsstufen**

**Existenzberechtigung neu definieren!**

21-Nov-2017
Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017
11

# Neue potente Mitbewerber

**Digital Commerce Schweiz 2017**  
Die umsatzstärksten Onlineshops und digitalen Vertriebs-Plattformen

**Top 30 B2C**

Rang	Onlineshop	E-Commerce-Umsatz 2016	Sortiment
1	digitec.ch (*)	602,0	Electronics & Media
2	zalando.ch *	534,0	Fashion & Accessoires
3	amazon.de *	475,0	Universal
4	nespresso.com/ch/ *	325,0	Body & Taste
5	brack.ch *	247,5	Electronics & Media
6	leshop.ch	182,1	Body & Taste
7	microspot.ch	181,0	Electronics & Media
8	allexpress.com *	130,0	Universal
9	coopathome.ch	129,0	Body & Taste
10	galaxus.ch (*)	102,0	Universal
11	ifolor.ch	100,0	Lifestyle & Hobby
12	nettoishop.ch	81,0	Electronics & Media
13	exlibris.ch *	75,0	Electronics & Media
14	shop.mediamarkt.ch *	64,0	Electronics & Media
15	amazon.fr *	60,8	Universal
16	apple.com/chde/ *	60,8	Electronics & Media
17	reifendirekt.ch *	60,6	Lifestyle & Hobby
18	amazon.com *	55,3	Universal
19	tchibo.ch *	54,5	Universal
20	bonprix.ch *	51,2	Fashion & Accessoires

**Top 10 B2B**

Rang	Onlineshop	Unternehmen	E-Commerce-Umsatz 2016
1	elektro-material.ch	Elektro-Material AG	279,0
2	altronic.ch *	Altronic AG	199,0
3	lypsen.ch	Lypsen Switzerland AG	181,0
4	shopae-f.ch	Winterhalter Ferner AG	181,0
5	ottofisher.ch *	Otto Fischer AG	168,3
6	brw.ch *	Büro- & Lagerwerkzeuge AG	150,0
7	argocom *	APP Schweiz AG	137,0
8	tbl-bewehop.ch	Tübler-Hauswerk-AG	98,2
9	diabnet.ch *	Distrib. Bereich der Diabnet Schweiz AG	80,0
10	epoch	OPO Oeschger AG	76,9

**Top 10 Reisen, Tickets & horizontale Plattformen**

Rang	Onlineshop	Unternehmen	E-Commerce-Umsatz 2016
1	swire.com *	Swire International Air Lines	1.200,0
2	booking.com *	Booking.com	952,9
3	ricardo.ch	Ricardo.ch AG	650,0
4	ibis.ch *	ibis AG	435,0
5	ebay.com *	Ebay.com SA	330,0
6	ebay.ch *	Ebay Inc.	225,0
7	ticket.com.ch	Ticket.com AG	223,6
8	expedia.com *	Expedia Inc.	154,7
9	airbnb.ch *	Airbnb Inc.	145,0
10	hilton.com *	Hilton Hotel Reservation Service GmbH	101,4

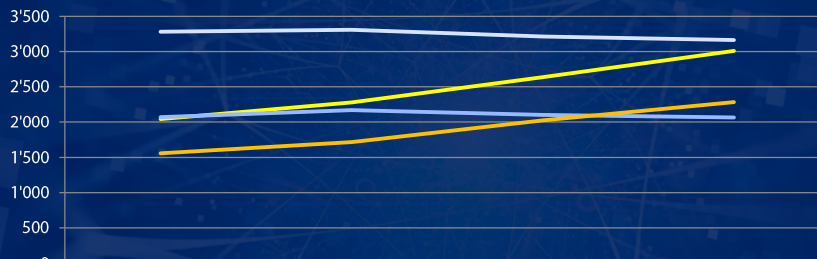
Die Umsätze im Ranking stellen, Tsd. CHF, den E-Commerce-Umsatz dar, der dem Unternehmen im Jahr 2016 entspricht. Die Umsätze sind auf den Netto-Wert der verkauften Waren und Dienstleistungen (Netto) bezogen.

