



 carpathia®
digital.business.competence

Wo steht die Schweiz in der Digitalisierung des Handels 2018?

1-März-2018 - Thomas Lang

Carpathia AG | www.carpathia.ch | blog.carpathia.ch | kontakt@carpathia.ch | 1-März-2018

45 Minuten Ihrer wertvollen Zeit für



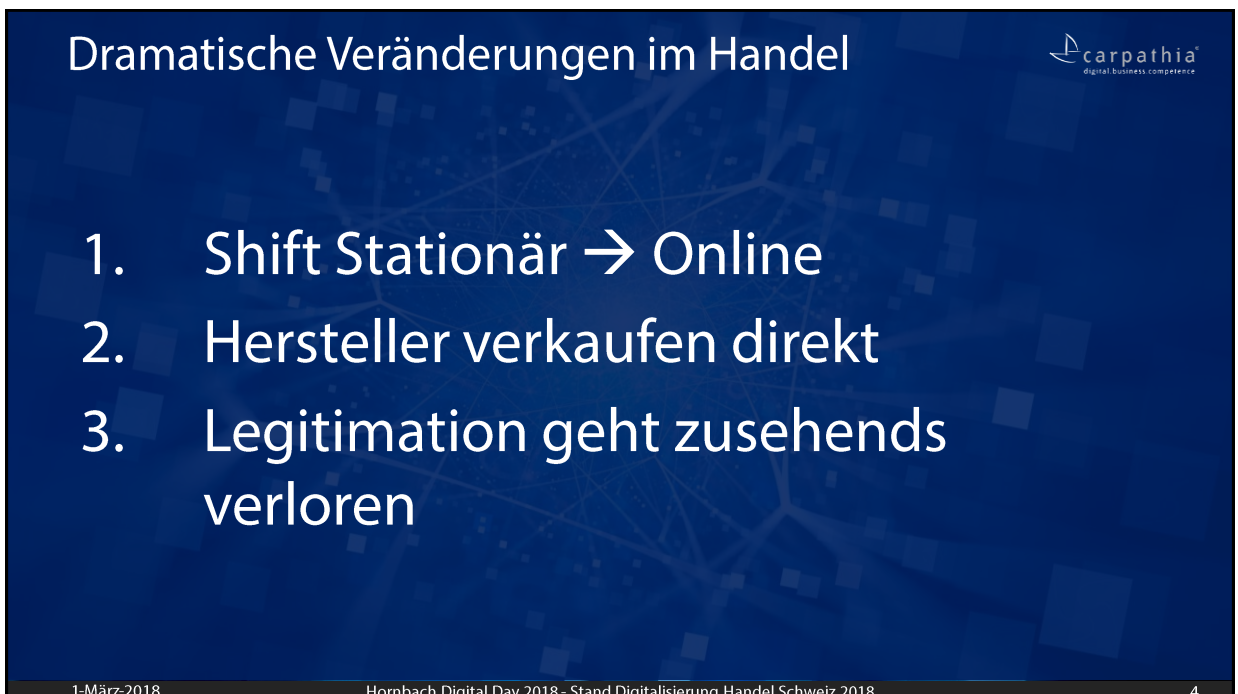
- Dramatische Veränderungen im Handel
- Ursachen und Folgen dieser Veränderung
- Wer treibt, wer folgt, wer verliert
- Herausforderungen und Chancen die sich bieten



Slide 3 features a dark blue background with a glowing network of white lines and squares, suggesting digital connectivity. The title 'Dramatische Veränderungen im Handel' is centered in a white box. The Carpathia logo is in the top right corner. The footer contains the date '1-März-2018', the event name 'Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018', and the slide number '3'.

Dramatische Veränderungen im Handel

1-März-2018 Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018 3

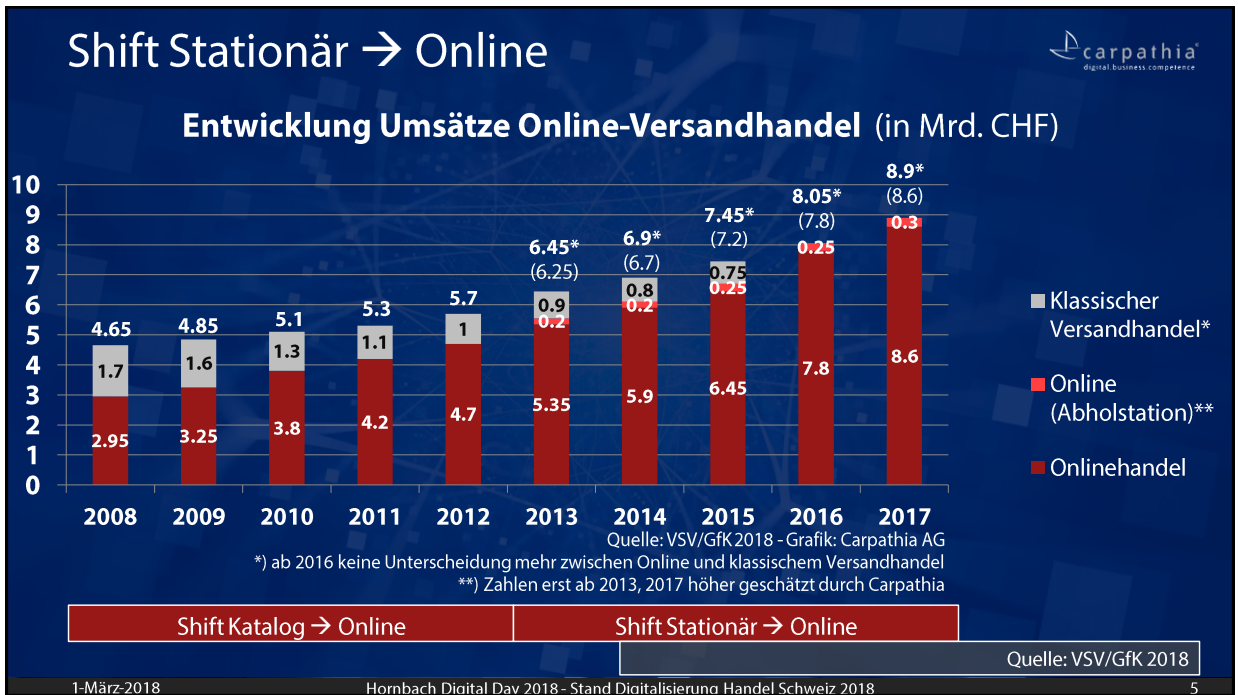


Slide 4 has a dark blue background with a faint network pattern. The title 'Dramatische Veränderungen im Handel' is at the top left. The Carpathia logo is at the top right. A list of three points is in the center. The footer contains the date '1-März-2018', the event name 'Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018', and the slide number '4'.

