

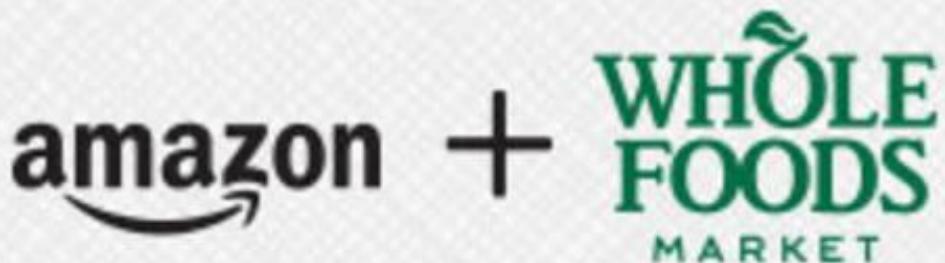
USE A BASKET
for
EASY SHOPPING

Der Detailhandel im Zeitalter des digitalen App-Solutismus
Trends, Herausforderungen und Perspektiven im Spannungsfeld
zwischen On- und Offline – und was Retail mit Fussball zu tun hat

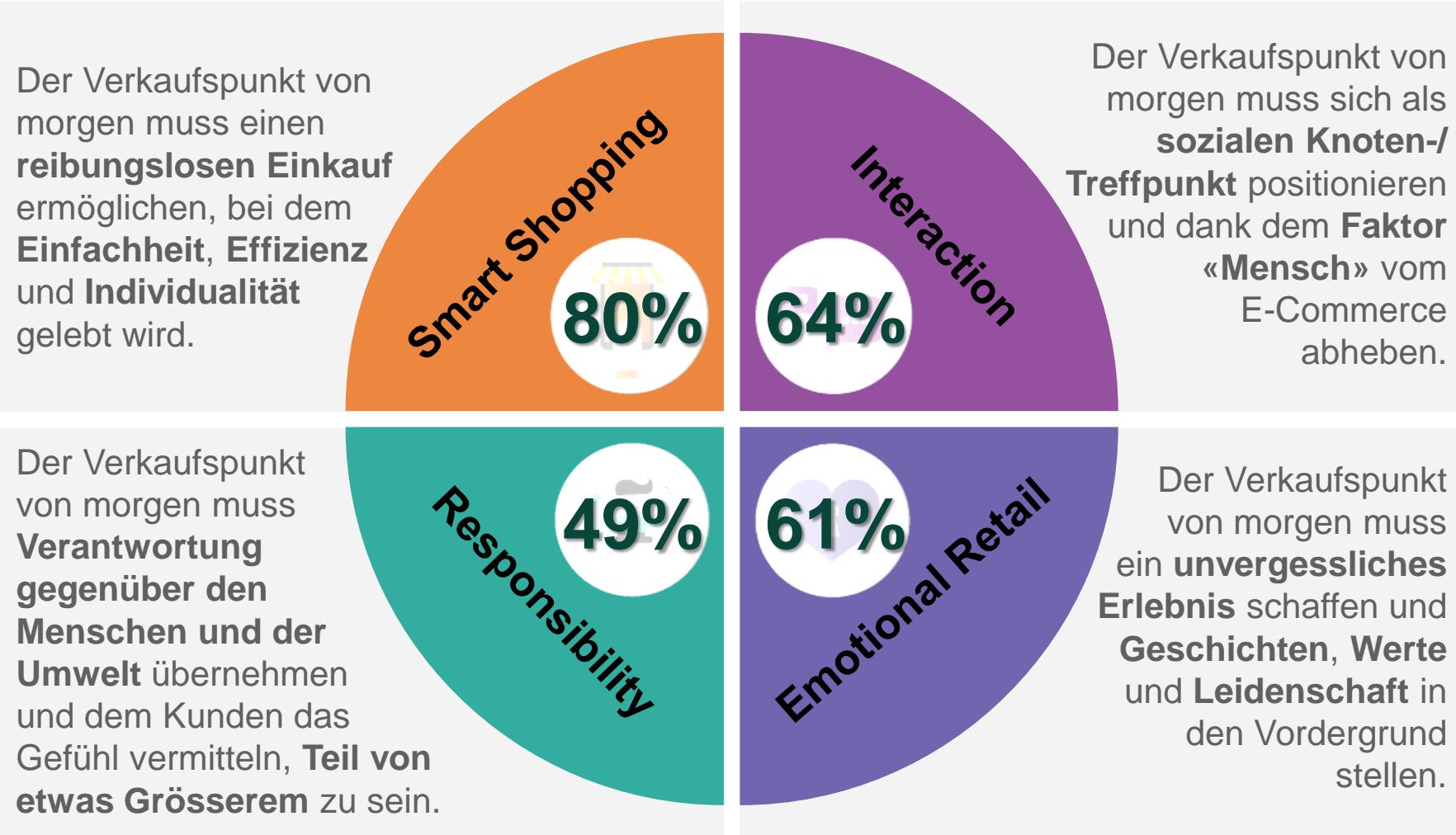
Martin Hotz
Eröffnung Flagship Store «House of Swisscom» 30. Mai 2018
FUHRER & HOTZ
Excellence in Retailing

