



carpathia®
digital.business.competence

Handel im Wandel

Workshop Digital Me / E-Commerce
Universal Pictures International Switzerland GmbH

09-Mai-2018 – Gregor Westerhold

Carpathia AG | www.carpathia.ch | blog.carpathia.ch | kontakt@carpathia.ch 9-Mai-2018

Ca. 45 Minuten Ihrer wertvollen Zeit für



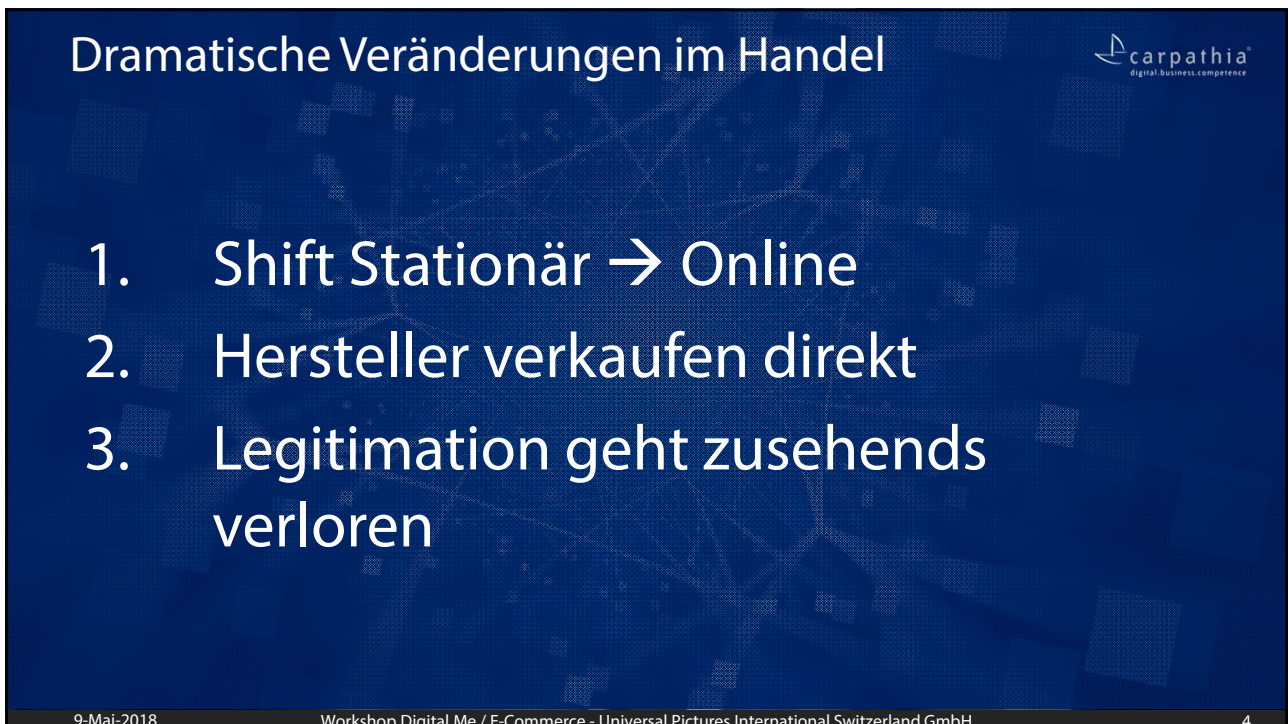
- Dramatische Veränderungen im Handel
- Ursachen und Folgen dieser Veränderung
- Wer treibt, wer folgt, wer verliert
- Chancen die sich bieten



Slide 3 features a blue background with a network of white lines and squares. 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 '9-Mai-2018', the workshop name, and the page number '3'.