Dramatische Veränderungen im Handel

1. Shift Stationär → Online
2. Hersteller verkaufen direkt
3. Legitimation geht zusehends verloren

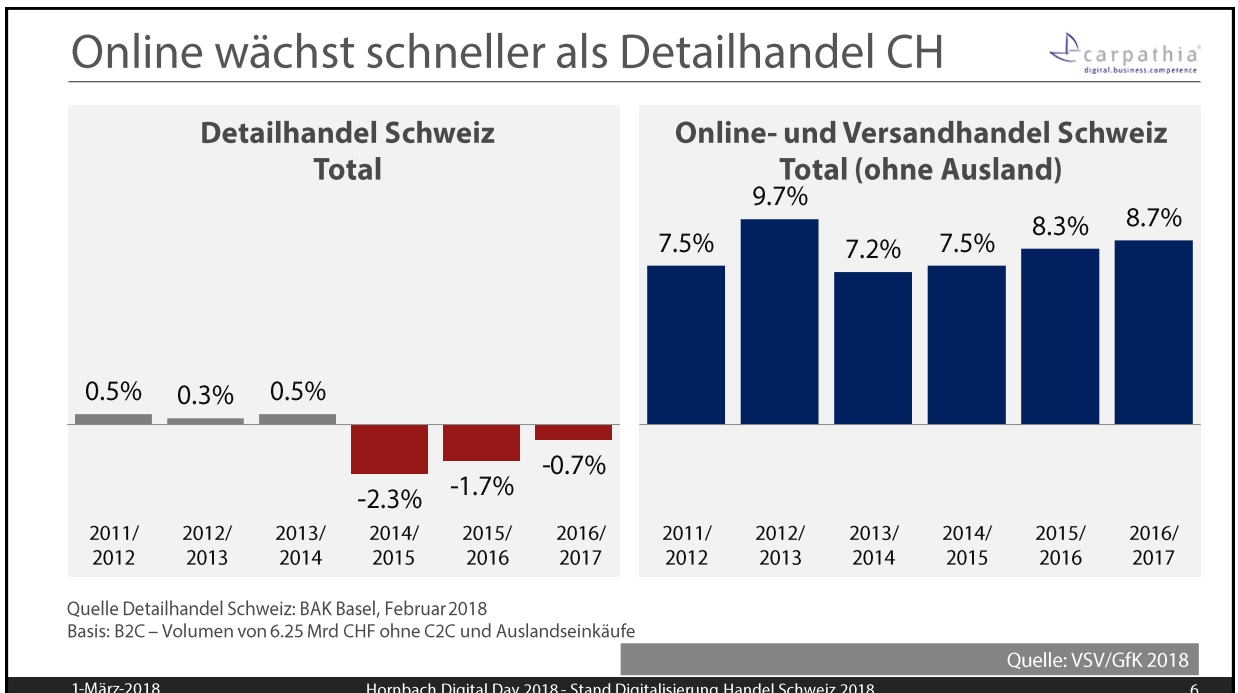
1-März-2018 Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018 4



