



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

Wo steht die Schweiz in der Digitalisierung des Handels 2018?

23-März-2018 – Gregor Westerhold

Carpathia AG | www.carpathia.ch | blog.carpathia.ch | kontakt@carpathia.ch 23-März-2018

45 Minuten Ihrer wertvollen Zeit für



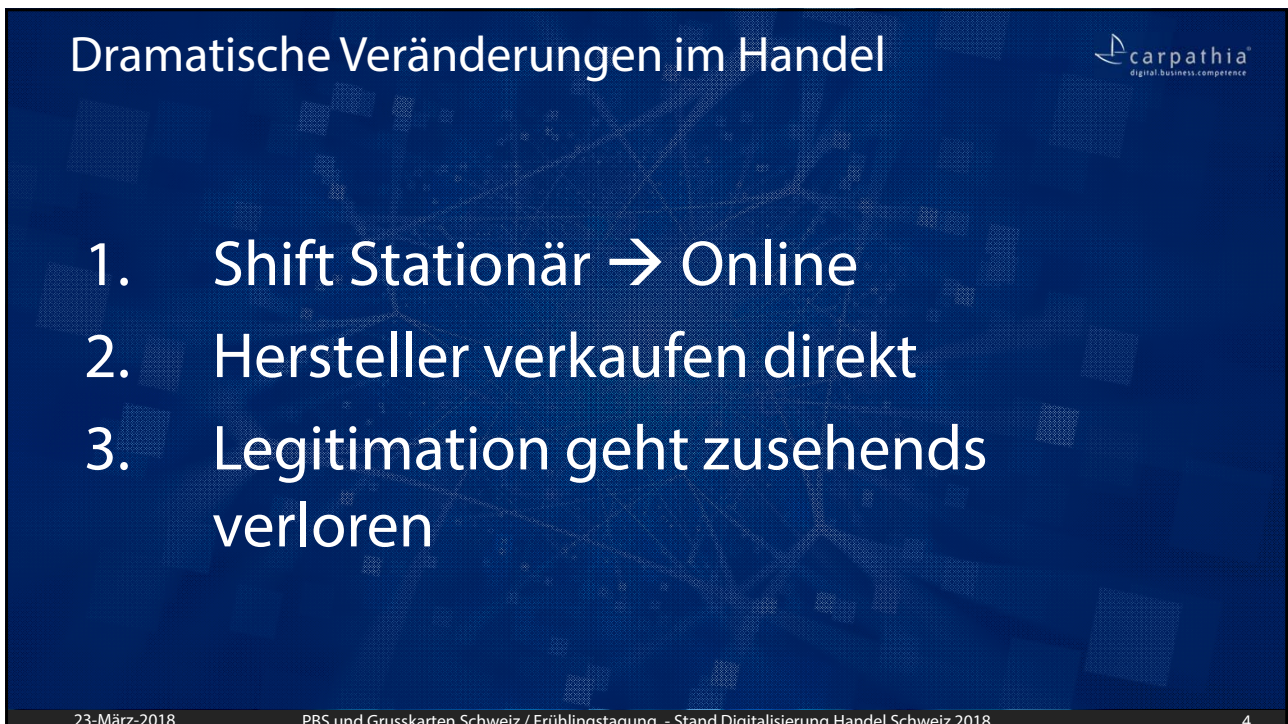
- Dramatische Veränderungen im Handel
- Ursachen und Folgen dieser Veränderung
- Wer treibt, wer folgt, wer verliert
- Chancen die sich bieten



The slide features a dark blue background with a complex network of white lines and glowing blue squares, suggesting a digital or data-driven environment. The title 'Dramatische Veränderungen im Handel' is centered in a white, semi-transparent box. The Carpathia logo is in the top right corner. At the bottom, a black bar contains the date '23-März-2018', the event name 'PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018', and the slide number '3'.

