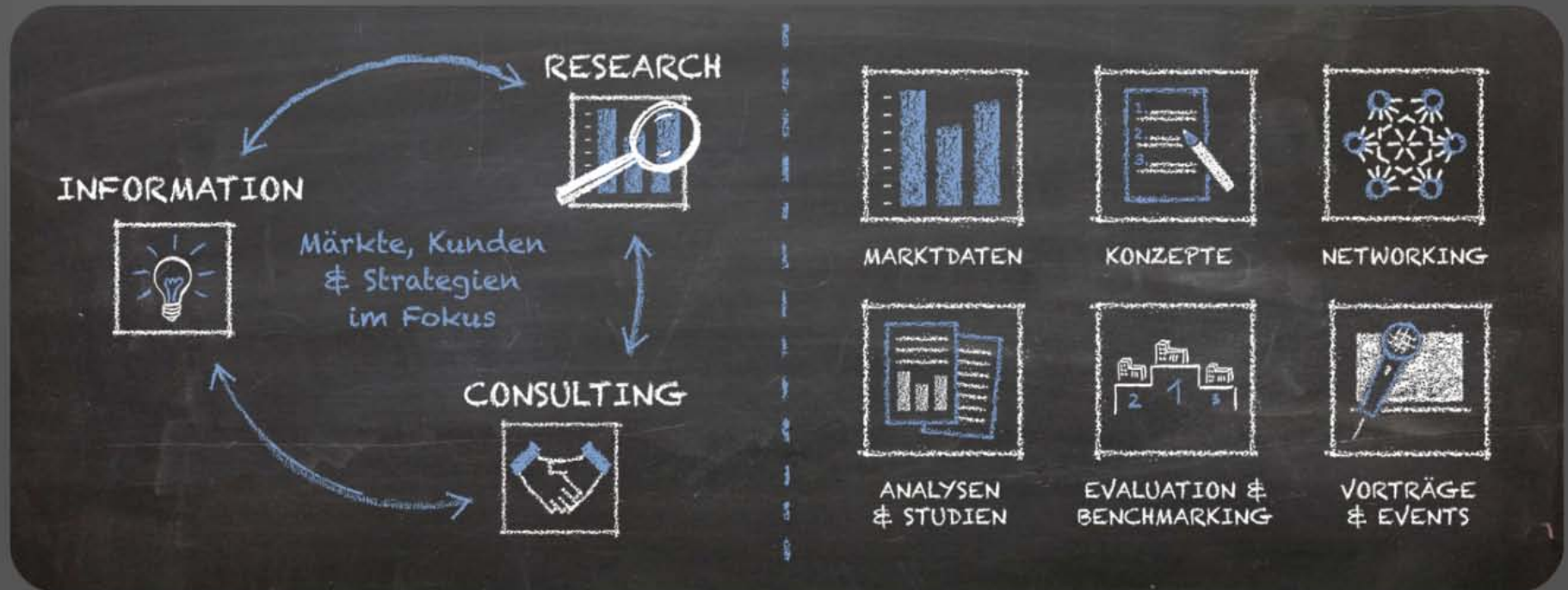


Alles online oder was? Geschäftsmodelle im deutschen und österreichischen Einzelhandel im digitalen Zeitalter

- I. Handel 2015 - Status Quo
- II. 5 Thesen zum Handel 2020
- III. Fazit



IFH Köln - Wer wir sind.



Märkte. Kunden. Strategien.

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln **Information, Research und Consulting** zu handelsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter.

Seit 1929 ist das IFH Köln erster Ansprechpartner für **unabhängige, fundierte** Daten, Analysen und Konzepte, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen.

Handel in der Zukunft?

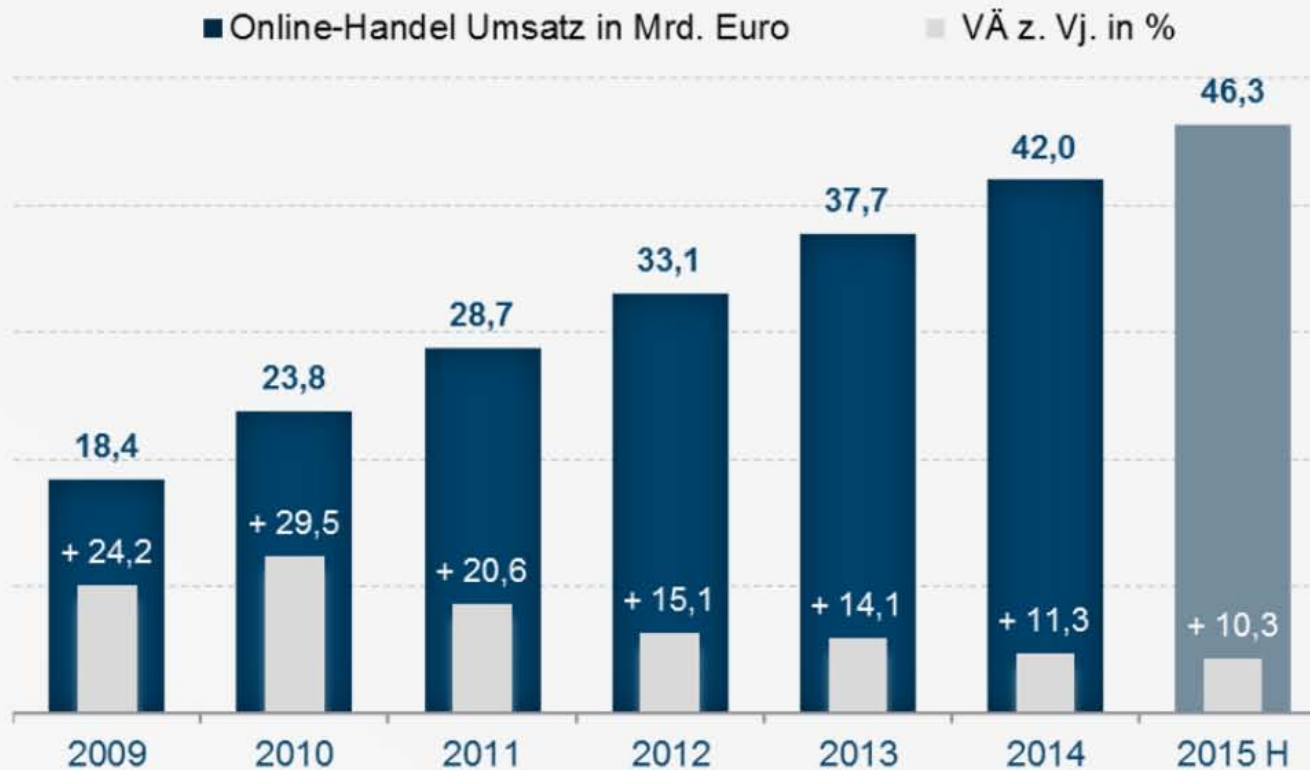
„Geschäfte sind Mittelalter. Sie wurden nur gebaut, weil es kein Internet gab. Sie verstehen das nicht, weil Sie zu alt sind und zu alte Kunden befragen.“