1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

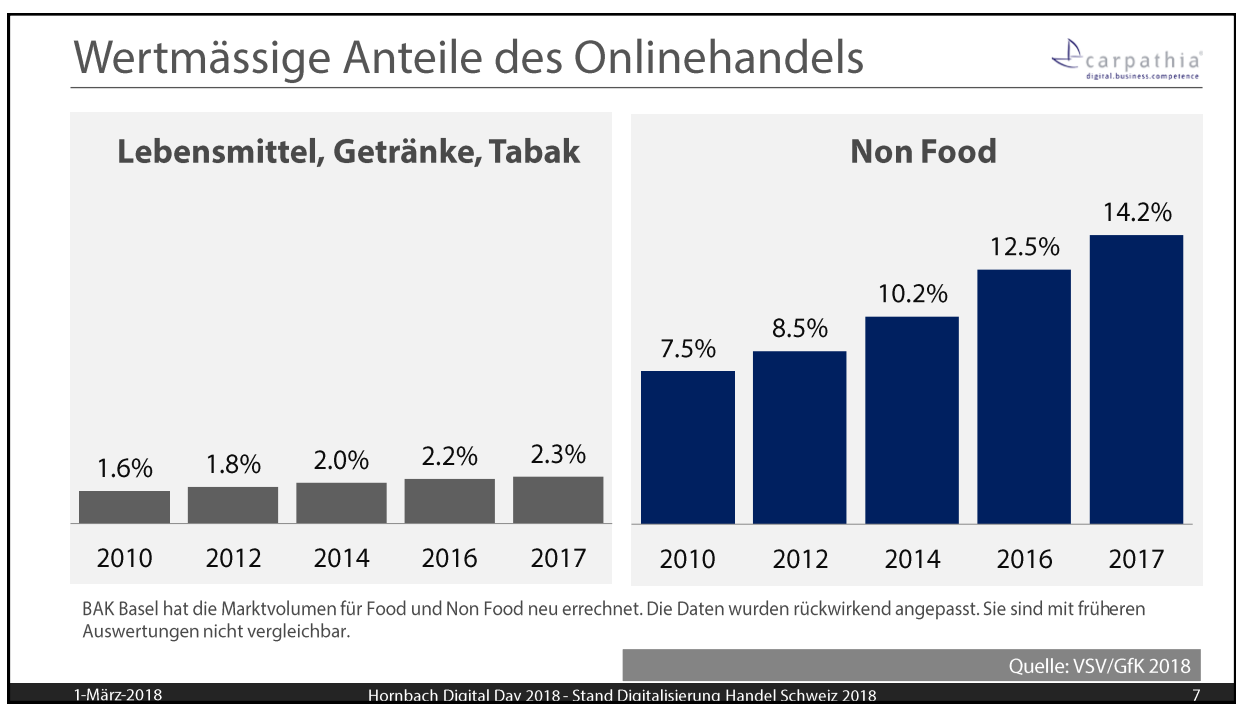
5



1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

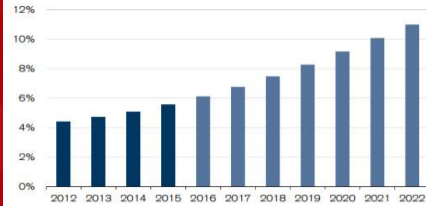
6



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

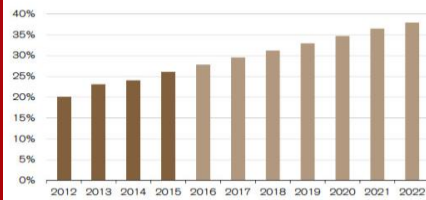
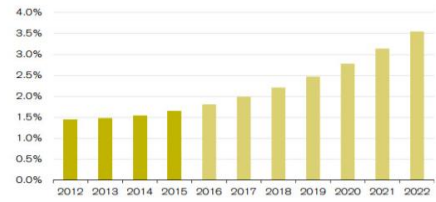


Abb. 6: Onlineanteil Food

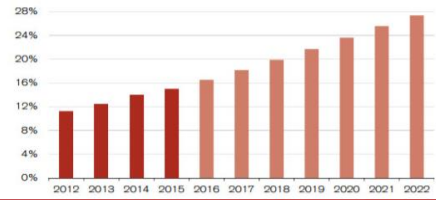
In Prozent; hellgrüne Balken = Szenario



Quelle: GfK, VSV, Credit Suisse

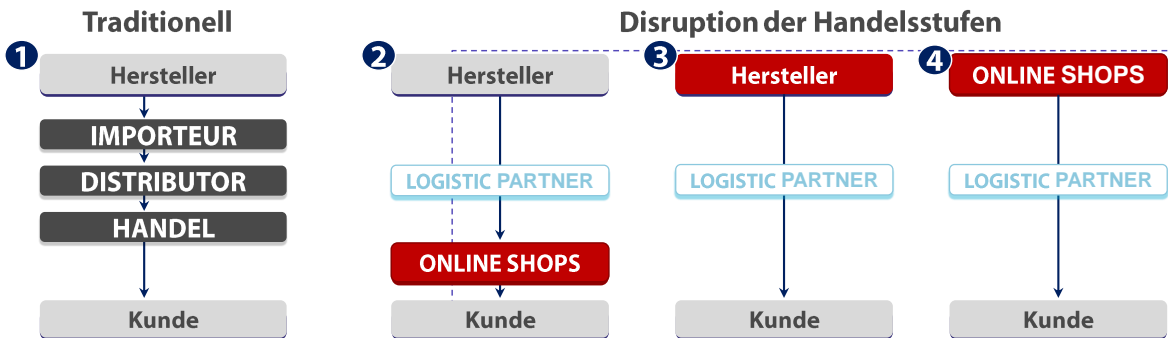
Abb. 8: Onlineanteil Bekleidung/Schuhe

In Prozent; hellrote Balken = Szenario



Quelle: Credit-Suisse Retail Outlook 2017

Hersteller verkaufen direkt



Existenzberechtigung neu definieren!

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?

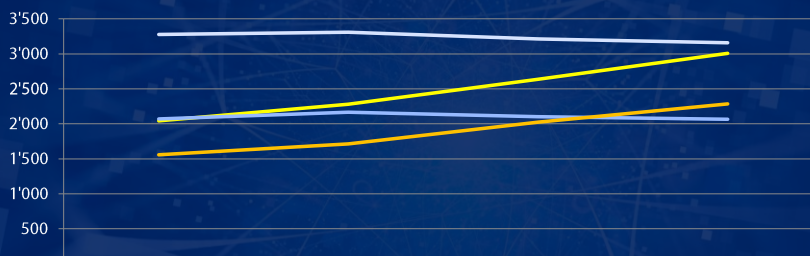
1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

