



Erkennen was Märkte treibt.

kreuzerfischerpartner



**Es ist nicht nur
online, was glänzt**

- oder -

Grenzen der Digitalisierung im Einzelhandel



Es ist nicht alles online, was glänzt

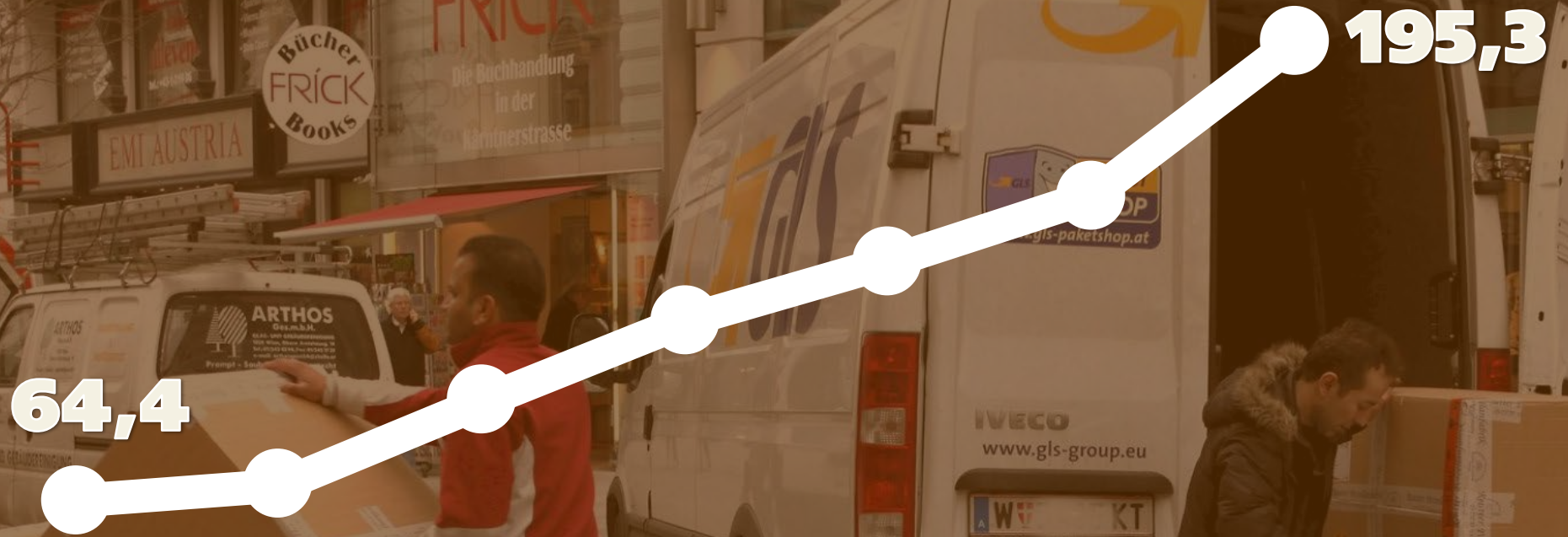
Präambel

Die nachfolgenden Darstellungen sind als Präsentationsunterlagen konzipiert und ohne mündliche Erläuterung unvollständig. Sie sollten daher nur im Zusammenhang mit dem Vortrag gesehen werden.

Dieser Vortrag ist urheberrechtlich geschützt. Vervielfältigung, Nachdruck und Veröffentlichung – auch auszugsweise – bedürfen der Genehmigung des KREUTZER FISCHER & PARTNER Beraternetzwerks.



Zugestellte Pakete B2B/C2C in Millionen



KEP-Markt B2C + C2C 2014 - 2020 | Österreich

Paketversand seit 2014 mehr als verdreifacht.



Internetnutzer 88%

Benutzer Sozialer Netzwerke 60%

Online-Banking 66%

Online-Shopping 12 Monate 66%

Online-Shopping 3 Monate 56%

Noch nie Online-Shopping 17%

Leichtes Wachstum
während der
Pandemie

Status Quo der Online-Nutzung

**Online-Shopping in der Mitte der Gesellschaft
angekommen.**

Haushalte mit Breitbandanschluss: **89%**





Status Quo eCommerce I

Marktbedeutung des eCommerce-Sektors alles in allem noch überschaubar.

Einzelhandelsrelevante Ausgaben: € 7,6 Mrd. (11,2% v.T)

Private Haushaltsausgaben total: € 13,0 Mrd. (6,7% v.T.)



eCommerce kannibalisiert nur selektiv massiv.

Marktanteile (MA) durch Pandemie verzerrt.

	Shopper ¹	Quote	MA
Bekleidung, Accessoires, Sportartikel	61%	24%	23%
Filme, Musik, Computerspiele	53%	58%	3%
Bücher, Zeitschriften	33%	34%	4%
Essens-Lieferdienste	29%	46%	3%
Wohnungseinrichtung, Hausrat	27%	10%	5%
Urlaubsreisen, Beherbergung	24%	35%	12%
Elektrogeräte, Elektronik	24%	21%	8%
Nahrungsmittel, Drogeriewaren	21%	3%	6%
Eintrittskarten	15%	19%	3%

Anm: ¹letzte drei Monate für private Zwecke



Wachstumsbeiträge in Millionen Euro



Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben

Versandhandel kannibalisiert seit 2016 den überwiegenden Teil des Wachstums.



