



 carpathia®
digital.business.competence

Digital Commerce; Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung

4-Oktober-2018 - Thomas Lang

Carpathia AG | www.carpathia.ch | blog.carpathia.ch | kontakt@carpathia.ch

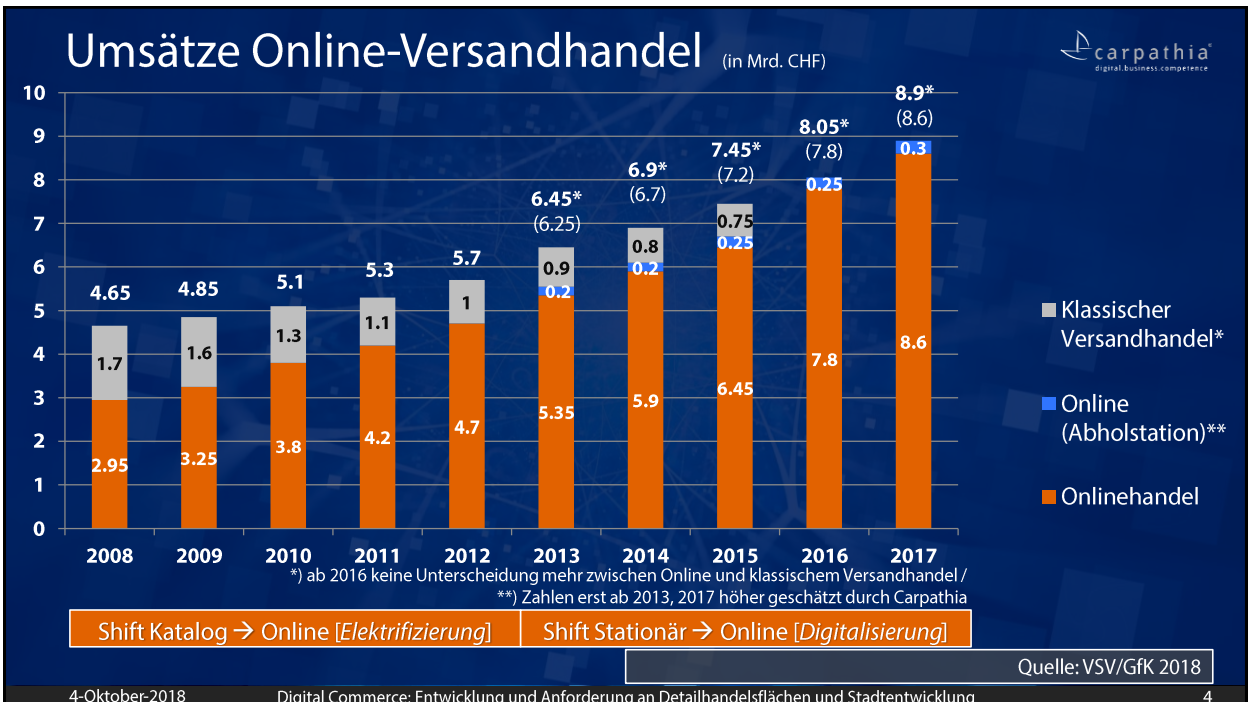
25 Minuten Ihrer wertvollen Zeit für



- Aktuelle Entwicklungen im Digital Commerce Schweiz
- Internationale Entwicklungen
- Retail Vision – wie sich der Detailhandel entwickeln könnte
- Anforderungen und Auswirkungen auf Stadtentwicklung

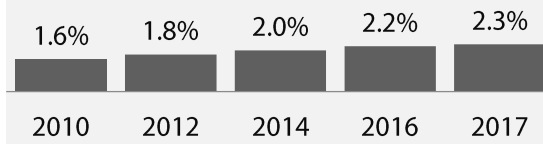
Aktuelle Entwicklungen im Digital Commerce Schweiz