Dramatische Veränderungen im Handel

9-Mai-2018 Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH 3

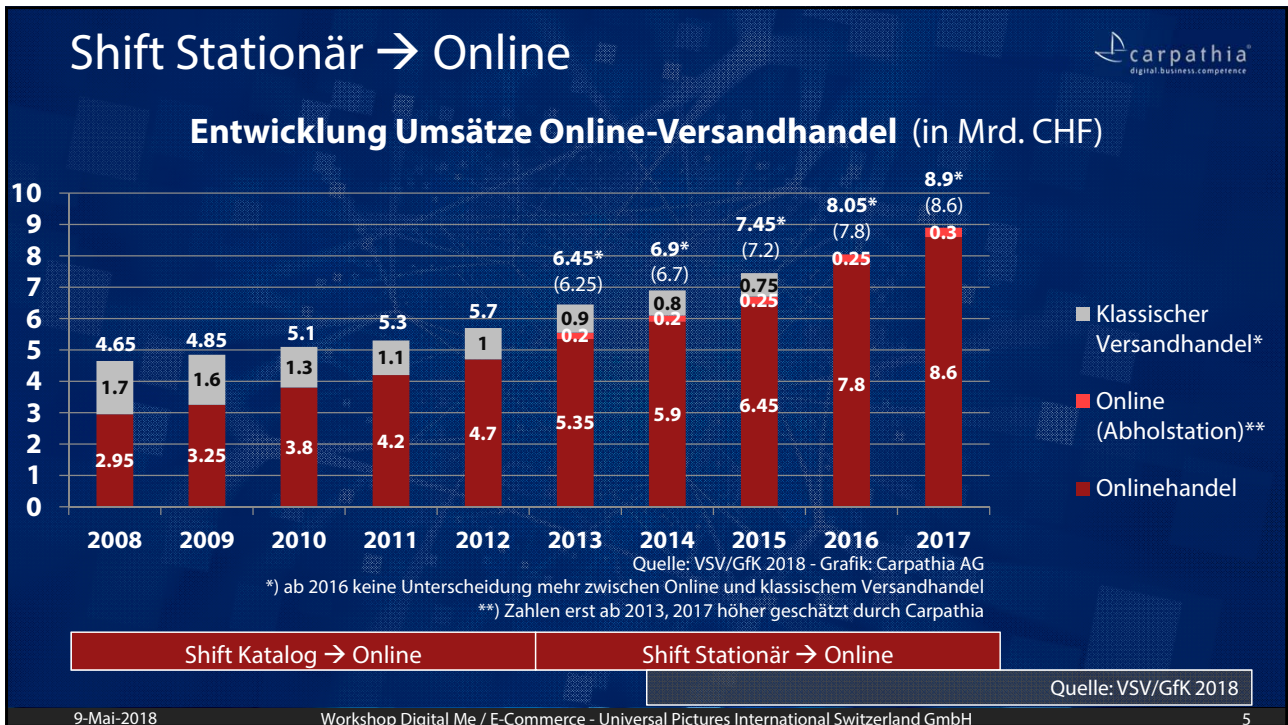


Slide 4 has a dark blue background with a network pattern. The title 'Dramatische Veränderungen im Handel' is at the top. Below it is a list of three points. The Carpathia logo is in the top right corner. The footer contains the date '9-Mai-2018', the workshop name, and the page number '4'.

Dramatische Veränderungen im Handel

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

9-Mai-2018 Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH 4

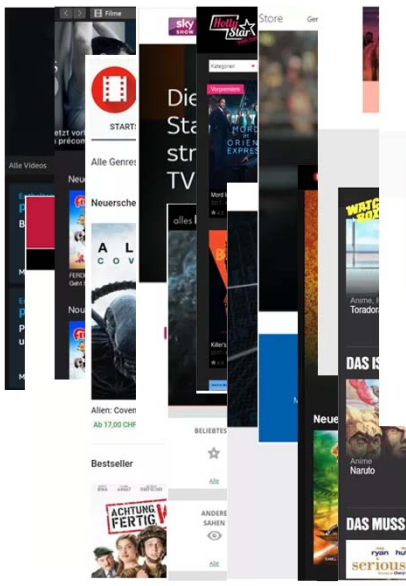


9-Mai-2018

Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH

5

Viele neue Player – auch in Ihrer Branche



carpathia[®]
digital.business.competence

artfilm.ch 600 Schweizer Filme im Streaming

Nein zum Sendeschluss

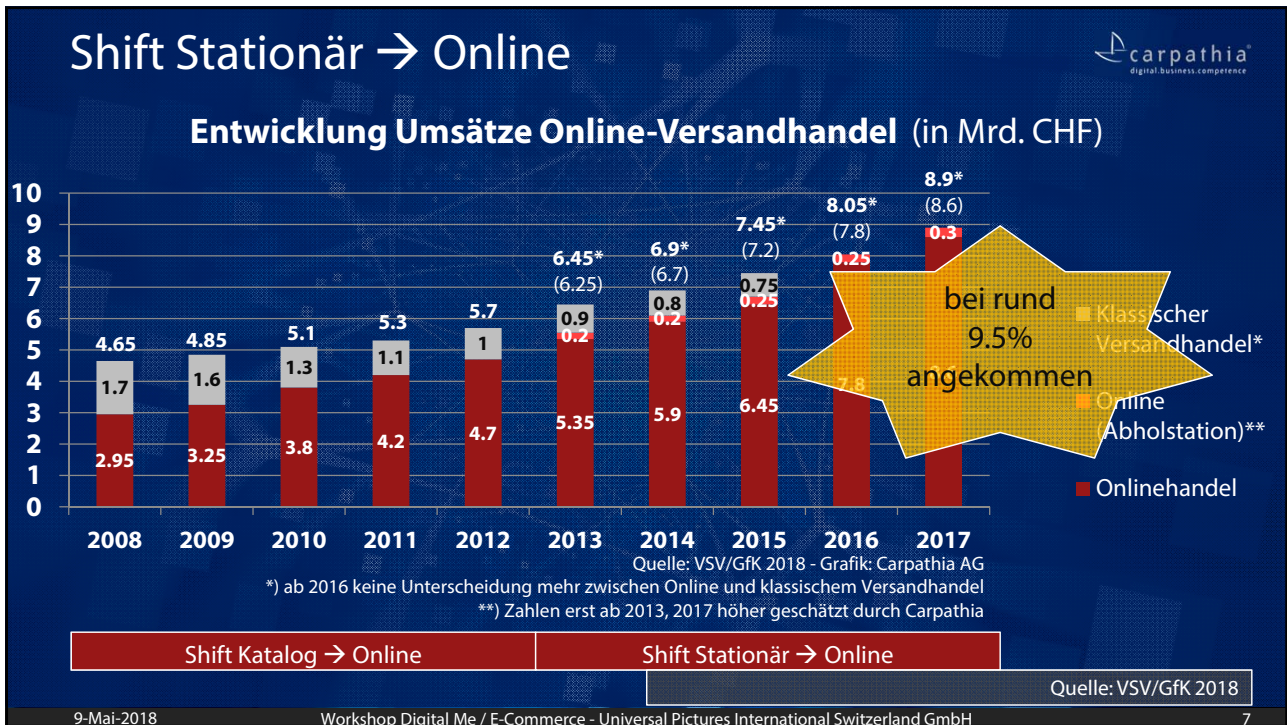
Was hat die SRG je für uns getan?	Non Non Non	Ursus und Nadeschkin wollen den Kindergarten abschaffen?	Francine Jordi will die Polizei abschaffen?
Hanspeter Müller-Dressart will Nachtzüge und Nachtbusse abschaffen?	FORMA - Non a No-Billag	No Billag? No!!! (Brunner&Mayer)	Nein Feuerwehr
Nein Trottoir	Nein Schule	Making Of Nein zu NoBillag Spots	La RTS vue par son public