11

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 |

Daten: GfK und Carpathia AG
Grafik: Carpathia AG

Quelle: GfK und Carpathia 2017

1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

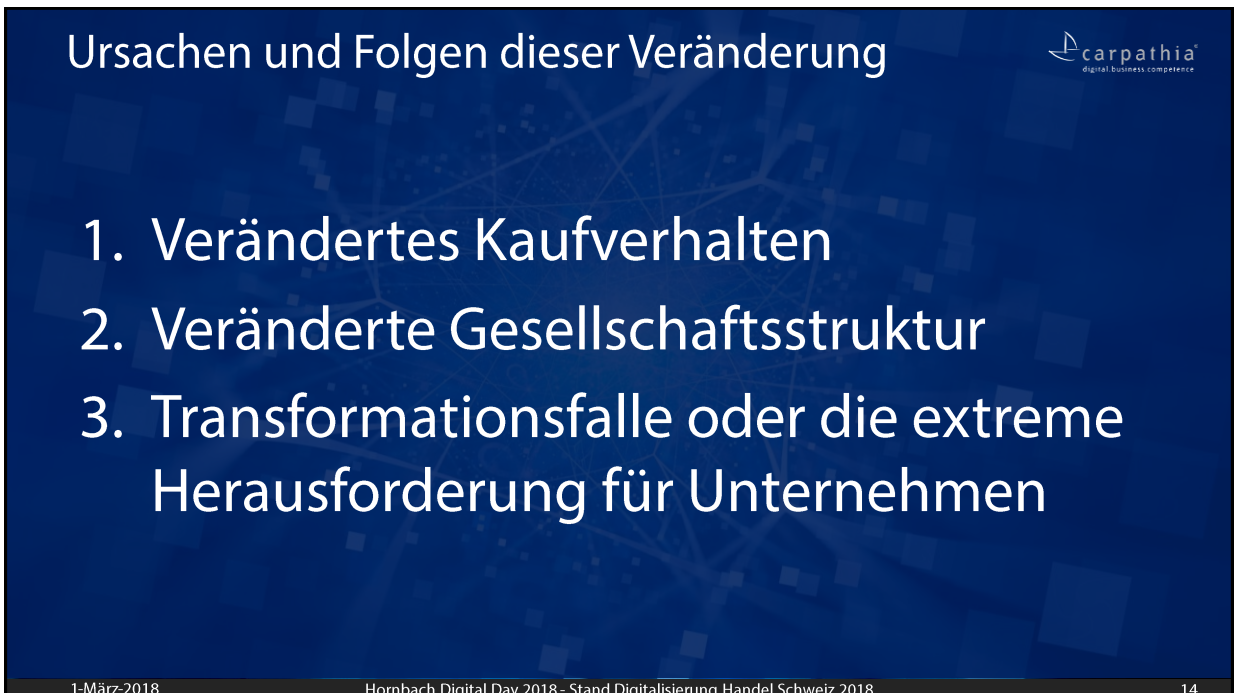
12



carpathia®
digital.business.competence

Ursachen und Folgen dieser Veränderung

1-März-2018 Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018 13

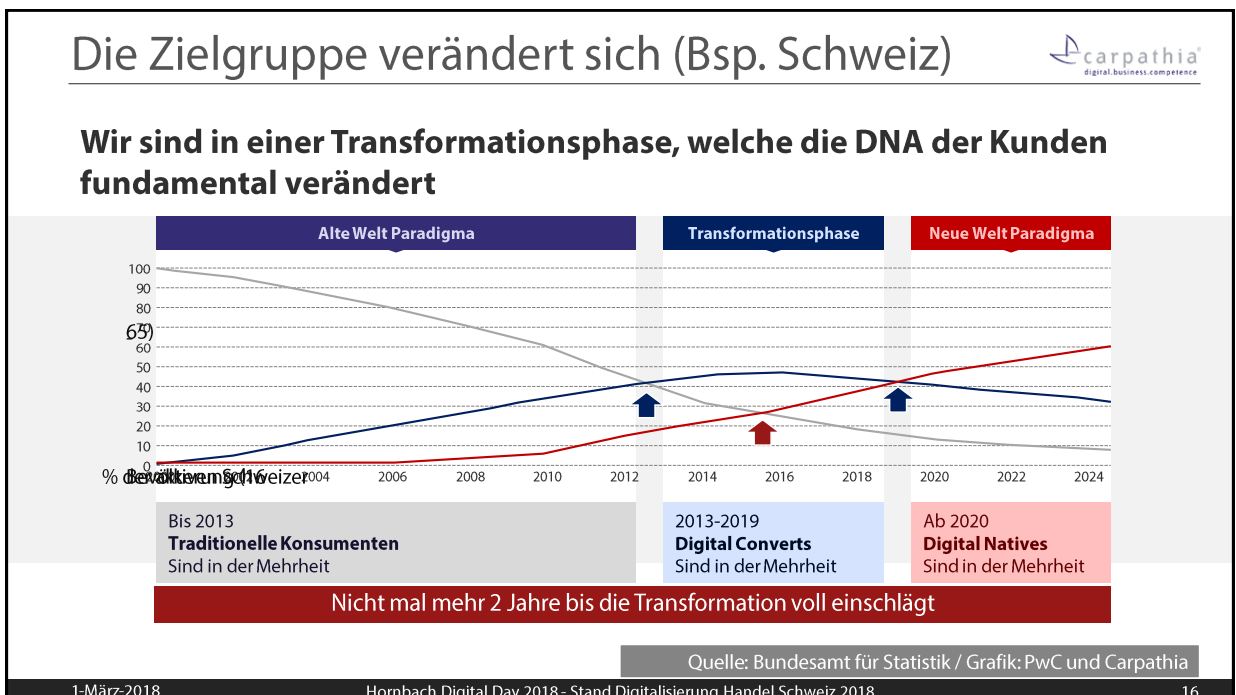
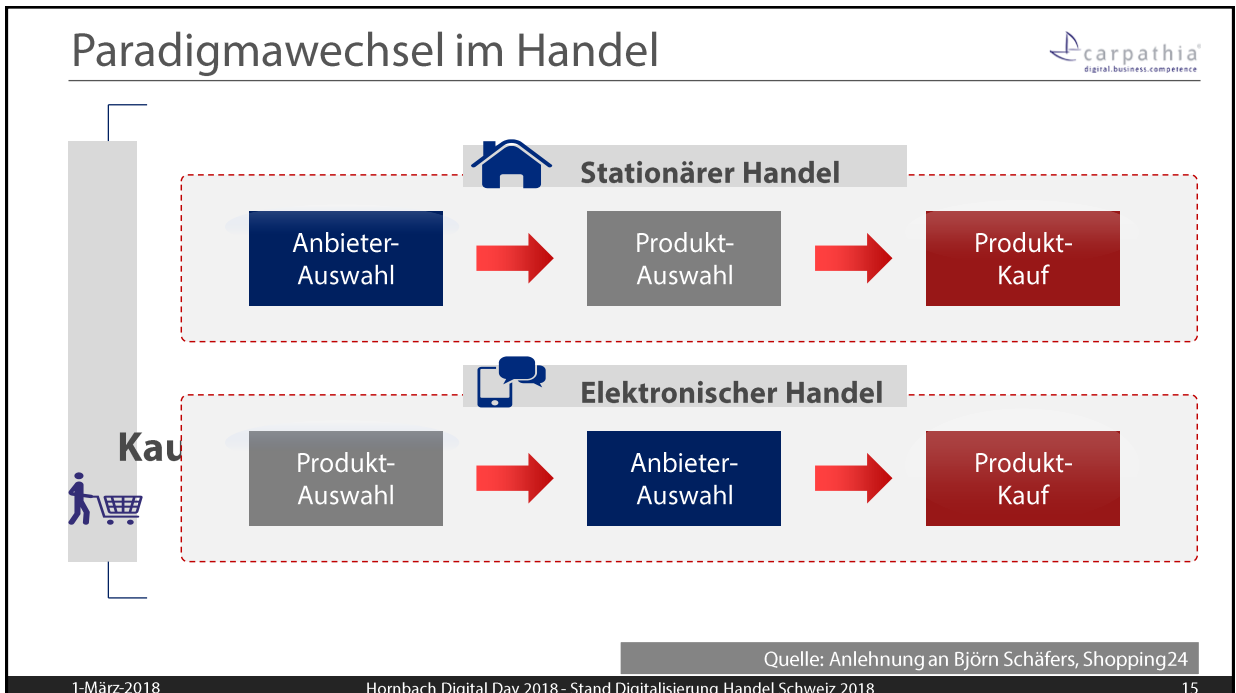


carpathia®
digital.business.competence

Ursachen und Folgen dieser Veränderung

1. Verändertes Kaufverhalten
2. Veränderte Gesellschaftsstruktur
3. Transformationsfalle oder die extreme Herausforderung für Unternehmen

1-März-2018 Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018 14



«Transformations-Falle»



| Bsp. Globus | Stationär | Online* | Total |
|---------------|-------------|------------|------------|
| In CHF (2017) | CHF 813 Mio | CHF 30 Mio | CHF 843Mio |
| In % | 96.5% | 3.5% | 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

1-März-2018 Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018 17

Auswirkungen auf die Geschäftsmodelle

1. Rapide Flächenreduktion
2. Anpassung Geschäftsmodell
(«Bata will nur noch online, Ex Libris wird vom Filialisten zum Pureplayer»)
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...