Oliver Samwer – Rocket Internet-Macher und Zalando-Inspirator auf dem Konsumgüterforum CGF am 20.06.2014 in Paris



Marktvolumen Online-Handel (in Mrd. €)

Marktvolumen steigt weiter, allerdings mit leicht abnehmender Wachstumsrate

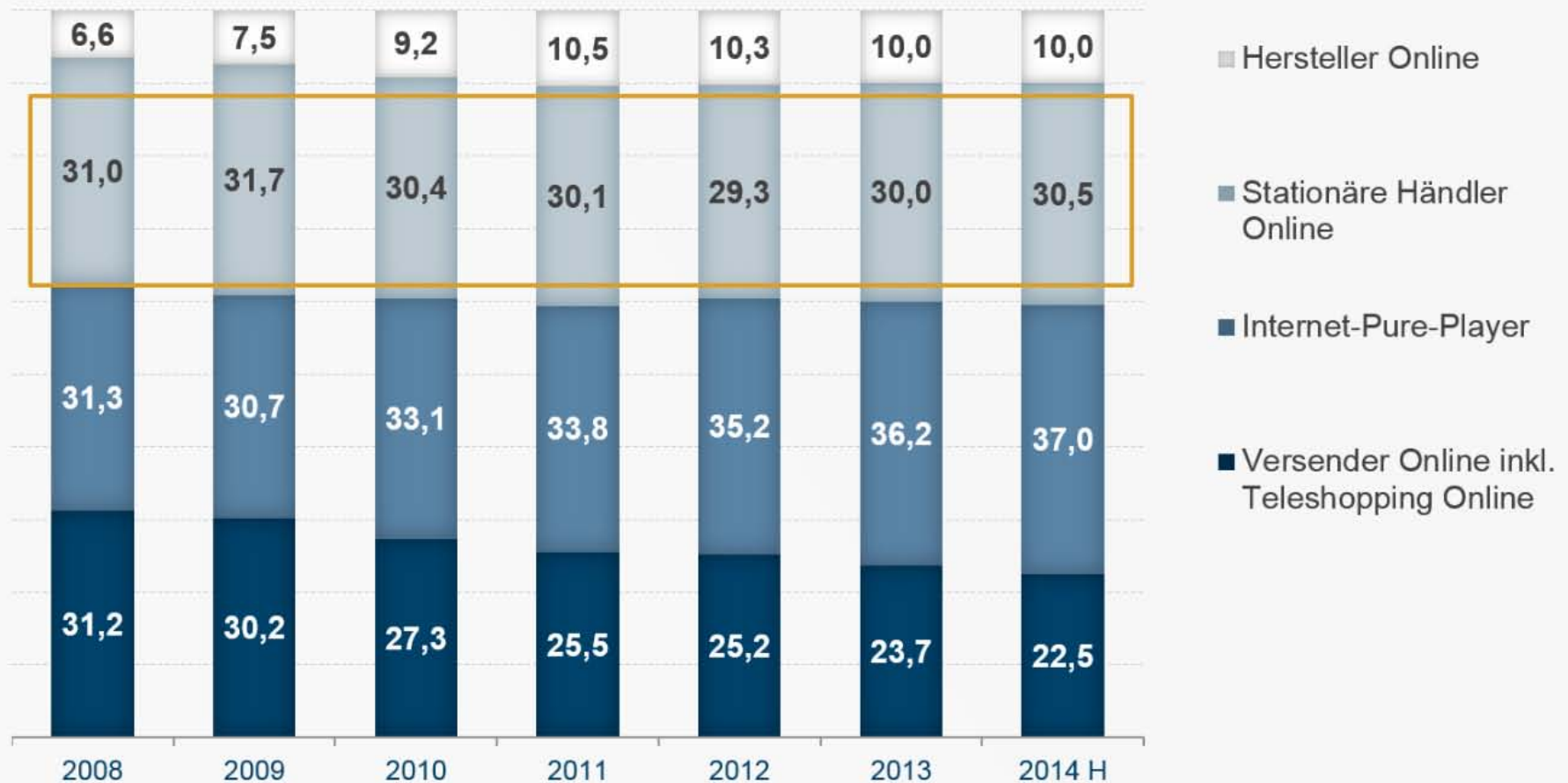


Konsumgüter B2C zu Endverbraucherpreisen, ohne Dienstleistungen

Quelle: IFH Köln, Branchenreport Online-Handel, 2015; H=Hochrechnung

Anteile der Vertriebsformen am Online-Handel (in %)

Online-Shops der stationären Händler gewinnen zuletzt Anteile zurück



Szenario Online-Handel 2020 - Umsatzentwicklung o. FMCG

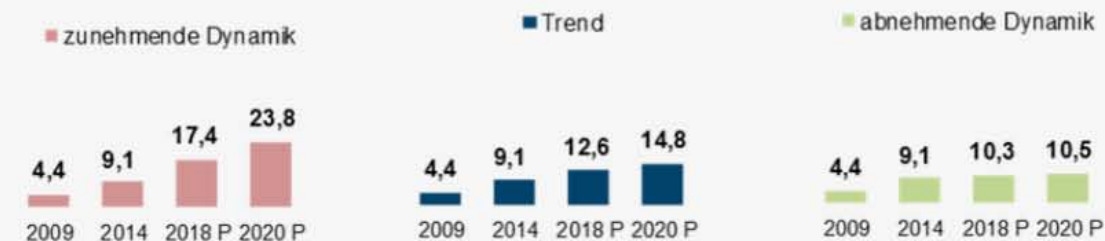
Online-Umsatz in Mrd. Euro - 2009-2020

Prognose 2014-2020 in 3 Varianten



Online-Anteil am Einzelhandel (HDE) in % in den jeweiligen Varianten

Online-Wachstum ...