4-Oktober-2018 Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung 3

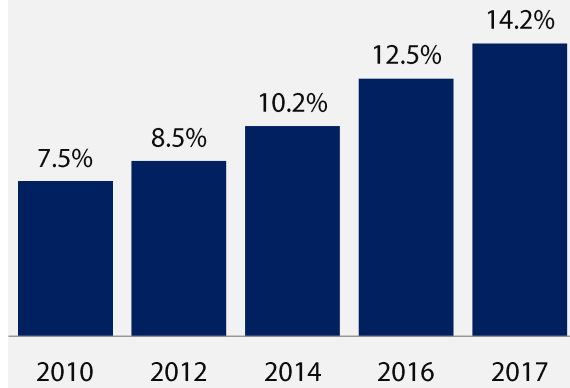


Wertmässige Anteile des Onlinehandels

Lebensmittel, Getränke, Tabak



Non Food



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 Dammbbruch

Transaktionen und Umsätze legen massiv zu

Digital Commerce Schweiz 2018

Die umsatzstärksten Onlineshops und digitalen Vertriebs-Plattformen

Top 30 B2C

Rang	Onlineshop	E-Commerce-Umsatz 2017	Sortiment
1	digitac.ch (*)	690,0	Electronics & Media
2	zalando.ch *	685,0	Fashion & Accessories
3	amazon.de * (inkl. Marktplatzanteil)	575,0	Universal
4	nespresso.com/ch/ **	350,0	Body & Taste
5	brack.ch *	283,0	Electronics & Media
6	alltagpress.com*	280,0	Universal
7	microspot.ch	212,0	Electronics & Media
8	leshop.ch	181,0	Body & Taste
9	galenus.ch (9 (inkl. Marktplatzanteil)	144,0	Universal
10	coopathema.ch	142,0	Body & Taste
11	zurross.ch	127,0	Body & Taste
12	wfsh.com*	120,0	Universal
13	ifoles.ch	100,0	Lifestyle & Hobby
14	netishop.ch	90,0	Electronics & Media
15	edlbric.ch*	81,0	Electronics & Media
16	flax.com/ch/ide (Geschäftsjahr 2017/18)	77,0	Home & Living
17	mediamarkt.ch*	76,0	Electronics & Media
18	amazon.fr* (inkl. Marktplatzanteil)	75,0	Universal
19	apple.com/ch/de*	74,0	Electronics & Media
20	rolandtrakt.ch*	67,0	Lifestyle & Hobby
21	amazon.com* (inkl. Marktplatzanteil)	65,0	Universal

Top 15 B2B

Rang	Onlineshop	Unternehmen E-Commerce-Umsatz 2017
1	alibaba-essentials.ch	285,0
2	albron.ch*	230,0
3	lyreco.ch	181,7
4	alpage.ch	177,0
5	stiefelhaus.ch*	180,0
6	brack.ch*	165,0
7	bluck.ch	151,1
8	solbarshop.ch	85,5
9	epouch	83,1
10	dewaloch.ch*	81,0
11	wp.com*	80,0
12	Mitid.ch*	75,0
13	fluch	75,0
14	sparetop-geräte.ch Sparte Gruppe	50,0
15	brack.ch*	30,0

Top 10 Reisen, Tickets & horizontale Plattformen

Rang	Onlineshop	Unternehmen E-Commerce-Umsatz 2017
1	reda.com*	1.250,0
2	booking.com*	870,0
3	al.ch*	740,0
4	handbuch.ch	625,0
5	ubidom.com.ch	500,0
6	shop.ch*	300,0
7	albron.ch*	180,0

Top-10 B2C mit Wachstum 2017 von über CHF 630 Mio

→ mehr als Umsatz des Glattzentrums.