«This is just the beginning»

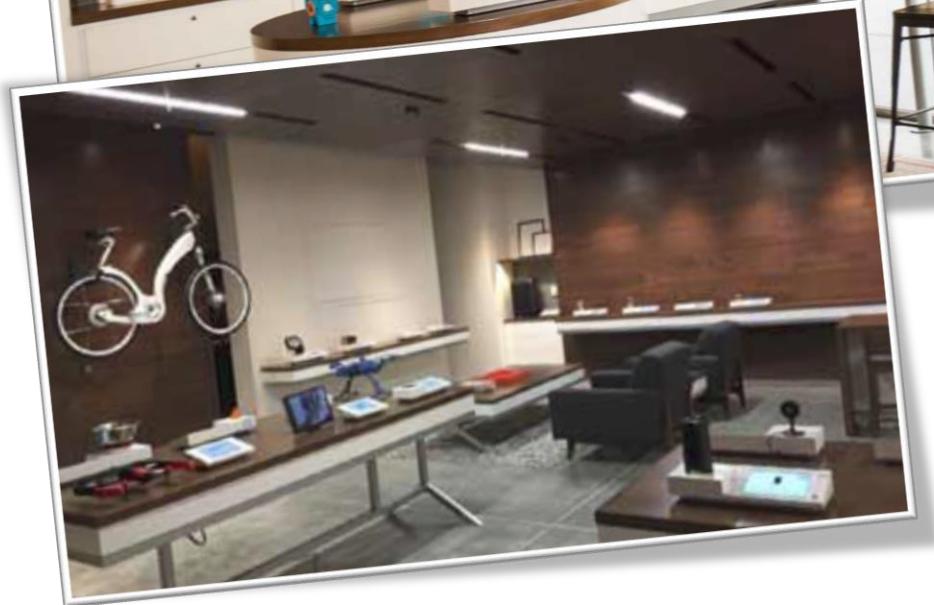
We're growing
something good



Vier wesentliche globale Stossrichtungen & ihre Relevanz für den Schweizer Markt



b8ta - USA



«New Reality – New Retail»?!

Der stationäre Handel ist und bleibt gefordert

40%

Online

40% der Kunden kaufen in den stärksten Kategorien wie z.B. Consumer Electronics oder Bücher/Medien bereits nur oder überwiegend online

70%

Unzufriedene

Bis zu 70% aller Kunden sehen ihre Bedürfnisse durch stationäre Händler nicht voll erfüllt