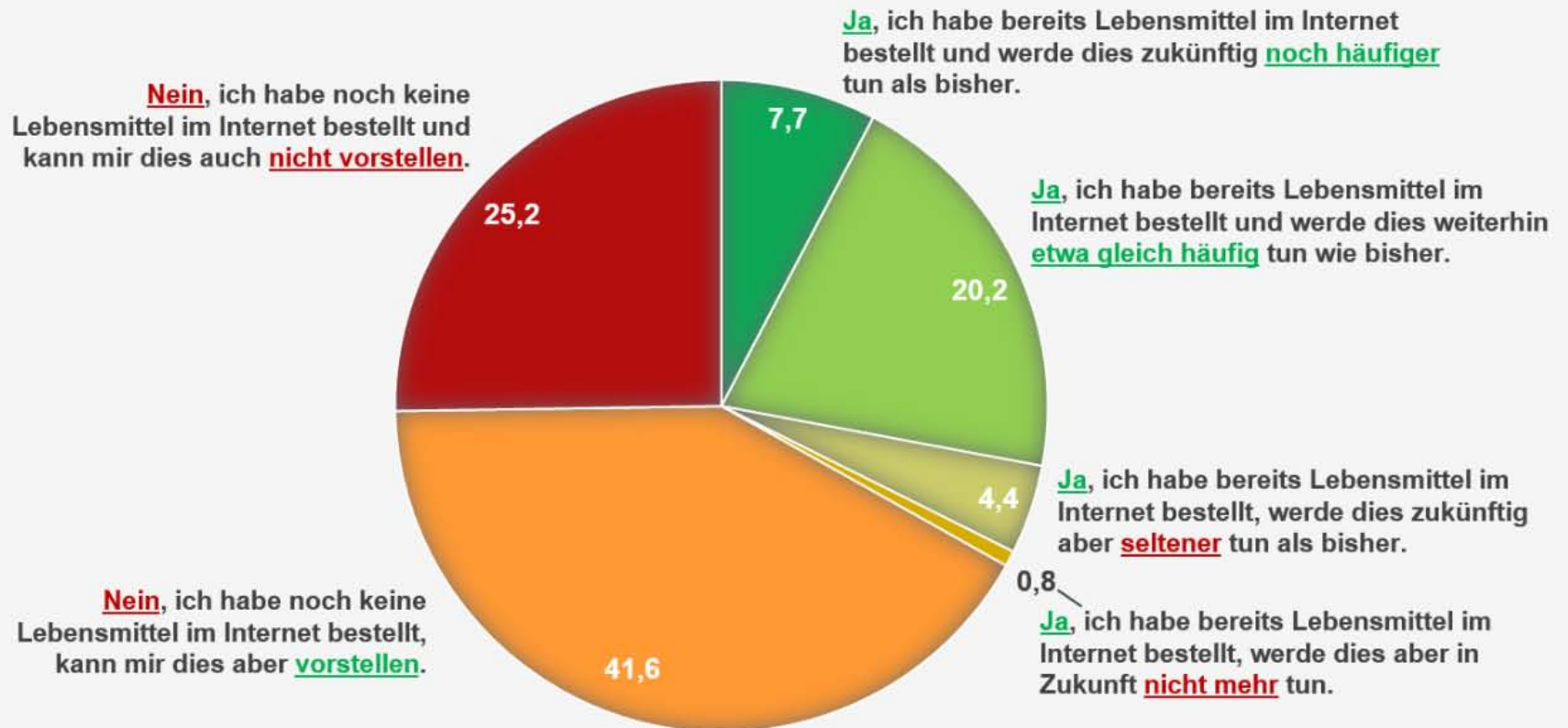
Konsumgüter B2C zu Endverbraucherpreisen, ohne Dienstleistungen

Quelle: IFH Köln, Branchenreport Online-Handel, 2015; H=Hochrechnung

„It's still day one in e-Commerce“

(Jeff Bezos, Amazon)

Verbreitung Online-Bestellung von Lebensmitteln (in %)



Frage: Haben Sie bereits Lebensmittel im Internet bestellt oder können Sie sich dies grundsätzlich vorstellen?

Basis: n = 519

Quelle: KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft / IFH Institut für Handelsforschung GmbH, 2014.

Alles online oder was? Geschäftsmodelle im deutschen und österreichischen Einzelhandel im digitalen Zeitalter

- I. Handel 2015 - Status Quo
- II. 5 Thesen zum Handel 2020
- III. Fazit



These 1

70 % der traditionellen Händler werden sich völlig neu erfinden oder verschwinden.

Kanalpräferenzen im Zeitverlauf

Kanalpräferenzen nehmen ab – selektive Kanalwahl dominiert.



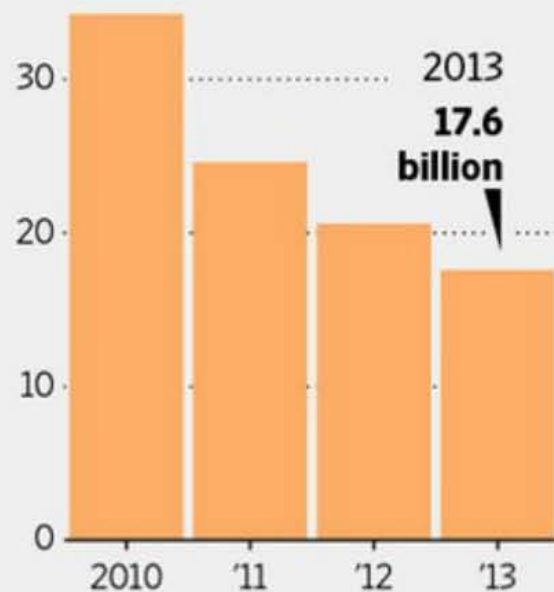
Institut für Demoskopie Allensbach: ACTA 2012, Allensbach, 2012. ECC Köln: Cross-Channel 2020 – Smart Natives im Fokus, Köln, 2014. ECC Köln: Cross-Channel im Umbruch – Das Informations- und Kaufverhalten der Konsumenten, Köln, 2015.