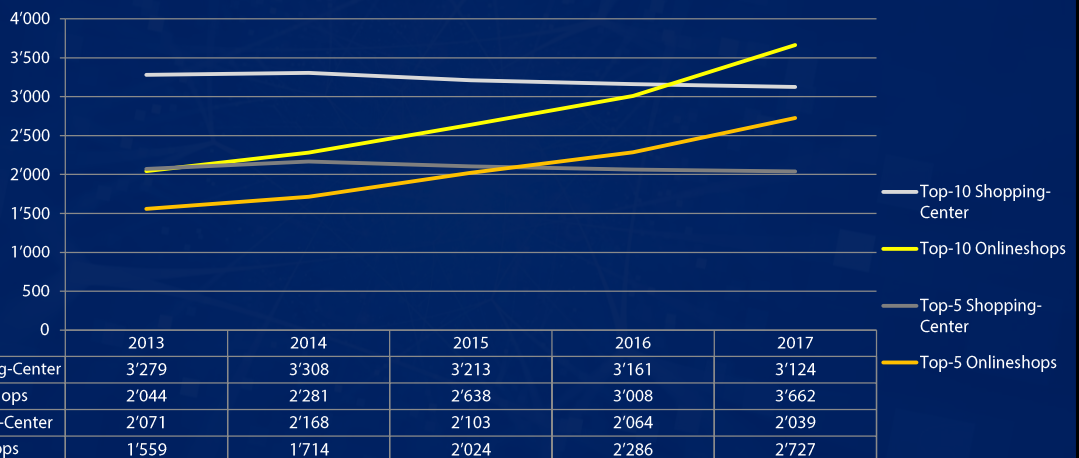
Quelle: Carpathia AG 2018

4-Oktober-2018

Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung

7

Onlineshops haben Shopping-Center überholt



Quelle: GfK / Carpathia AG 2018

4-Oktober-2018

Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung

8

Einer der Treiber...



