



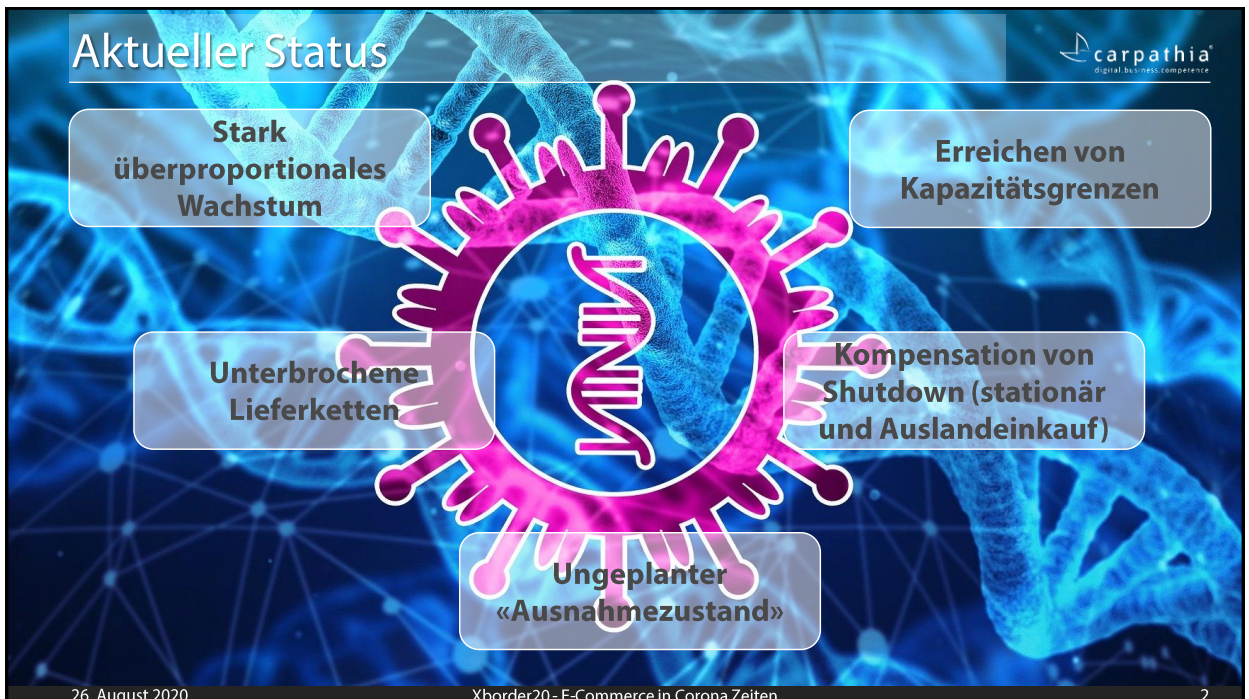
**E-Commerce  
in Corona Zeiten**

# **XBORDER 20**

Trends im E-Commerce Cross Border  
26. August 2020 – Thomas Lang

Carpathia AG | [www.carpathia.ch](http://www.carpathia.ch) | [blog.carpathia.ch](http://blog.carpathia.ch) | [kontakt@carpathia.ch](mailto:kontakt@carpathia.ch)

1



**Aktueller Status**

**Stark überproportionales Wachstum**

**Erreichen von Kapazitätsgrenzen**

**Unterbrochene Lieferketten**

**Kompensation von Shutdown (stationär und Auslandeinkauf)**

**Ungeplanter «Ausnahmezustand»**

26. August 2020 Xborder20 - E-Commerce in Corona Zeiten 2

2

## Veränderte Bedürfnisse → Wachstumfelder

- Kompensation für geschlossene Ladengeschäfte und Non-Food Sortimente  
→ **Warenhäuser und Universalversender wie auch Nischen**
- Home-Office → **Multimedia & IT**
- Mehr Freizeit → **Sport, Sportartikel, Medien und DIY**
- Mehr zu Hause → **Home & Living**
- Kaum noch Gastro, selber kochen → **Lebensmittel und Food-Lieferdienste**