Massiver Frequenzzrückgang führt zu Flächenumwandlungen

Permanent Slowdown?

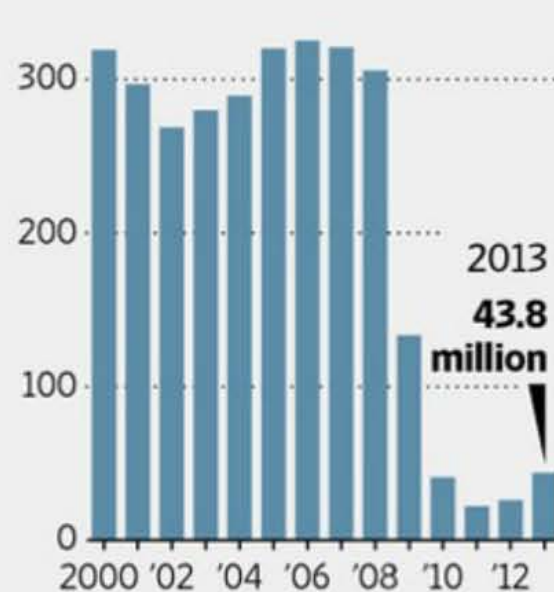
Total retail foot traffic for
November and December

40 billion visits



Amount of new retail space
opened annually

400 million square feet



Note: Traffic data is collected from 60,000 traffic-tracking devices installed at malls and large retailers. Retail space is reported for 54 of the largest U.S. markets.

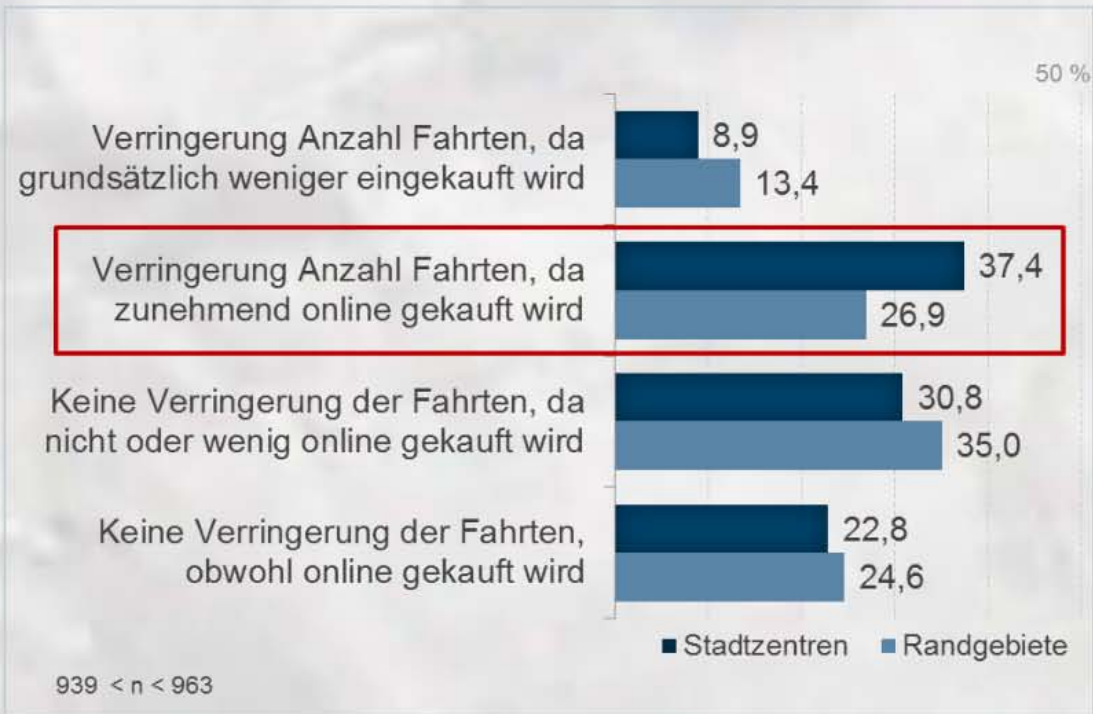
Sources: ShopperTrak (visits); CoStar Group (square footage)

The Wall Street Journal

Sinkende Frequenzen in Einkaufsstraßen

Steigende Online-Aktivitäten als Hauptursache für sinkende Besuche der Innenstädte

Anzahl Fahrten in Stadtzentren und Randgebiete (in %)



Konsequenzen

Anzahl Outlets



Anzahl Filialen



Markt-
konzentration



Standort-
abhängigkeit



Angebotslücken führen zu Online-„Abwanderungen“

Konsumenten, die Fashionsortimente vermissen, wandern deutlich spürbar in den Onlinehandel ab

Innenstadtbesucher und Veränderung ihres Einkaufsverhaltens, Gesamtstichprobe und Innenstadtbesucher, die angeben Fashionsortimente zu vermissen



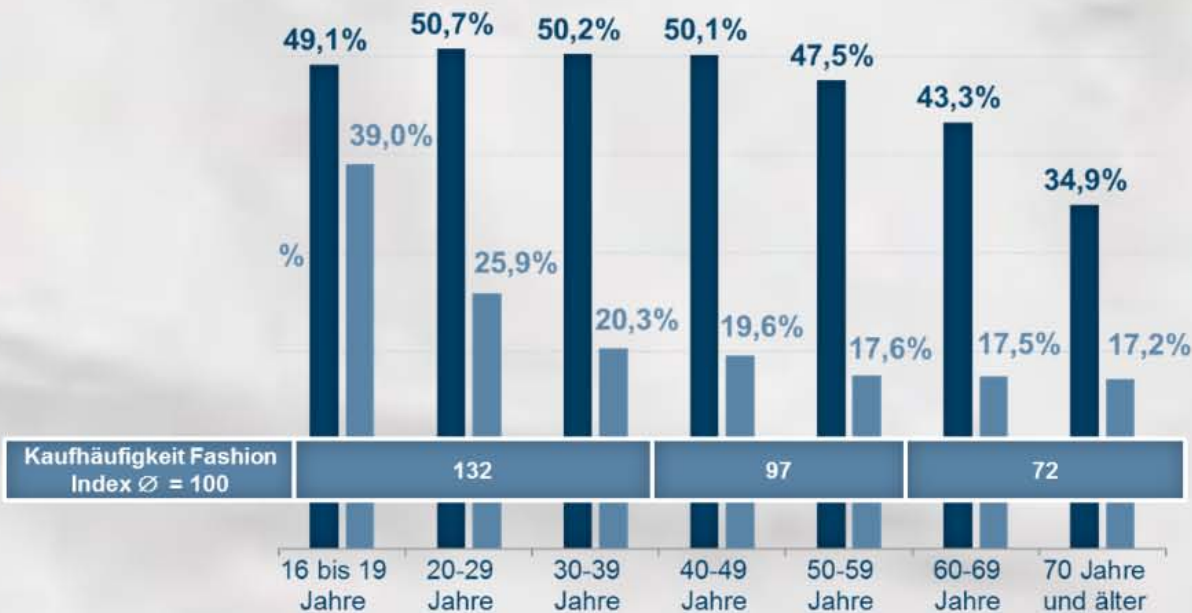
Vitale Innenstadt Befragung, $31.521 \leq n \leq 5.342$, 2014.