Dramatische Veränderungen im Handel

23-März-2018 PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018 3

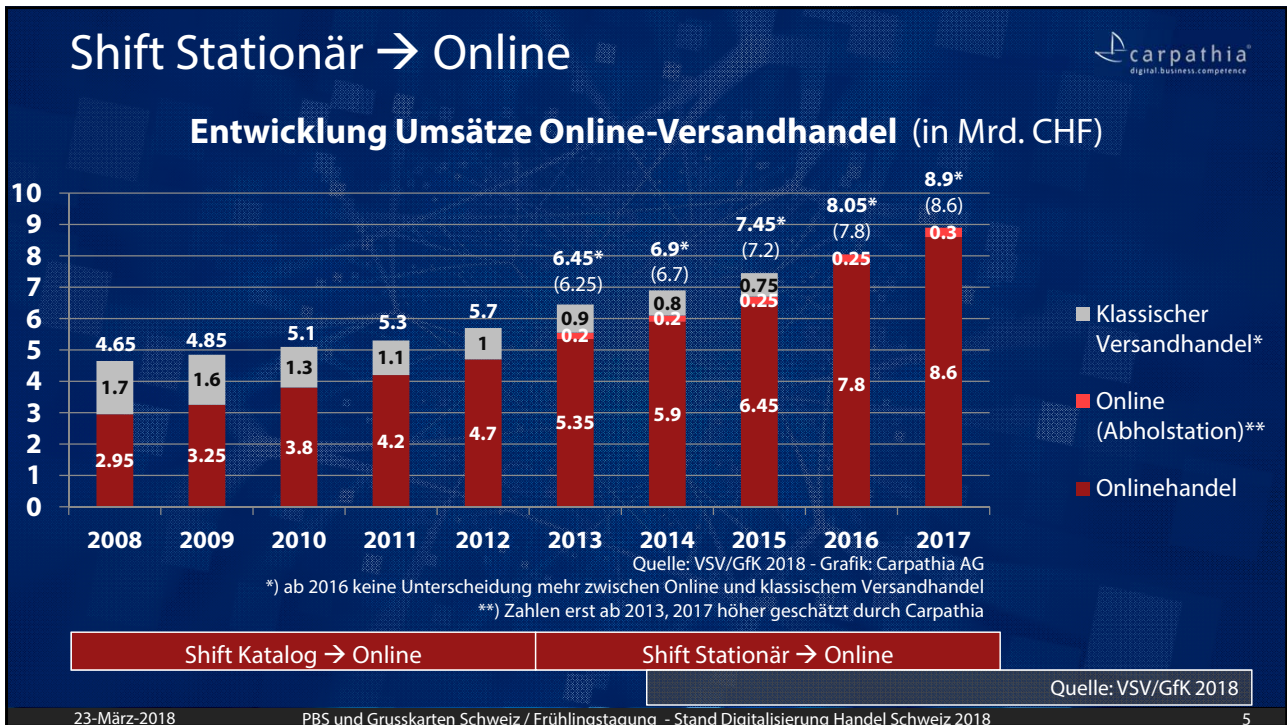


The slide has a dark blue background with a subtle network pattern. The title 'Dramatische Veränderungen im Handel' is at the top left. The Carpathia logo is at the top right. A list of three points is centered on the slide. The bottom black bar contains the date '23-März-2018', the event name 'PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018', and the slide number '4'.