Jetzt herunterladen  
[blog.carpathia.ch/poster2017](http://blog.carpathia.ch/poster2017)

21-Nov-2017
Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017
12

## Stationäre Vertriebsmodelle sind gefährdet

### Umsätze grösste Schweizer Shopping-Center vs. grösste Onlineshops (Umsätze in Mio CHF)



	2013	2014	2015	2016
Top-10 Shopping-Center	3'279	3'308	3'213	3'161
Top-10 Onlineshops	2'044	2'281	2'638	3'008
Top-5 Shopping-Center	2'071	2'168	2'103	2'064
Top-5 Onlineshops	1'559	1'714	2'024	2'286

— Top-10 Shopping-Center  
— Top-10 Onlineshops  
— Top-5 Shopping-Center  
— Top-5 Onlineshops

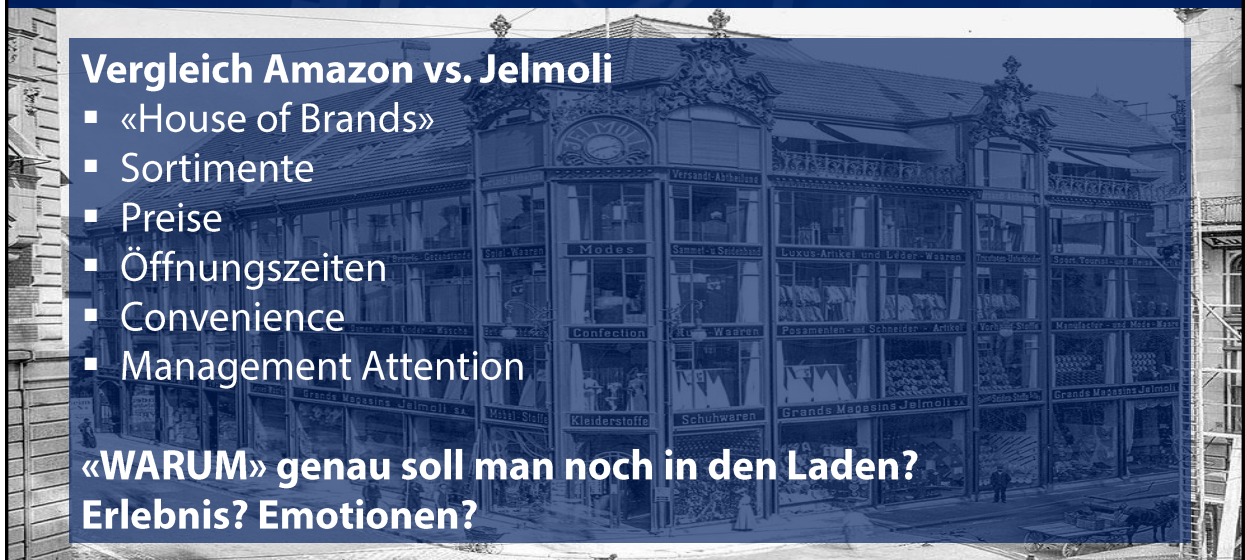
Daten: GfK und Carpathia AG  
Grafik: Carpathia AG