26. August 2020

Xborder20 - E-Commerce in Corona Zeiten

3

3

## Ergebnisse des Distanzhandels-Monitor

Branche	Shutdown												kumuliert
	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	
Fashion	94.7	102.0	93.2	113.9	136.3	96.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	106.4
Multimedia / IT	111.2	113.9	150.2	182.2	138.1	142.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	138.9
Freizeit / Hobby / Spielwaren	129.4	124.1	207.6	248.3	181.3	153.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	176.8
Home & Living	125.4	125.5	157.1	255.3	250.0	196.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	186.3
Medien	98.7	106.2	146.5	197.3	136.0	146.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	137.2
Büro	91.5	96.3	105.9	93.4	96.9	108.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	98.4
Health & Beauty	102.3	101.7	145.9	121.1	109.0	112.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	115.4
Uhren & Schmuck	73.6	84.8	83.9	125.3	119.8	154.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	99.4
Universalversender	97.7	106.0	119.7	175.0	138.1	120.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	127.2
Übrige / Lebensmittel	135.0	141.2	165.1	189.6	164.1	158.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	159.0
Sport / Sportgeräte	144.2	130.8	182.8	179.5	226.9	165.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	175.8
<b>kumuliert</b>	<b>108.3</b>	<b>111.9</b>	<b>138.5</b>	<b>169.7</b>	<b>146.8</b>	<b>135.4</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>135.4</b>

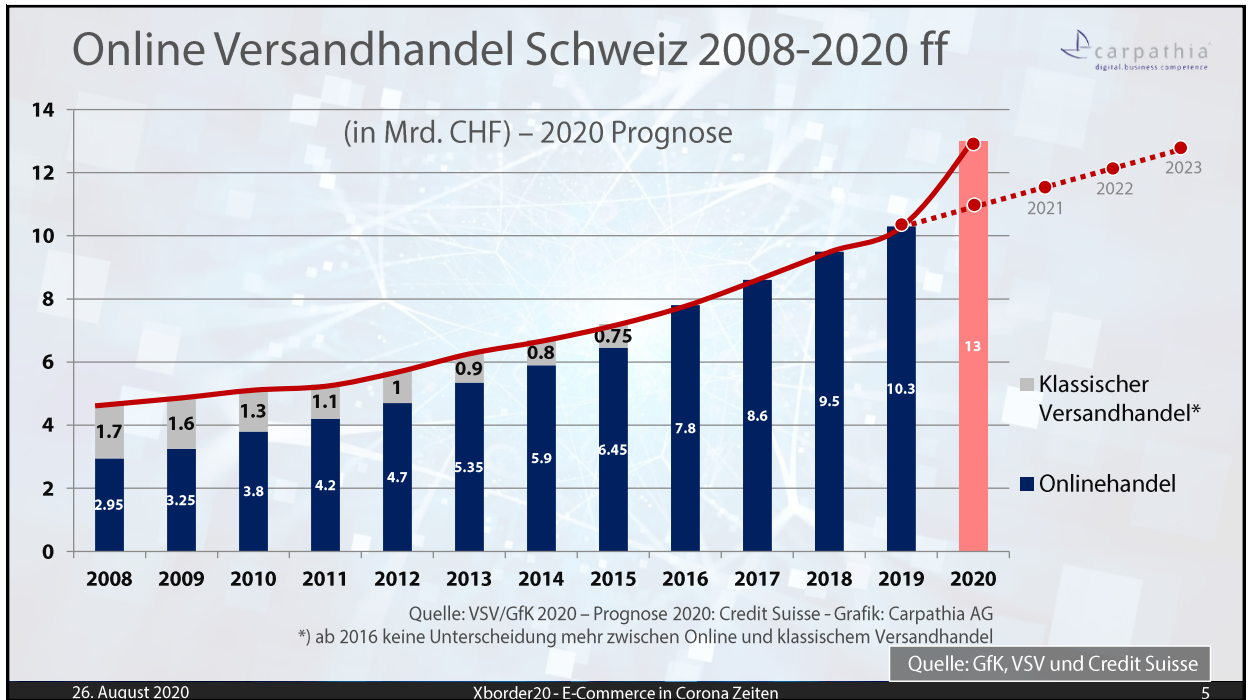
Quelle: Distanzhandels-Monitor GfK, Handelsverband, Post

