



Innovate or Die

Wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

20-Nov-2018 – Thomas Lang

60 Minuten Ihrer wertvollen Zeit für

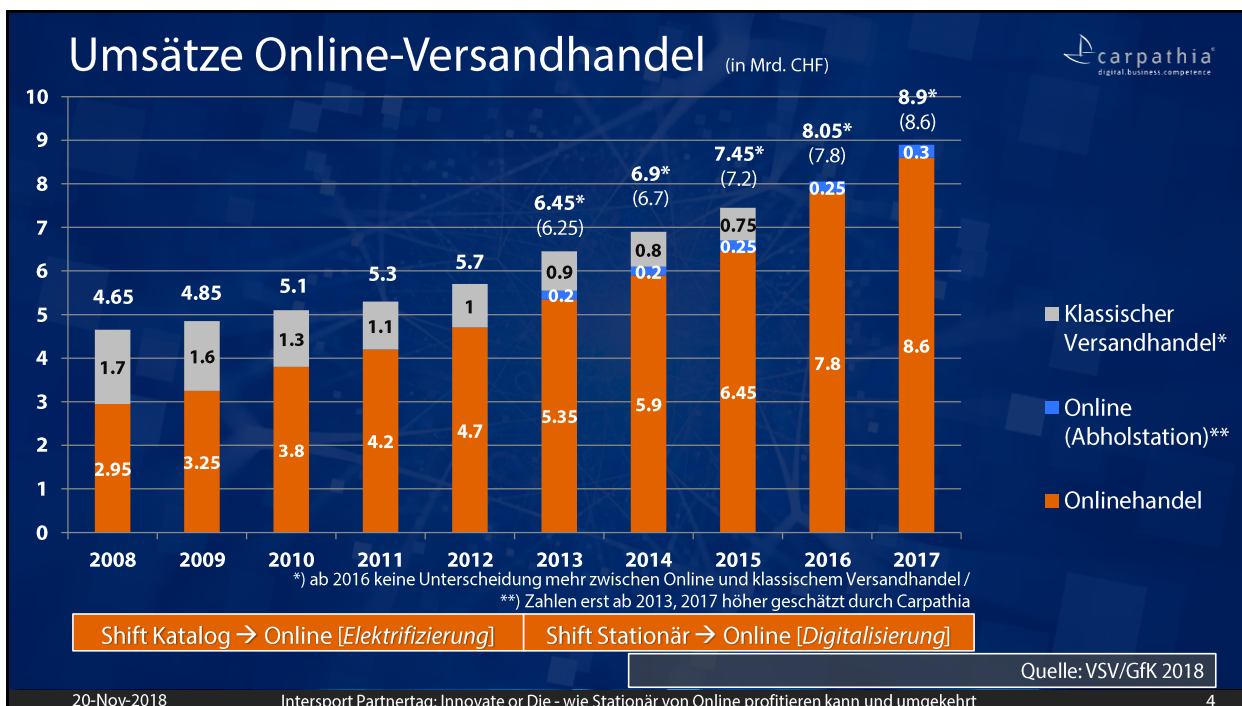


- Aktuelle Entwicklungen im Digital Commerce Schweiz
- Was sind Ursachen, was sind Folgen?
- Innovate or Die
- Fazit

carpathia[®]
digital.business.competence

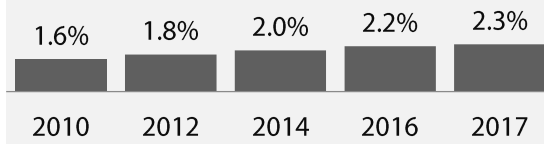
Aktuelle Entwicklungen im Digital Commerce Schweiz

20-Nov-2018 Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt 3

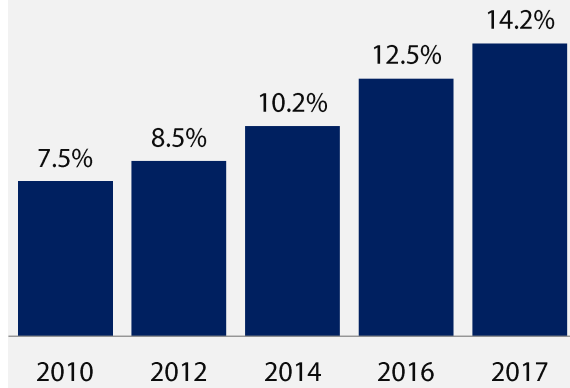


Wertmässige Anteile des Onlinehandels

Lebensmittel, Getränke, Tabak



Non Food

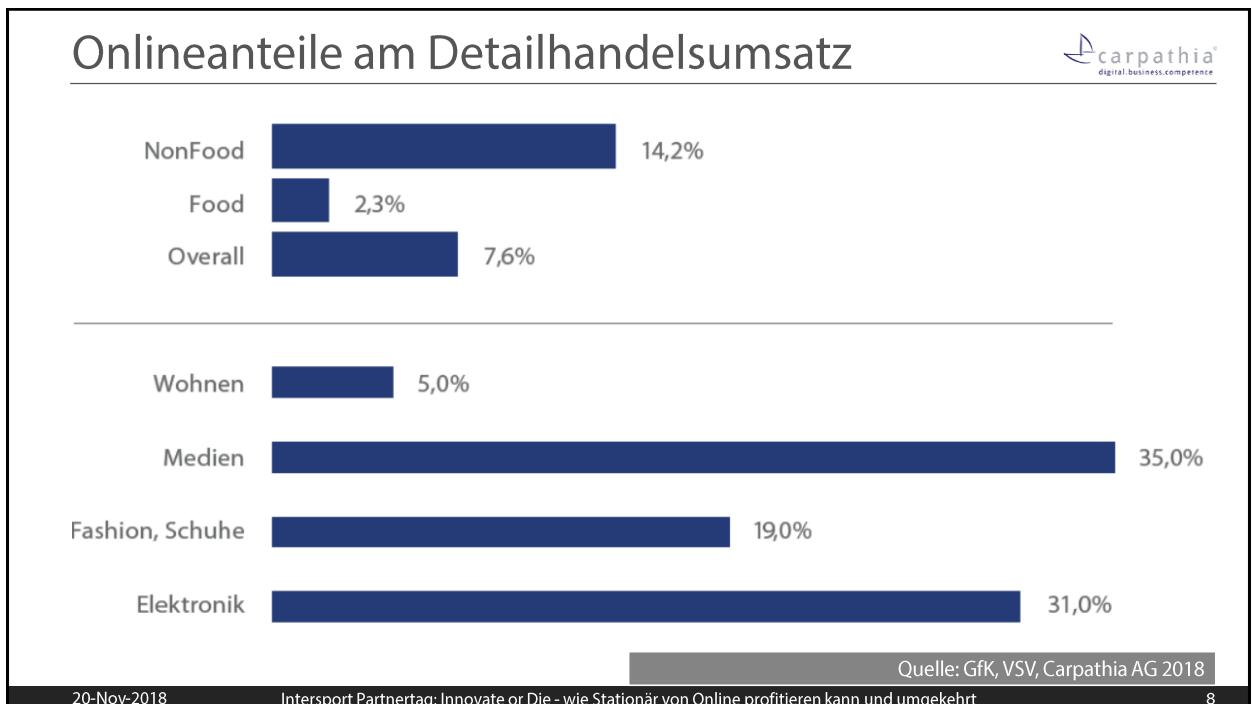
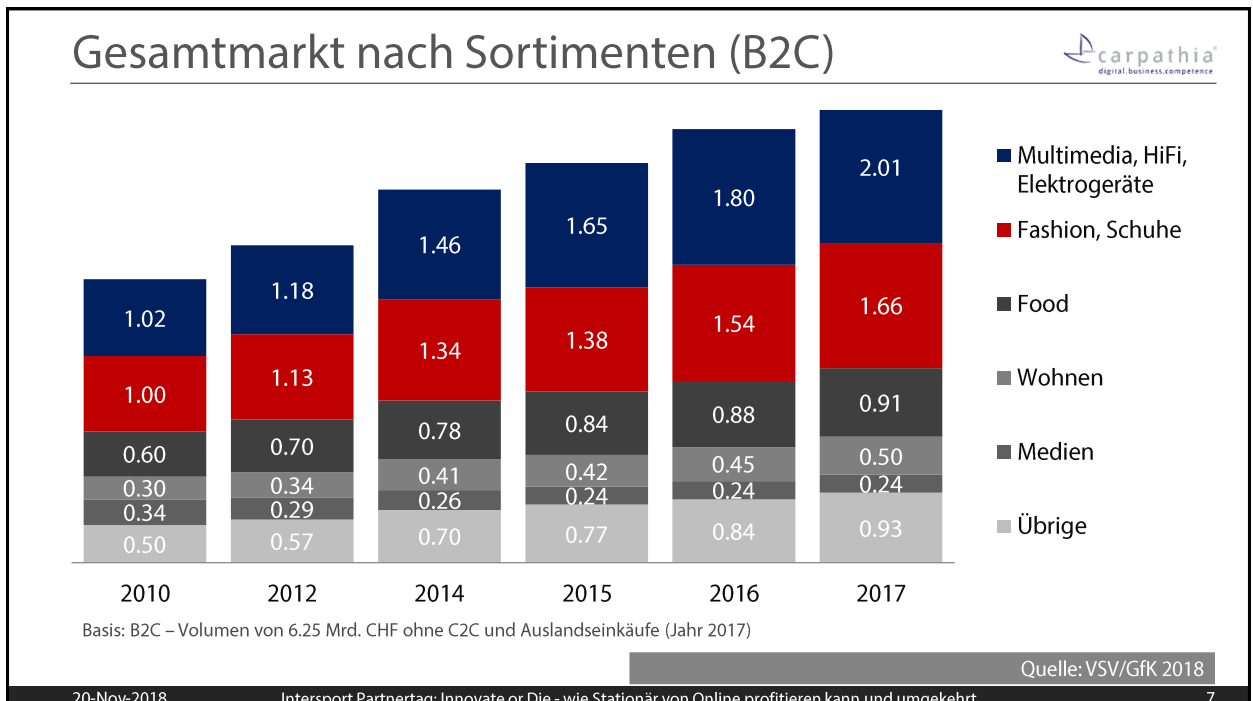