10%

Abwanderer

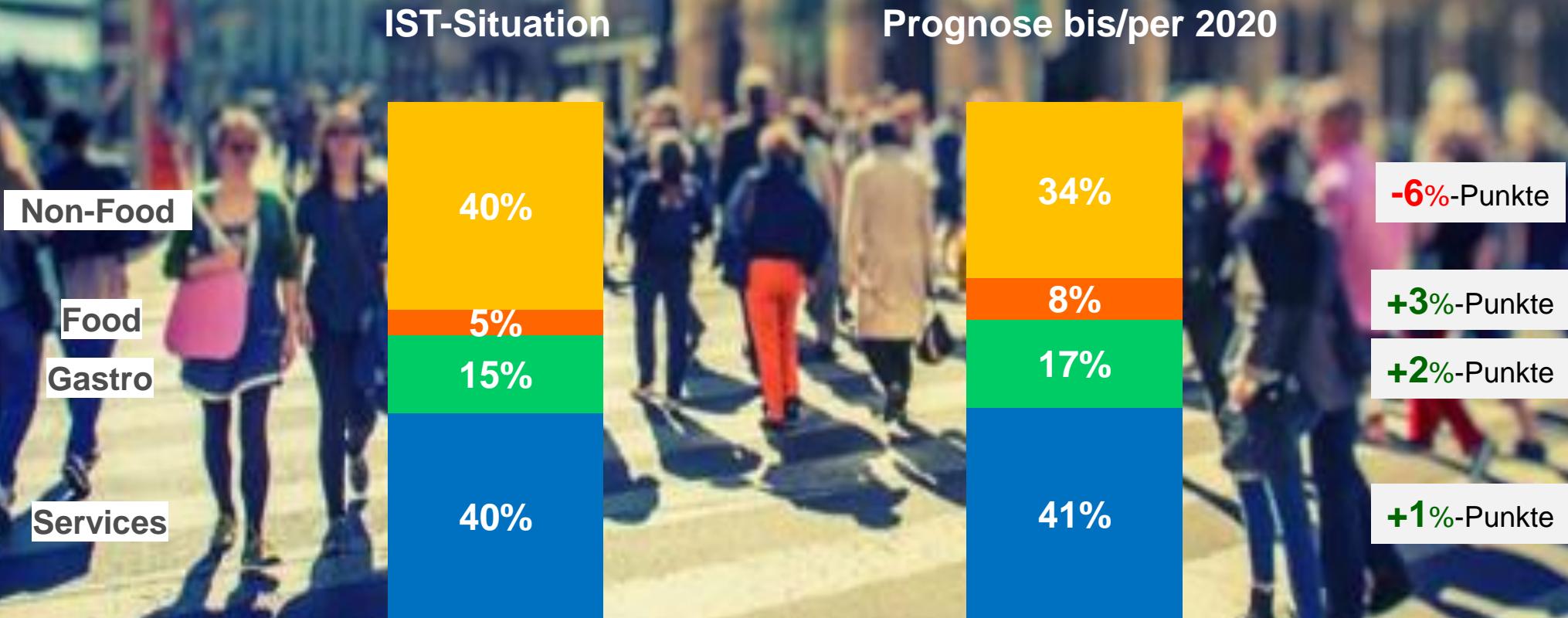
In allen Kategorien planen zwischen 5 und 15% der Stationär-Kunden, in naher Zukunft weniger stationär und dafür mehr online einzukaufen



«DER HANDEL IST
DORT WO DIE
KUNDEN SIND.»