## Legitimation geht zusehends verloren

### Vergleich Amazon vs. Jelmoli

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

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

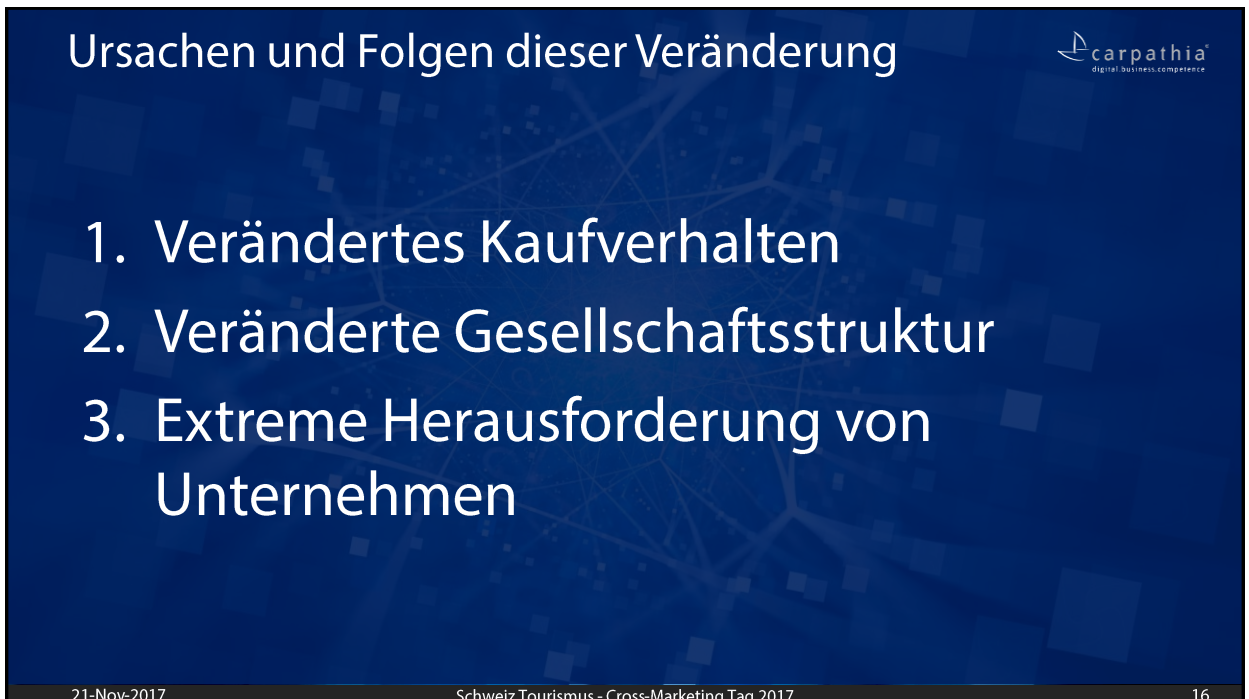




carpathia®  