BAK Basel hat die Marktvolumen für Food und Non Food neu errechnet. Die Daten wurden rückwirkend angepasst. Sie sind mit früheren Auswertungen nicht vergleichbar.

Quelle: VSV/GfK 2018



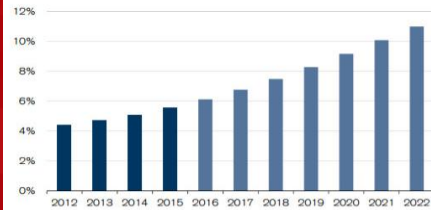
Die Geschichte lehrt uns:
10-12% Reichen für den Dammbbruch



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

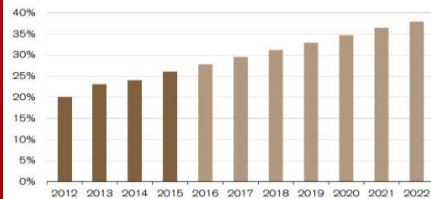
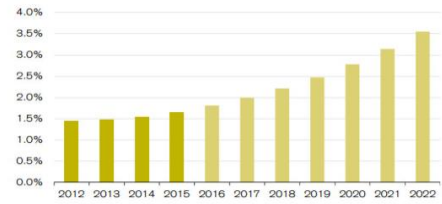


Abb. 6: Onlineanteil Food

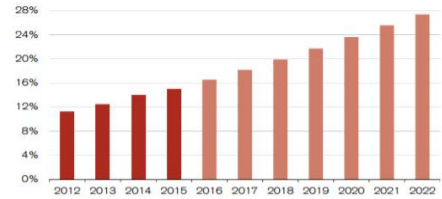
In Prozent; hellgrüne Balken = Szenario



Quelle: GfK, VSV, Credit Suisse

Abb. 8: Onlineanteil Bekleidung/Schuhe

In Prozent; hellrote Balken = Szenario



Quelle: Credit-Suisse Retail Outlook 2017

20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

9

Geschätzte (!) Onlineanteile am Gesamtumsatz

PKZ
MEN & WOMEN

5%

GLOBUS

3%

modissa

<3%

MANOR

<5%

H&M

<7%

ZARA

<7%

athleticum
home of sports

< 3%

OCHSNER
SPORT

<5%

SPORTXX
MIGROS

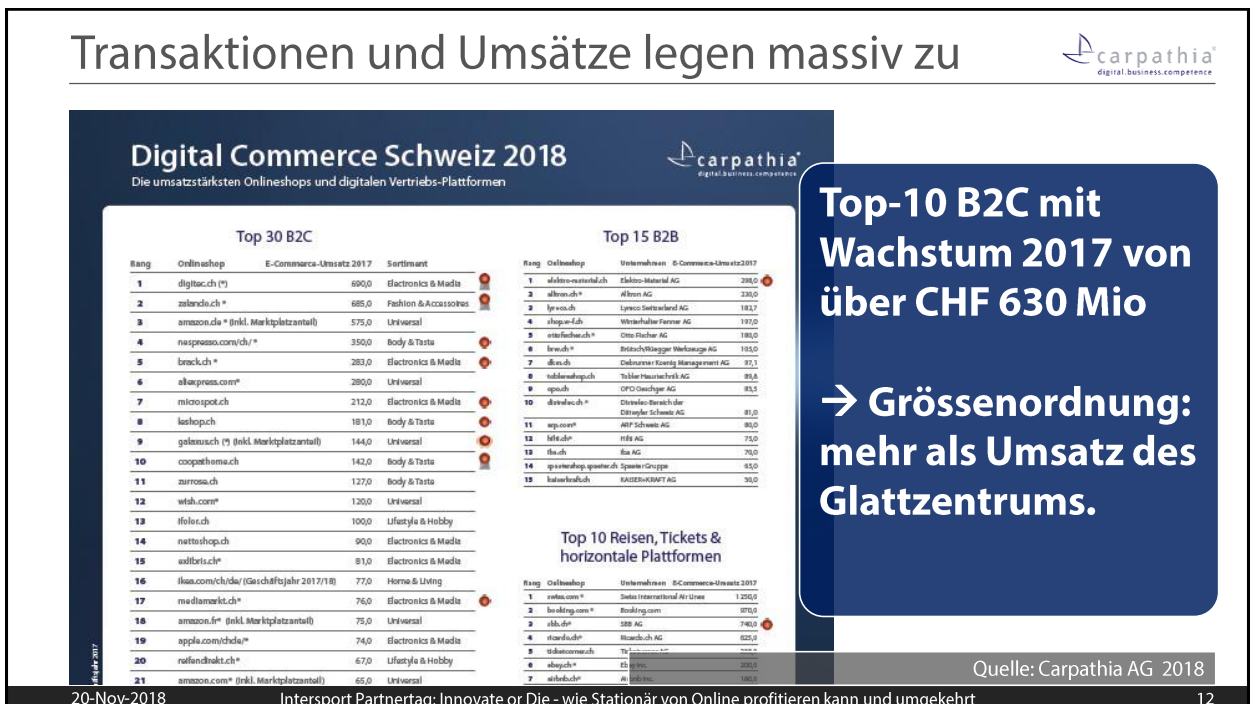
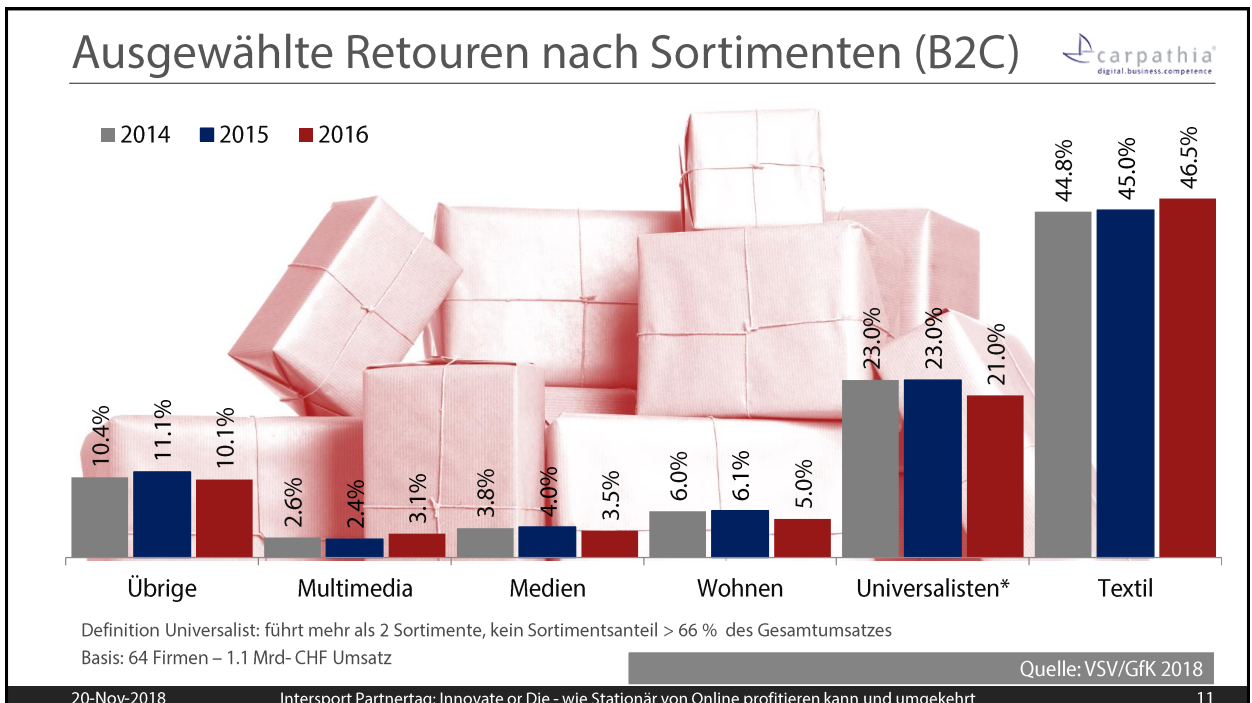
<5%