Forget Me Not (Horror, Thriller Deutsch ganzer Film, 51 Titel Audio - vor 24 Stunden)	Vampire - Verstecken war gestern (Horror, Komödie 50 Titel Audio - vor 22 Stunden)	Haus der Verfluchten - Haunting at the Beacon (7 Titel Audio - vor 1 Tag)	Die Insel am Ende der Zeit (Sci-Fi, Drama Deutsch 51 Titel Audio - vor 1 Tag)	Red Mit (Honorfilme auf Deutsch anschauen in voller 19 Titel Audio - vor 2 Tagen)	Only The Brave: Drama, Kriegsfilm ganzer Film 43 Titel Audio - vor 2 Tagen
Memories of Matsuko (Drama, Komödie in voller 2:29:56)	The Investigator (Komödie, Drama ganzer Film Deutsch, 1:21:21)	Underground - Tödliche Bestien (Horrorfilm Deutsch 1:23:22)	Ingenious (Action, Komödie ganzer Film Deutsch, ganzer 1:28:46)	Shame The Devil (Krimi in voller Länge Deutsch, ganzer 1:34:42)	Der Besessene (Western Film Deutsch, Film in voller Länge 2:33:08)

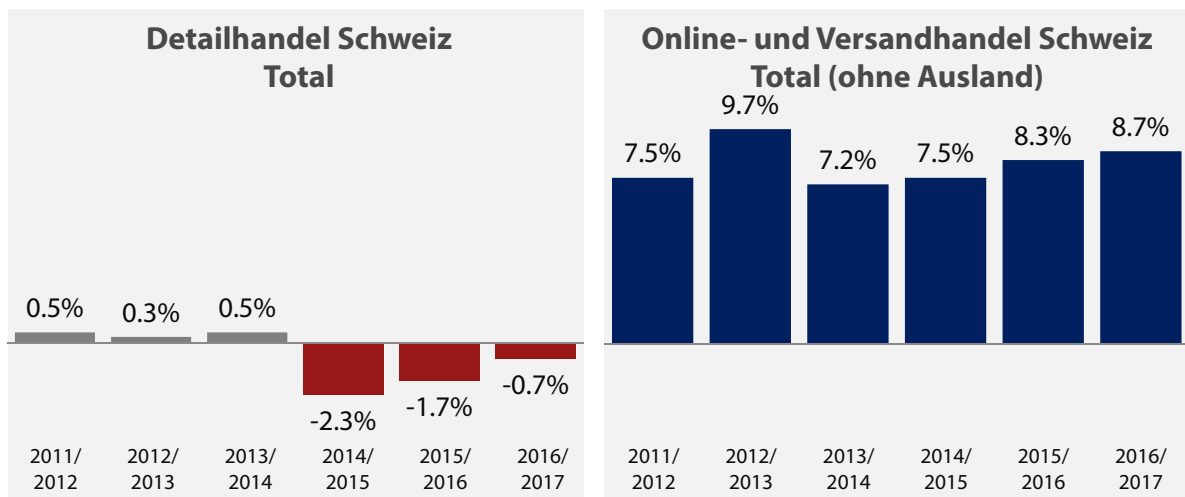
9-Mai-2018

Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH

6



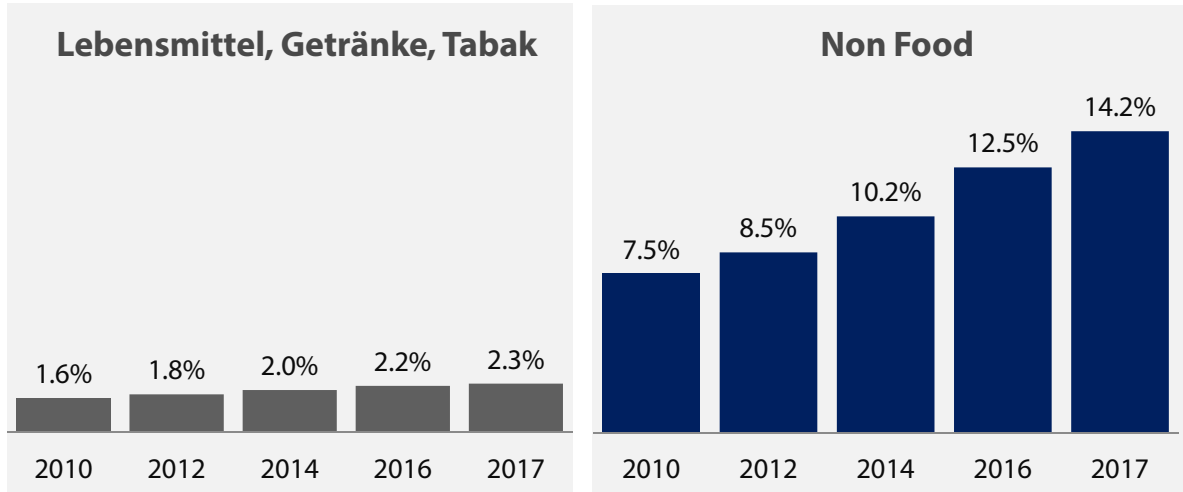