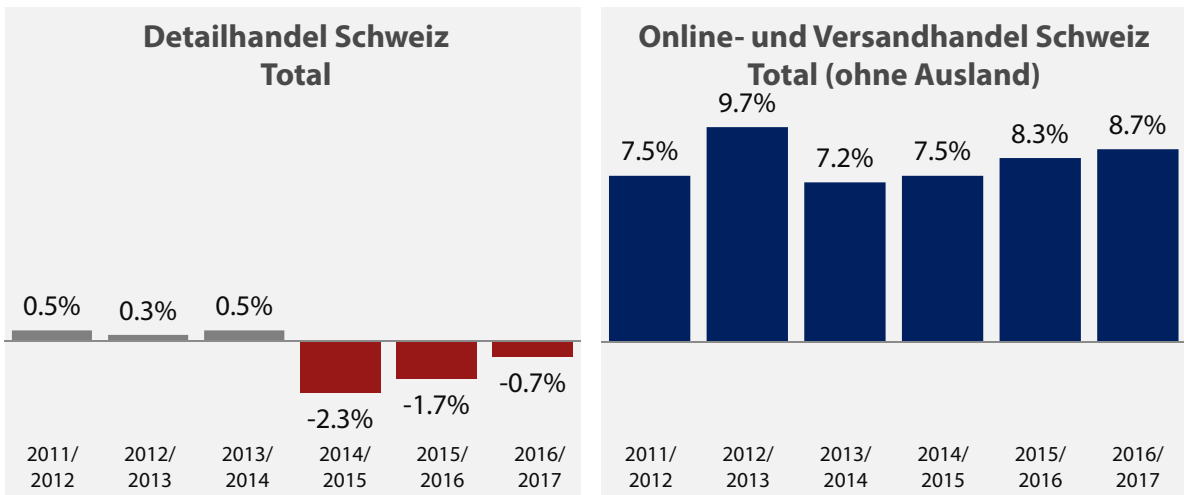
Dramatische Veränderungen im Handel

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

23-März-2018 PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018 4

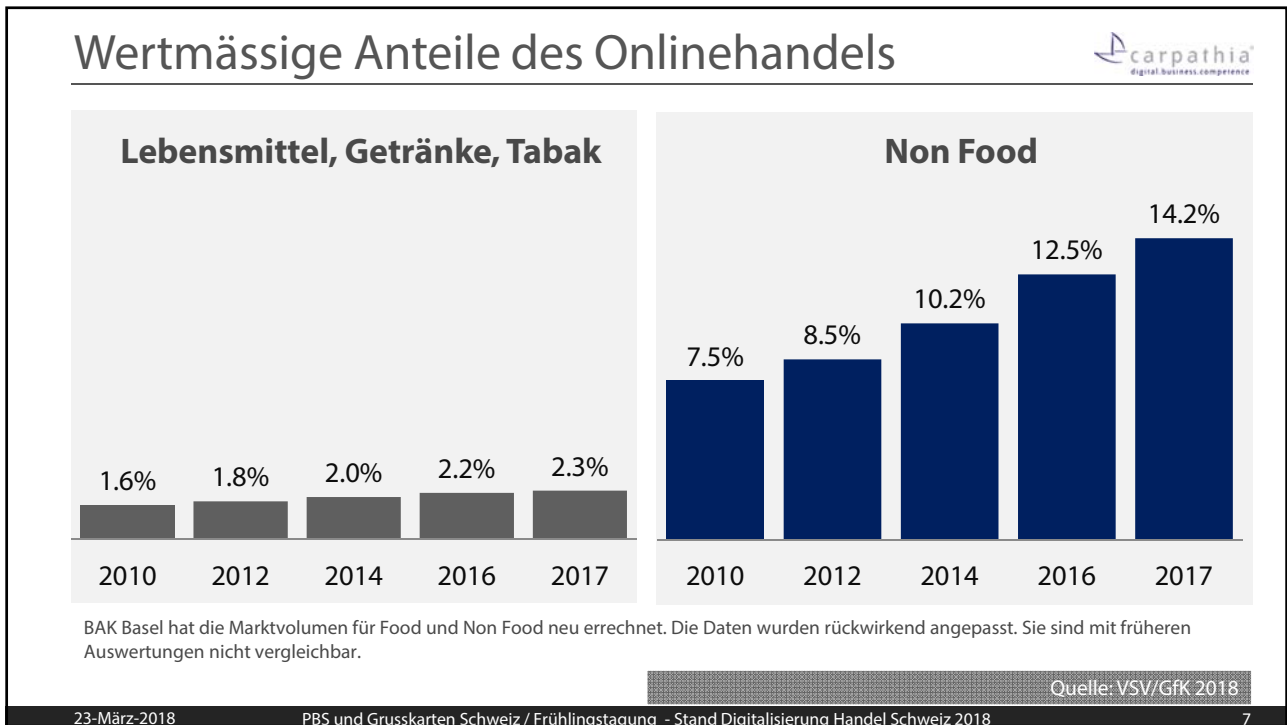


Online wächst schneller als Detailhandel CH



Quelle Detailhandel Schweiz: BAK Basel, Februar 2018
 Basis: B2C - Volumen von 6.25 Mrd CHF ohne C2C und Auslandseinkäufe

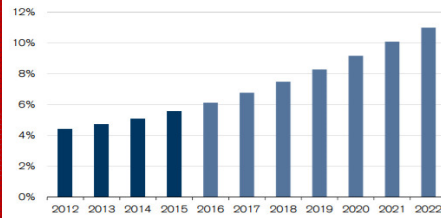
Quelle: VSV/GfK 2018



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

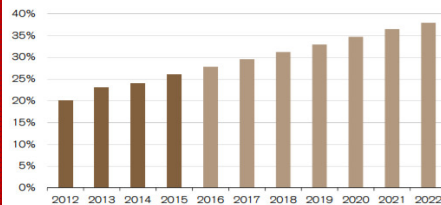
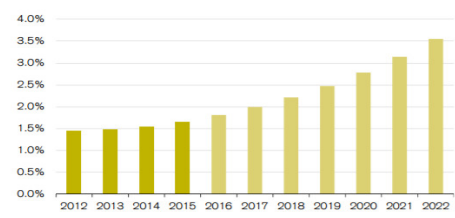


Abb. 6: Onlineanteil Food

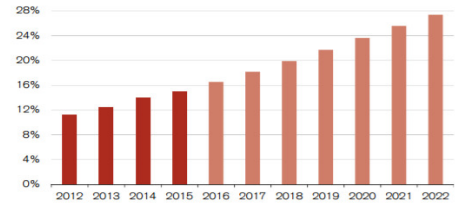
In Prozent; hellgrüne Balken = Szenario



Quelle: GfK, VSV, Credit Suisse

Abb. 8: Onlineanteil Bekleidung/Schuhe

In Prozent; hellrote Balken = Szenario



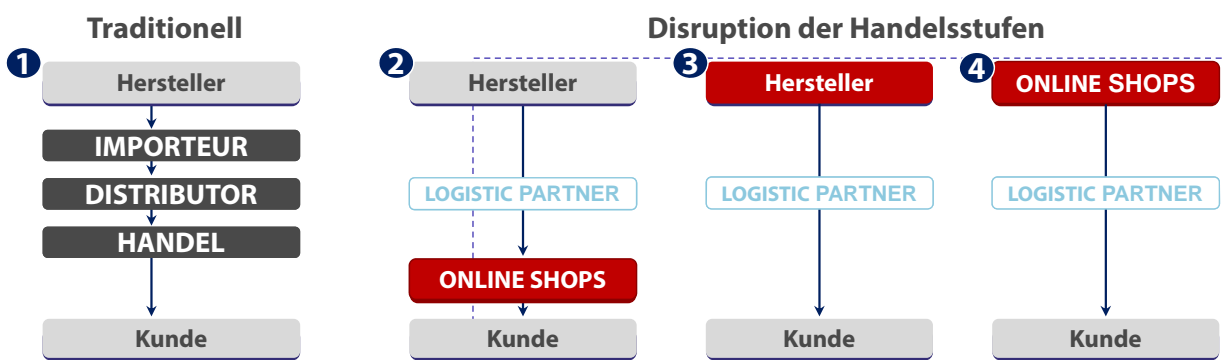
Quelle: Credit-Suisse Retail Outlook 2017

23-März-2018

PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

9

Hersteller verkaufen direkt



Existenzberechtigung neu definieren!