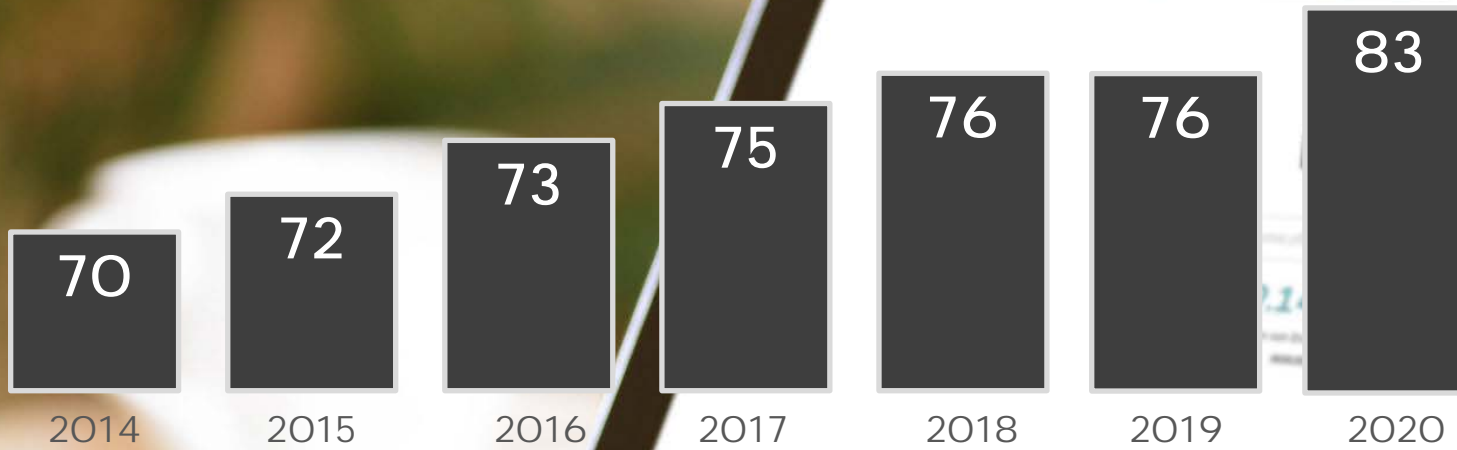
Informationssuche	Bewertung	Kauf	Warenannahme
früher			
Medien Händlerbesuche Messebesuche	Verkäufer Familie, Freunde Testberichte (Print)	Stationärer Händler Versandhandel Messeinkäufe	Pick Up Händlerzustellung KEP
heute			
Medien Händlerbesuche Messebesuche	Verkäufer Familie, Freunde Testberichte (Print)	Stationärer Händler Versandhandel Messeinkäufe	Pick Up Händlerzustellung KEP
Internet ... Unternehmensseiten ... Onlinehändler ... Vergleichsportale	Testberichte (Web) Onlinehändler Vergleichsportale	Onlineshops	

Kaufentscheidungsprozess früher und heute

Digitalisierung beeinflusst vor allem Informationssuche und Bewertung.