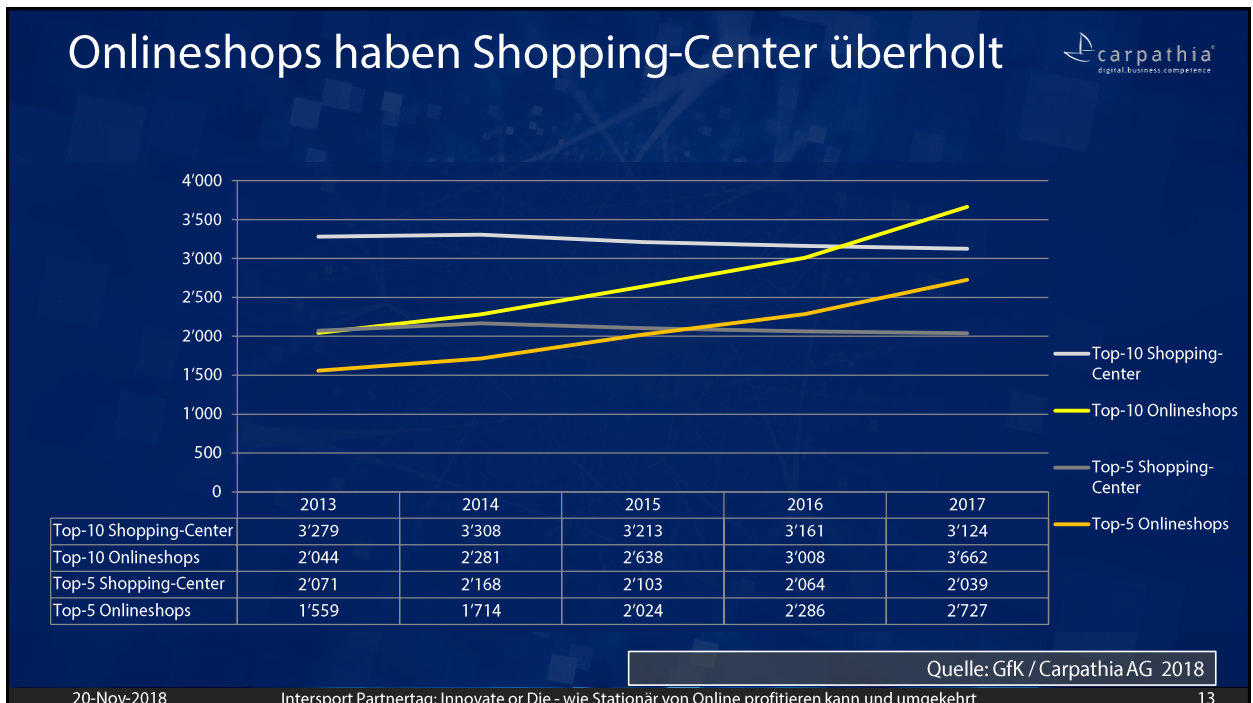
Quelle: Interne Schätzungen, Unternehmensinfo (PKZ)

20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

10

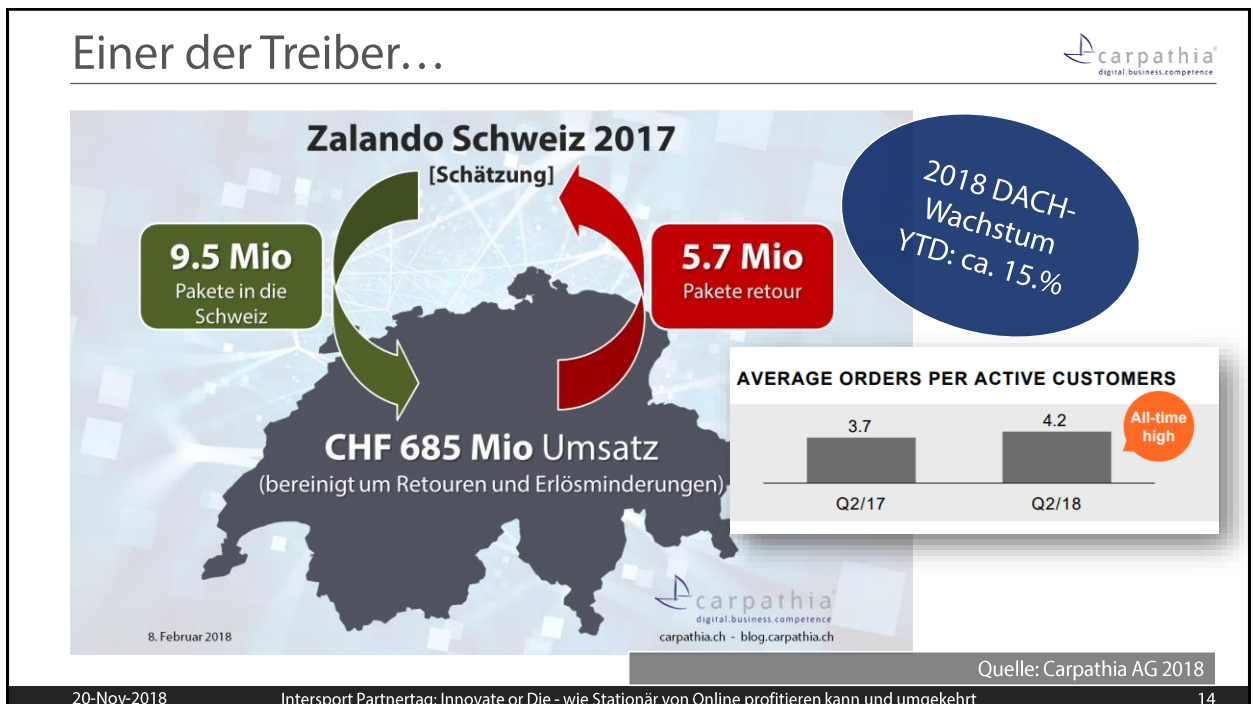




20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

13



20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

14



In nur 6 Jahren zum grössten Modehändler der Schweiz und H&M vom Thron gestossen

20-Nov-2018 Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt 15

...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

20-Nov-2018 Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt 16

Galaxus startet in Deutschland

carpathia[®]
digital.business.competence

Digitec Galaxus will 2018 die Umsatz-Milliarde schaffen

20-Nov-2018 Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt 17

leer!

carpathia[®]
digital.business.competence

Tengelmann hat sich Anteile an Wish.com gesichert
VON JOCHEN KRISCH am AUGUST 7, 2018 • 0

Nach Uber hat sich Tengelman die nächste große Trophäe ins Beteiligungsportfolio geholt und sich inzwischen auch Anteile an Wish gesichert. So heißt es im heute im Jahresbericht (PDF):

wish CAREERS
About Wish | Life at Wish | News

Change the Way the World Shops

Mehr mutige Schweizer!