4-Oktober-2018

Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung

9

...weitere Treiber



- 2017 kamen täglich 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

4-Oktober-2018

Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung

10



carpathia[®]
digital.business.competence

Internationale Entwicklungen

4-Oktober-2018 Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung 11

Deutschland

carpathia[®]
digital.business.competence

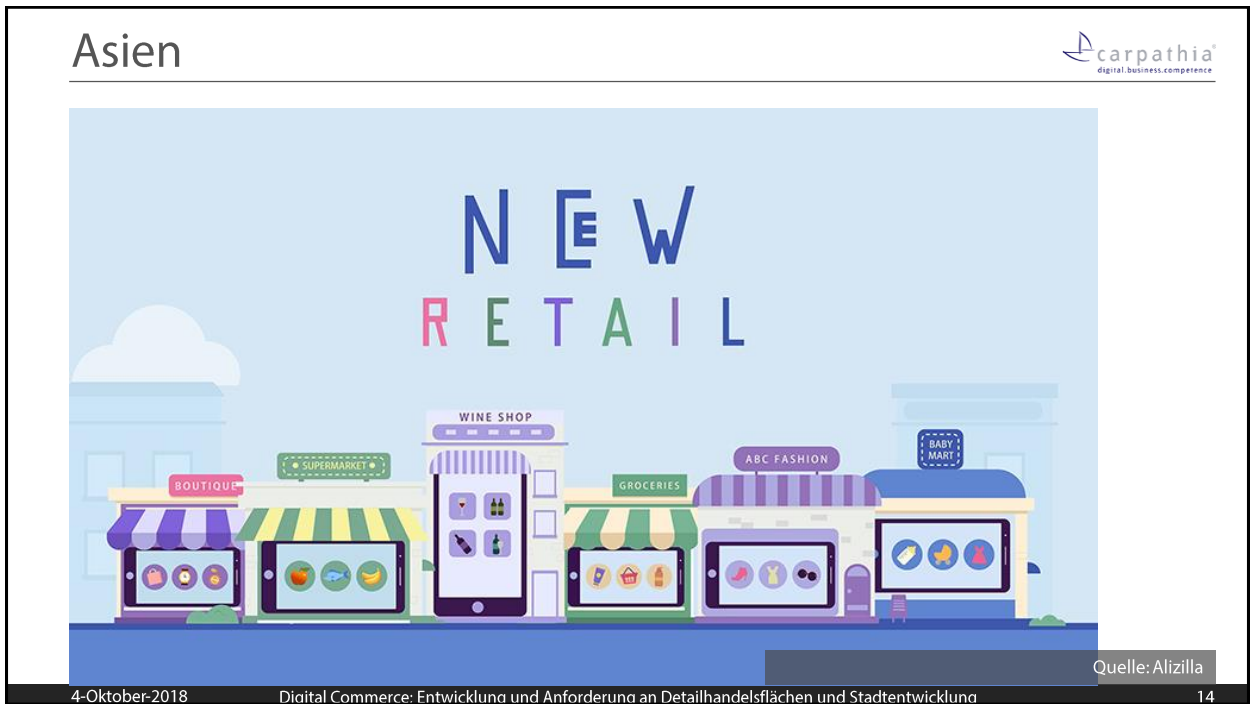
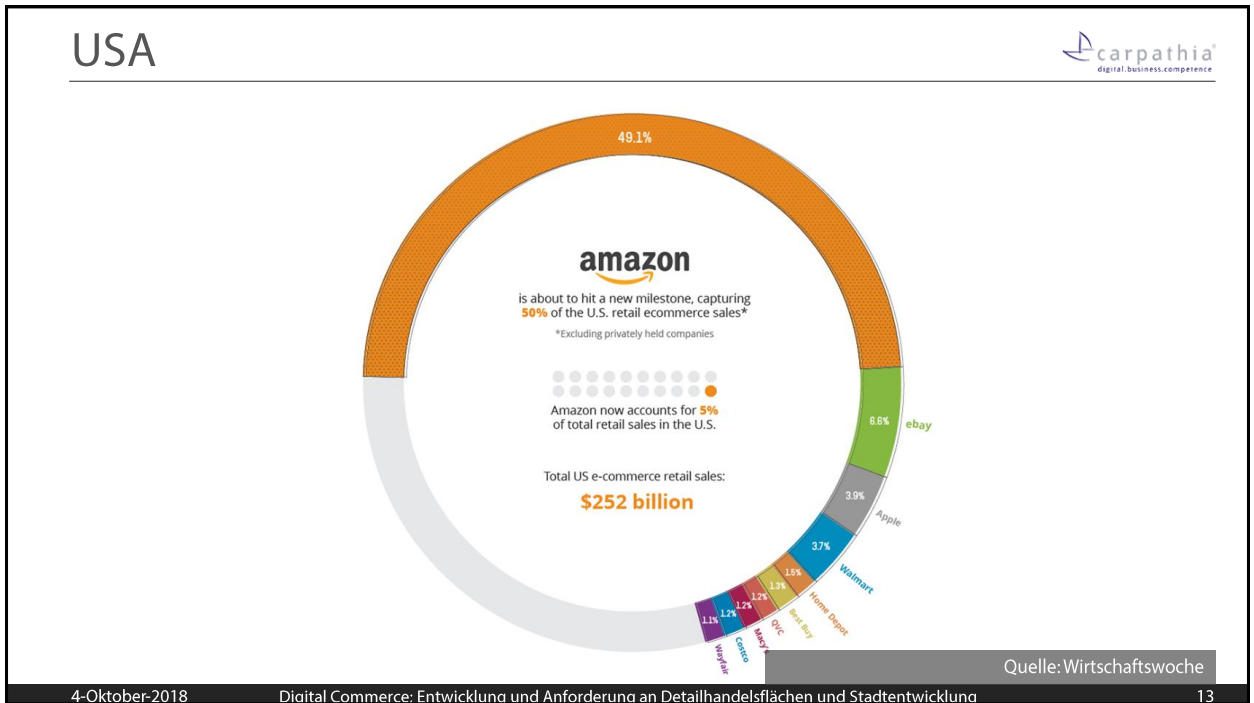
34 VERÖDUNG DER INNENSTÄDTE
„Wir ersticken an unserer Altstadt“
VON MARK SIMONS - AKTUALISIERT AM 05.04.2018 - 06:43



Die deutschen Innenstädte drohen zu veröden, weil immer mehr Menschen im Netz bestellen. Celle in Niedersachsen ist ein perfektes Beispiel dafür: Den Einheimischen fallen Zeichen auf, dass etwas nicht stimmt.