Informationssuche zu geplanten Wareneinkäufen im Internet | Angaben in Prozent

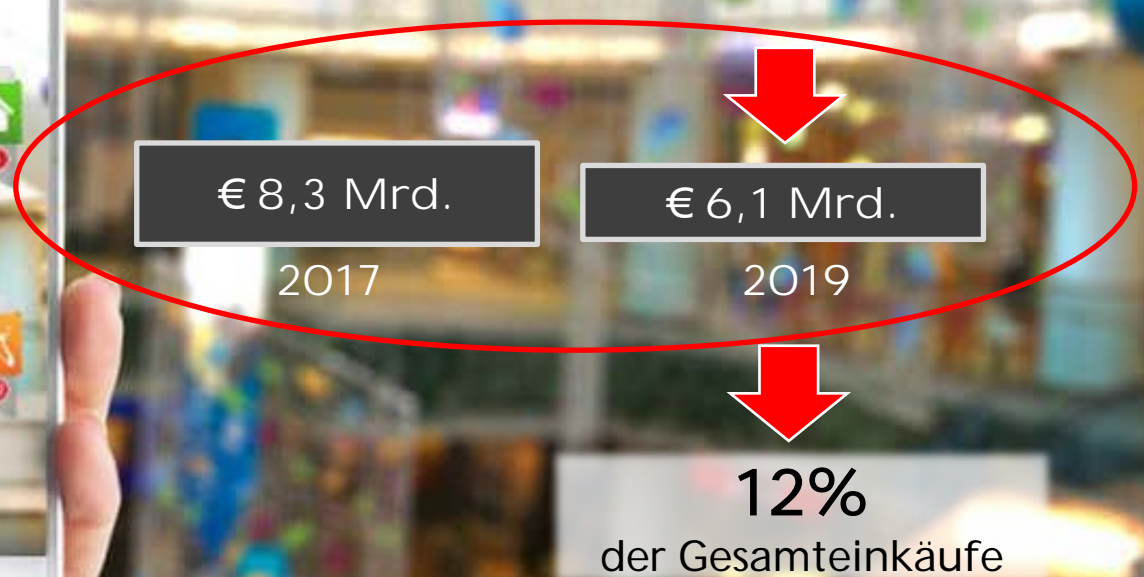
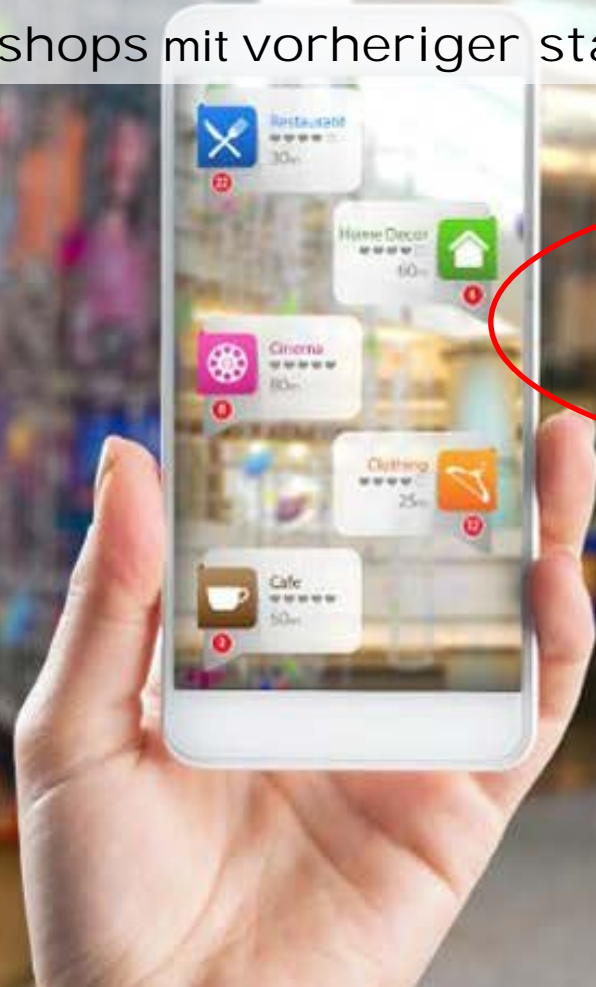


Informationssuche zu geplanten Wareneinkäufen im Internet | Österr. Bevölkerung 16-74 Jahre

60% aller Onlinekäufe Freitag bis Samstag, zwischen 18:00 und 24:00 Uhr.



Umsatz in Onlineshops mit vorheriger stationärer Informationssuche



Interaktion zwischen online/stationär bei Non-Food-Einkäufen | Deutschland

Stationär beraten, kaufen im Internet?