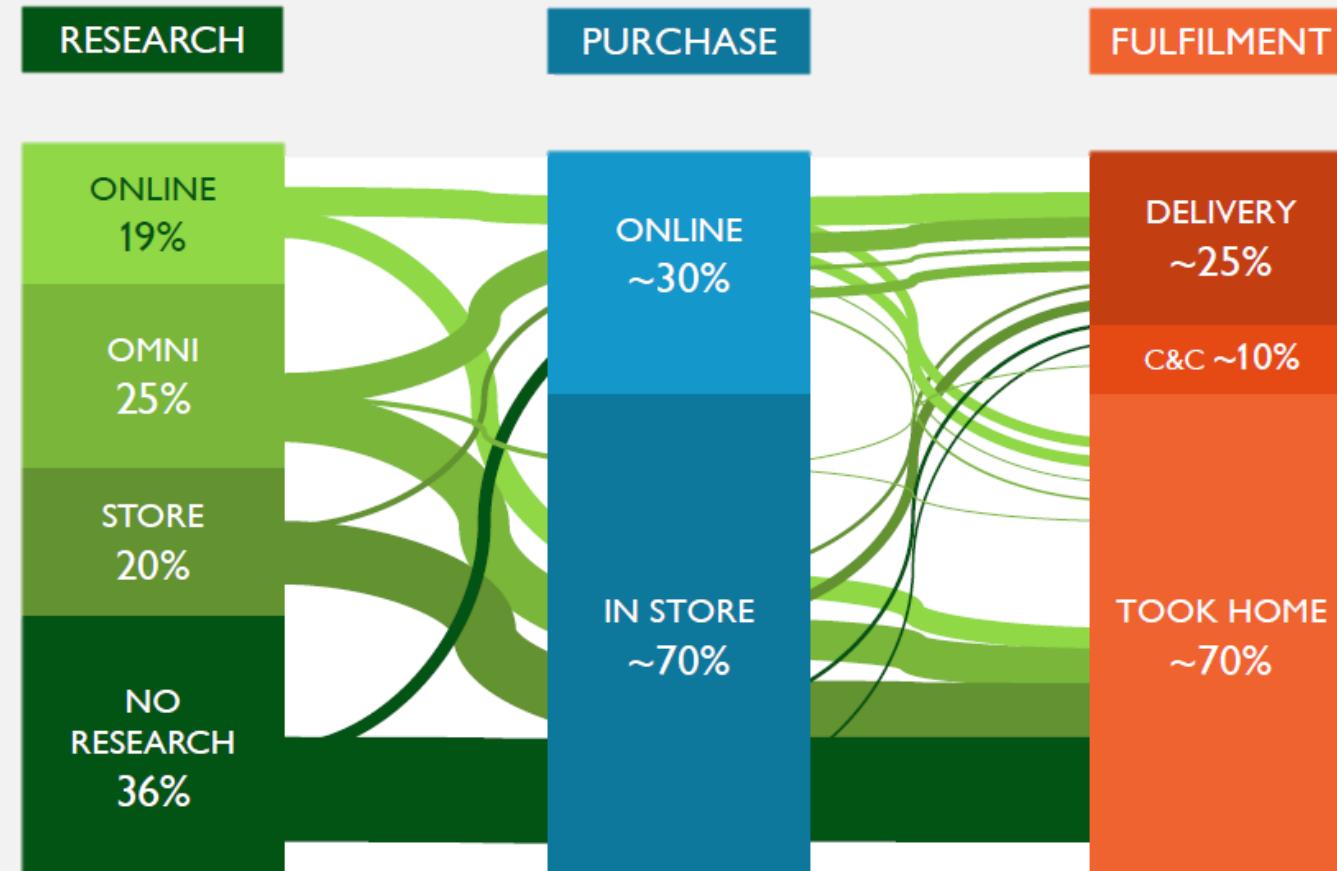
José Sanktjohanser, Präsident Handelsverband Deutschland HDE

Alle innenstädtischen Anspruchsgruppen sind gefordert: «Shopping» mutiert zunehmend zum «Eating»



Denn: Was sich am meisten und nachhaltig verändert hat ist das Kundenverhalten

Das Shopping «Öko-System» am Beispiel John Lewis (UK)



¹ Quelle: Simon Russell anlässlich des Omni Channel Forums 2017

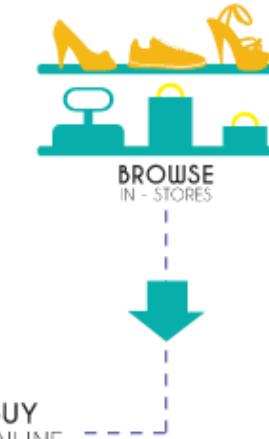
Der stationäre Handel bleibt, aber anders

Research Online – Purchase Offline «Webrooming»



46%

Research Offline – Purchase Online «Showrooming»

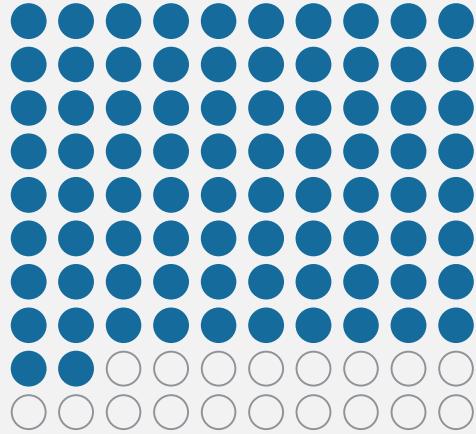


11%

Quelle: Führer & Hotz/Omni Channel Forum 2017
Basis: Repräsentativ-Umfrage bei 500 KonsumentInnen in der D-CH