Online wächst schneller als Detailhandel CH



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

Quelle: VSV/GfK 2018

Wertmässige Anteile des Onlinehandels



BAK Basel hat die Marktvolumen für Food und Non Food neu errechnet. Die Daten wurden rückwirkend angepasst. Sie sind mit früheren Auswertungen nicht vergleichbar.

Quelle: VSV/GfK 2018

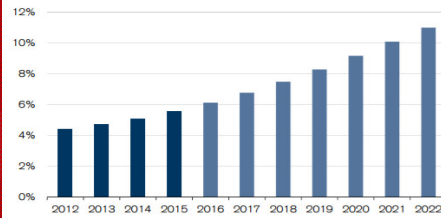


Die Geschichte lehrt uns:
10-12% Reichen für den Dambruch

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

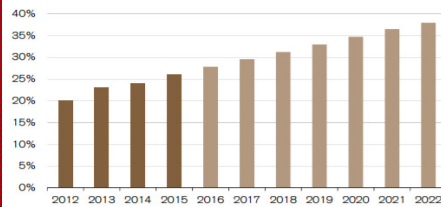
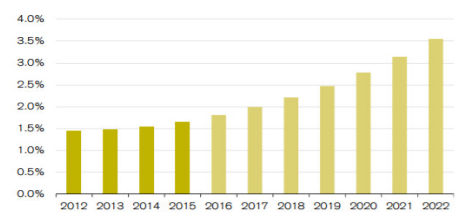


Abb. 6: Onlineanteil Food

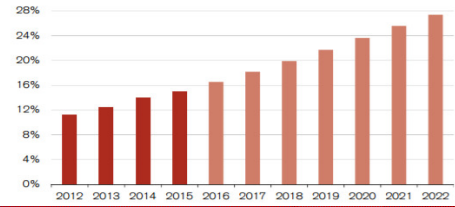
In Prozent; hellgrüne Balken = Szenario



Quelle: GfK, VSV, Credit Suisse

Abb. 8: Onlineanteil Bekleidung/Schuhe

In Prozent; hellrote Balken = Szenario



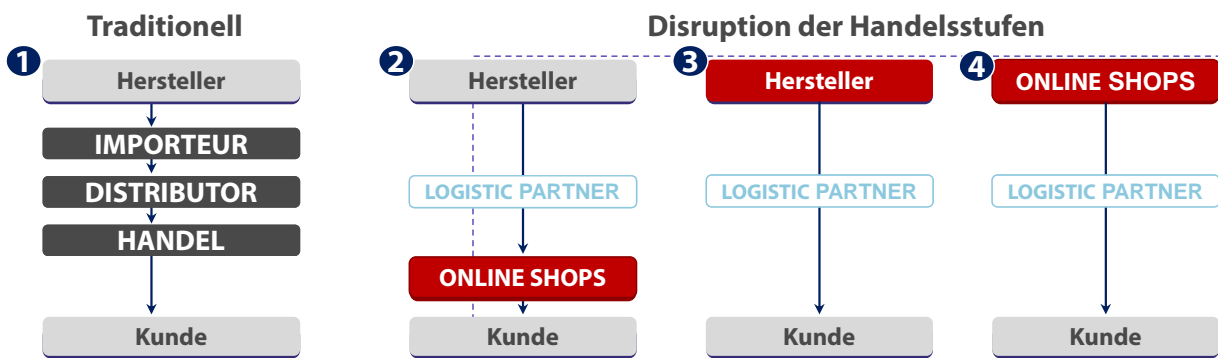
Quelle: Credit-Suisse Retail Outlook 2017

9-Mai-2018

Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH

11

Hersteller verkaufen direkt



Existenzberechtigung neu definieren!