Umsatz in stationären Geschäften mit vorheriger Informationssuche im Internet

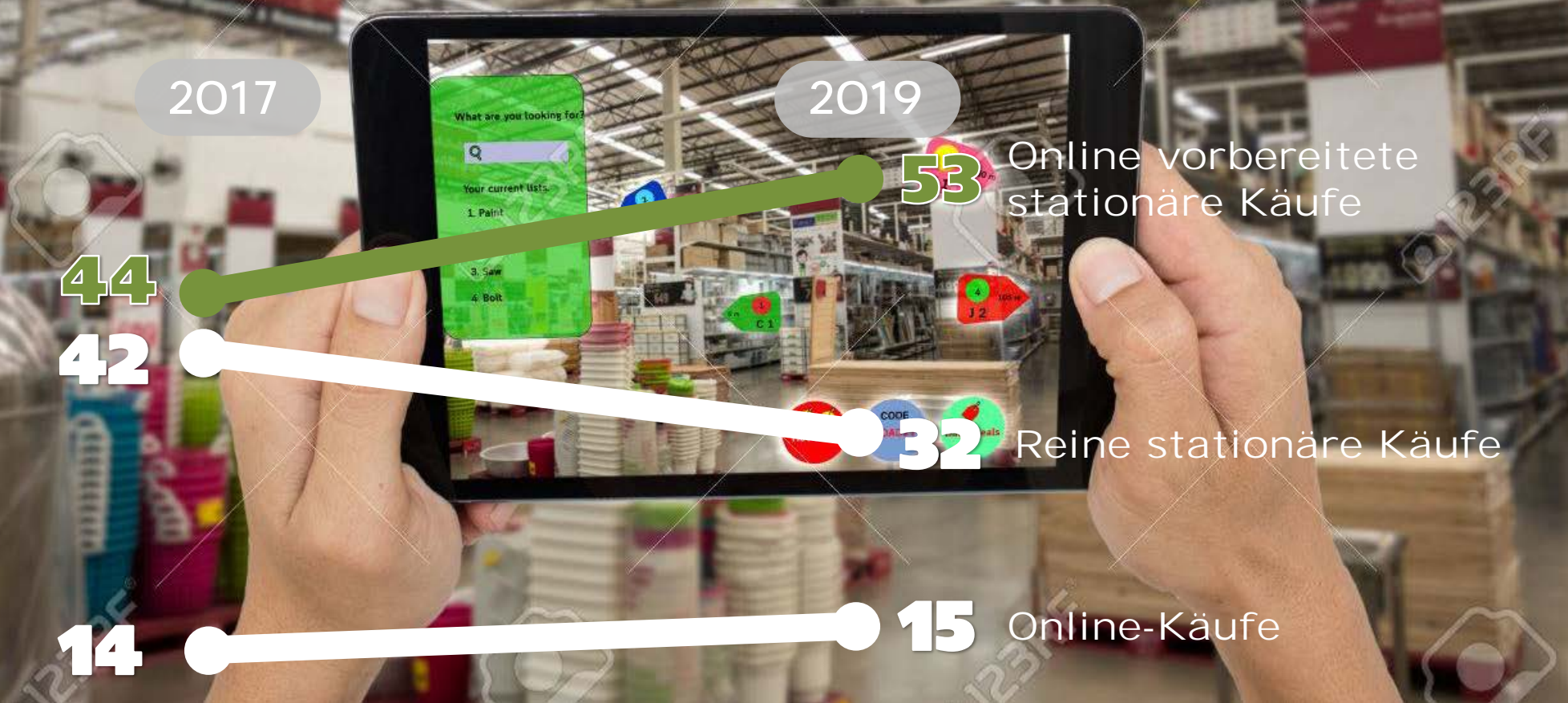


Interaktion zwischen online/stationär bei Non-Food-Einkäufen | Deutschland

Digitalisierung stützt auch stationären Handel.



Umsatzanteile der online vorbereiteten stationären Kunden in Prozent



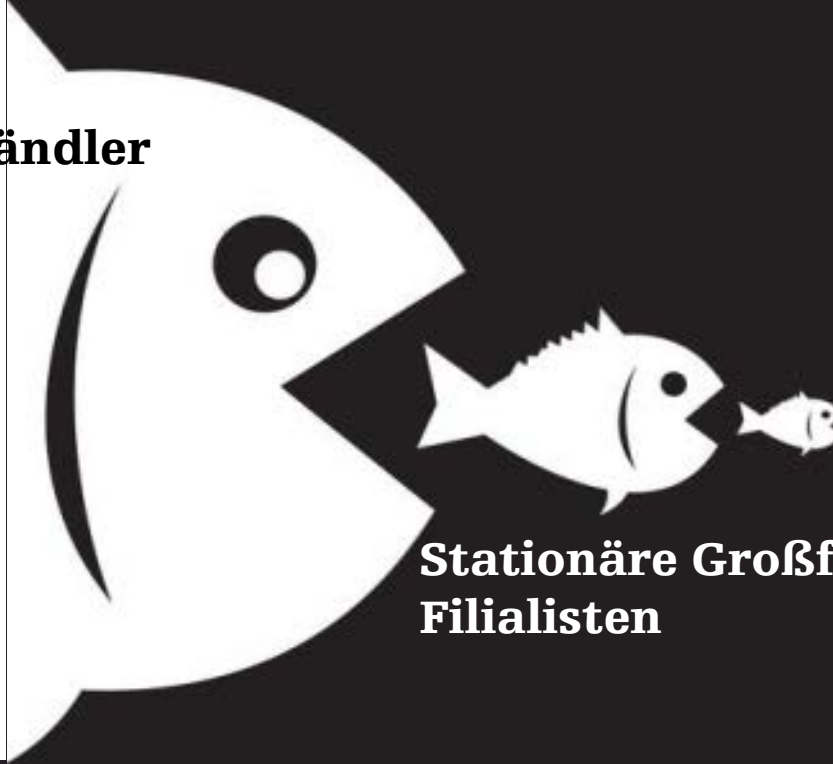
Interaktion zwischen online/stationär bei Non-Food-Einkäufen | Deutschland

Website ist virtuelle Auslage des Unternehmens.

Webshop ist das virtuelle Verkaufslokal.