digital.business.competence

## Ursachen und Folgen dieser Veränderung

21-Nov-2017 Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017 15



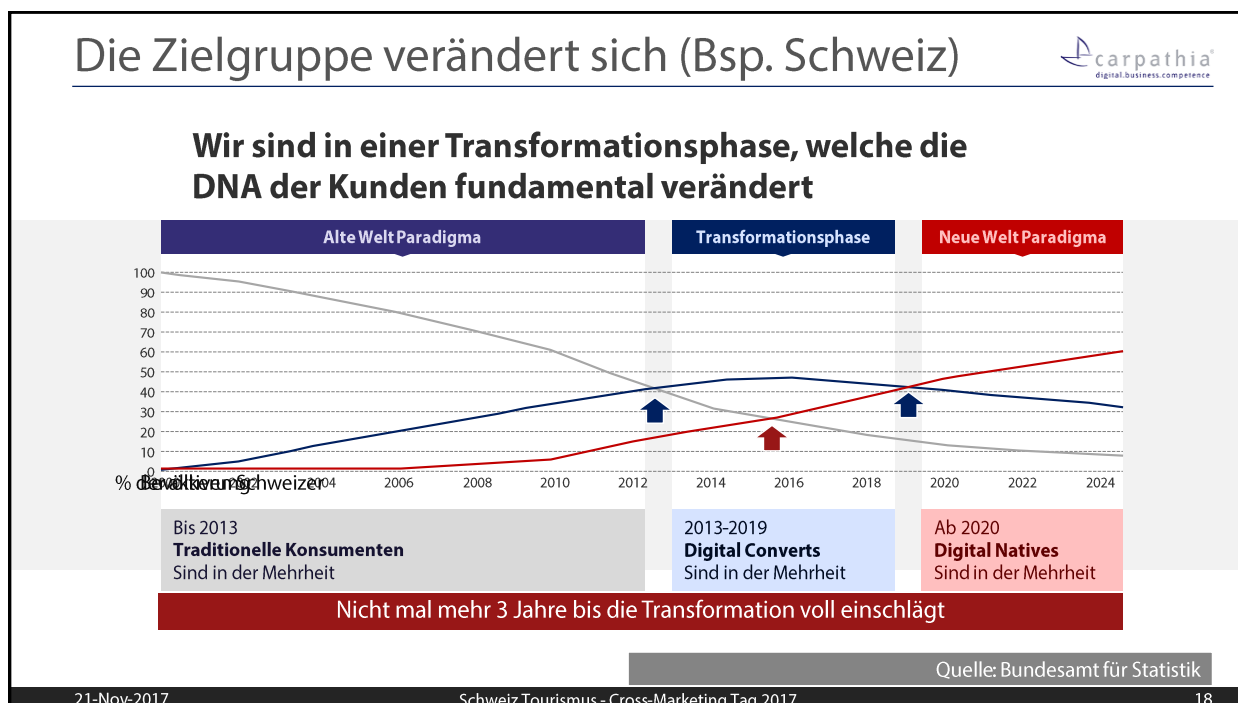
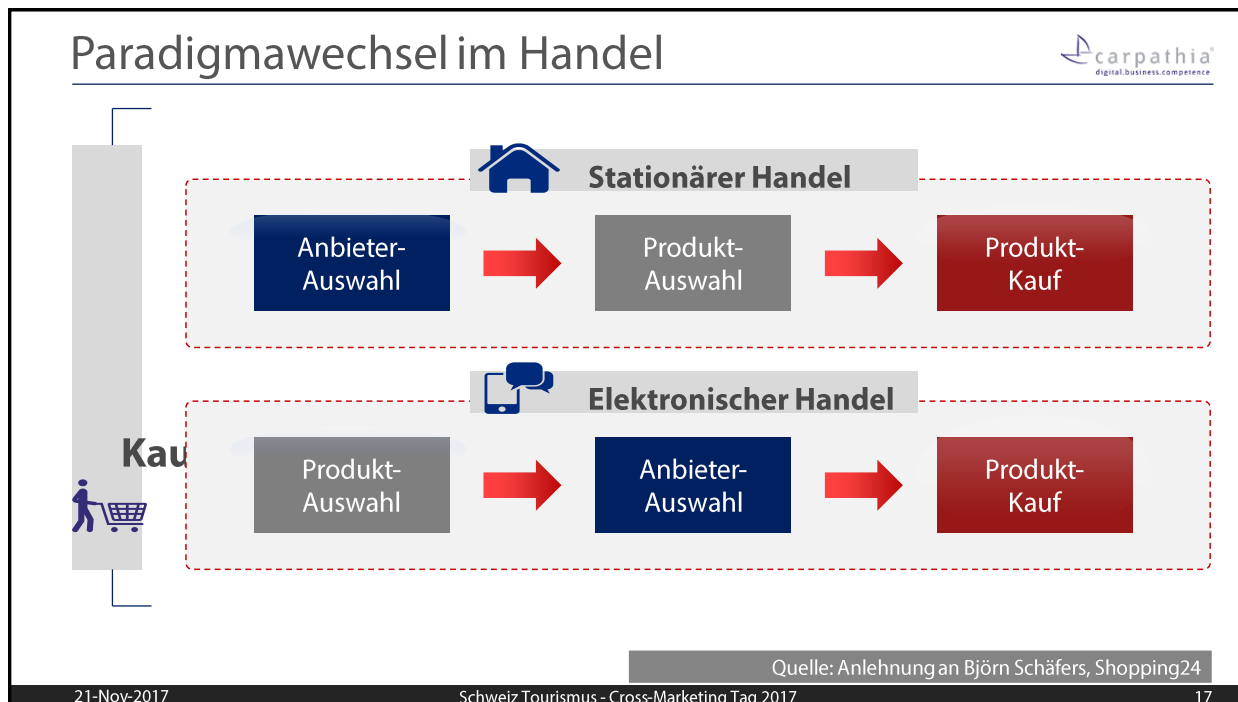
carpathia®  
digital.business.competence