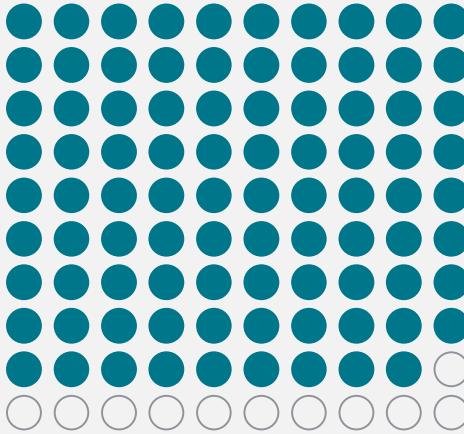
Stationäre Ladengeschäfte sind & bleiben unverzichtbar

Die bestmögliche (Umsetzungs-)Exzellenz am Stationär-POS bleibt wesentlich



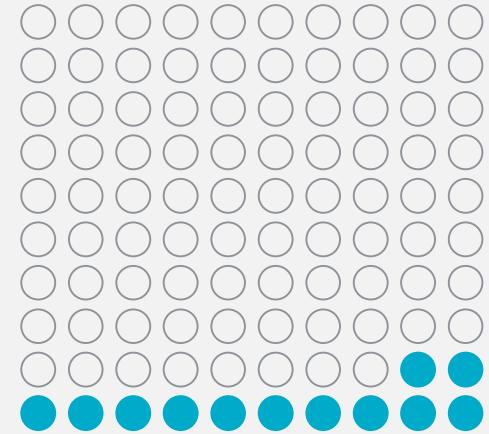
82%

aller Konsumenten besuchen
während dem Kaufprozess
ein lokales Geschäft



89%

der Umsätze im Detailhandel
werden laut Prognose auch
2022 stationär getätigt*¹