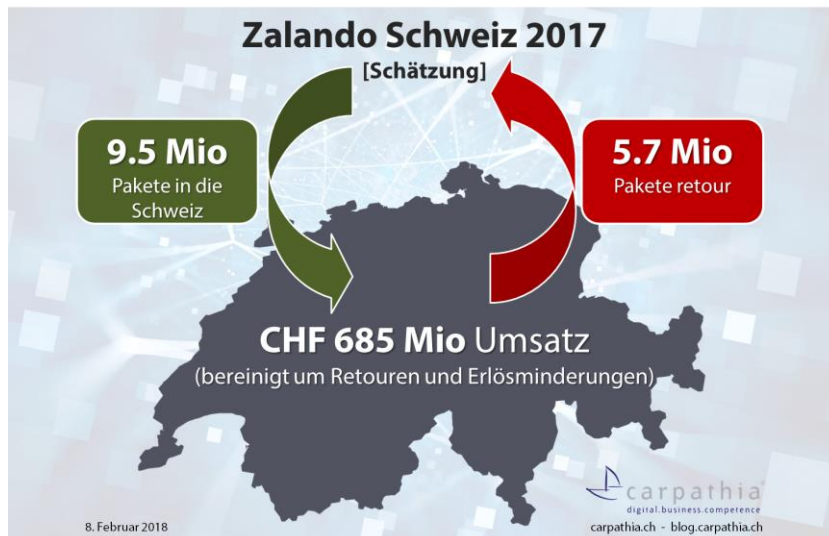
1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

19

Quelle: Diverse Corporate und News-Sites

...Ursache, der Kunde hat entschieden



Quelle: Carpathia AG 2018

1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

20

Nächste Dead-Mall steht wohl in Basel



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

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

Andreas Schwald

Elend Stüchi-Shopping: Der qualvolle Tod einer bizarren Idee

Quelle: barfi.ch 2017

1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

21

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-Surfwellen hat Verzögerung



Quelle: Tages-Anzeiger.ch 2017

1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

22

Überleben bestimmt die Agenda

Quelle: Retail-Forum (E-Mail) 2017

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

1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

23

Wer treibt, wer folgt, wer verliert

1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

24

Neue potente Mitbewerber

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

| Top 30 B2C | | | | Top 10 B2B | | | |
|------------|----------------------|------------------------|-----------------------|---|-------------------|--|------------------------|
| Rang | Onlineshop | E-Commerce-Umsatz 2016 | Sortiment | Rang | Onlineshop | Unternehmen | E-Commerce-Umsatz 2016 |
| 1 | digitec.ch (*) | 602,0 | Electronics & Media | 1 | elektro-mat.ch | Elektro-Material AG | 279,0 |
| 2 | zalando.ch * | 534,0 | Fashion & Accessoires | 2 | alibris.ch * | Alibris AG | 195,0 |
| 3 | amazon.de * | 475,0 | Universal | 3 | lyreco.ch | Lyreco Switzerland AG | 181,0 |
| 4 | nespresso.com/ch/ * | 325,0 | Body & Taste | 4 | shopax.ch | Winterhalter Ferner AG | 181,0 |
| 5 | brack.ch * | 247,5 | Electronics & Media | 5 | ottosfischer.ch * | Otto Fischer AG | 168,3 |
| 6 | leshop.ch | 182,1 | Body & Taste | 6 | brack.ch * | Brack/Rügger Werkzeug AG | 150,0 |
| 7 | microspot.ch | 181,0 | Electronics & Media | 7 | apex.com * | APF Schweiz AG | 137,0 |
| 8 | aliexpress.com * | 130,0 | Universal | 8 | tabletopshop.ch | Tabler Hautechnik AG | 88,2 |
| 9 | coopathome.ch | 129,0 | Body & Taste | 9 | distrelec.ch * | Distrelec-Bereich der Distrelec Schweiz AG | 80,0 |
| 10 | galaxus.ch (*) | 102,0 | Universal | 10 | opouch | OPD Deutscher AG | 76,9 |
| 11 | iflor.ch | 100,0 | Lifestyle & Hobby | Top 10 Reisen, Tickets & horizontale Plattformen | | | |
| 12 | nettohop.ch | 81,0 | Electronics & Media | 1 | swire.com * | Swire International Air Lines | 1.200,0 |
| 13 | exlibris.ch * | 75,0 | Electronics & Media | 2 | booking.com * | Booking.com | 902,0 |
| 14 | shop.mediamarkt.ch * | 64,0 | Electronics & Media | 3 | ricardo.ch | Ricardo.ch AG | 600,0 |
| 15 | amazon.fr * | 60,8 | Universal | 4 | alibis.com * | SBI AG | 635,0 |
| 16 | apple.com/chde/ * | 60,8 | Electronics & Media | 5 | ebookers.ch * | Ebookers.com SA | 330,0 |
| 17 | reifendirekt.ch * | 60,6 | Lifestyle & Hobby | 6 | ebay.ch * | Ebay Inc. | 225,0 |
| 18 | amazon.com * | 55,3 | Universal | 7 | hilton.com.ch | Hilton Worldwide AG | 223,6 |
| 19 | lchibo.ch * | 54,5 | Universal | 8 | expedia.com * | Expedia Inc. | 154,2 |
| 20 | bonprix.ch * | 51,2 | Fashion & Accessoires | 9 | airbnb.com * | Airbnb Inc. | 145,0 |
| | | | | 10 | hilton.com * | Hilton Hotel Reservation Service GmbH | 101,4 |