23-März-2018

PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

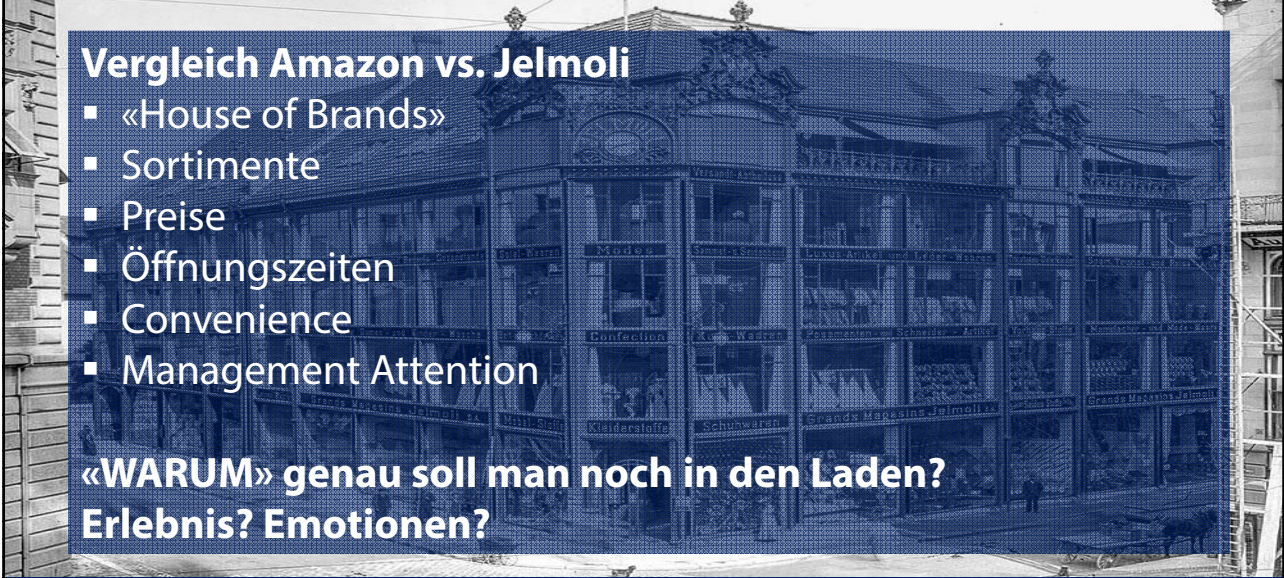
10

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?



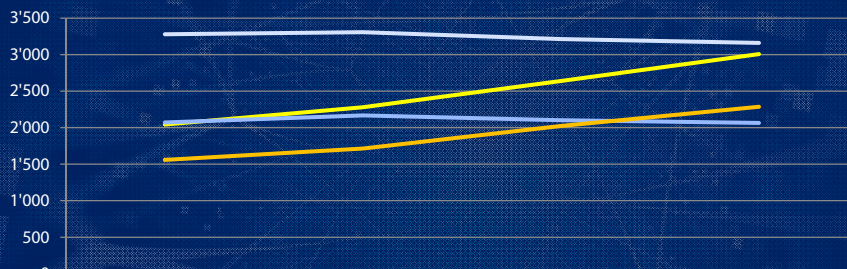
23-März-2018

PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - 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