Quelle: FAZ.net 5.4.2018

4-Oktober-2018 Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung 12

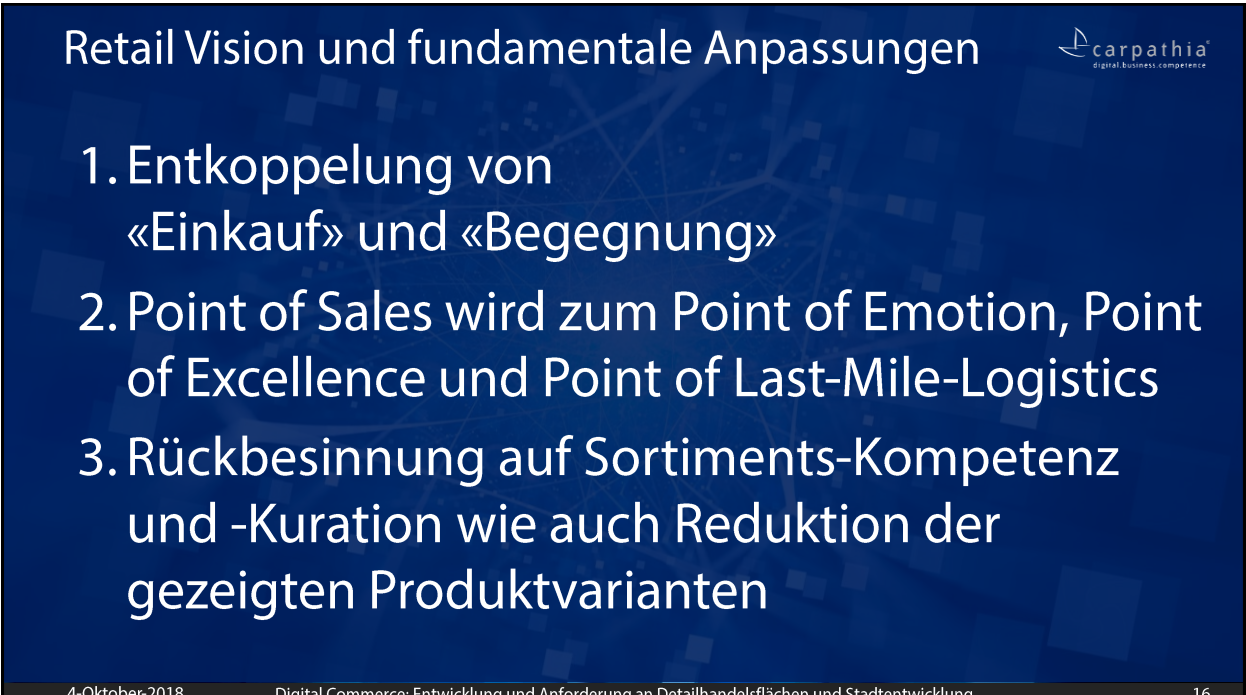




carpathia®
digital.business.competence

Retail Vision – wie sich der Detailhandel entwickeln könnte

4-Oktober-2018 Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung 15



carpathia®
digital.business.competence

Retail Vision und fundamentale Anpassungen

1. Entkoppelung von «Einkauf» und «Begegnung»
2. Point of Sales wird zum Point of Emotion, Point of Excellence und Point of Last-Mile-Logistics
3. Rückbesinnung auf Sortiments-Kompetenz und -Kuration wie auch Reduktion der gezeigten Produktvarianten

4-Oktober-2018 Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung 16



Entkoppelung von «Einkauf» und «Begegnung»

- Bedürfnisse von Menschen sich zu treffen
- Seit Jahrzehnten gekoppelt mit Shopping
- Neue Formen, Infrastrukturen und Ertragsmodelle müssen gefunden werden
- Rahmenbedingungen sind neu zu schaffen

Quelle: Mall of Switzerland

4-Oktober-2018 Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung 17



Point of Emotion/Excellence/Last-Mile-Logistics

- Waren und Services erlebbar machen
- Service-Excellence ausleben und den Kunden verwöhnen wie in guter alten Zeit
- Flächen leerräumen und verkleinern, mit Logistik effizienter bespielen (On-/Offline)

Quellen: Hamleys, Privat, Hointer

4-Oktober-2018 Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung 18

Point of Emotion/Excellence/Last-Mile-Logistics

- Retailflächen = Nähe zum Kunden
- Nähe zum Kunden = Kurze Wege
- Kurze Wege = Schnelle Lieferung
- Neue Last-Mile Zustellmodelle direkt ab der Fläche und innovative Innercity Zustellarten

Quelle: Post Schweiz

4-Oktober-2018 Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung 19

Amazon 4-Star, New York City

Wer bespielt die Fläche überhaupt noch?