## Ursachen und Folgen dieser Veränderung

1. Verändertes Kaufverhalten
2. Veränderte Gesellschaftsstruktur
3. Extreme Herausforderung von Unternehmen

21-Nov-2017 Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017 16





## «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

21-Nov-2017      Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017      19

## Auswirkungen auf die Geschäftsmodelle

1. Rapide Flächenreduktion
2. Anpassung Geschäftsmodell  
(«Bata will nur noch online»)
3. Verkauf an (internationale) Retailer («Charles Vögele an Oviessie, Office-World nach Österreich, Musik Hug an musikpunkt.ch»)
4. Konsolidierung  
(«Schild und Herrenglobus verschwinden»)
5. Geschäftsaufgaben...

## Wer erinnert sich noch...

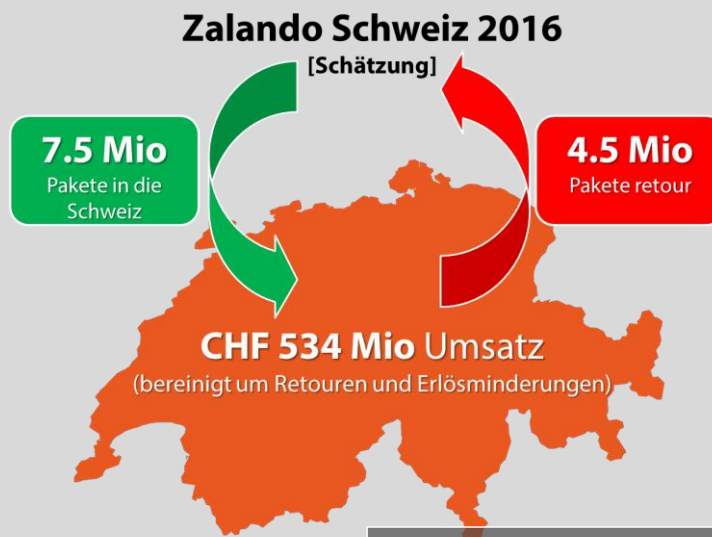


21-Nov-2017

Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017

21

## ...der Kunde hat entschieden



Quelle: Carpathia AG 2017

21-Nov-2017

Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017

22

## Nächste Dead-Mall steht wohl in Basel



Die Pressebilder des Stücki Center sind zwar schön – selbst sie aber zeigen allesamt ein höchstens nur moderates Kundenaufkommen. ©Pressebild Stücki

12. Oktober 2017, 17:00 Uhr  
Aktualisiert am 12. Oktober 2017, 19:03 Uhr

Andreas Schwald

### Elend Stücki-Shopping: Der qualvolle Tod einer bizarren Idee

Quelle: barfi.ch 2017

21-Nov-2017

Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017

23

## Euphorie tönt anders

### Der letzte Schweizer Shopping-Dinosaurier

Es ist so weit, in Ebikon geht die Mall of Switzerland auf. Warum Shoppingcenter aber künftig kleinere Brötchen backen müssen.