sirop

Cartoon von Silvan Wegmann – swen.ch

20-Nov-2018 Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt 18

Amazon bei den Schweizern

amazon.ch





STELLUNGNAHME DES BUNDESRATES VOM 14.02.2018


1./2. Laut Medienberichten **steht der Onlinehändler Amazon kurz vor dem Markteintritt in die Schweiz. Demnach wird Amazon vorerst keine eigene Infrastruktur in der Schweiz aufbauen.** Die Schweizer Kunden sollen aber künftig **auf das komplette in Deutschland angebotene Onlinesortiment zugreifen können.** In der Schweiz erfolgen der Transport der bestellten Ware und die Zustellung auf der letzten Meile durch die Schweizerische Post. Dieses Geschäftsmodell verfolgt Amazon **bereits in den Niederlanden, Österreich und der Türkei.** Alle Sendungen, die aus dem Ausland stammen und in die Schweiz eingeführt werden, müssen von Gesetzes wegen verzollt werden. Die Post macht dies im Auftrag der Eidgenössischen Zollverwaltung (EZV) und unter Berücksichtigung der geltenden Gesetze. Die Importverzollung von Paketen sowie deren Zustellung auf der letzten Meile sind Kernkompetenzen der Post. In diesem Zusammenhang bietet sie ihren Kunden massgeschneiderte Lösungen an. **Amazon stellt keinen Spezialfall dar und ein Aufbau spezifischer Logistik ist nicht nötig.**

3. Im Paketmarkt sind neben der Post diverse weitere Unternehmen schweizweit tätig. Auch andere Anbieter verfügen über die erforderlichen Anbindungen sowie über die notwendige Grundinfrastruktur, um mit internationalen Grosskunden zusammenzuarbeiten. Zudem verzollen auch andere Logistik- und Postunternehmen Importsendungen im Auftrag der EZV.

4. Die Verlagerung vom stationären Detailhandel zum Onlinehandel ist schon länger Realität. Gemäss dem Verband des schweizerischen Versandhandels (VSM) **werden bei Schweizer Onlinehändlern 2016 um 9-3-Prozent Absatzerlöse gemindert.**

20-Nov-2018
Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt
19

Keine Angst vor Amazon

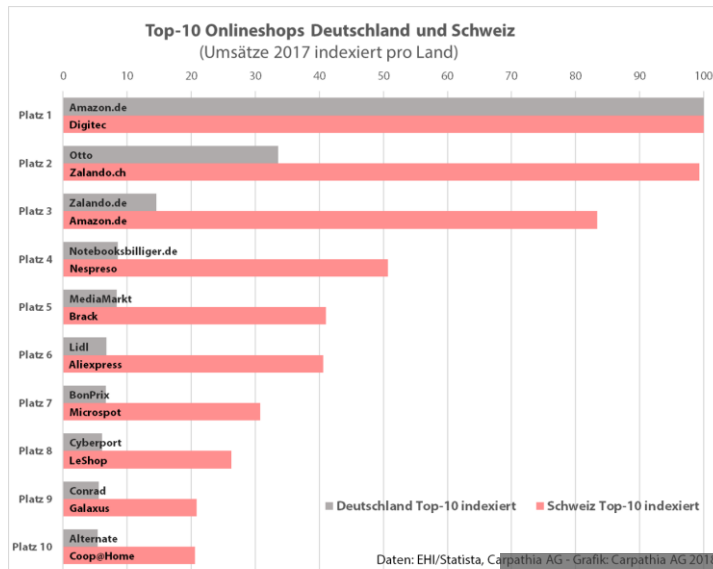


- Post hat (bislang nur) eine digitale Verzollung mit Amazon
- Deutlich über die Hälfte aller Sendungen in die Schweiz kommen von Marktplatz-Teilnehmern, diese müssen eigenen Zollprozess mit der Post haben
- «Markteintritt» kommt zu einem späten Zeitpunkt mit dominanten Playern in der Schweiz

→ Für Hersteller und Marken bietet Amazon in der Schweiz interessante und grosse Potentiale, gerade im D2C Vertrieb.

20-Nov-2018
Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt
20

Markant ungleiche Verteilung in DE ggü. CH



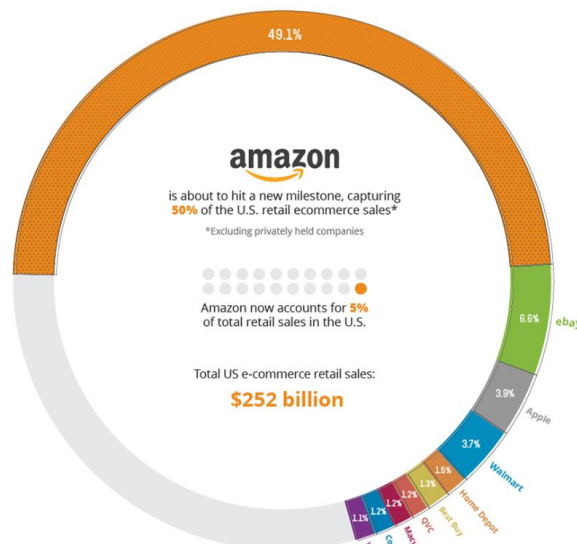
Quelle: Carpathia 2018

20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

21

USA



Quelle: Wirtschaftswoche

20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

22

carpathia[®]
digital.business.competence

Was sind die Ursachen? Was sind die Folgen?

20-Nov-2018 Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt 23

Veränderte Gesellschaftsstruktur

carpathia[®]
digital.business.competence

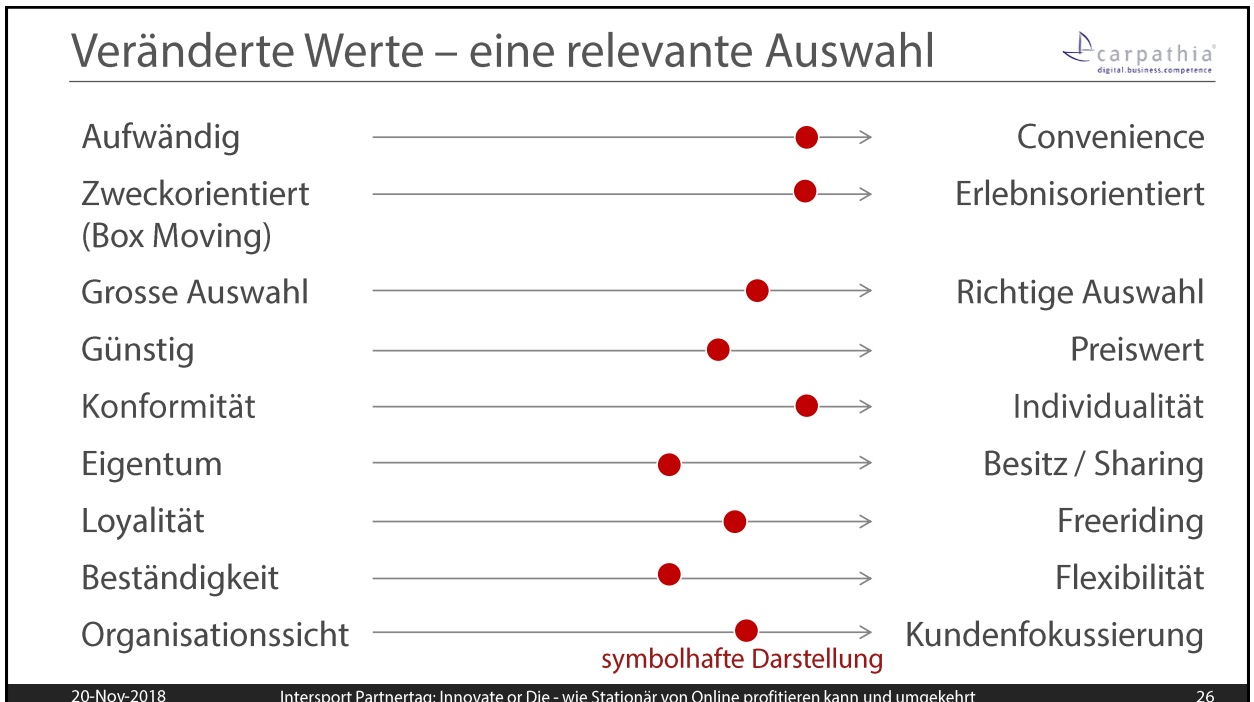
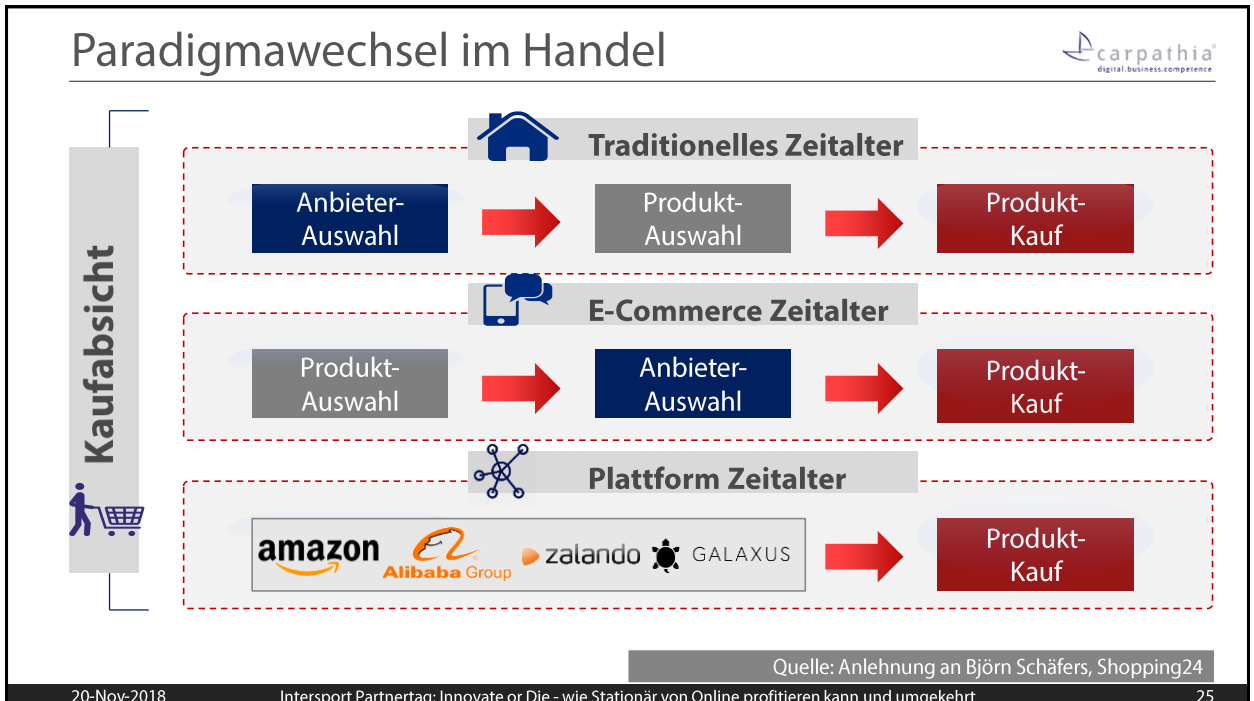
**Wir sind in einer Transformationsphase,
welche die DNA der Kunden fundamental verändert**