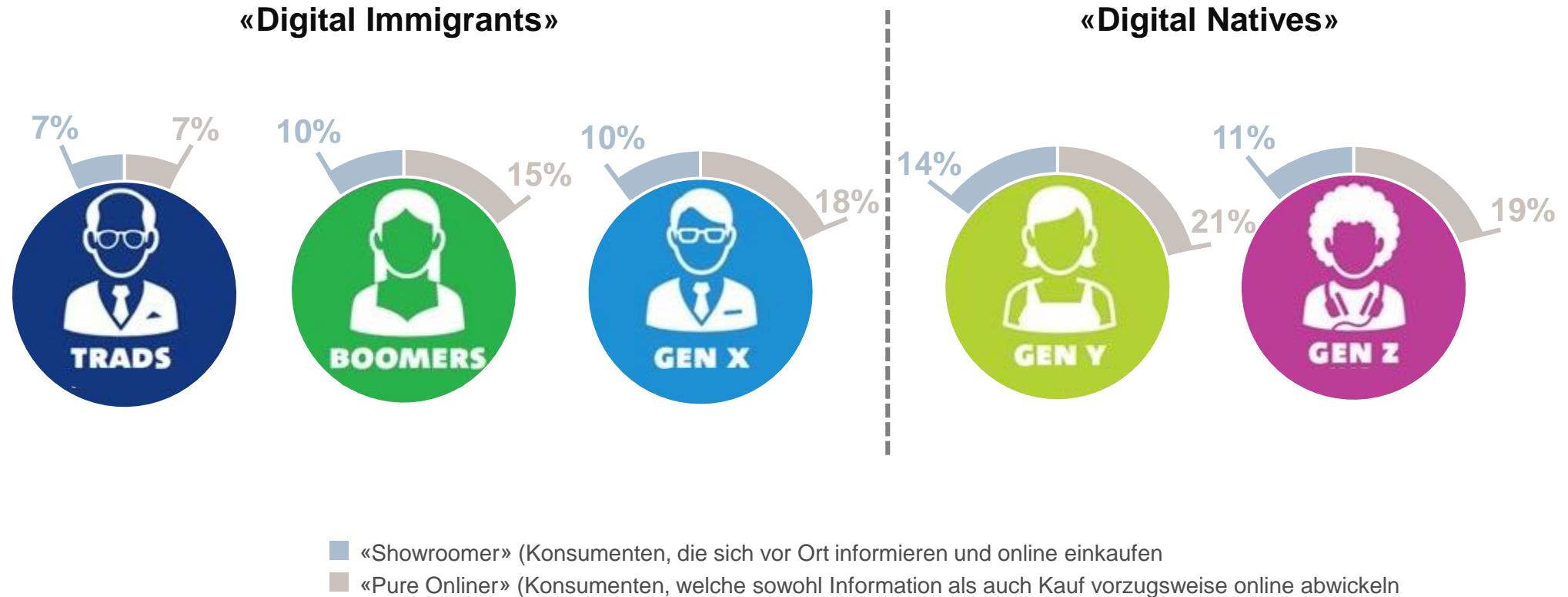
~12%

aller Shopper werden in
einem Warenhaus zu Käufern*²

*¹ Quelle: Retail Outlook CS 2017

*² Quelle: Verhaltensforschungsprojekt Fuhrer & Hotz am Beispiel Herrenkonfektion (Basis: Personen, die sich aktiv mit dem Sortiment auseinandersetzen)

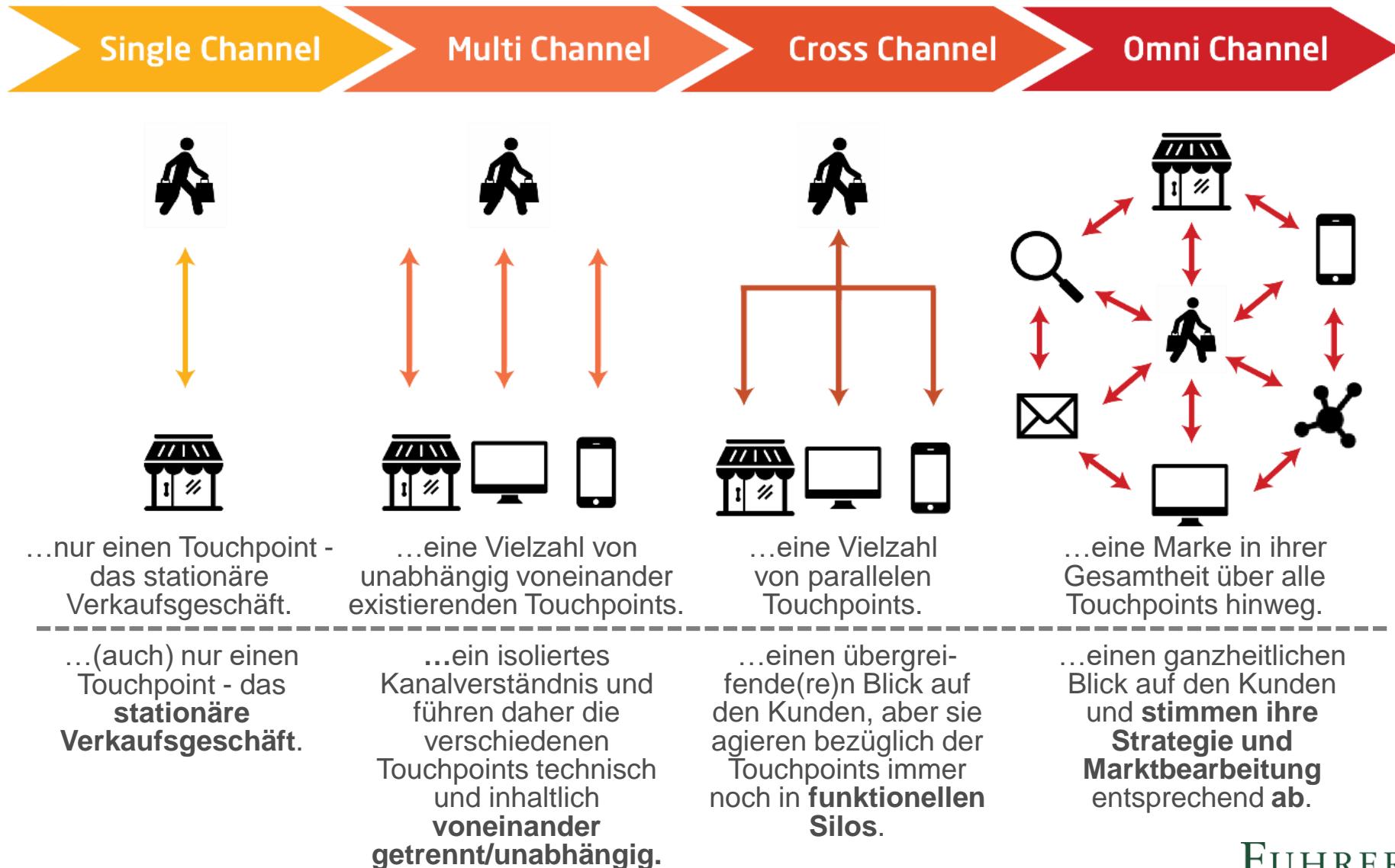
Die Online-Affinität nimmt von Generation zu Generation zu