**Pure
Onlinehändler**



Unabhängiger Einzelhändler

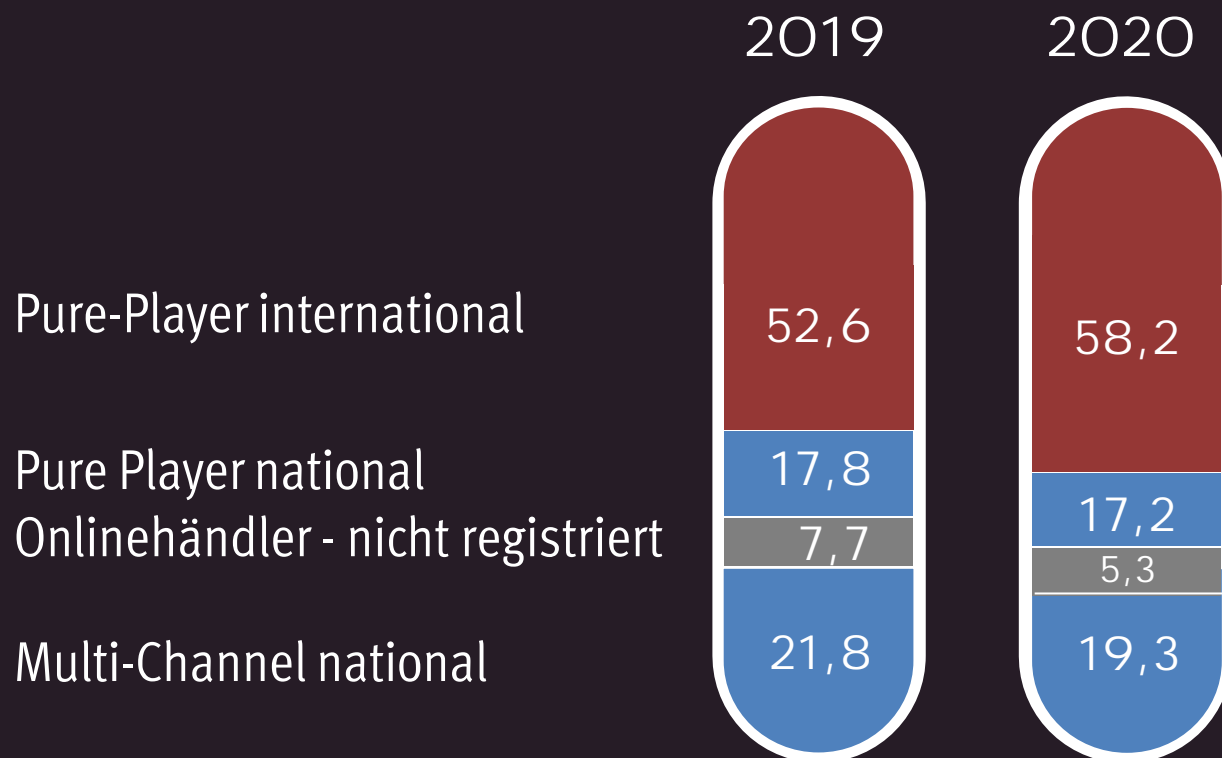
**Stationäre Großfläche
Filialisten**

Die Evolution des Einzelhandels

**Großfläche frisst kleine Einzelhändler,
Onlinehandel frisst Großfläche.**



Entwicklung des Paketvolumens | Marktanteile



Anm: Berechnung auf Basis BRANCHENRADAR Haushaltsausgaben und Angaben des BMF

Die Evolution des Onlinehandels

Internationale Pure-Player bauen Marktanteil aus.



Postempfangsboxen (PEBs):

51.892

Versandboxen:

464

Abholstationen:

460 mit 86.109 Fächern



Paket-Storage der Österreichischen Post | August 2021

Herausforderung der letzten Meile...



ÖFFNUNGSZEITEN

Montag: 10:00 - 18:30 Uhr

Dienstag: 10:00 - 18:30 Uhr

Mittwoch: 10:00 - 18:30 Uhr

Donnerstag: 10:00 - 18:30 Uhr

Freitag: 10:00 - 18:30 Uhr

Samstag: 10:00 - 14:00 Uhr

Inh.: Klaus Mustermann
Telefon: 06074 / 61 61 61

Das „Versagen“ des stationären Handels

1. Öffnungszeiten



WENN SIE
NICHT FINDEN
WONACH
SIE SUCHEN,
BESTELLEN









Das „Versagen“ des stationären Handels

2. Verfügbarkeit

WIR DEN
ARTIKEL
JETZT GERNE
ONLINE
FÜR SIE











- Durchschn. Kundenrezension
- ★★★★★ & mehr
- ★★★★☆ & mehr
- ★★★☆☆ & mehr
- ★★☆☆☆ & mehr
- ★☆☆☆☆ & mehr
- Marke
- Ermsa
- elho
- Gardman
- Lippert
- Geli
- Siena Garden
- geli Thermo Plastic
- Melissa & Doug
- Esschert Design
- Eva Solo
- Brema
- Ikea
- Simba
- HozeLOCK
- Abo-Option
- Amazon Spar-Abo
- Stichwörter
- Kunststoff
- Blech
- Metall