Zeitraum	Paradigma	Charakteristika
2000 - 2013	Alte Welt Paradigma	Traditionelle Konsumenten Sind in der Mehrheit
2013 - 2019	Transformationsphase	Digital Converts Sind in der Mehrheit
Ab 2020	Neue Welt Paradigma	Digital Natives Sind in der Mehrheit

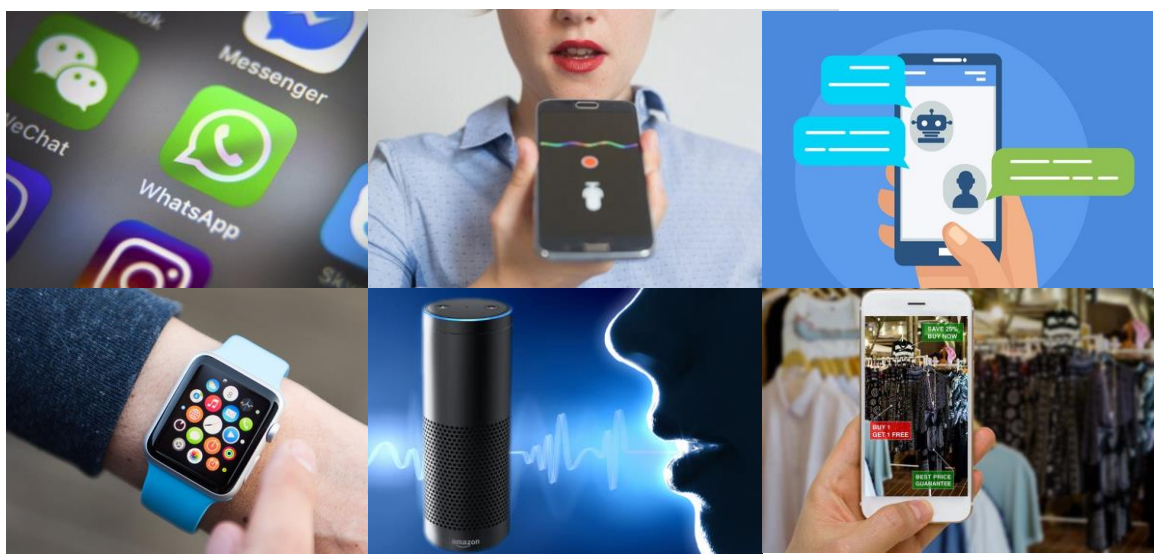
Nicht mal mehr 2 Jahre bis die Transformation voll einschlägt

Quelle: Bundesamt für Statistik / Grafik: PwC und Carpathia

20-Nov-2018 Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt 24



Verändertes Kommunikationsverhalten

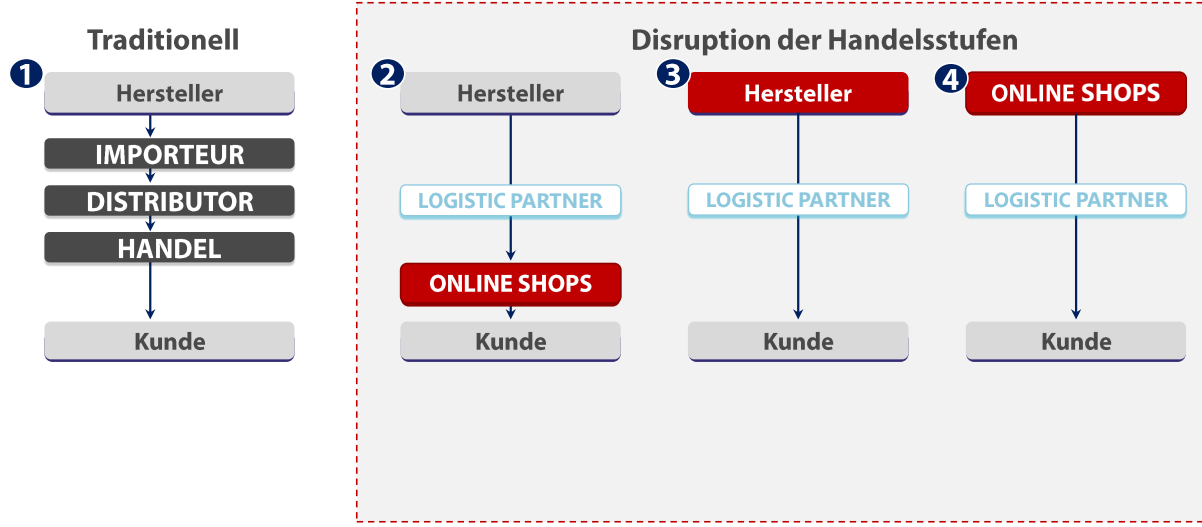


20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

27

D2C: Vertikalisierung Hersteller verkaufen direkt

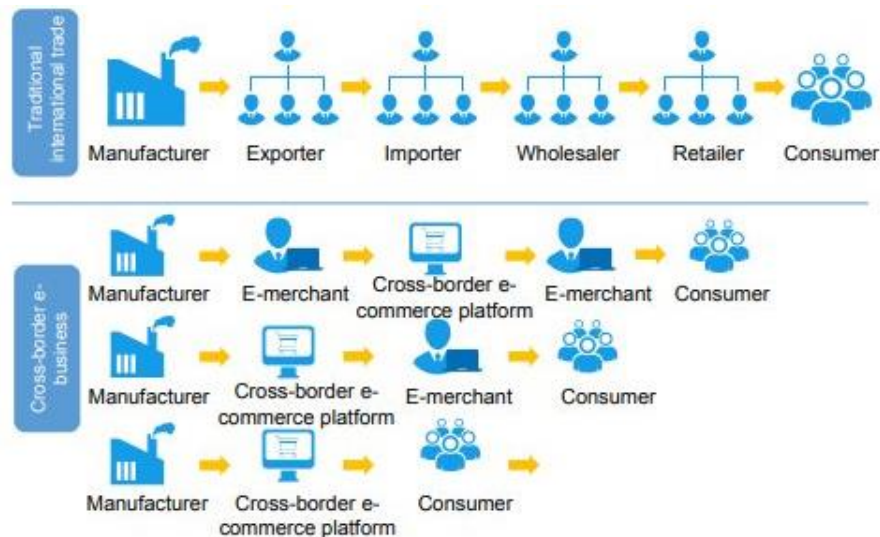


20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

28

Globalisierung: D2C – Direct to Consumer



Quelle: AliResearch

20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

29

Als Folge, veränderte Geschäftsmodelle

1. Rapide Flächenreduktion
2. Anpassung Geschäftsmodell
(«Bata will nur noch online, Ex Libris wird vom Filialisten zum Pureplayer»)
3. Verkauf an (internationale) Retailer («Vögele Shoes nach Polen, Charles Vögele nach Italien und OVS nun vom Markt verschwunden, Office-World nach Österreich etc.»)
4. Konsolidierung
(«Schild und Herrenglobus verschwinden»)
5. Geschäftsaufgaben...