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

Daten: GfK und Carpathia AG
Grafik: Carpathia AG

Quelle: GfK und Carpathia 2017

23-März-2018

PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

12

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

23-März-2018

PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

13

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

23-März-2018

PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

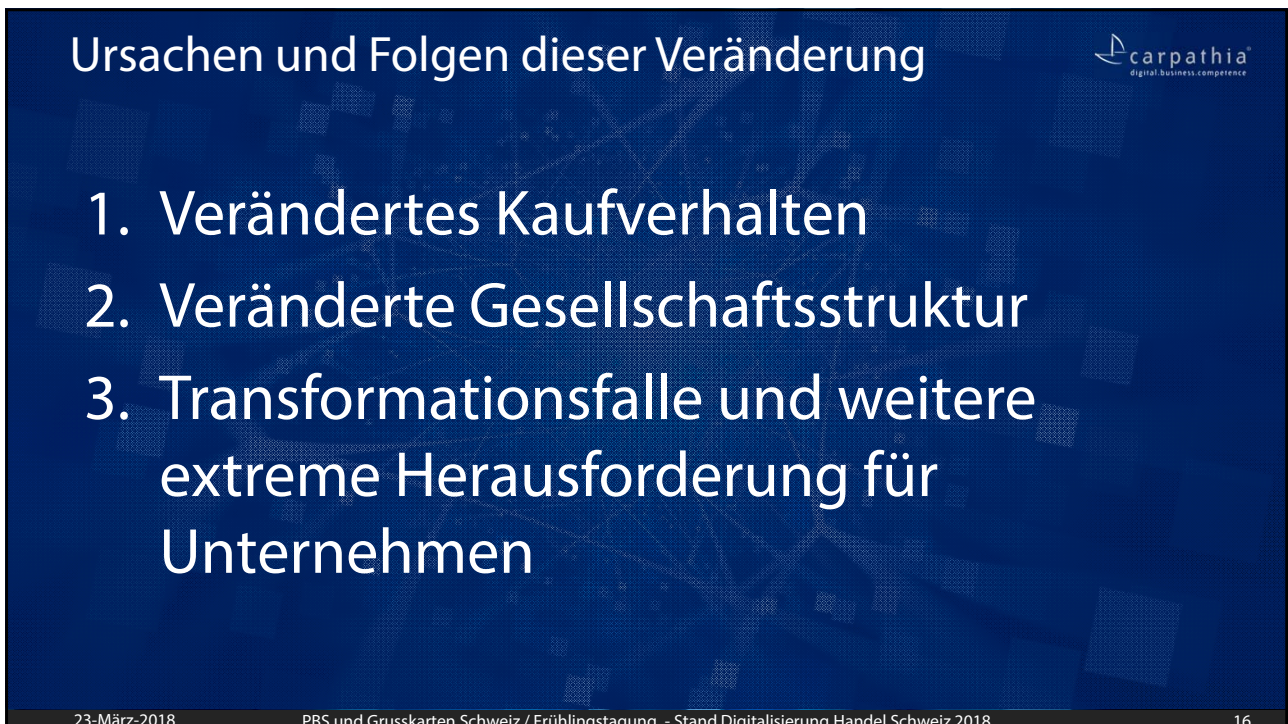
14



carpathia®
digital.business.competence

Ursachen und Folgen dieser Veränderung

23-März-2018 PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018 15

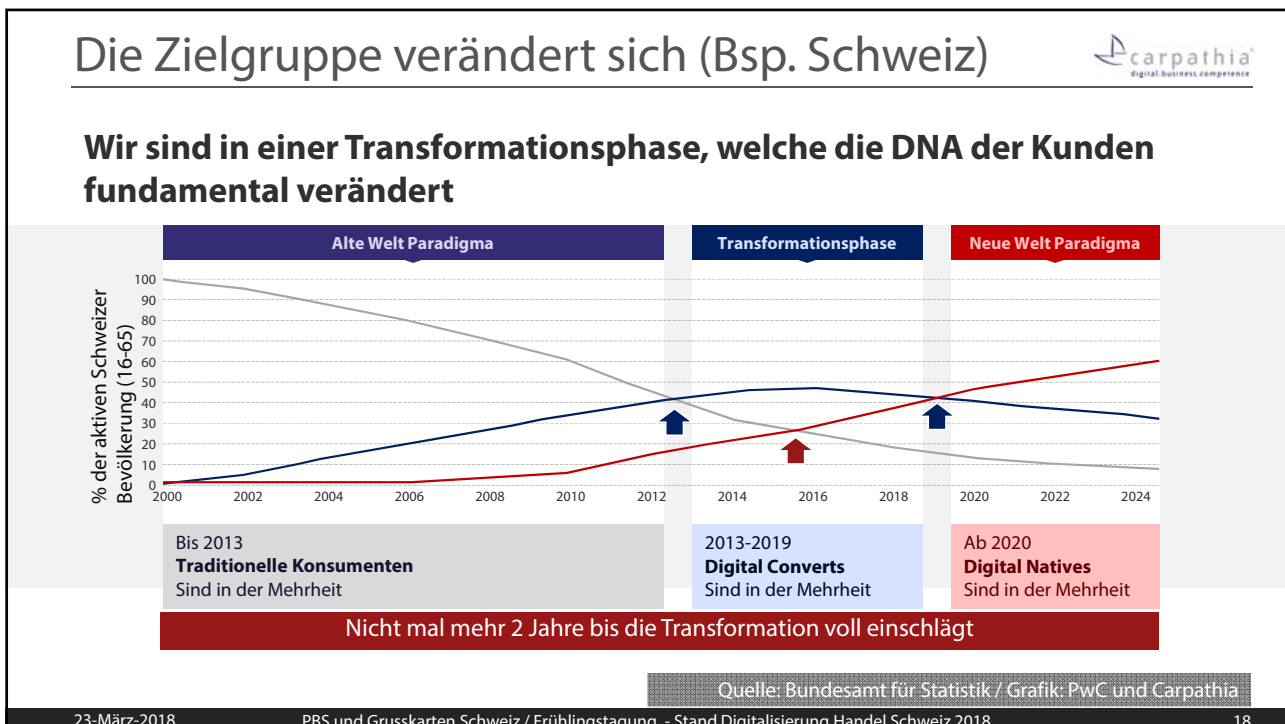
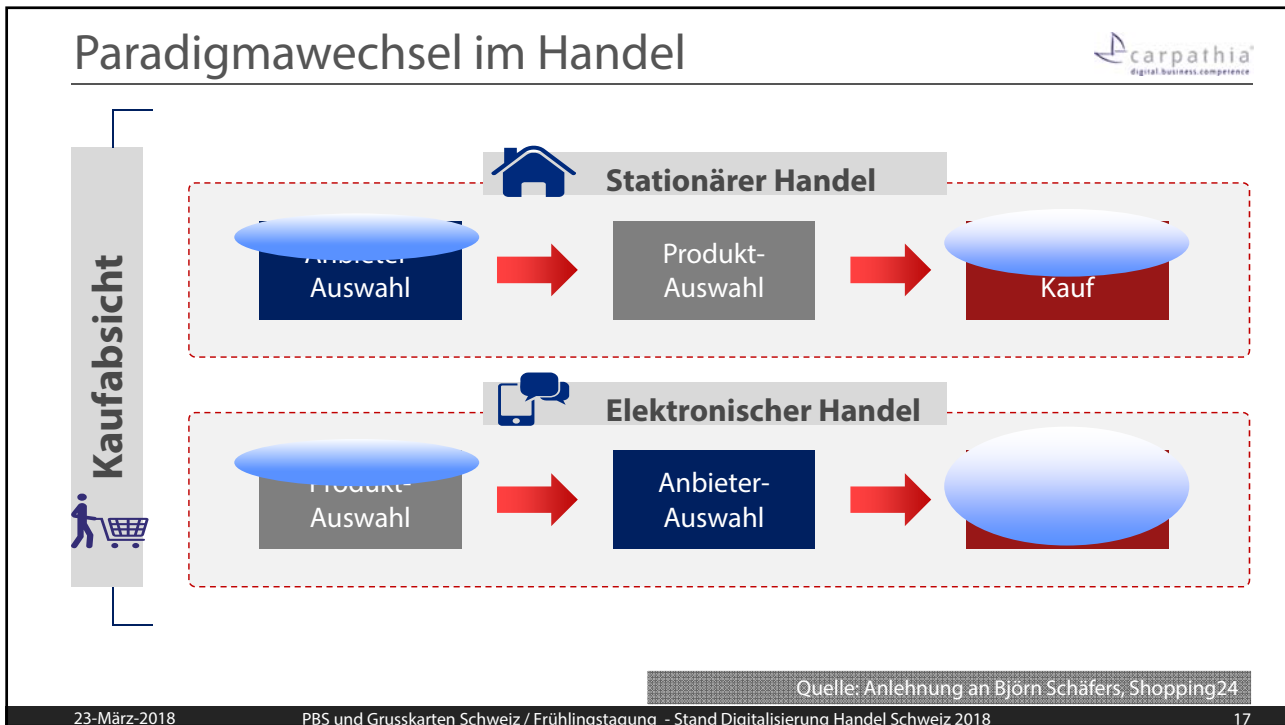


carpathia®
digital.business.competence

Ursachen und Folgen dieser Veränderung

1. Verändertes Kaufverhalten
2. Veränderte Gesellschaftsstruktur
3. Transformationsfälle und weitere extreme Herausforderung für Unternehmen

23-März-2018 PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018 16



«Transformations-Falle»



Bsp. Globus	Stationär	Online*	Total
In CHF (2017)	CHF 827 Mio	CHF 30 Mio	CHF 857 Mio
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

23-März-2018 PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018 19

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 Oviesso, Office-World nach Österreich, Musik Hug an musikpunkt.ch»)
4. Konsolidierung
(«Schild und Herrnglobus verschwinden»)

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

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...