26. August 2020

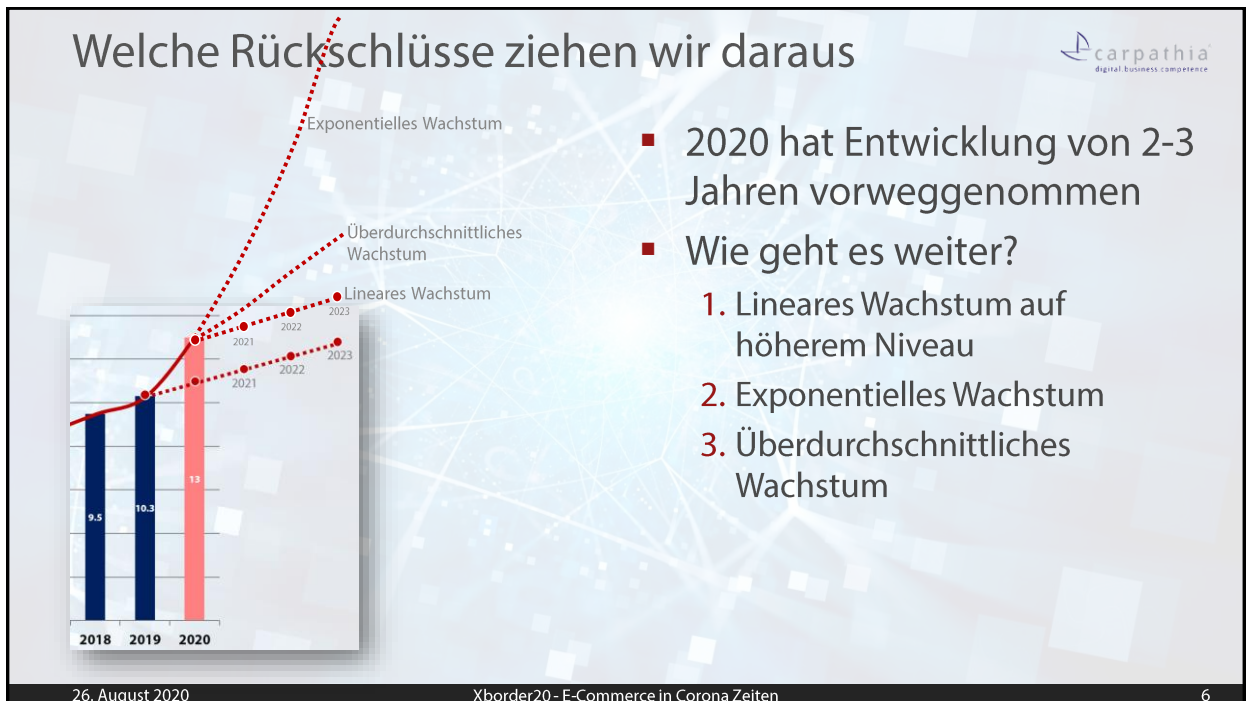
Xborder20 - E-Commerce in Corona Zeiten

4

4



5




6




7

## Wachstum wird auf jeden Fall anhalten...



### ...entgegen der Aussage von Detailhandels-Experten



Quelle: <https://www.suedostschweiz.ch/wirtschaft/2020-06-03/boom-im-onlinehandel-laesst-wieder-nach>

Quelle: https://www.suedostschweiz.ch/wirtschaft/2020-06-03/boom-im-onlinehandel-laesst-wieder-nach

8

## Kapazitätsengpässe mindern User Experience

**Engpässe entlang der gesamten Lieferkette**

**Einhaltung der Schutzmassnahmen limitieren Kapazitäten**

**Gesamte Logistik bei Händlern betroffen**

**Sortierung und Zustellung bei Logistik-Partnern am Limit**

**Durch Kooperation Engpässe vermeiden**

26. August 2020 Xborder20 - E-Commerce in Corona Zeiten Bild: Luzerner Zeitung 9

9

## Engpass Hotspot Onlinelebensmittel

### Migros / LeShop

- Aufstockung von Personal
- Schaffung neuer Infrastruktur-Kapazitäten
- Reaktivierung Social-Shopping-Plattform Amigos
- Massiver Ansturm führte anfänglich zu virtueller Warteschlange

**Sie sind jetzt in der Warteschlange**  
Sie sind jetzt in der Warteschlange für Waiting room. Wenn Sie an der Reihe sind, haben Sie 10 Minuten um in die Site hineinzugehen  
Was ist das?