20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

30

Wer erinnert sich noch...

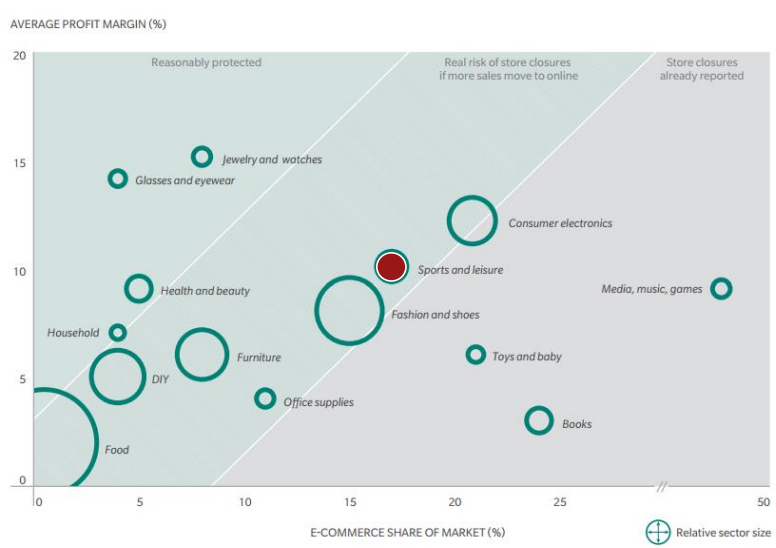


20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

31

Risikobehaftete Position für Fashion



Quelle: Oliver Wymann Industry Report 2016

20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

32

«Transformations-Falle»



Bsp. Globus	Stationär	Online*	Total
In CHF (2017)	CHF 813 Mio	CHF 30 Mio	CHF 843 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

20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

33

Und Wege aus dieser «Transformations-Falle»

«Über die Hälfte des Investitionsvolumens der Gesamtunternehmung fliesst in die Umsetzung unserer Digital-Strategie.»

Thomas Herbert
CEO Globus



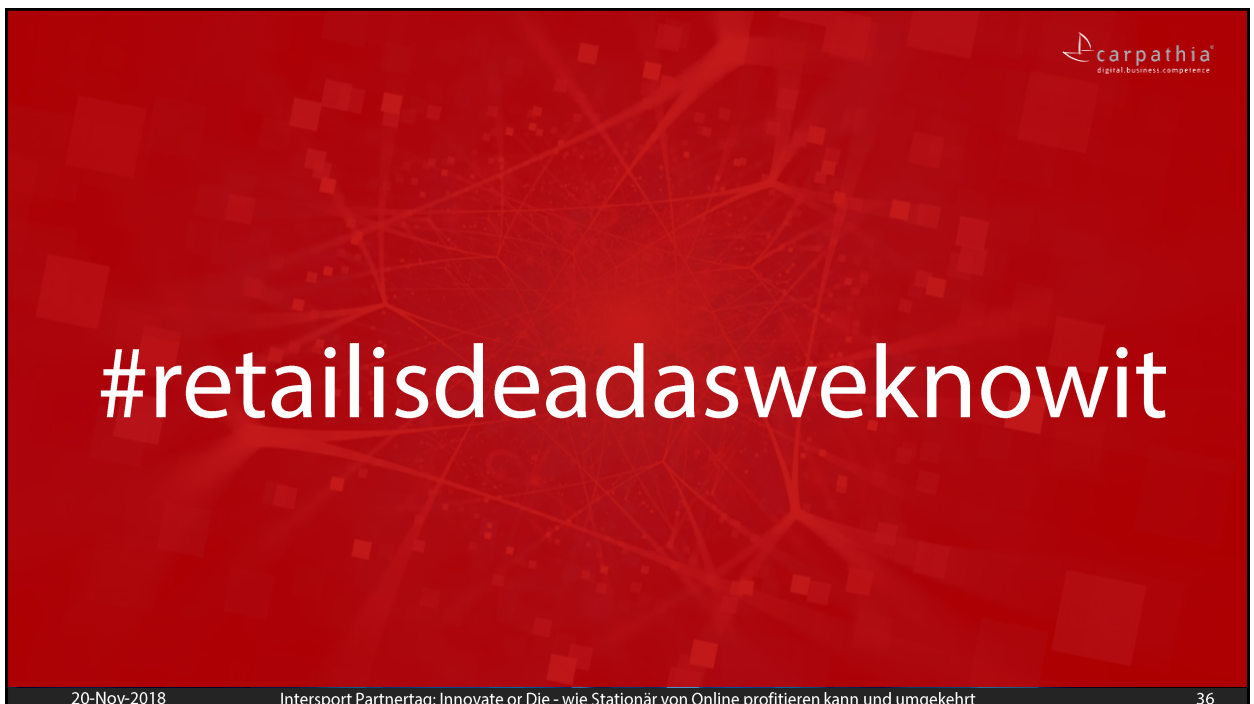


carpathia®
digital.business.competence

Innovate or Die

Retail Vision, wie sich der Detailhandel entwickeln könnte

20-Nov-2018 Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt 35



carpathia®
digital.business.competence

#retailisdeadasweknowit

20-Nov-2018 Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt 36

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

20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

37



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

20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

38



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

20-Nov-2018 Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt 39

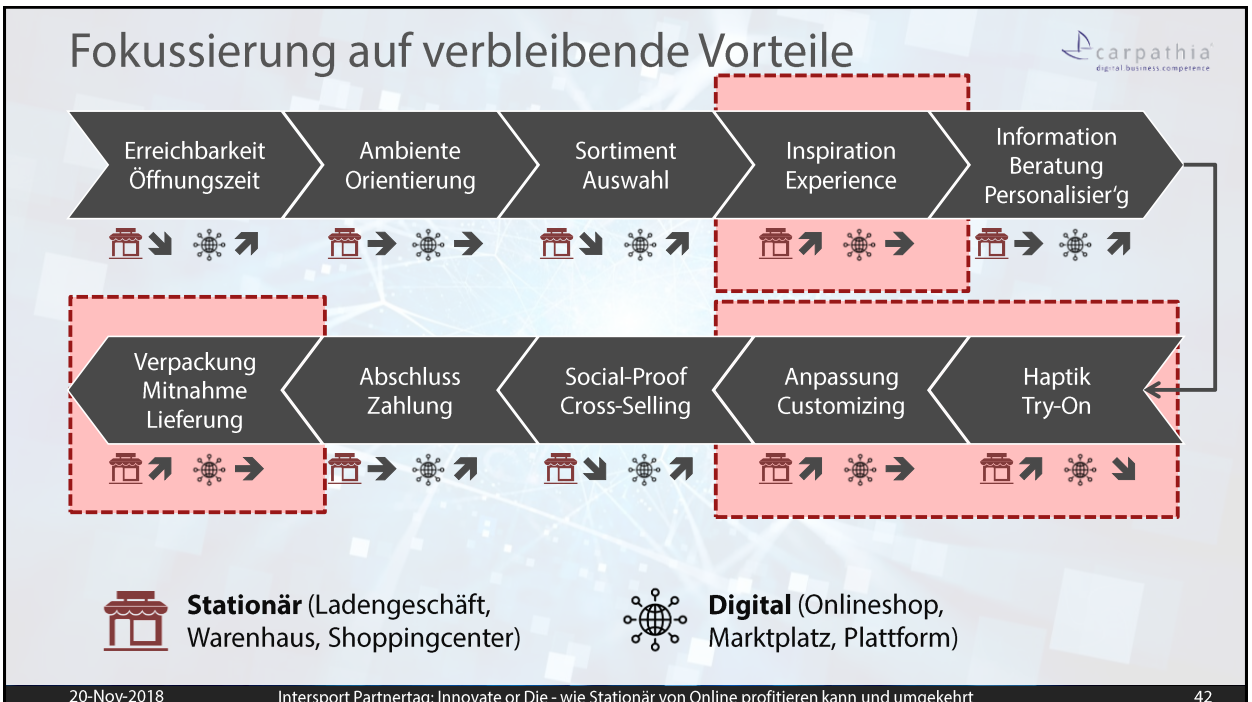


Point of Emotion/Excellence/Last-Mile-Logistics

- 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

20-Nov-2018 Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt 40





carpathia[®]
digital.business.competence

Business Modell Innovationen

20-Nov-2018 Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt 43



carpathia[®]
digital.business.competence

Plattformen gehört die Zukunft (auch)