Quelle: Amazon 4-Star, Sep-2018

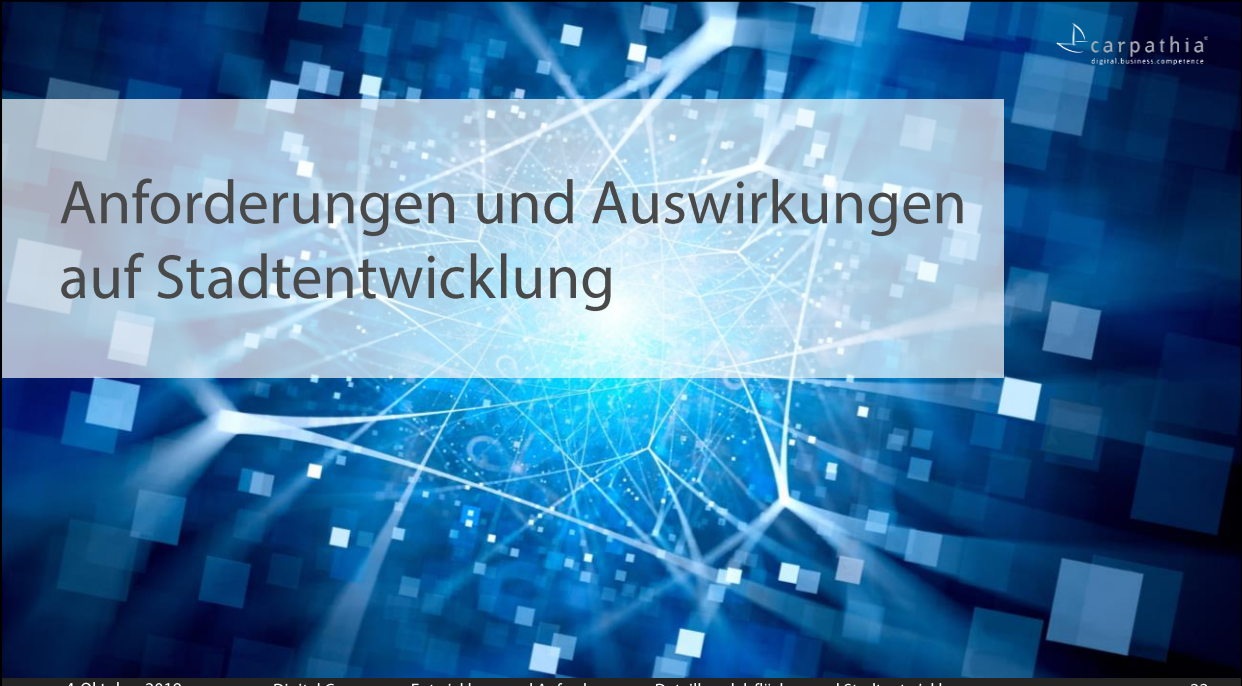
4-Oktober-2018 Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung 20



Muss in der Fläche in Zukunft überhaupt noch eingekauft werden?

Quelle: b8ta.com

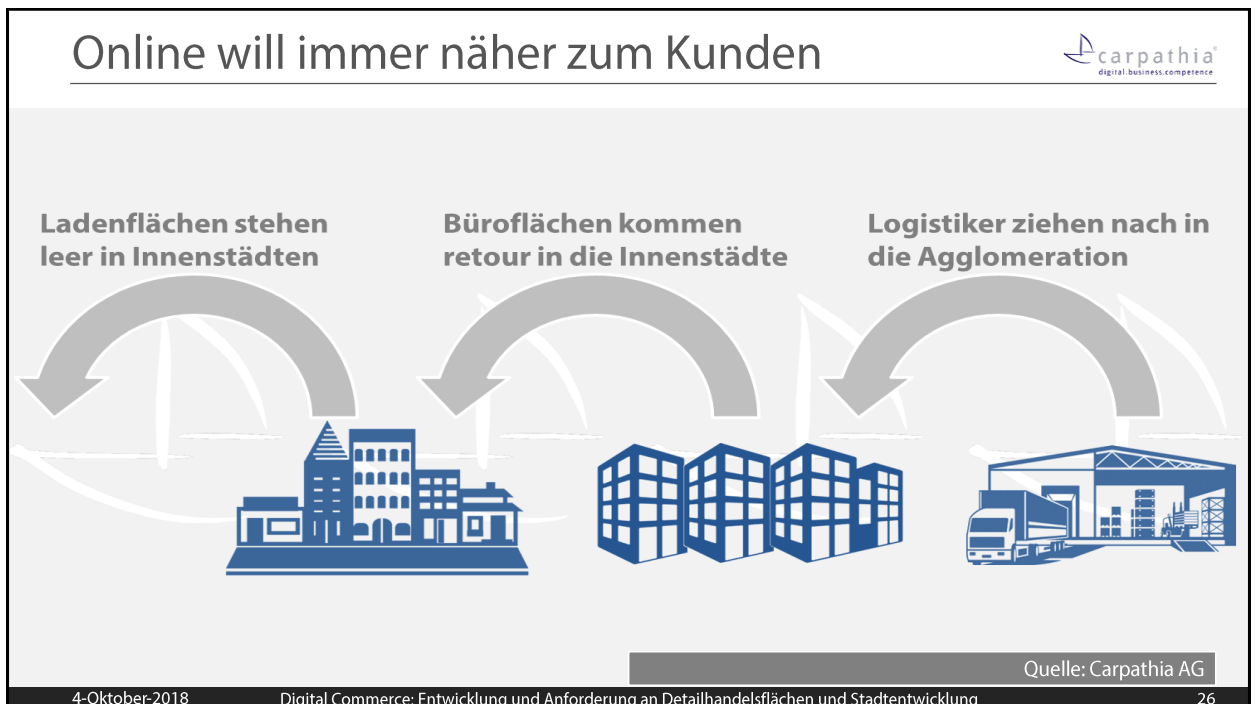
4-Oktober-2018 Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung 21