### Farmy.ch

- Aufstockung von Personal
- Mehrschicht-Betrieb
- Priorisierte Lieferfenster für «Farmy für Risikogruppen»
- Im ersten Halbjahr mehr Umsatz als im gesamten 2019

Periode	Wachstum
1. Halbjahr 2020	36%
2. Halbjahr 2020	230%
2019	154%

### Coop.ch (coop@home)

- Aufstockung von Personal
- Lancierung von Top-100
- Lancierung von coop65 für Menschen 65+
- Zusätzliche 6000m2 Lagerhalle bei/mit Galliker

**Neues Angebot: Top 100 Produkte mit Lieferung innerhalb weniger Tage**

Um der aktuell grossen Nachfrage nach kurzfristigen Lieferterminen gerecht werden zu können, bieten wir Ihnen **NEU ein reduziertes Sortiment aus den Top 100 ungekühlten Produkten** des täglichen Bedarfs an. Dieses liefern wir Ihnen **innerhalb weniger Tagen per Post** nach Hause.  
Wenn Sie aus dem **normalen Sortiment** auswählen, sind die Lieferoptionen aufgrund der hohen Nachfrage in vielen Gebieten fast vollständig ausgebucht.

Zum Top 100 Sortiment Zum normalen Sortiment

26. August 2020 Xborder20 - E-Commerce in Corona Zeiten Bild: SRF Schweiz Aktuell 17.4.2020 10

10

## Corona Hotspot: Omni-Channel Händler



- Kaum einem Omni-Channel Händler ist es in der Schweiz gelungen, die weggebrochenen stationären Umsätze Online zu kompensieren
- Je höher der Online-Anteil, je grösser die Chance zur Kompensation

→ **Wenn Onlinebestellungen im Schnitt während Corona 40-70% zulegen konnten, ist zur vollen Kompensation ein Online-Anteil von mind. 60- 70% nötig.**

## Umsatz-Entwicklung bei stationärem Shutdown

Onlineanteil vor Corona	Onlinewachstum während Corona							
	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
10%	-87%	-86%	-85%	-84%	-83%	-82%	-81%	-80%
20%	-74%	-72%	-70%	-68%	-66%	-64%	-62%	-60%
30%	-61%	-58%	-55%	-52%	-49%	-46%	-43%	-40%
40%	-48%	-44%	-40%	-36%	-32%	-28%	-24%	-20%
50%	-35%	-30%	-25%	-20%	-15%	-10%	-5%	0%
60%	-22%	-16%	-10%	-4%	2%	8%	14%	20%
70%	-9%	-2%	5%	12%	19%	26%	33%	40%
80%	4%	12%	20%	28%	36%	44%	52%	60%
90%	17%	26%	35%	44%	53%	62%	71%	80%
100%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%

Quelle: Carpathia AG 2020

# Corona Hotspot: Fashion am Beispiel Zalando





UNTERNEHMEN
INNOVATION
VERANTWORTUNG
INVESTOR RELATIONS
NEWSROOM

## Zalando SE hebt **Prognose für Geschäftsjahr 2020** an

Publiziert am 15.07.2020

BERLIN, 15. Juli 2020 // Die Zalando SE, Europas führende Online-Plattform für Mode und Lifestyle, **hebt nach einem außergewöhnlich starken und profitablen Wachstum im zweiten Quartal ihre Prognose für das Geschäftsjahr 2020 an.** Das Unternehmen rechnet in diesem Jahr mit einem Wachstum des Bruttowarenvolumens (**Gross Merchandise Volume, GMV**) **von 20-25%**, einem **Umsatzwachstum von 15-20%** und einem **bereinigten EBIT in Höhe von 250-300 Millionen Euro.**


Nach vorläufigen Zahlen für das **zweite Quartal 2020** konnte Zalando sein **GMV um 32-34%** auf 2,67-2,71 Mrd. Euro (Q2 2019: 2,02 Mrd. Euro) und seinen **Umsatz um 26-28%** auf 2,01-2,05 Mrd. Euro (Q2 2019: 1,60 Mrd.) steigern. Das **bereinigte EBIT** lag im gleichen Zeitraum zwischen **200-220 Millionen Euro** (Q2 2019: 101,7 Millionen).