20-Nov-2018 Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt 44

Ein smarterer Ansatz

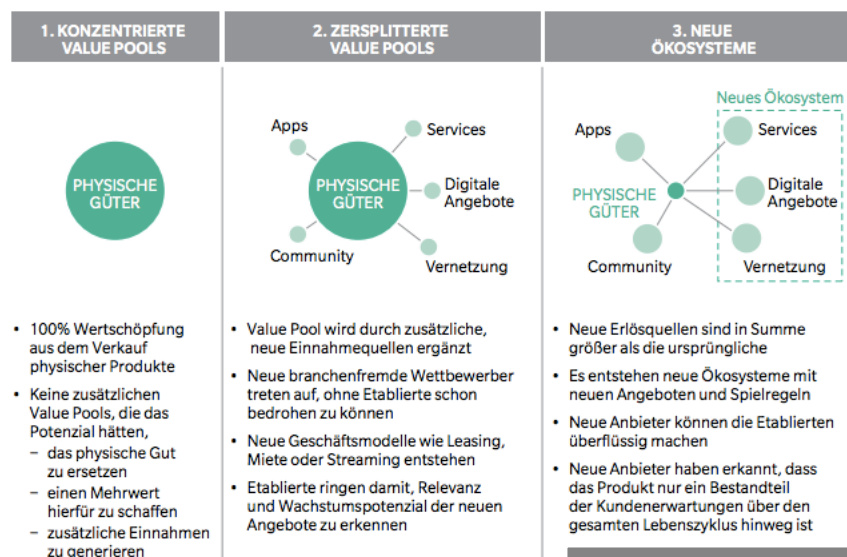


20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

45

Shifting Value Pools: Produkt ≠ Umsatzträger



Quelle: Oliver Wyman

20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

46

Disruption in Verbundgruppen

«Führt die Digitalisierung zum Untergang der Verbundgruppen?»

«The winner takes it all – und Verbundgruppen bleiben auf der Strecke.»

Quelle: <https://www.brandcom.de>

20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

47

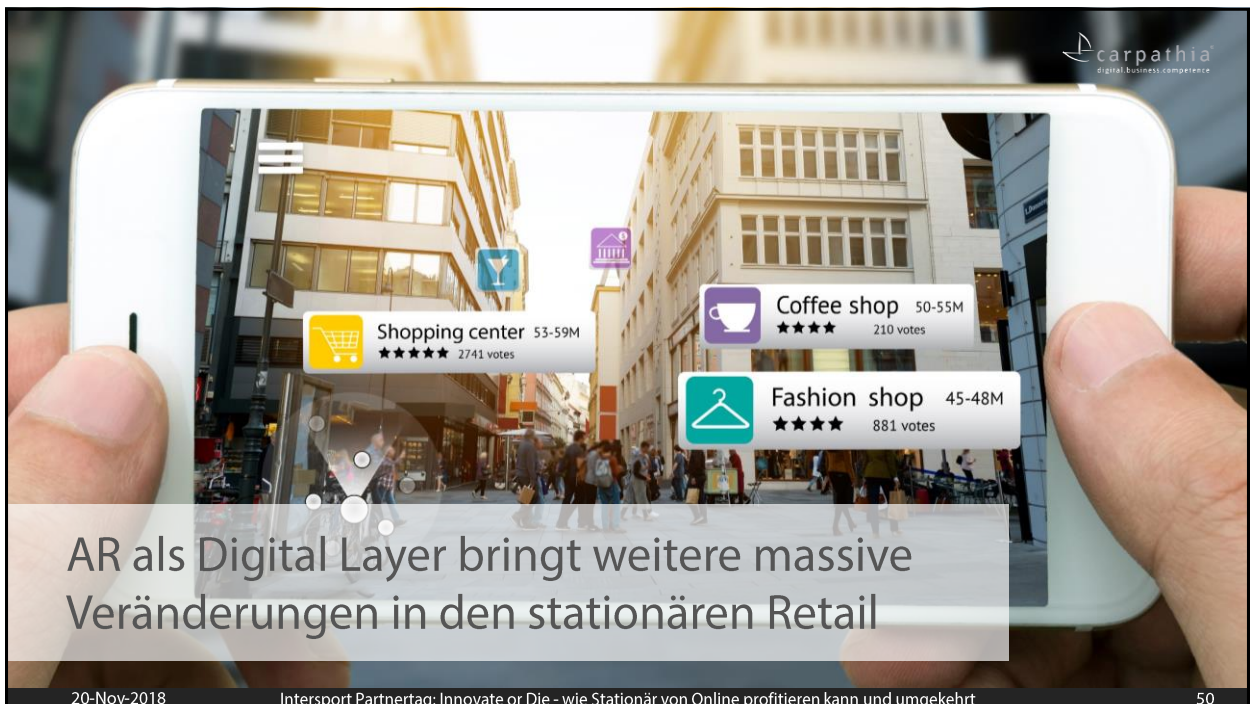
Noch ist es nicht zu spät – ABER...

- Onlineplattformen müssen den Kunden und nicht den Anbietern (Mitgliedern) gefallen!
- Knowhow und Innovationsbereitschaft muss zwingend erhöht werden!
- Digital Commerce fördert die Zentrifugalkräfte einer Kooperationen – denen ist entgegen zu wirken!
- Kannibalisierungängste über Bord werfen!
- Vorteile der dezentralen Struktur und damit auch Nähe zum Kunden nutzen und Nachteile nach Möglichkeit radikal eliminieren!

20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

48





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

<https://youtu.be/UCj8dyVVqkE>

Quelle: Carpathia AG

20-Nov-2018 Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt 53

Neue Kooperationen und Dienstleistungen

«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>

20-Nov-2018 Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt 54

B2C zu C2B: Logistik verändert sich fundamental



Jack Ma, CEO Alibaba:
«In the past, all the traditional cross-border business is gone through containers. In the future, most of the business will go through packages.»

WEF 2018 Panel: Enabling eCommerce; Small Enterprises, Global Players (Video bei 24:20)