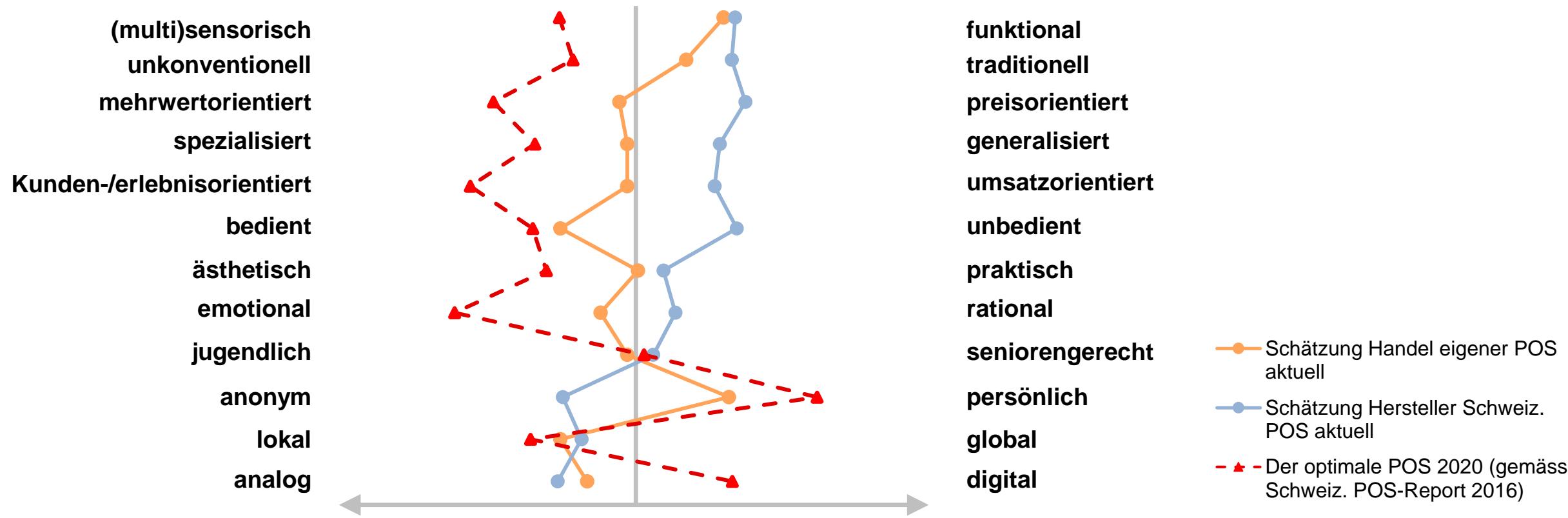
Quelle: Führer & Hotz

Basis (Omni Channel Studie 2017): 500 Personen in der D-CH

Definition «Omni Channel»: (K)ein alter Wein in neuen Schläuchen!