9-Mai-2018

Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH

12

In den letzten 24 Monaten sein Angebot für Streaming massiv ausgebaut. Vor allem in **Eigenproduktionen** fließt SEHR viel Geld!

weltweit inzwischen mehr als **100 Millionen zahlende Kunden**

Prime VIDEO

Einführungspreis von 5,99 € ~~2,99 €~~ pro Monat für die ersten sechs Monate

amazon
HOME
Watch next
THE PATH
Amazon Original Series

Legitimation geht zusehends verloren

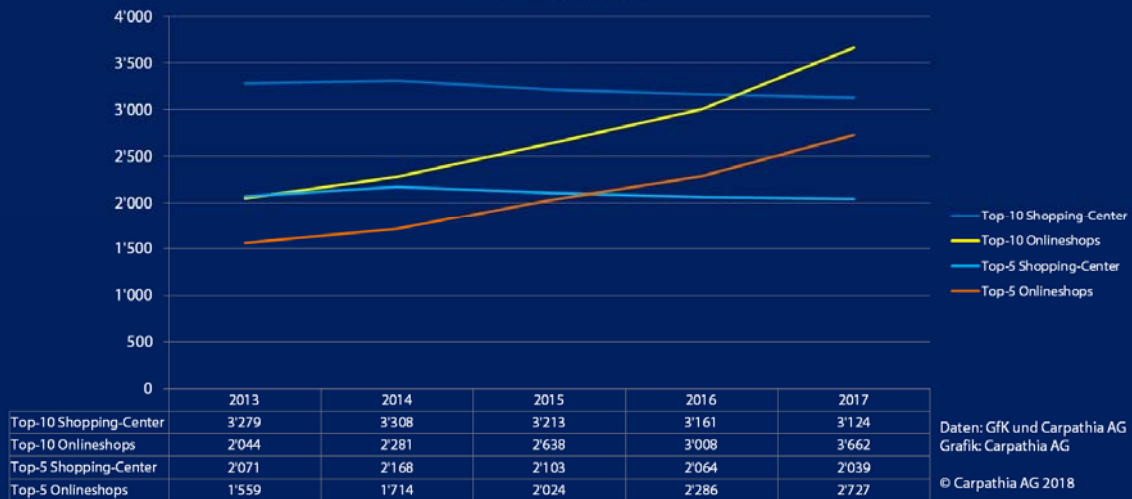
Vergleich Amazon vs. Jelmoli

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

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

Legitimation geht zusehends verloren

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



Quelle: GfK und Carpathia 2017

9-Mai-2018

Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH

15

Ratlosigkeit:



Erste CH «Dead Mall» wird zur Digital-Hochburg

Drei von vier Stockwerken sollen von der **Lastminute.com**-Gruppe belegt werden; das vierte Obergeschoss soll an externe kleine und mittlere **Unternehmen des Sektors Digital/Hi-Tech** weitervermietet werden. Plan sei es, aus dem einstigen erfolglosen Einkaufszentrum ein «Centro Digitale, also einen **digitalen Pool**, zu machen»

Quelle:

<https://www.handelszeitung.ch/unternehmen/erste-schweizer-dead-mall-wird-zur-digital-hochburg-1395378>; 3.5.2017

9-Mai-2018

Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH

16

Ratlosigkeit:



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

9-Mai-2018

Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH

17

Ratlosigkeit:

Shopping-Center-Betreiberin zieht die Reissleine

Basler Stücki wird zum Kino

BASEL - Das erst 2009 eröffnete Basler Einkaufszentrum Stücki läuft nicht. Darum zieht die Betreiberin jetzt die Reissleine und ersetzt **zwei Drittel der Verkaufsfläche durch Kinosäle.**

- Ausgerechnet Kinos, also.
- Ausgerechnet an der Grenze zu Weil, wo schon der Kinopalast im Rheincenter steht.