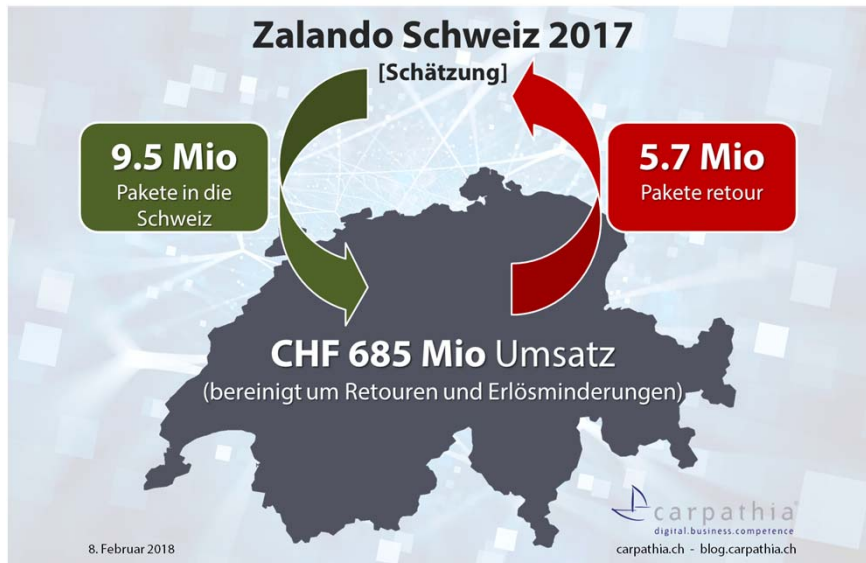


23-März-2018

PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

23

...Ursache, der Kunde hat entschieden



Quelle: Carpathia AG 2018

23-März-2018

PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

24



23-März-2018

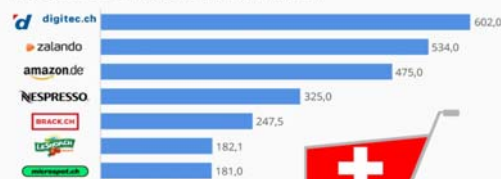
PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

25

Vielfalt Schweiz ggü. Deutschland und Österreich

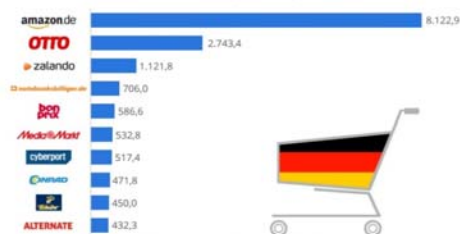
Die Top 10 Online-Shops in der Schweiz

In der Schweiz erwirtschaftete Umsätze 2016 (in Mio. CHF)*



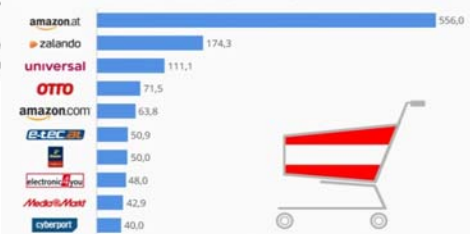
Die Top 10 Online-Shops in Deutschland

In Deutschland erwirtschaftete Umsätze 2016 (in Mio. Euro)*



Die Top 10 Online-Shops in Österreich

In Österreich erwirtschaftete Umsätze 2016 (in Mio. Euro)*



* Umsatzangaben beruhen überwiegend auf Statista-Hochrechnungen
Quelle: Statista/EHI - E-Commerce Markt Deutschland 2017

* Umsatzangaben beruhen überwiegend auf Statista-Hochrechnungen
Quelle: Statista/EHI - E-Commerce Markt Österreich/Schweiz 2017