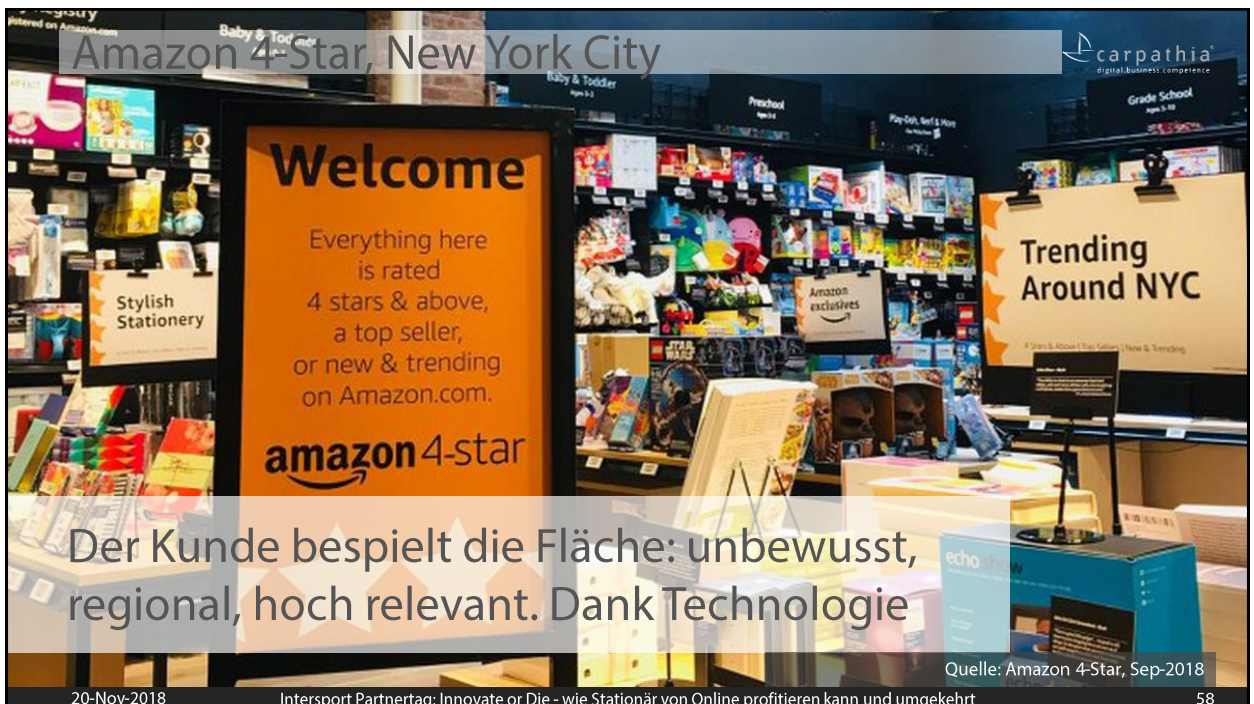
Quelle: weforum.org/events/world-economic-forum-annual-meeting-2018/sessions/enabling-e-commerce-small-enterprises-global-players

20-Nov-2018 Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt 55



Internationale Innovationen

20-Nov-2018 Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt 56



Alibaba New Retail



Quelle: <https://www.alizila.com/video/inside-alibaba-new-retail-changing-everything/>

20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

59

Mein Fazit für Sie,
liebe Intersport Partner

20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

60

Niemand hat gesagt, es wird einfach



«Wer will, findet Wege.
Wer nicht will,
findet Gründe»

Götz Werner, Gründer DM



20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

61

Finden Sie Wege! Der beste lautet:



«Start With the Customer
and Work Backward»

Jeff Bezos, Amazon



20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

62



 **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

20-Nov-2018 Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt 63



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

Bleiben Sie mit uns in Kontakt

 Thomas Lang
CEO / Founder

 thomas.lang@carpathia.ch

 @thlang

 linkedin.com/in/thlang

20-Nov-2018 Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt 64



About



Carpathia AG | www.carpathia.ch | blog.carpathia.ch | kontakt@carpathia.ch 20-Nov-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



20-Nov-2018 Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt 66

carpathia: digital.business.competence



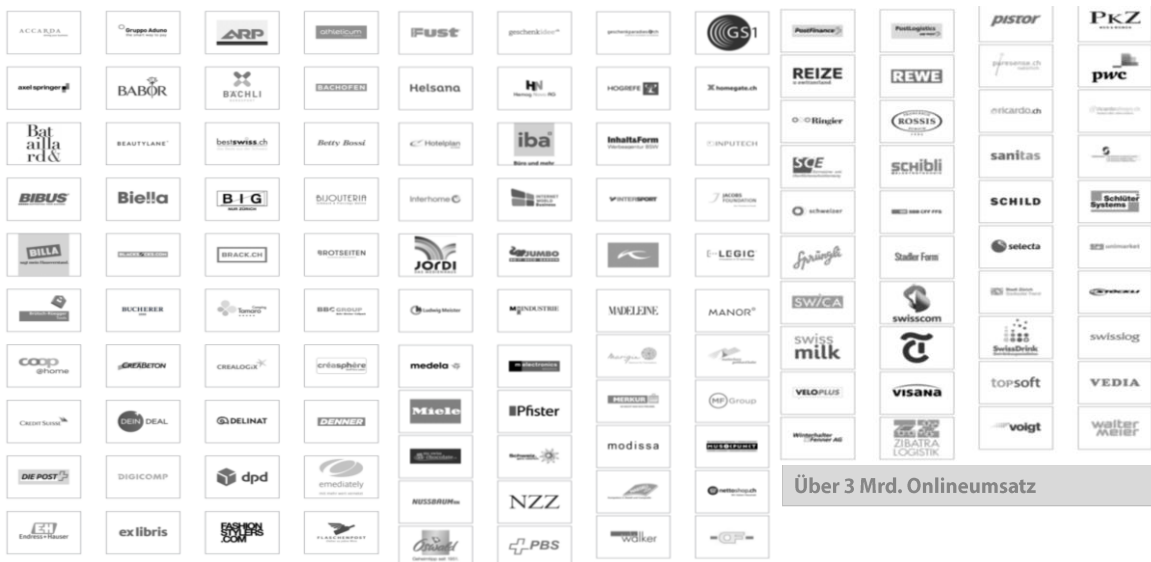
- Gegründet 1999 - **Unabhängig und neutral**
- Unternehmensberatung für **Digital-Business, E-Commerce und digitales Marketing**
- Kernkompetenzen im Bereich Entwicklung von **Strategien, Lösungskonzeption** und weiteren Beratungsfeldern wie die Entwicklung von Geschäftsmodellen und Begleitung bei der **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.

20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

67

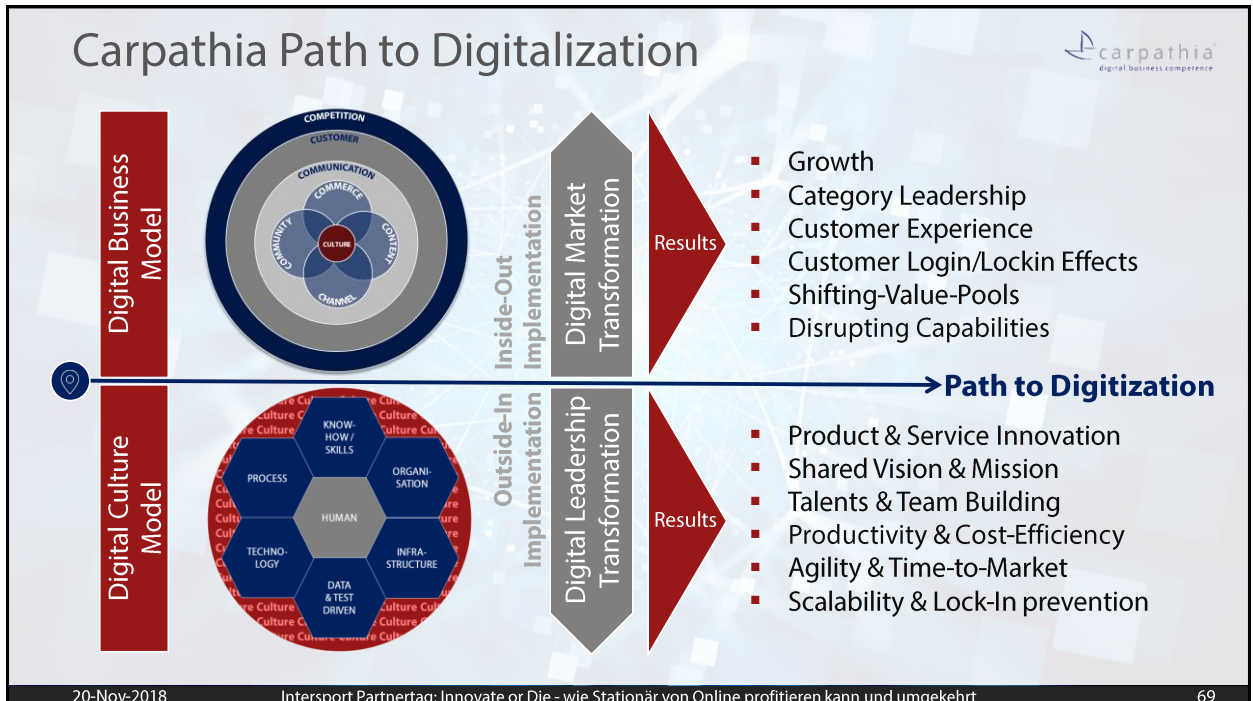
Wir geniessen das Vertrauen folgender Kunden



20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

68



20-Nov-2018

Intersport Partnertag: Innovate or Die - wie Stationär von Online profitieren kann und umgekehrt

69