Fashion zieht die attraktive Zielgruppe in die Innenstadt!

Aus welchen Warenbereichen haben Sie heute eingekauft oder planen noch einzukaufen?

Welche Sortimente vermissen Sie in dieser Innenstadt?

Fashion: Einkauf bzw. geplanter Einkauf versus vermisste Sortimente



Vitale Innenstadt Befragung, $23.125 \leq n \leq 28.829$, 2014, passantenrepräsentativ; Best4Planning, Frage: Aus welchen Warenbereichen haben Sie heute eingekauft oder planen noch einzukaufen? Welche Sortimente vermissen Sie in dieser Innenstadt?

Fashion gibt der Innenstadt ein Gesicht...

Aus welchen Warenbereichen haben Sie heute eingekauft oder planen noch einzukaufen?

Welche Sortimente vermissen Sie in dieser Innenstadt?



Vitale Innenstadt Befragung, 23.125 < n < 28.829, 2014, passantenrepräsentativ; Frage: Aus welchen Warenbereichen haben Sie heute eingekauft oder planen noch einzukaufen? Welche Sortimente vermissen Sie in dieser Innenstadt?

Strukturverschiebungen im Handel werden sich auf regionaler Ebene verstärken

Auf Basis der Bevölkerungsfortschreibung, der Umsatzprojektion 2020 und der Onlineaffinität verschieben sich die Handelsstrukturen in den Regionen deutlich

Kreise und kreisfreie Städte

Bevölkerungsentwicklung 2020

POS-Umsatzentwicklung in
Mio. EUR, Basis 2013,
Trendprojektion 2020

Regional differenzierte
Onlineaffinität

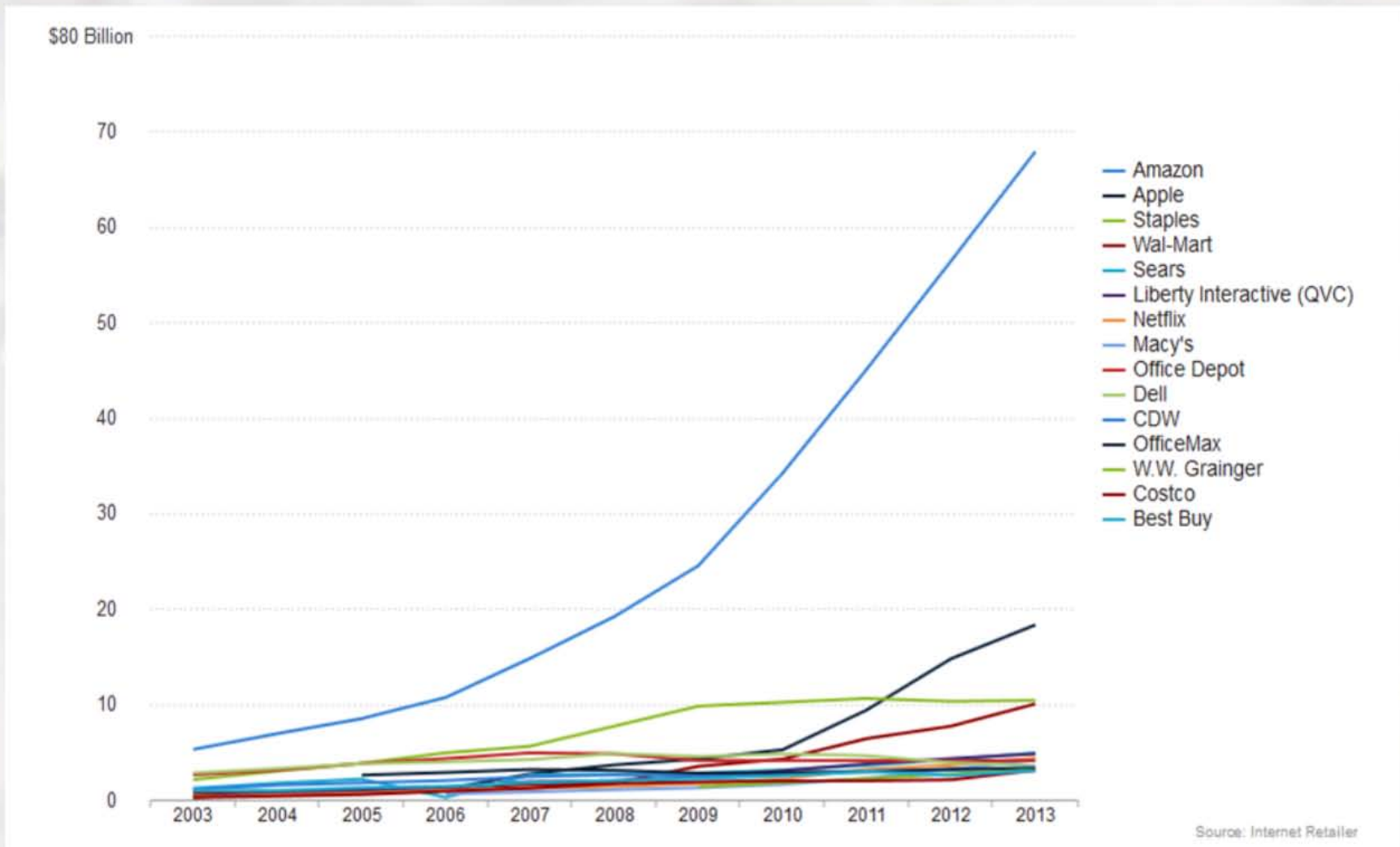
Umsatzentwicklung stationärer Handel
2020 gegenüber 2013 in %