Quelle: EHI / Statista / Carpathia 2017

23-März-2018

PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

26



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**

23-März-2018 PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018 27

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

23-März-2018 PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018 28

Wer treibt, wer folgt, wer verliert

23-März-2018 PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018 29

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	alibaba.com.cn	Alibaba Group AG	279,0
2	zalando.ch *	534,0	Fashion & Accessoires	2	alibris.ch *	Alibris AG	199,0
3	amazon.de *	475,0	Universal	3	lyrics.ch	Lyrics Switzerland AG	191,0
4	respresso.com/ch *	325,0	Body & Taste	3	shop.walch	Walchhuter Ferien AG	181,0
5	brack.ch *	247,5	Electronics & Media	5	ottofischer.ch *	Otto Fischer AG	168,3
6	leshop.ch	182,1	Body & Taste	6	brack.ch *	Brack/Ringger Werkzeuge AG	150,0
7	microspot.ch	181,0	Electronics & Media	7	empire.com *	AMP Schweiz AG	137,0
8	aliexpress.com *	130,0	Universal	8	bookland.ch	Talbot Hausdruck AG	88,2
9	cooptheme.ch	129,0	Body & Taste	9	alibris.ch *	Alibris Schweiz AG	86,0
10	galaxus.ch (*)	102,0	Universal	10	epush	EPD Drillingen AG	76,9
11	holax.ch	100,0	Lifestyle & Hobby				
12	nettohop.ch	81,0	Electronics & Media				
13	exlibris.ch *	75,0	Electronics & Media				
14	shop.mediamarkt.ch *	64,0	Electronics & Media				
15	amazon.de *	60,8	Universal				
15	apple.com/ch/de *	60,8	Electronics & Media				
17	rolfendirekt.ch *	60,6	Lifestyle & Hobby				
18	amazon.com *	55,3	Universal				
19	tchibo.ch *	54,5	Universal				
20	bonprix.ch *	51,2	Fashion & Accessoires				

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%)

Quelle: Carpathia AG 2017 / 2018

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»).

Chancen die sich bieten

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

Verbleibenden Vorsprung sichern und ausbauen

Seine neuen Rollen finden und gekonnt spielen



Logistik-Kompetenzen schnell antizipieren



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

23-März-2018

PBS und Gruskkarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

35

Stadtentwicklung «Store-Office-Logistics-Shift»

Ladenflächen stehen leer in Innenstädten

Büroflächen kommen retour in die Innenstädte

Logistiker ziehen nach in die Agglomeration



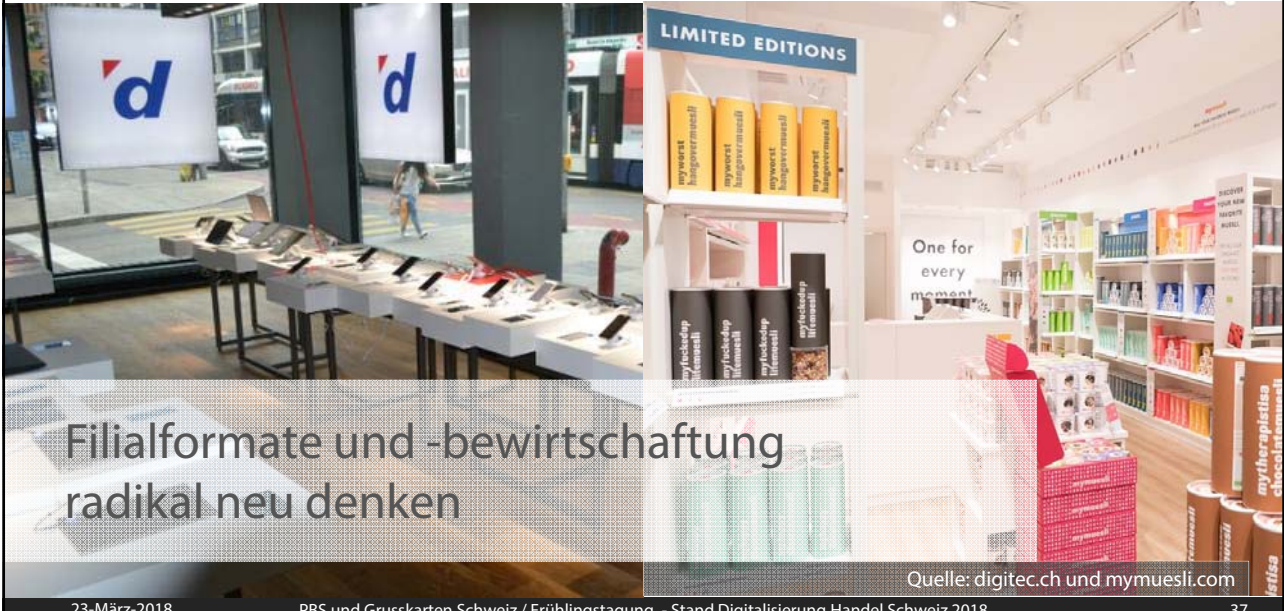
Quelle: Carpathia AG 2017

23-März-2018

PBS und Gruskkarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

36

Als stationärer Händler von den Onlinern lernen



Filialformate und -bewirtschaftung
radikal neu denken

Quelle: digitec.ch und mymuesli.com

23-März-2018

PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

37

Kreative Flächenformate ohne Berührungängste



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

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

23-März-2018

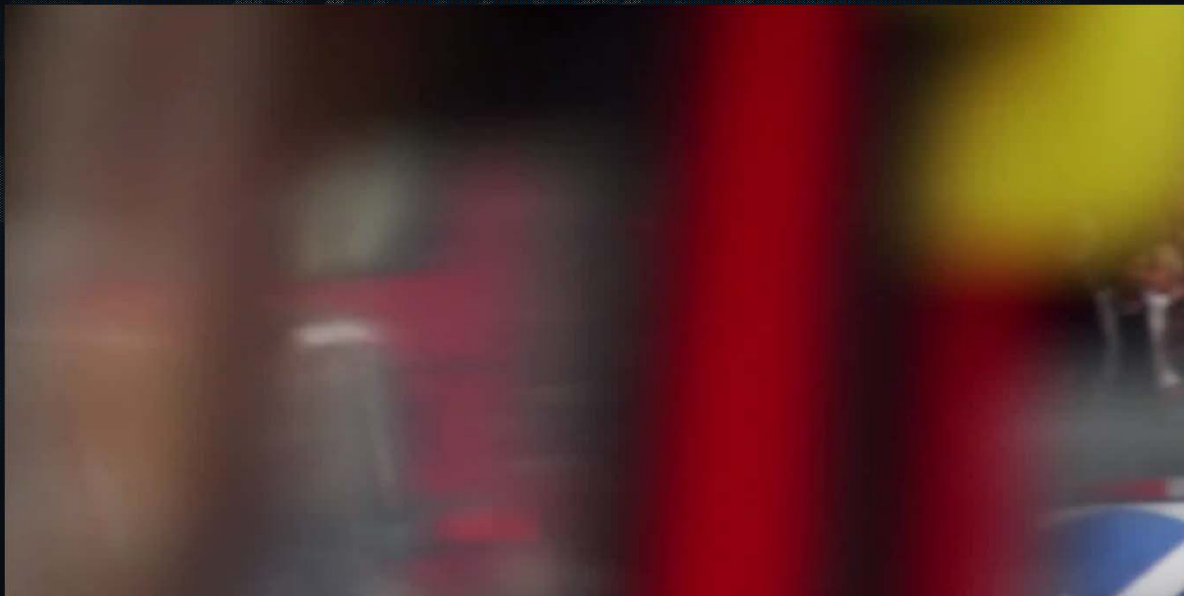
PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