9-Mai-2018

Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH

18

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

Ursachen und Folgen dieser Veränderung

Ursachen und Folgen dieser Veränderung

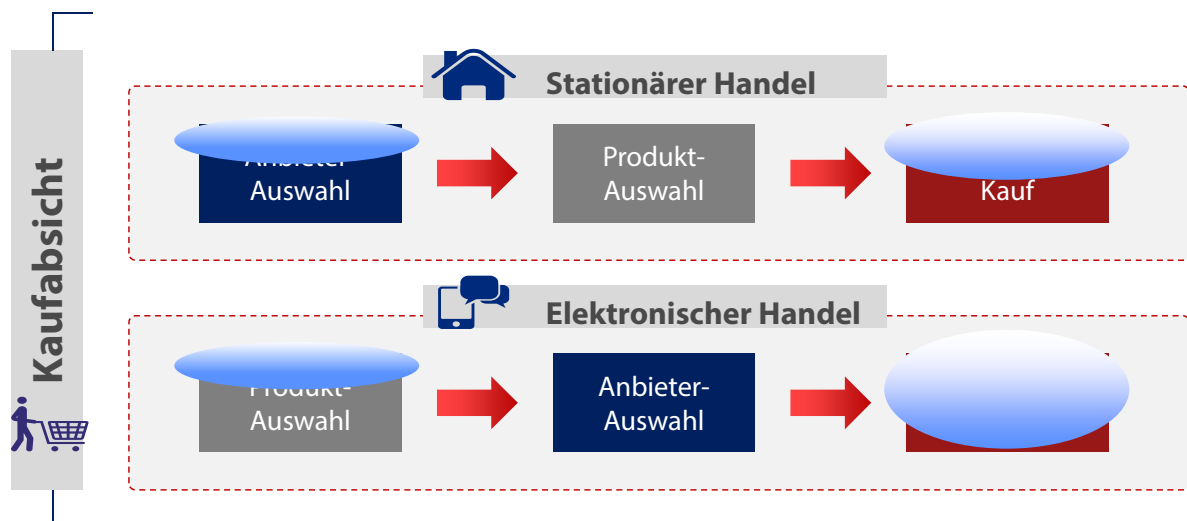
1. Verändertes Kaufverhalten
2. Veränderte Gesellschaftsstruktur
3. Transformationsfälle und weitere extreme Herausforderung für Unternehmen

9-Mai-2018

Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH

21

Paradigmawechsel im Handel



Quelle: Anlehnung an Björn Schäfers, Shopping24

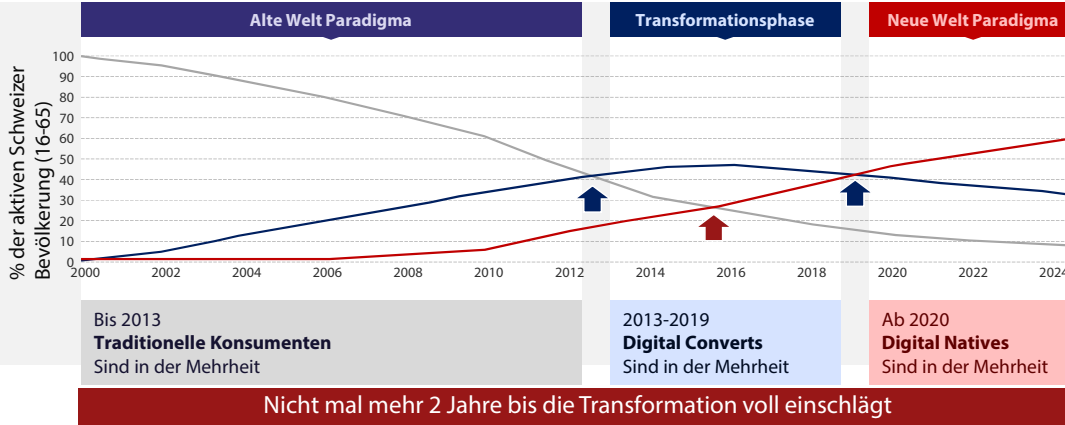
9-Mai-2018

Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH

22

Die Zielgruppe verändert sich (Bsp. Schweiz)

Wir sind in einer Transformationsphase, welche die DNA der Kunden fundamental verändert



Quelle: Bundesamt für Statistik / Grafik: PwC und Carpathia

«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

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 Oviessa, Office-World nach Österreich, Musik Hug an musikpunkt.ch»)
4. Konsolidierung
(«Schild und Herrenglobus verschwinden, Coop übernimmt Siroop komplett und führt die Marke mit Microspot zusammen»)

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

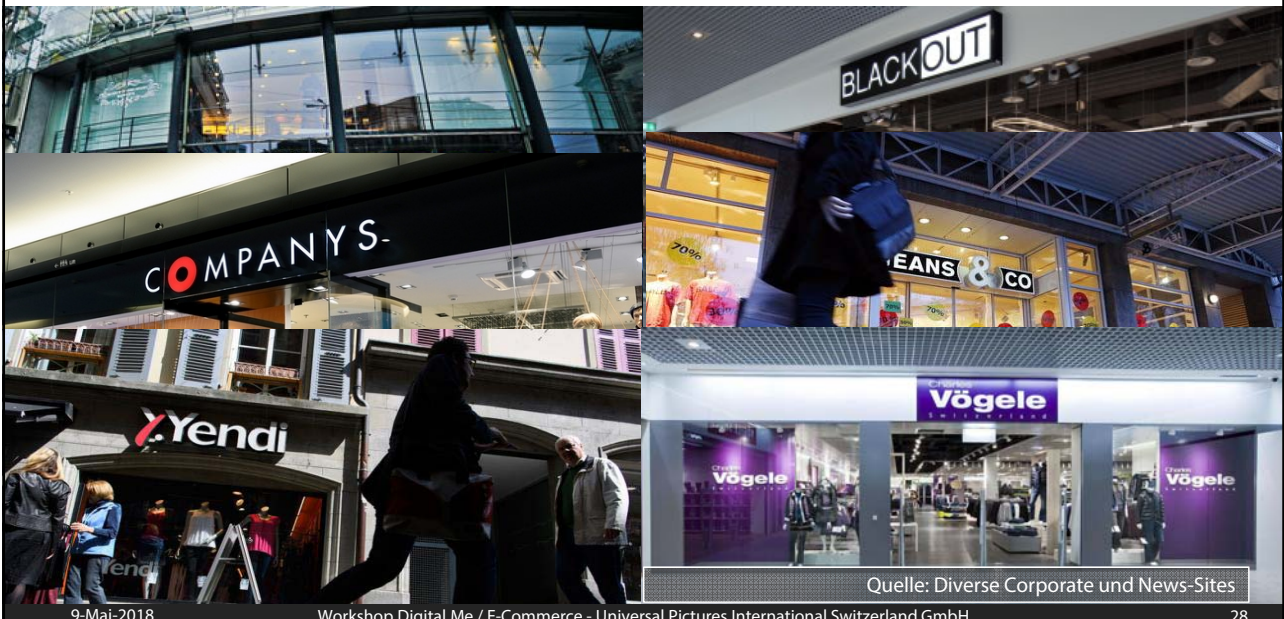
1. Rapide Flächenreduktion
2. Anpassung Geschäftsmodell
(«Bata will nur noch online, Ex Libris wird vom Filialisten zum Pureplayer»)
3. Verkauf an (internationale) Retailer («Charles Vögele an Oviessa, Office-World nach Österreich, Musik Hug an musikpunkt.ch»)
4. Konsolidierung
(«Schild und Herrenglobus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