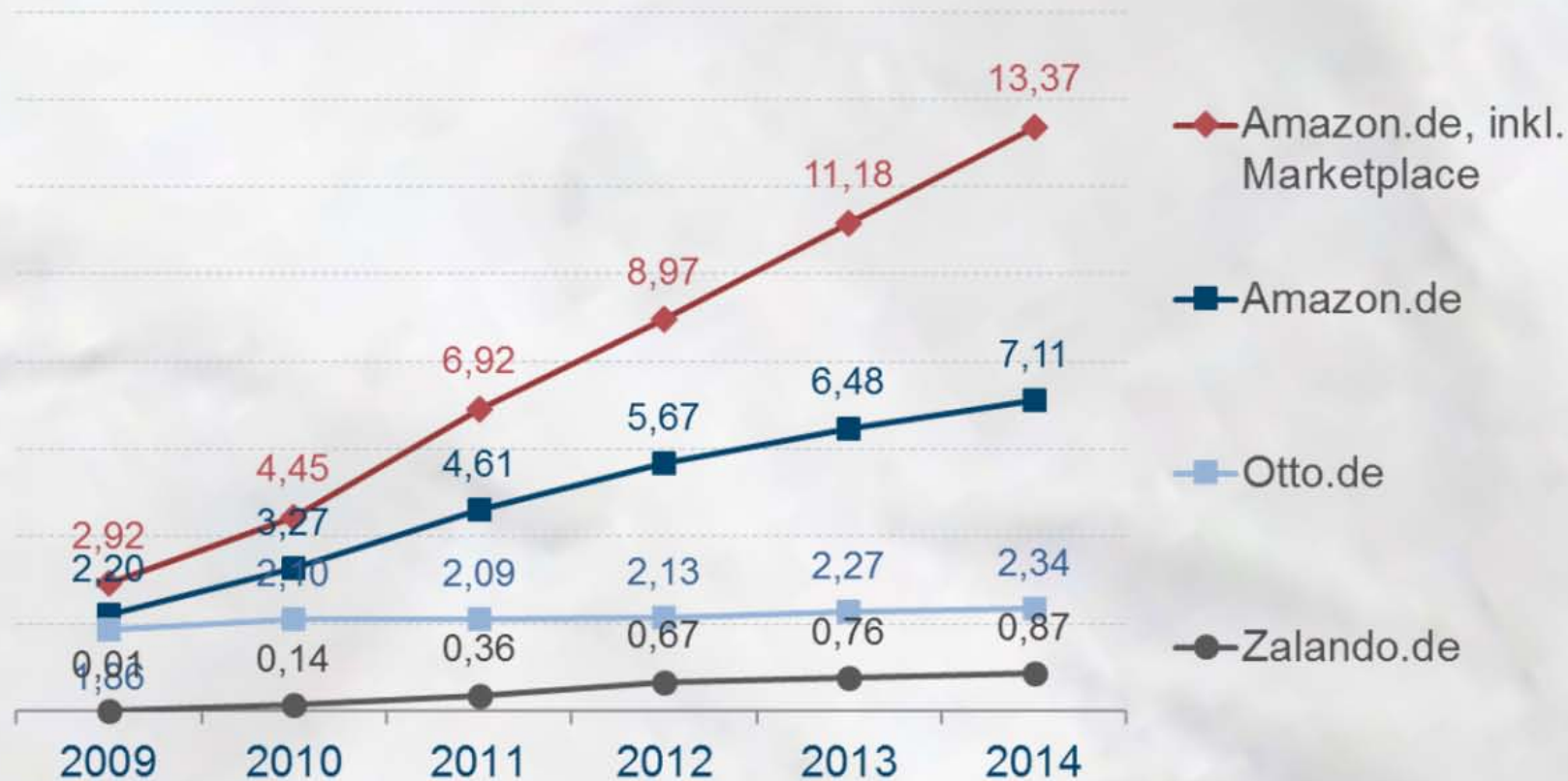
These 2

90 % der derzeitigen reinen Online Händler werden nicht überleben.

Umsatzentwicklung der Top 15-Online-Händler in den USA (in Billion \$)