Anforderungen und Auswirkungen auf Stadtentwicklung

4-Oktober-2018 Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung 22





Drohnenlieferungen auf der zweitletzten Meile carpathia[®] digital.business.competence

The diagram illustrates two delivery methods from a warehouse to a customer's home. The top path, shown in orange, depicts a drone flying directly from the warehouse to the house, representing a 'second-to-last mile' delivery. The bottom path, shown in purple, depicts a van being loaded at the warehouse and then driving to the house, representing a traditional last-mile delivery. A red arrow points from the warehouse to the house in the top path, while a purple arrow points from the warehouse to the van, and another purple arrow points from the van to the house in the bottom path. A URL is provided at the bottom center: <https://youtu.be/UCj8dyVVqkE>. The source is cited as 'Quelle: Carpathia AG'.

<https://youtu.be/UCj8dyVVqkE>

Quelle: Carpathia AG

4-Oktober-2018 Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung 27

Neue Kooperationen und Dienstleistungen

The image shows a vast, modern warehouse interior with high ceilings and extensive shelving units filled with various goods. The floor is busy with activity, including forklifts and workers. A semi-transparent text box is overlaid on the image, containing a quote from Karstadt. The source is cited as 'Quelle: https://www.presseportal.de/pm/16971/4072158'.

*«Karstadt ist dabei, sich erfolgreich zu einem vernetzten Marktplatz mit vielen Partnern weiterzuentwickeln und wir **verfügen mit unseren Filialen über 79 Logistikstandorte mitten in der Innenstadt** und über ein Zentrallager. Unser neuer Partner Fiege ist ein sehr erfahrener Logistikdienstleister mit umfassender Omnichannel- und Fulfillment-Expertise.»*

Quelle: <https://www.presseportal.de/pm/16971/4072158>

4-Oktober-2018 Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung 28



carpathia®
digital.business.competence

Die Herausforderungen sind gewaltig –
gehen wir sie gemeinsam an!

4-Oktober-2018 Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung 29

Und BITTE, denken wir an die Kunden

carpathia®
digital.business.competence

«Start With the Customer
and Work Backward»

Jeff Bezos, Amazon



4-Oktober-2018 Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung 30



 **carpathia**[®]
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

4-Oktober-2018 Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung 31



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

**Bleiben Sie
mit uns in Kontakt**

 Thomas Lang
CEO / Founder

 thomas.lang@carpathia.ch

 @thlang

 linkedin.com/in/thlang

4-Oktober-2018 Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung 32

Diese Inhalte haben wir für Sie bereitgestellt



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

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

About

e-commerce

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



4-Oktober-2018

Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung

35

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.

4-Oktober-2018

Digital Commerce: Entwicklung und Anforderung an Detailhandelsflächen und Stadtentwicklung

36

Wir geniessen das Vertrauen folgender Kunden



Über 3 Mrd. Onlineumsatz