Mit 65'000 Quadratmetern das zweitgrösste Shoppingcenter der Schweiz: Die Mall of Switzerland im luzernischen Ebikon. (Video: Nicolas Fäs)

Artikel zum Thema

Hauptattraktion: Indoor-Surfwelt hat Verzögerung



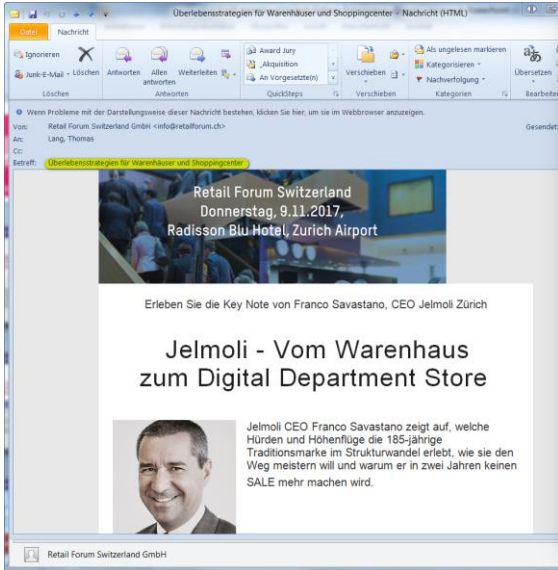
Quelle: Tages-Anzeiger.ch 2017

21-Nov-2017

Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017

24

# Überleben bestimmt die Agenda



Home Programm Retail Award Anmeldung Referenten Local

**RETAIL FORUM 2017 SWITZERLAND**

11.35	<b>Die Rache des Analogem</b> Dr. Ludwig Hasler, Publizist und Philosoph
12.30	Networking-Lunch
14.00	<b>3. Retail Award Switzerland</b> Verleihung der 3. Retail Awards Switzerland 2017
14.30	«Handel 2025 – mehr als ein blosser Reset: <b>Wer überlebt das Spannungsverhältnis von Cloud und Location?»</b> David Bosshart, CEO, Gottlieb Duttweiler Institute
15.30	Coffee Break
16.00	<b>Wie Warenhäuser versuchen zu überleben:</b> Best Practice am Beispiel Franco Savastano, CEO, Jelmoli Zürich

Quelle: Retail-Forum (E-Mail) 2017

21-Nov-2017
Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017
25

## Herausforderungen und Chancen die sich bieten

21-Nov-2017
Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017
26

## Chancen statt Überlebensstrategien anpacken

1. Verbleibenden Vorsprung sichern und ausbauen
2. Logistik-Kompetenzen schnell antizipieren
3. Als stationärer Händler von den Onlinern lernen
4. Kreative Flächenformate ohne Berührungsängste
5. Digitales Knowhow stationär nutzen und vice-versa