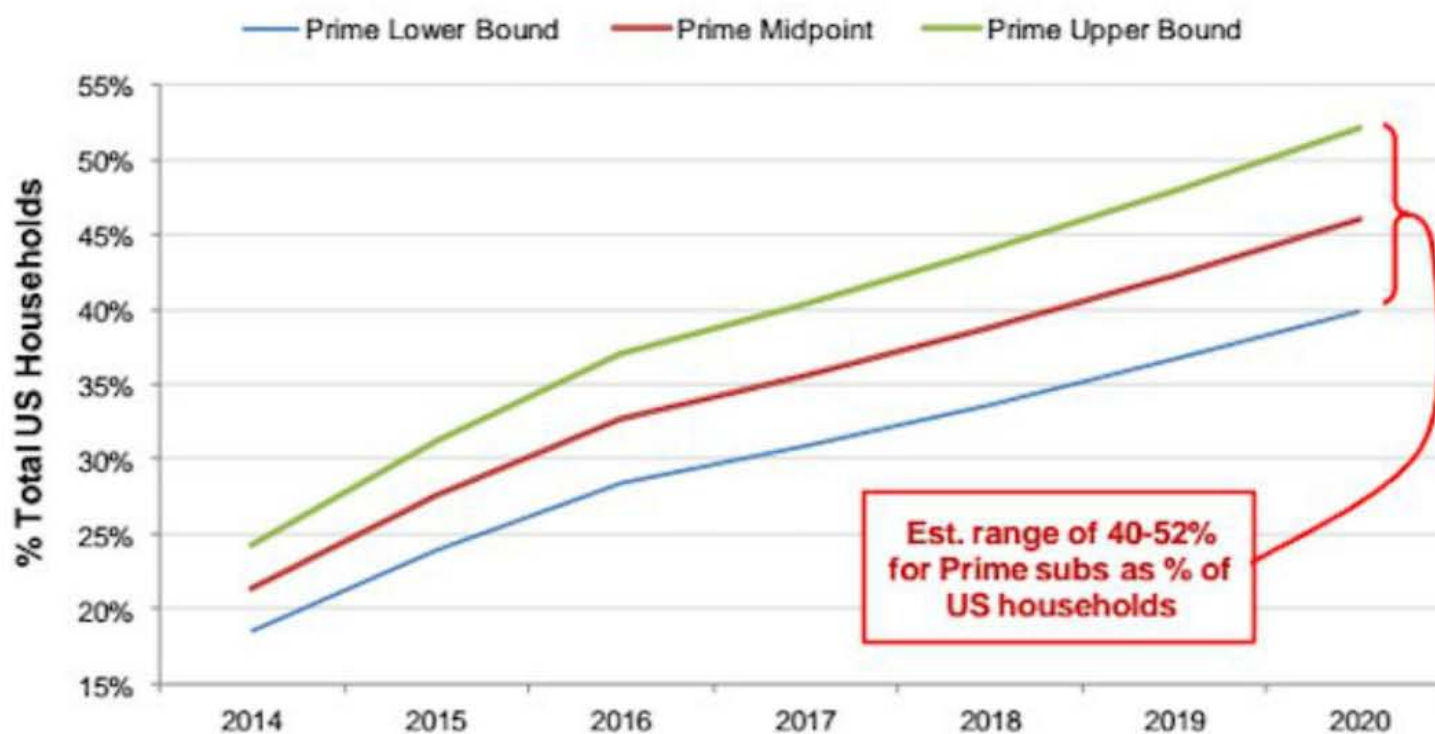
Umsätze ausgewählter Online-Unternehmen/-Shops in Deutschland (in Mrd.)



Quelle: IFH Köln, 2014, amazon.de, zalando.de: eigene Berechnungen auf Basis Unternehmensangaben, Umsätze Deutschland, netto, amazon.de jeweils mit Marketplace-Umsätzen (Außenumsatz) und ohne Marketplace-Umsätze; otto.de nach Presse- und Unternehmensmeldungen

Anzahl der Amazon Prime-Kunden steigt rasant

Fig 2 Potential Prime Subscriber Growth as % of US Households



Source: Amazon, Census Bureau, Macquarie Capital (USA), February 2015

Hohe Kundenbindung bei Prime-Mitgliedern

Cross Shop-Rate von Amazon in %: Nicht-Prime-Kunde versus Prime-Kunde



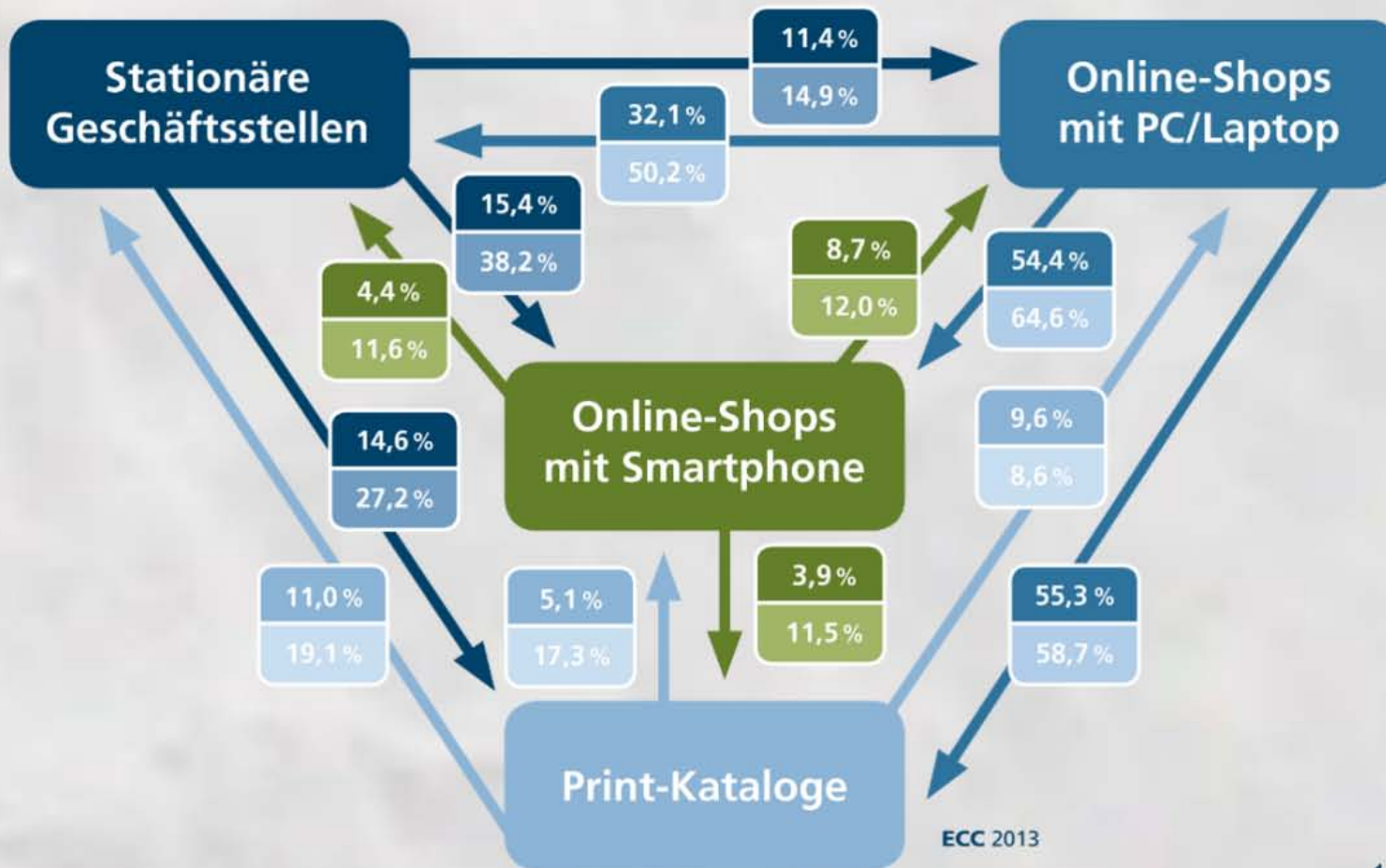
Quelle: <https://www.internetretailer.com/2015/04/02/how-prime-acts-tie-binds-consumers-amazon>, Zugriff 14.04.2015.