Quelle: corporate.zalando.com

26. August 2020
Xborder20 - E-Commerce in Corona Zeiten
13

13

## «The New Normal»



- Digital Commerce wächst auf deutlich höherem Niveau weiter, linear oder exponentiell bleibt abzuwarten
- Ladengeschäfte konnten teilweise gut kompensieren, abhängig von Sortimenten
- Nach wie vor spürbare Zurückhaltung beim Besuch von stationären Flächen; wegen Covid19 überlegt es sich mancheine\*r zwei Mal
- Ladengeschäfte haben durch verordnete Schutzmassnahmen auch an Attraktivität und Alleinstellungsmerkmalen verloren (Erlebnis und persönliche Beratung eingeschränkt)

26. August 2020
Xborder20 - E-Commerce in Corona Zeiten
14

14

## Herausforderungen 4. Quartal

- Dynamik und Schwung vom «Weihnachts-Niveau» halten teilweise unvermindert an
- Kapazitäten mutmasslich vielerorts am Limit, wenn diese Wachstumszahlen ggü. Vorjahr anhalten
- Planung plus ggf. Ressourcen- und Infrastruktur-Ausbau sind für Onlinehändler zwingend (Corona war quasi «ungeplant»)
- Risiko-Management betreiben und ggf. Fallback-Lösungen bei Logistik-Partnern und Zustell-Modellen erarbeiten

26. August 2020

Xborder20 - E-Commerce in Corona Zeiten

15

15

...und wenn eine zweite Welle kommt...?

Bild: Studiostocks via stockfresh.com

26. August 2020

Xborder20 - E-Commerce in Corona Zeiten

16

16



## ...und wenn eine zweite Welle kommt...?

- Dürfte es kaum zu einem zweiten vergleichbaren wirtschaftlichen Shutdown kommen
- Werden die Konsumenten ihr Verhalten mutmasslich anpassen und (noch) verstärkter online einkaufen
- Werden die Onlinehändler wie auch die Logistik-Partner vor **extrem grossen Herausforderungen** stehen im 4. Quartal generell und mit Fokus *Black Friday* und *Weihnachten* speziell
- Wird das Wachstum im Digital Commerce tendenziell exponentielle Züge annehmen

## Geballte Ladung Digital Commerce Knowhow

### 3 Digital Commerce Events und 1 Webinar

NEU: Live-Stream  
Tickets vor Ort sind  
limitiert



DI 15. September 2020 im X-Tra Zürich

## 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**<sup>®</sup>  
digital.business.competence

## Bleiben Sie mit uns in Kontakt

 Thomas Lang  
CEO / Founder

 [thomas.lang@carpathia.ch](mailto:thomas.lang@carpathia.ch)

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

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

26. August 2020 Xborder20- E-Commerce in Corona Zeiten 21

21



 **carpathia**<sup>®</sup>  
digital.business.competence

# About

**e-commerce**

Carpathia AG | [www.carpathia.ch](http://www.carpathia.ch) | [blog.carpathia.ch](http://blog.carpathia.ch) | [kontakt@carpathia.ch](mailto:kontakt@carpathia.ch) 26. August 2020

22

## Thomas Lang



### 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**



**Jahrgang 1968 und seit 1997 im Digital-Business aktiv**

## carpathia: digital.business.competence



- Gegründet 1999 - **Unabhängig und neutral**
- Unternehmensberatung für **Digital-Business, E-Commerce und digitales Marketing**
- Crew von **Experten mit Praxisbezug**
- Kernkompetenzen im Bereich Entwicklung von **Strategien, Lösungskonzeption** sowie der **Entwicklung von Geschäftsmodellen** und Begleitung bei der **digitalen Transformation**
- Hauptfokus auf digitale End-to-End Geschäfts- und Transaktionsprozesse für
  - Marken & Hersteller
  - Verlage & Verbundgruppen
  - Industrie & Grosshandel
  - Dienstleister, Versicherungen & Service-Anbieter
  - Retail & Omni-Channel Händler
  - Pure-Player, Marktplätze & Plattformen
  - Mobile & IoT Konzepte

## Wir geniessen das Vertrauen in den Branchen






Über 3 Mrd. Onlineumsatz

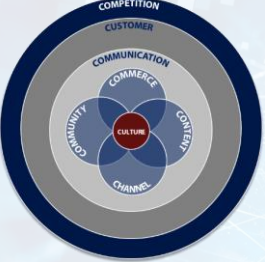
26. August 2020
Xborder20 - E-Commerce in Corona Zeiten
25

25

## Carpathia Path to Digitalization



Digital Business Model



Inside-Out Implementation


Digital Market Transformation

Results

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

---

Digital Culture Model



Outside-In Implementation

Digital Leadership Transformation

Results

- Product & Service Innovation
- Shared Vision & Mission
- Talents & Team Building
- Productivity & Cost-Efficiency
- Agility & Time-to-Market
- Scalability & Lock-In prevention

→ Path to Digitalization

26. August 2020
Xborder20 - E-Commerce in Corona Zeiten
26

26