21-Nov-2017

Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017

27

## Verbleibenden Vorsprung sichern und ausbauen



1. Persönliche Beratung
2. Haptik und Produktkontakt
3. Unmittelbare Verfügbarkeit

Quellen: Blick.ch, FaZ.de und eigene

21-Nov-2017

Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017

28

## Logistik-Kompetenzen schnell antizipieren



Amazon liefert aus leerem Kaufhaus direkt am Ku'damm in Berlin

Quelle: Supermarktblog.com

21-Nov-2017

Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017

29

## Stadtentwicklung «Store-Office-Logistics-Shift»

Ladenflächen stehen leer in Innenstädten

Büroflächen kommen retour in die Innenstädte

Logistiker ziehen nach in die Agglomeration



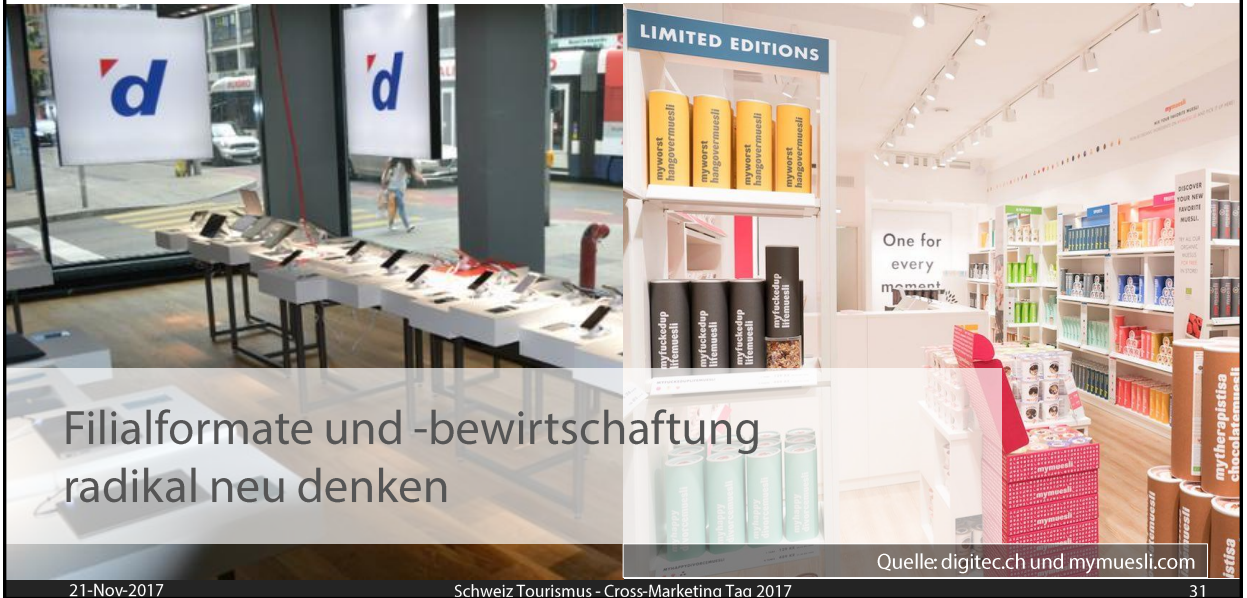
Quelle: Carpathia AG 2017

21-Nov-2017

Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017

30

## Als stationärer Händler von den Onlinern lernen



Filialformate und -bewirtschaftung  
radikal neu denken

Quelle: digitec.ch und mymuesli.com

21-Nov-2017

Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017

31

## Kreative Flächenformate ohne Berührungsängste



Showrooms, PopUp-Stores, Concept Stores,  
Plattformanbindungen und vieles andere