9-Mai-2018

Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH

27

Wer erinnert sich noch...

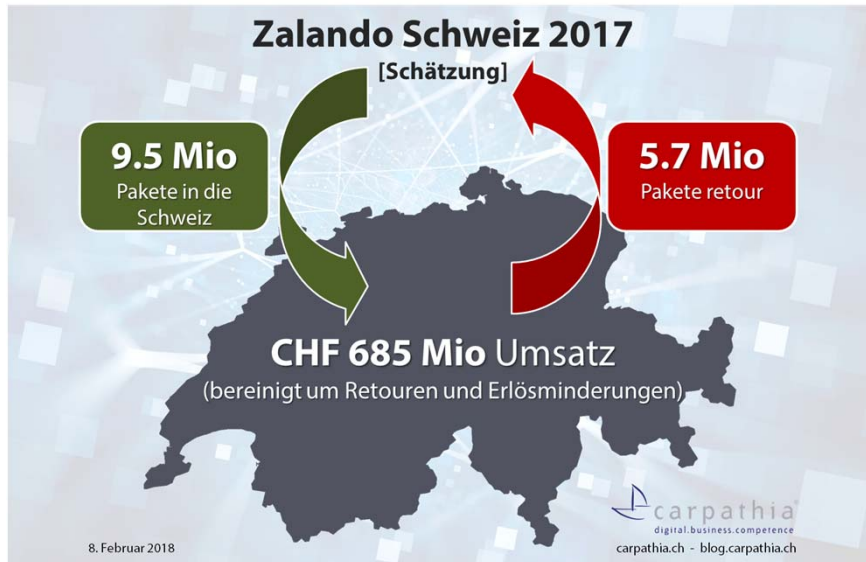


9-Mai-2018

Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH

28

...Ursache, der Kunde hat entschieden



Quelle: Carpathia AG 2018



Vielfalt Schweiz ggü. Deutschland und Österreich



Quelle: EHI / Statista / Carpathia 2017

9-Mai-2018

Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH

31

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**

9-Mai-2018

Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH

32

Herausforderung: Paketflut aus China

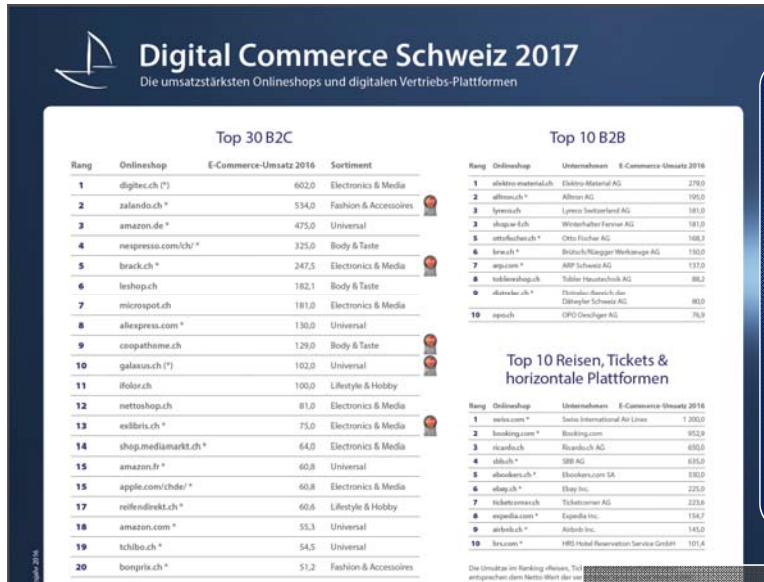


- Täglich kommen 45'000 Pakete in der Schweiz an
- Ca. 95% davon sind falsch deklariert
- Keine Steuern, keine Einhaltung von Vorschriften, keine Zertifikate
- Schweizer Kunden «sourcen» zunehmend direkt in China