These 3

Kanaldenken war gestern – Multi-Touchpoint-
Management ist morgen.

Cross-Channel-Verhalten 2013

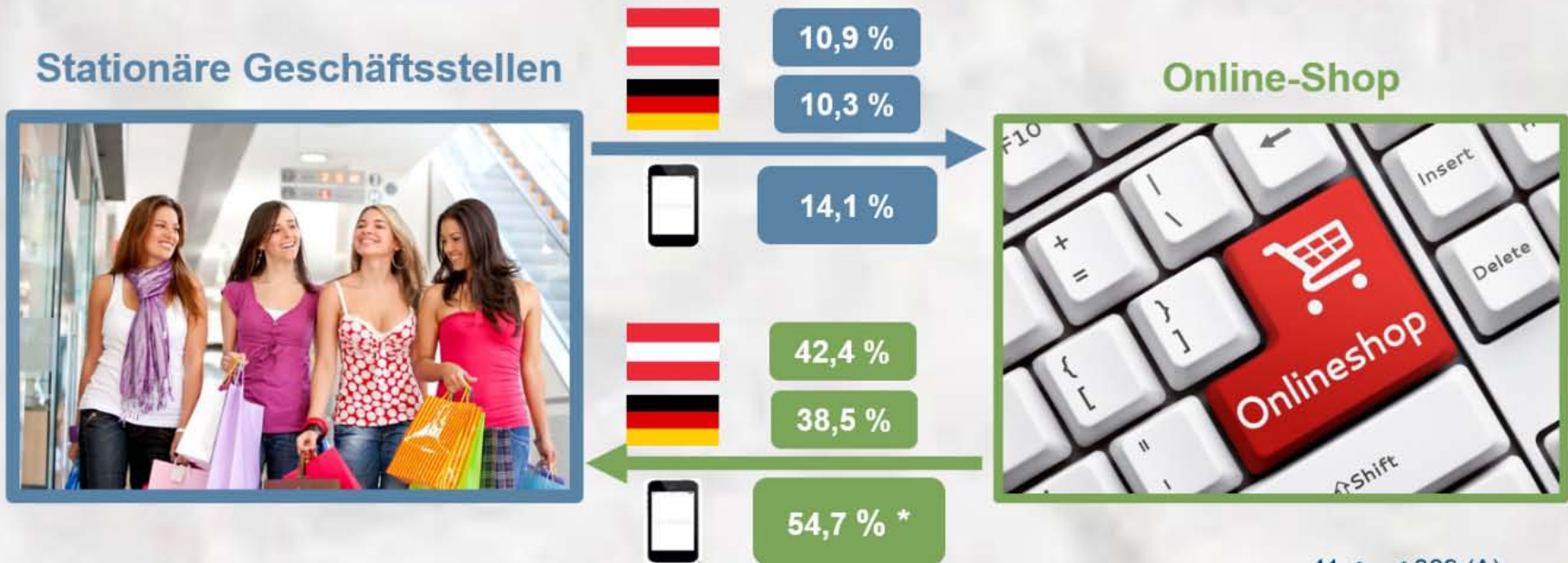
Online ist der neue Showroom



103 ≤ n ≤ 699

Cross-Channel-Verhalten 2015

Online-Schaufenster gewinnen weiter an Bedeutung



41 ≤ n ≤ 389 (A)

384 ≤ n ≤ 826

*Lesebeispiel: Bei den Smart Natives gehen 54,7 Prozent der Käufe in stationären Geschäftsstellen eine Informationssuche in Online-Shops voraus. Bei den Deutschen Onlinern sind es lediglich 38,5 Prozent.

Cross-Channel ist die einzige Zukunft

Multi-Channel-Händler werden von deutschen Online-Shoppern am positivsten wahrgenommen.



These 4

Flexible, relevante und unterhaltende Formate entlang der Customer Journey bestimmen den Handel der Zukunft.

These 5

Starke Marken dominieren den Markt.

Wachstum des Online-Umsatzes: Online-Handel gesamt vs. Online-Shops Hersteller

Online-Shops der Hersteller wachsen schneller als der Online-Handel insgesamt



Quelle: IFH RETAIL CONSULTANTS, 2014

Alles online oder was? Geschäftsmodelle im deutschen und österreichischen Einzelhandel im digitalen Zeitalter

- I. Handel 2015 - Status Quo
- II. 5 Thesen zum Handel 2020
- III. Fazit



Fazit

- 70 % der traditionellen Händler werden sich völlig neu erfinden oder verschwinden.
- 90 % der derzeitigen reinen Online-Händler werden nicht überleben.
- Kanaldenken war gestern – Multi-Touchpoint-Management ist morgen.
- Flexible, relevante und unterhaltende Formate entlang der Customer Journey bestimmen den Handel der Zukunft.
- Starke Marken dominieren den Markt.

→ Kundenbindung als zentrale Herausforderung der Zukunft!

Was können wir für Sie tun?



Dr. Kai Hudetz
Geschäftsführer

IFH Köln

Tel +49 (0) 221 943607-20
k.hudetz@ifhkoeln.de

IFH Institut für Handelsforschung GmbH **ECC Köln (E-Commerce Center)**

Dürener Str. 401b / 50858 Köln

T +49 (0) 221 / 94 36 07-70

F +49 (0) 221 / 94 36 07-59



www.ifhkoeln.de | www.ecckoeln.de

IFH KÖLN
INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG

ECC KÖLN
ONLINE EXPERTS

Kennen Sie schon unseren IFH-Newsletter?

Aktuelle Themen, Trends und Hintergründe rund um den Einzel- und Großhandel

Zum Newsletter-Angebot des IFH Koeln:



www.ifhkoeln.de/News-Presse/IFH-Newsletterangebot.php

Kennen Sie schon unseren ECC-Newsletter?

Aktuelle Trends und Studienergebnisse rund um das Thema **E-Commerce**