Quelle: zimmerli.com und zalando.com

21-Nov-2017

Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017

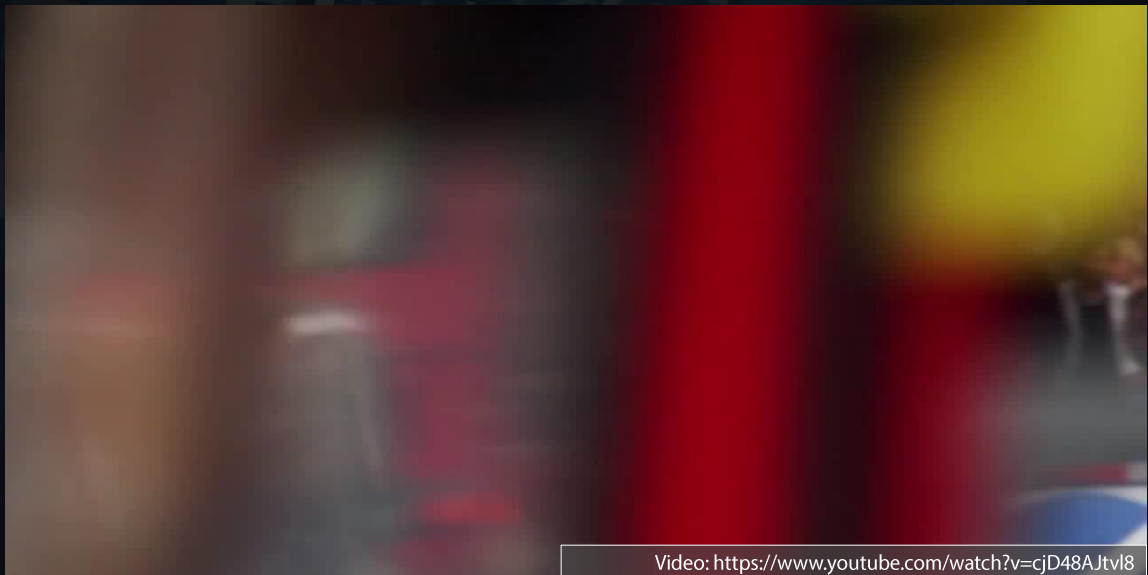
32



## Digitales Knowhow stationär nutzen & vice-versa



## Ein Beispiel, der «Connected Store»



## Digital Commerce



**Der Zug fährt...**  
...wer schnell ist, kann noch aufspringen

21-Nov-2017

Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017

35

Die grösste Herausforderung aktuell ist der...

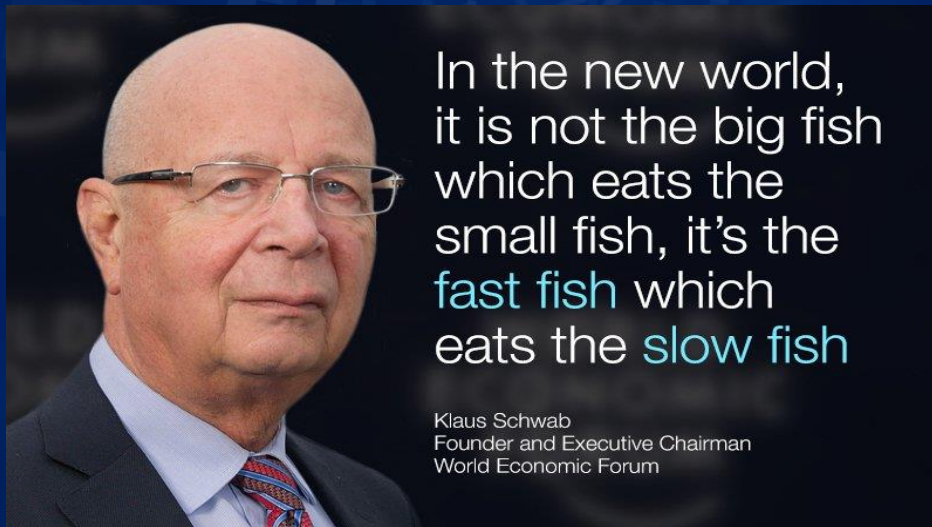
# SPEED

21-Nov-2017

Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017

36

## Geschwindigkeit vs. Perfektionismus



Quelle: [twitter.com/Davos/status/568455004639629312](https://twitter.com/Davos/status/568455004639629312)

21-Nov-2017

Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017

37

## Diese Inhalte haben wir für Sie bereitgestellt



<https://slideshare.net/carpathia/>

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

21-Nov-2017

Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017

38



 **carpathia**<sup>®</sup>  
digital.business.competence

## 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

21-Nov-2017 Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017 39



 **carpathia**<sup>®</sup>  
digital.business.competence

## Bleiben Sie mit uns in Kontakt

 Thomas Lang  
CEO / Founder

 thomas.lang@carpathia.ch

 @thlang

 linkedin.com/in/thlang

21-Nov-2017 Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017 40



Carpathia AG | [www.carpathia.ch](http://www.carpathia.ch) | [blog.carpathia.ch](http://blog.carpathia.ch) | [kontakt@carpathia.ch](mailto:kontakt@carpathia.ch)

21-Nov-2017

## Thomas Lang



**Jahrgang '68 und seit 1997 im Digital-Business**

### Hintergrund

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



• @thlang



21-Nov-2017

Schweiz Tourismus - Cross-Marketing Tag 2017

42





 **carpathia**<sup>®</sup>  
digital.business.competence

# Herzlichen Dank

**«Wenn der (Digitale) Tsunami kommt,  
kann man Dämme oder Boote bauen.»**

Carpathia AG | [www.carpathia.ch](http://www.carpathia.ch) | [blog.carpathia.ch](http://blog.carpathia.ch) | [kontakt@carpathia.ch](mailto:kontakt@carpathia.ch) | 21-Nov-2017