38

Digitales Knowhow stationär nutzen & vice-versa



Ein Beispiel, der «Connected Store»



Die grösste Herausforderung aktuell ist der...

SPEED

23-März-2018

PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

41

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

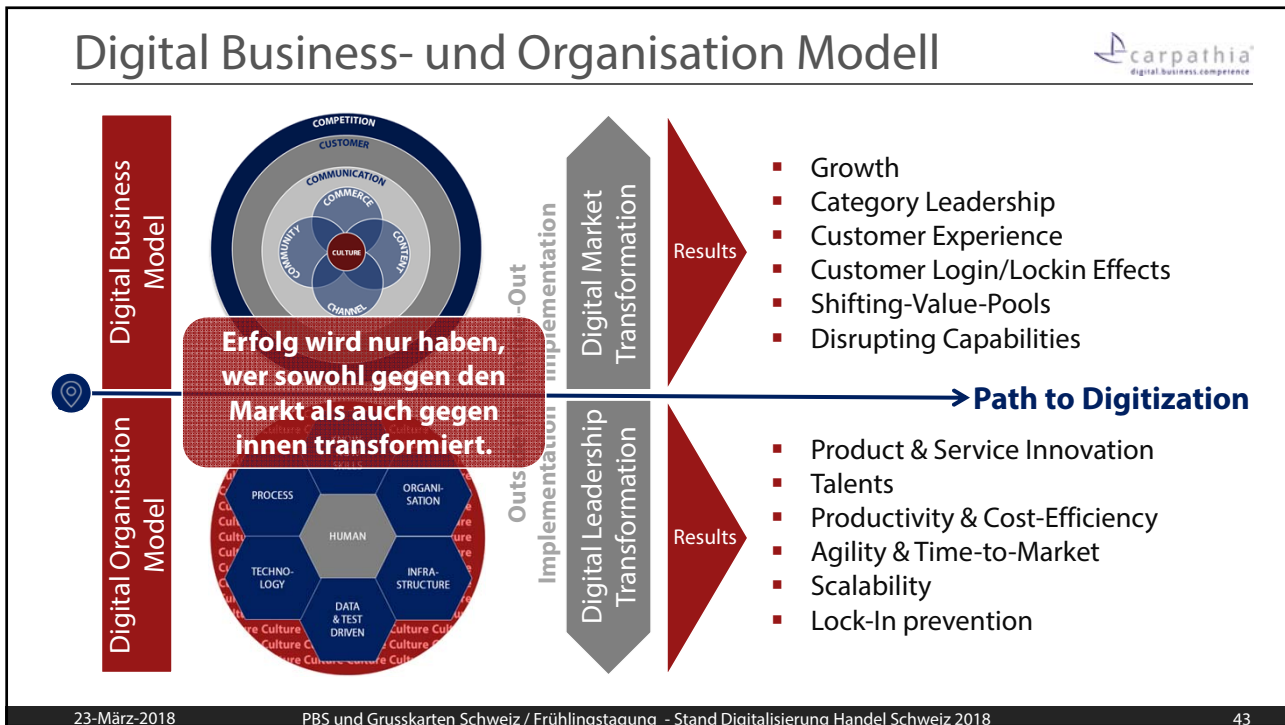
Klaus Schwab
Founder and Executive Chairman
World Economic Forum

Quelle: twitter.com/Davos/status/568455004639629312

23-März-2018

PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

42



Diese Inhalte haben wir für Sie bereitgestellt



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



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





23-März-2018 PBS und Gruskkarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018 44

Save-The-Date!



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

 Gregor Westerhold
Senior Consultant

 gregor.westerhold@carpathia.ch

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

 [linkedin.com/in/gregor-westerhold](https://www.linkedin.com/in/gregor-westerhold)

23-März-2018 PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018 47



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

About

e-commerce

Carpathia AG | www.carpathia.ch | blog.carpathia.ch | kontakt@carpathia.ch 23-März-2018

Gregor Westerhold



Jahrgang 76 und seit 2002 im Digital Business

Hintergrund

- Betriebsökonom UniZH
- Maschinenmechaniker
- Selbständigkeit von 2002-2010
- E-Business & Dienstleistung mit Filialen
- Release-Management
- **Seit Jan. 2014 bei Carpathia**



• @G_Westerhold



23-März-2018

PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

49

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.

23-März-2018

PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018

50

Wir geniessen das Vertrauen folgender Kunden

Über 3 Mrd. Onlineumsatz

23-März-2018 PBS und Grusskarten Schweiz / Frühlingstagung - Stand Digitalisierung Handel Schweiz 2018 51