Bilder: SRF

Wer treibt, wer folgt, wer verliert

Neue potente Mitbewerber



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%)

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

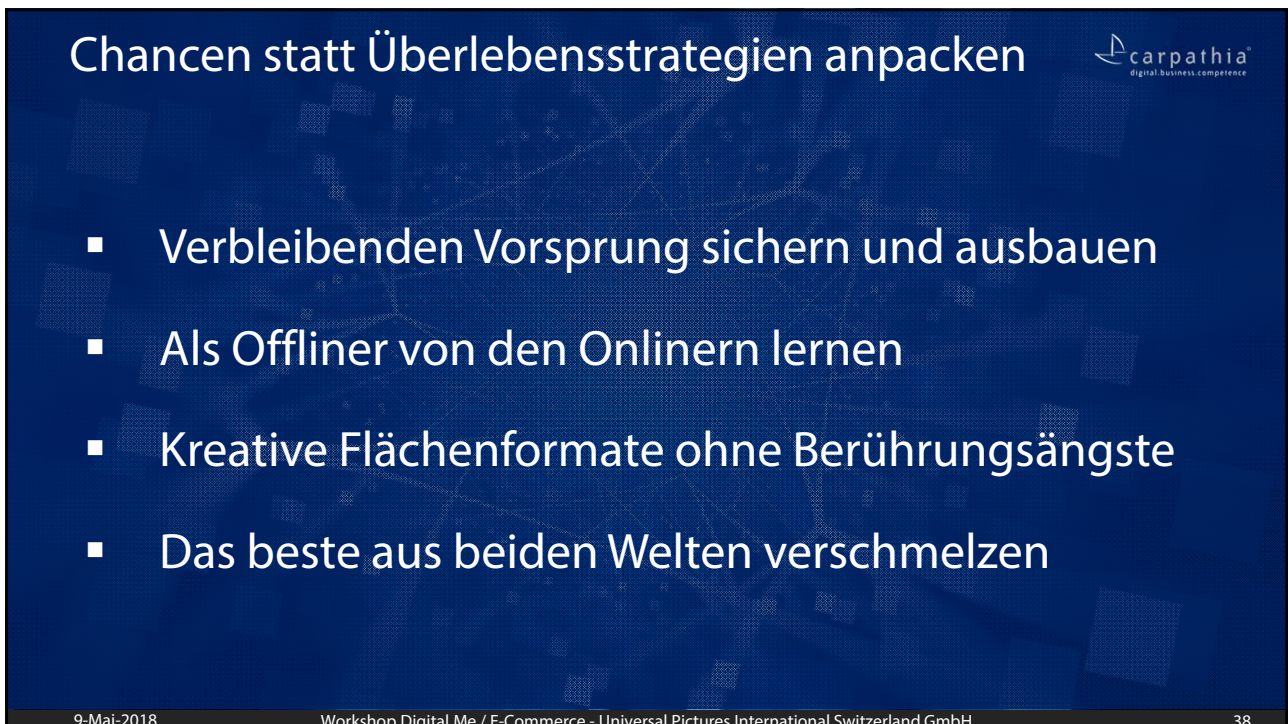
1. Wer online **nur Handels-Produkte verkauft** und weder Preis- noch Service-Vorteile bieten kann.
2. Wer weiterhin denkt, er **«sollte» und nicht «will»** mit aller Konsequenz.
3. Wer in der **2. Liga** spielt, kaum Alleinstellungsmerkmale vorweist, macht sich zum idealen Übernahme-kandidaten für die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



carpathia®
digital.business.competence

Chancen die sich bieten

9-Mai-2018 Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH 37





carpathia®
digital.business.competence

Chancen statt Überlebensstrategien anpacken

- Verbleibenden Vorsprung sichern und ausbauen
- Als Offliner von den Onlinern lernen
- Kreative Flächenformate ohne Berührungängste
- Das beste aus beiden Welten verschmelzen

9-Mai-2018 Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH 38

Ein Beispiel, der «Connected Store» 



CONNECTED STORE
by **Deloitte.**
Digital

Video: <https://www.youtube.com/watch?v=cjD48AJtvI8>

9-Mai-2018 Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH 39

Die grösste Herausforderung aktuell ist der... 



SPEED

9-Mai-2018 Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH 40

How to build a Minimum Viable Product

carpathia[®]
digital.business.competence

NOT LIKE THIS

LIKE THIS

9-Mai-2018 Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH 41

Geschwindigkeit vs. Perfektionismus

carpathia[®]
digital.business.competence



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

9-Mai-2018 Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH 42

Unternehmensführung in der digitalen Realität



9-Mai-2018

Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH

43

Save-The-Date!



9-Mai-2018

Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH

44

Diese Inhalte haben wir für Sie bereitgestellt



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

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

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)

9-Mai-2018 Workshop Digital Me / E-Commerce - Universal Pictures International Switzerland GmbH 47



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

About

e-commerce

Carpathia AG | www.carpathia.ch | blog.carpathia.ch | kontakt@carpathia.ch 9-Mai-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



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.

Wir geniessen das Vertrauen folgender Kunden