Attribute des idealen stationären Point of Sale: So denkt die Branche



Quelle: Schweiz. POS-Report 2018/Führer & Hotz auf Basis von 127 Experteninterviews mit Top-Entscheidern aus Handel und Hersteller



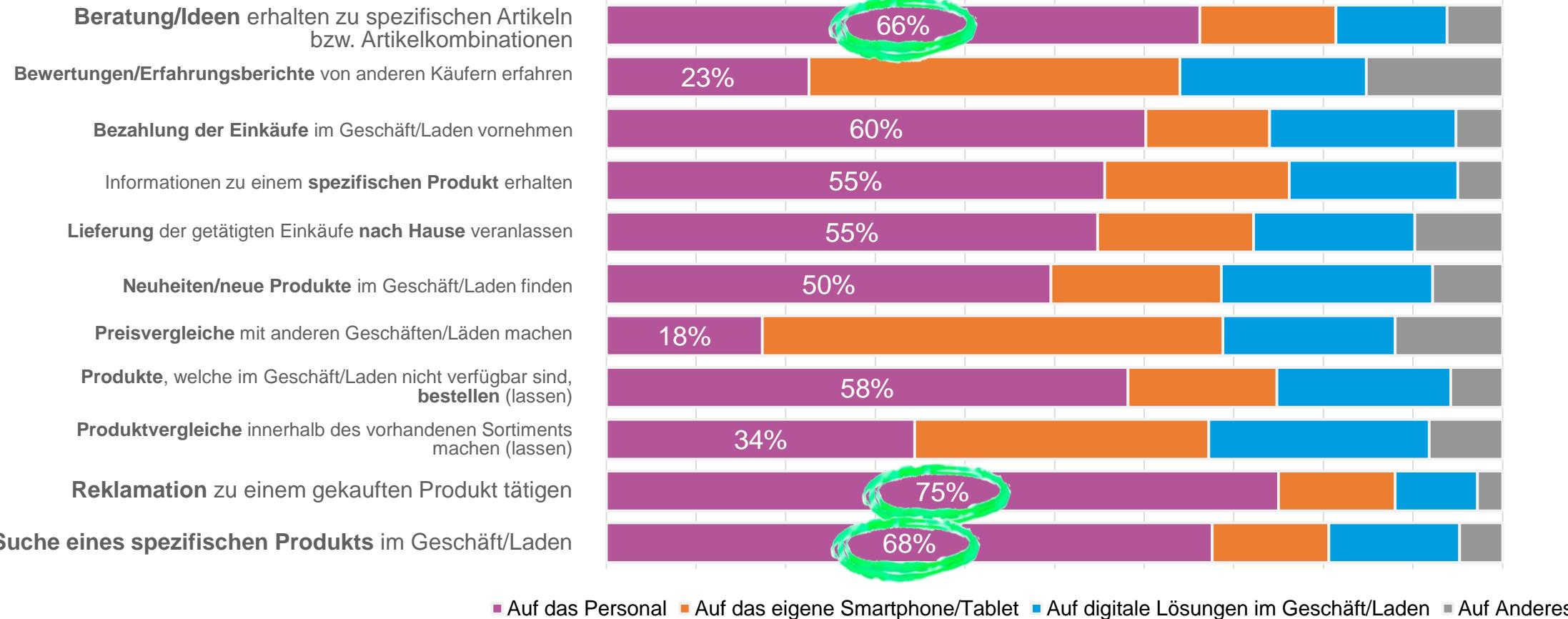
«DER DURCHSCHNITTLICHE KUNDE

SIEHT NUR EINEN
VIERTEL DES LADENS.»

Herb Sorensen aufgrund von Aufzeichnungen aus weit über einer Million Shoppingrouten

Mitarbeiter als wichtig(st)es Bindeglied vom/zum Shopper

Situationsbezogene Wünsche während des Einkaufs im Stationärhandel



Quelle: Fuhrer & Hotz/Omni Channel Studie 2017

Zusammenfassung & Ausblick



«ENTSCHEIDEND
IST AUF'M PLATZ.»

Fussball-Legende Adi Preissler

FUHRER & HOTZ

Excellence in Retailing

Dorfstrasse 13a • CH-6340 Baar

Telefon: 041 766 14 00 • Fax: 041 766 14 01

Internet: www.fuhrer-hotz.ch • E-Mail: info@fuhrer-hotz.ch

Mitgliedschaften

Ebeltoft Group
International Retail Experts

ESOMAR
|corporate