 <p>Lippert 702 010 04 Kunst- Gießkanne 10 l rot ★★★★★ ~ 181 4,42€ 9,99 € Versand Nur noch 2 auf Lager Andere Angebote: EUR 3,68 (12 gebrauchte und neue Artikel)</p>	 <p>Ermsa 572151200 Gießkanne, Matt, Volumen 1,5 Liter, Kunststoff, Weiß, Fuchsia ★★★★★ ~ 299 5,99€ prime KOSTENLOSE Lieferung bis morgen, 27. April Andere Angebote: EUR 5,37 (29 neue Artikel)</p>	 <p>Ermsa 508671 Gießkanne, Klassisches Design, Volumen 5 Liter, Kunststoff, Granit, Oase ★★★★★ ~ 40 7,99€ prime KOSTENLOSE Lieferung bis morgen, 27. April Andere Angebote: EUR 7,43 (18 gebrauchte und neue Artikel)</p>	 <p>Ermsa 513309 Gießkanne, Volumen 1,8 Liter, Kunststoff, Weiß, Loft ★★★★★ ~ 148 9,99€ prime KOSTENLOSE Lieferung bis morgen, 27. April Andere Angebote: EUR 9,28 (26 neue Artikel)</p>	 <p>greemotion 628101 Gießkanne ★★★★★ ~ 4 9,85€ prime KOSTENLOSE Lieferung bis Montag, 6. Mai Andere Angebote: EUR 8,52 (8 neue Artikel)</p>	 <p>Kunststoff - Gießkanne 14l grün ★★★★★ ~ 42 Andere Angebote: EUR 8,54 (5 neue Artikel)</p>	 <p>Elho Brussels Giesskanne - Mint - Drinnen - 1.8 Liter ★★★★★ ~ 28 8,69€ prime KOSTENLOSE Lieferung bis morgen, 27. April</p>	 <p>Esschert Design Altzink Gießkanne, zink, 28x13.5x16.5 cm, 1.5 OZ43 ★★★★★ ~ 9 14,20€ prime KOSTENLOSE Lieferung bis morgen, 27. April Andere Angebote: EUR 10,03 (2 neue Artikel)</p>
--	---	---	--	---	---	--	---

Das „Versagen“ des stationären Handels

2. Verfügbarkeit

 <p>Gardman 2443003 Gießkanne, 5 Liter - rot ★★★★★ ~ 68 Andere Angebote: EUR 3,99 (4 neue Artikel)</p>	 <p>Ermsa 508671 Gießkanne, Klassisches Design, Volumen 1,5 Liter, Kunststoff, Granit, Oase ★★★★★ ~ 35 4,49€ Plus Produkt: Fügen Sie ihn zu einer qualifizierten Bestellung hinzu, um ihn am morgen, 27. April zu erhalten Andere Angebote: EUR 4,36 (11 neue Artikel)</p>	 <p>Gardman Metall- Gießkanne - Heritage, Tweed ★★★★★ ~ 53 31,78€ prime KOSTENLOSE Lieferung bis Dienstag, 30. April Nur noch 1 auf Lager</p>	 <p>Geli Kunststoff- Gießkanne 2l grün ohne Aufsteckvorrichtung, 702 002 01 ★★★★★ ~ 25 Andere Angebote: EUR 2,75 (9 neue Artikel)</p>	 <p>Eva Solo AquaStar Gießkanne grey 2 l ★★★★★ ~ 47 34,80€ prime KOSTENLOSE Lieferung bis morgen, 27. April Nur noch 5 auf Lager Andere Angebote: EUR 32,00 (19 neue Artikel)</p>	 <p>Esschert Gießkanne weiß 5 L, RF63 ★★★★★ ~ 22 19,18€ prime KOSTENLOSE Lieferung bis morgen, 27. April Andere Angebote: EUR 14,99 (11 neue Artikel)</p>	 <p>Elho Plunge Giesskanne - Warmes Grau - Drinnen - 1.7 Liter ★★★★★ ~ 34 9,89€ prime KOSTENLOSE Lieferung bis morgen, 27. April</p>	 <p>Gießkanne ANTIQUA 10 Liter dunkelgrün ★★★★★ ~ 39 12,89€ 4,00 € Versand Andere Angebote: EUR 10,49 (3 gebrauchte und neue Artikel)</p>
--	---	--	--	--	--	---	--





UMKLEIDEKABINEN
Show off your style

Das „Versagen“ des stationären Handels

3. Convenience





TREIBER

BREMSE



Standardisierte (Marken-)Qualität
Überschaubarer Informationsbedarf
Faktengetriebene Kaufentscheidung
Stationäre Inconvenience
Enorme Variantenvielfalt
Variety seeking

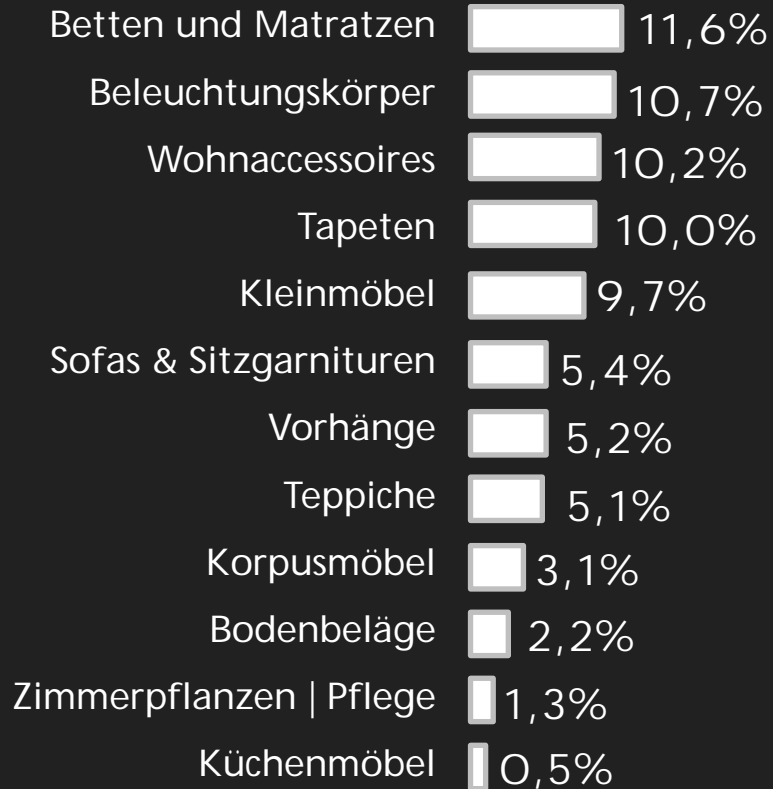
Situatives Qualitätsangebot
Haptische Relevanz
Hoher stationärer Erlebnismoment
Hohe räumliche Dimension
Individueller Beratungsbedarf
Hohe stationäre Verfügbarkeit