Quelle: Carpathia AG 2017 / 2018

Bereits bekannte 2017er Umsatzzahlen (in CHF):

- Digitec-Galaxus: 834 Mio (+18.5%)
- ExLibris.ch: 81 Mio (+8%)
- coop@home: 142 Mio (+10.5%)
- Microspot: 212 Mio (+17.1%)
- NettoShop: 90 Mio (+12.5%)
- Competec (Brack, Alltron etc.): 665 Mio (+10.5%)
- Zalando.ch*: 685 Mio (+28%)
- Aliexpress*: 280 Mio (+100%)
- Wish*: 160 Mio (+200%)

Auch digital stark fragmentiert - «JEKAMI»

Zweigeteilter Non-Food-Bereich
Nominale Umsätze, Veränderung zum Vorjahr in %

| Kategorie | 2015 | 2016 | 2017 |
|-----------------|------|------|------|
| Total | ~0% | ~0% | ~0% |
| Food/Near-Food | ~0% | ~0% | ~0% |
| Non-Food | ~0% | ~0% | ~0% |
| Kleider/Schuhe | ~0% | ~0% | ~0% |
| Personal Care | ~0% | ~0% | ~0% |
| Haushalt/Wohnen | ~0% | ~0% | ~0% |
| Heimelektronik | ~0% | ~0% | ~0% |
| DIY/Garten | ~0% | ~0% | ~0% |
| Freizeit | ~0% | ~0% | ~0% |

Vielfalt Schweiz ggü. Deutschland und Österreich



1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

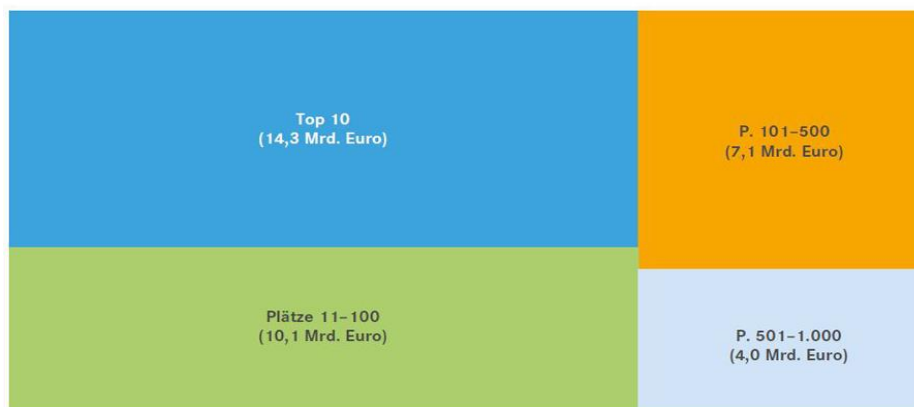
27

Machtkonzentration: Umsätze Deutschland 2016

Umsatzanteil der Top-10-, Top-100-, Top-500-Onlineshops

(Abb. 3) [Darstellung in Rechtecken, die dem Umsatz entsprechen]

Anteile in Milliarden Euro



Quelle: EHI / Statista 2017

1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

28

Machtkonzentration: Umsätze Schweiz 2016



Umsatzverteilung Top-100 Onlineshops Schweiz 2017

Top-100 erzielten 2016 gesamthaft CHF 5'445 Mio Jahresumsatz netto



Quelle: EHI / Statista / Carpathia 2017

amazon.ch

Was wir wohl von amazon.ch erwarten «dürfen»

- Eigensortiment mit wenig Einschränkung in der CH verfügbar
- Marktplatz-Sortiment zunehmend ebenfalls verfügbar (zB via FBA)
- «Unsichtbare» Zollformalitäten; Kunde wird wie von einem CH-Shop beliefert
- Schweizer Retouren-Adresse; Kunde wird nicht zum Exporteur
- **Amazon wird zu (einem) dominanten Gatekeeper**

Herausforderung: Paketflut aus China



- Täglich kommen 45'000 Pakete in der Schweiz an
- Ca. 95% davon sind falsch deklariert
- Keine Steuern, keine Einhaltung von Vorschriften, keine Zertifikate
- Schweizer Kunden «sourcen» zunehmend direkt in China

Bilder : SRF

1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

31

Das 3 x 3 des Digitalen Handels Schweiz 2018

Die Treiber

1. Wer Lösungen für Bedürfnisse und Kompetenz verkauft und nicht bloss Produkte
→ **User Experience Excellence!**
2. Wer Leadership & Kultur geprägt von Innovation, Data- und Test-Driven lebt.
3. Wer den Grossteil seiner Ressourcen in zukünftig tragfähige Vertriebsmodelle einsetzt mit Lock-In Effekten.

Die Verfolger

1. Wer auf Me-Too setzt und aufgrund seiner Strukturen und Möglichkeiten nur mit halber Geschwindigkeit Fahrt aufnehmen kann.
2. Wer Hersteller oder Markenvertreter ist und kulturelle Kämpfe intern wie auch mit den Vertriebspartnern austrägt.
3. Wer eine Omni-Channel Strategie fährt und parallel seine «Altlasten» am Leben erhalten muss.

Die Verlierer

1. Wer online nur Handels-Produkte verkauft und weder Preis- noch Service-Vorteile bieten kann.
2. Wer weiterhin denkt, er «sollte» und nicht «will» mit aller Konsequenz.
3. Wer in der 2. Liga spielt, kaum Alleinstellungsmerkmale vorweist, macht sich zum idealen Übernahme-kandidaten für die Wachstums-Treiber («Akquihire»).