Charakteristik von online-affinen Warengruppen

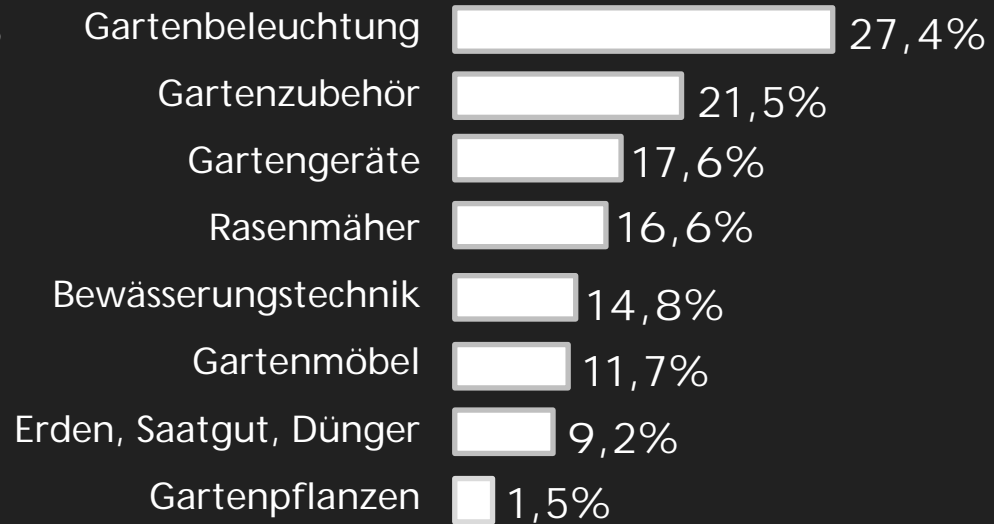
Haptische und räumliche Kaufentscheidung stützen stationären Einzelhandel.



EINRICHTUNG



GARTEN

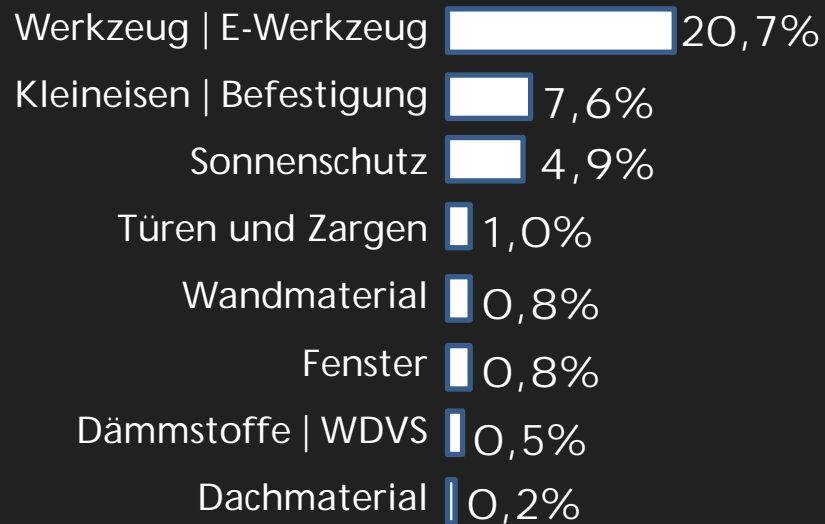


Österreichische Onlinequoten für ausgewählte Warengruppen | 2020

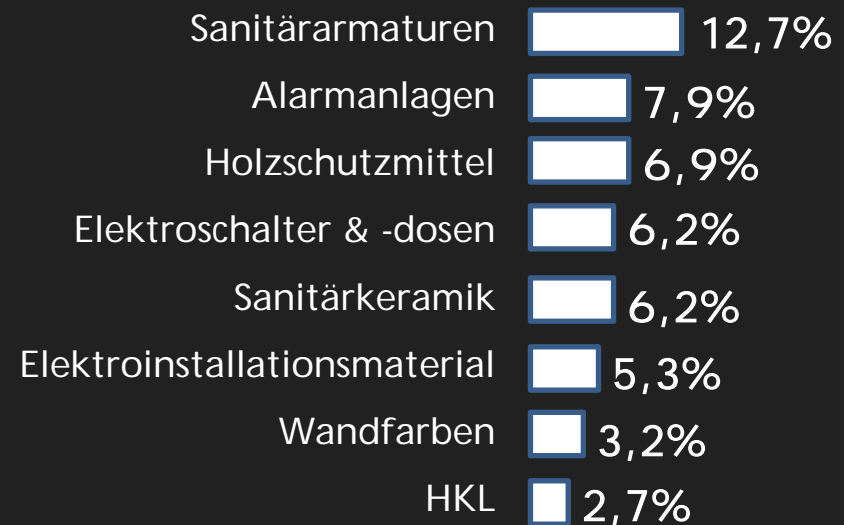
Anteil des Onlinehandels in vielen Produktgruppen ausbaufähig.