1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

32



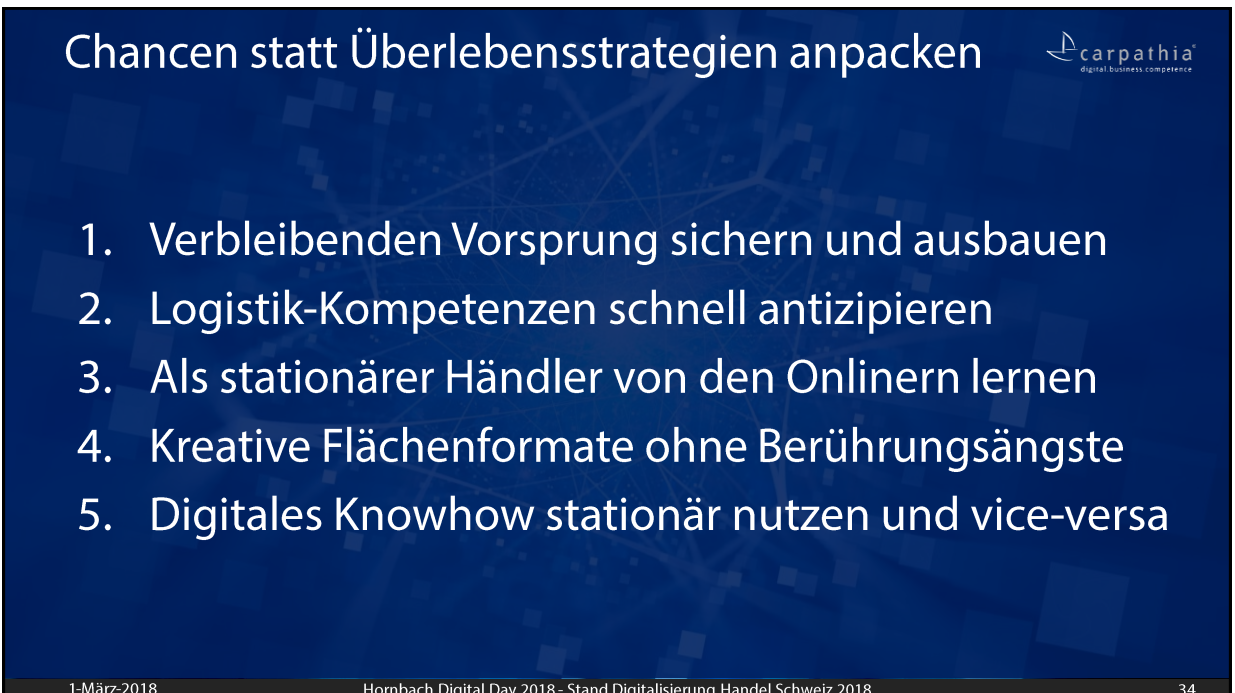
carpathia®
digital.business.competence

Herausforderungen und Chancen die sich bieten

1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

33



carpathia®
digital.business.competence

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 Berührungängste
5. Digitales Knowhow stationär nutzen und vice-versa

1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

34

Verbleibenden Vorsprung sichern und ausbauen



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

Quellen: Diverse

1-März-2018 Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018 35

Seine neuen Rollen finden und gekonnt spielen



Logistik-Kompetenzen schnell antizipieren

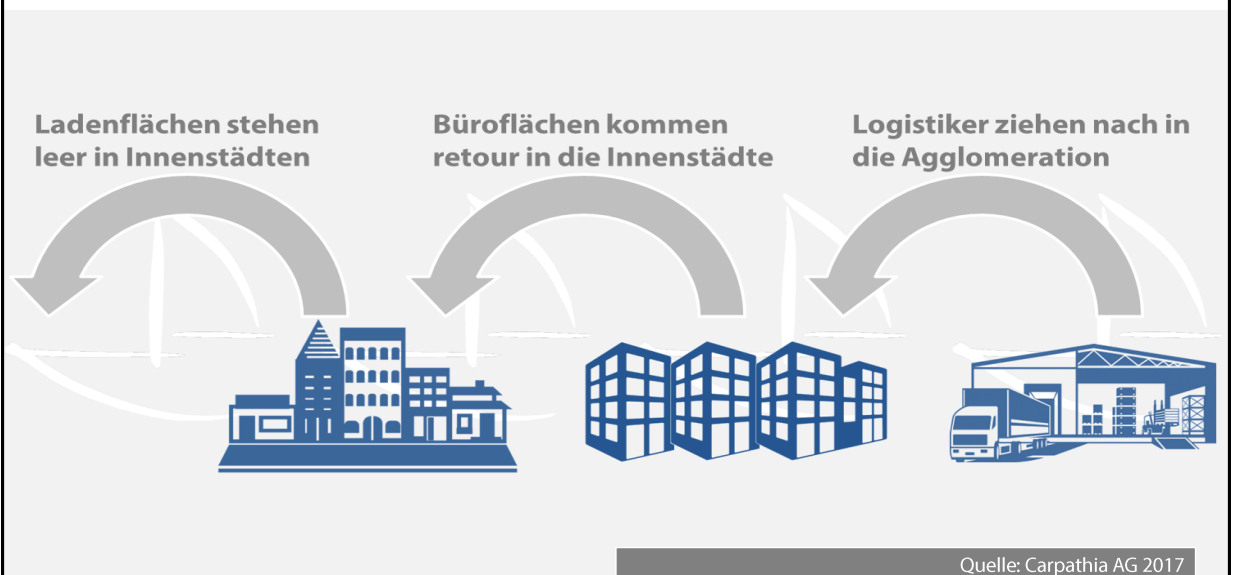


1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

37

Stadtentwicklung «Store-Office-Logistics-Shift»

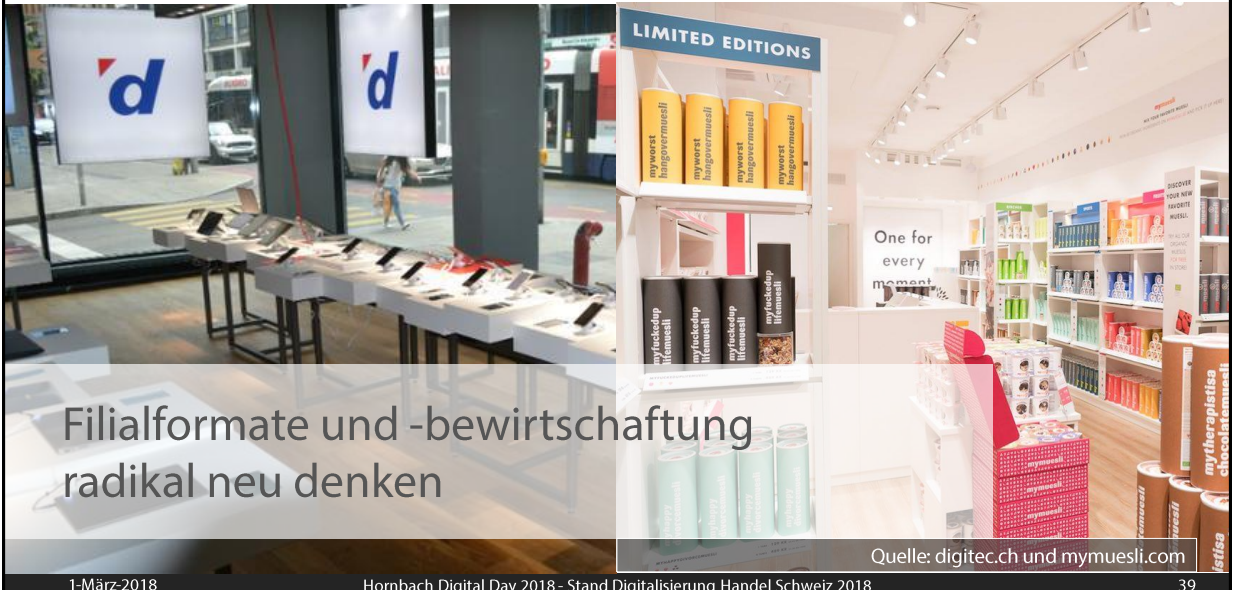


1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

38

Als stationärer Händler von den Onlinern lernen



Filialformate und -bewirtschaftung
radikal neu denken

Quelle: digitec.ch und mymuesli.com

1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

39

Kreative Flächenformate ohne Berührungängste



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

Quelle: zimmerli.com, brack.ch und zalando.com

1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

40

Digitales Knowhow stationär nutzen & vice-versa



Ein Beispiel, der «Connected Store»



Die grösste Herausforderung aktuell ist der...

SPEED

1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

43

Geschwindigkeit vs. Perfektionismus



In the new world,
it is not the big fish
which eats the
small fish, it's the
fast fish which
eats the **slow fish**

Klaus Schwab
Founder and Executive Chairman
World Economic Forum


Quelle: twitter.com/Davos/status/568455004639629312


1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

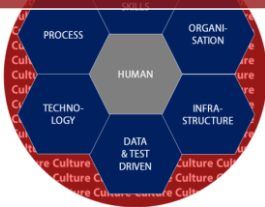
44

Digital Business- und Organisation Modell





Erfolg wird nur haben, wer sowohl gegen den Markt als auch gegen innen transformiert.



Market
Implementation

Results

→ **Path to Digitization**

Outside
Implementation

Results

- Growth
- Category Leadership
- Customer Experience
- Customer Login/Lockin Effects
- Shifting-Value-Pools
- Disrupting Capabilities

- Product & Service Innovation
- Talents
- Productivity & Cost-Efficiency
- Agility & Time-to-Market
- Scalability
- Lock-In prevention

1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

45

Diese Inhalte haben wir für Sie bereitgestellt









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



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

1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

46

Save-The-Date!



3 Digital Commerce Events und 1 Datum
Mittwoch 23. Mai 2018 im X-Tra Zürich

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



 **carpathia**[®]
digital.business.competence

Bleiben Sie mit uns in Kontakt

 Thomas Lang
CEO / Founder

 thomas.lang@carpathia.ch

 [@thlang](https://twitter.com/thlang)

 [linkedin.com/in/thlang](https://www.linkedin.com/in/thlang)

1-März-2018 Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018 49



 **carpathia**[®]
digital.business.competence

About

e-commerce

Carpathia AG | www.carpathia.ch | blog.carpathia.ch | kontakt@carpathia.ch 1-März-2018

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



1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

51

carpathia: digital.business.competence



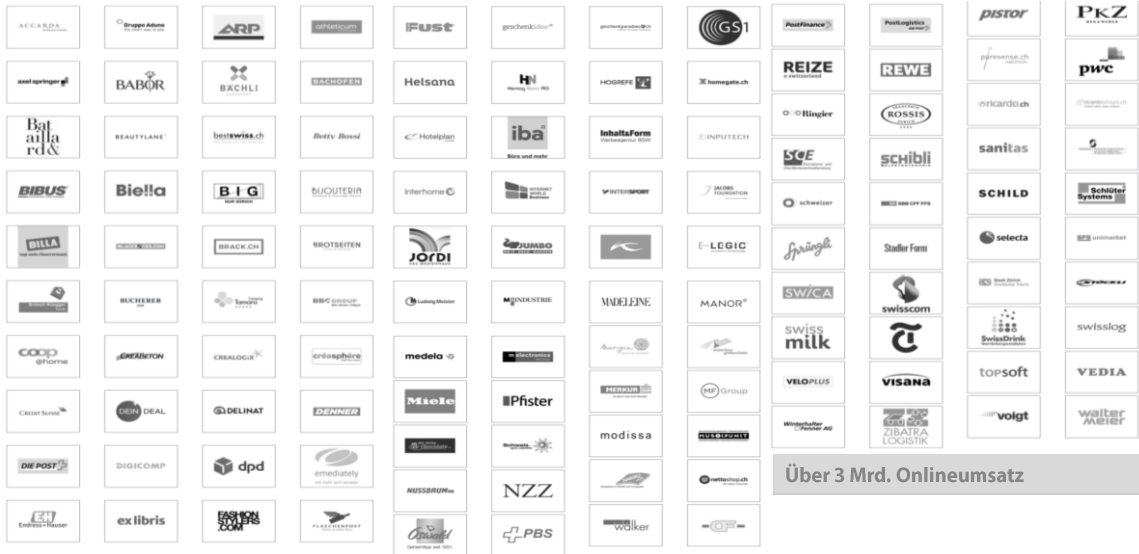
- Gegründet 1999 - **Unabhängig und neutral**
- Unternehmensberatung für **Digital-Business, E-Commerce und digitales Marketing**
- Kernkompetenzen im Bereich Entwicklung von **Strategien, Lösungskonzeption** und weiteren Beratungsfeldern wie die Entwicklung von Geschäftsmodellen und Begleitung bei der **digitalen Transformation**
- Hauptfokus auf elektronische End-to-End Geschäfts- und Transaktionsprozesse für
 - PurePlayer-Modelle
 - Multi-Cross-Channel Händler
 - Direkte und indirekte Vertriebswege
 - **C2C, B2B, B2C → H2H**
 - Mobile- und Couch-Commerce Anbieter
 - Social-Commerce Plattformen uva.

1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

52

Wir geniessen das Vertrauen folgender Kunden



1-März-2018

Hornbach Digital Day 2018 - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

53