BAUSTOFFE | WERKZEUG



TGA | CHEMIE



Österreichische Onlinequoten für ausgewählte Warengruppen | 2018

Der Bau-Bereich bleibt stationär.



Stationärer Handel

Verkaufsstandort

(Lage, Raumdesign, Ladenlayout)

Verkaufspersonal

Sortiment

Online-Handel

Logistik

Webmanagement

(SEO, CRM, ECM etc.)

Sortiment

Konsequenzen I

Online-Handel ist ein eigenes Business.

Multi Channel Retail hört sich einfacher an, als es ist.





Konsequenzen II

Angebot auf Wettbewerbsfähigkeit überprüfen:

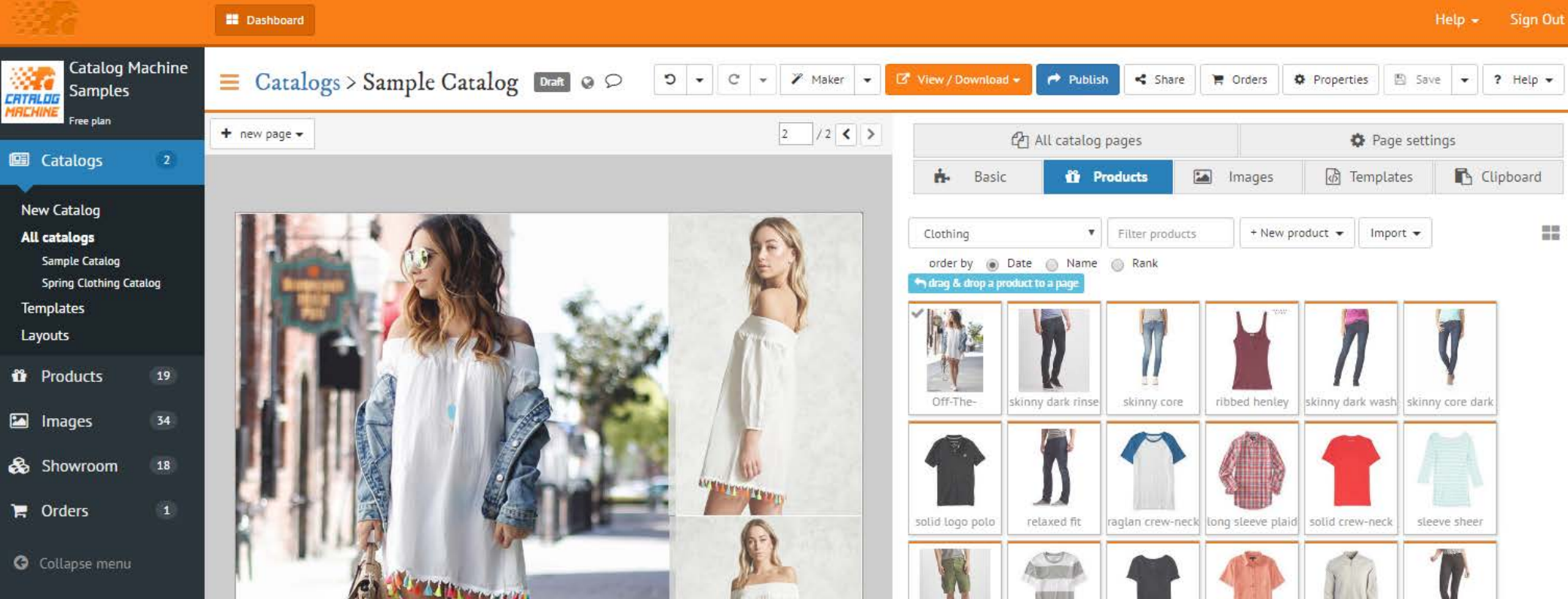
 Standort

 Sortiment

 Service

Ressourcen für Optimierung ausloten





Konsequenzen III

Homepage optimieren



übersichtlich \\
informativ \\
aktuell \\
leicht navigierbar

Mit Kundendaten arbeiten

Social Media





Konsequenzen IV

Erlebnis bieten.



Es ist nicht alles online, was glänzt

Quellenüberblick (Seiten)

BRANCHENRADAR: 3,5,6,14, 21,22

Statistik Austria: 4

DESI: 4

Post AG: 14

KMU Forschung: 9

Boniversum: 9

HDE Online Monitor: 10, 11, 12

KREUTZER FISCHER & PARTNER: 8, 20

Bundesministerium für Finanzen: 14

