



Bildquelle: fotolia © Gerhard Seybert

Dr. Ernst Stahl
ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Der Handel im Wandel - Welche Entwicklungen finden derzeit statt?

SoftENGINE Solution Days
21. Juni 2018, Landau



ibi research an der Universität Regensburg GmbH

- Gründungsjahr 1993
- ibi research forscht und berät mit Schwerpunkt auf Innovationen rund um Finanzdienstleistungen und den Handel (angewandte Forschung)
 - Retail Banking
 - E-Business (Zahlungsverkehr und Handel: online und stationär)
 - Governance & Controlling
- Brücke zwischen Universität Regensburg („An-Institut“) und Praxis:
 - Beteiligung an der universitären Lehre (Vorlesungen, Masterarbeiten...)
 - ibi-Partnernetzwerk (über 40 Banken und Technologiedienstleister)
 - Herausgeber des jährlichen „ibi Website Rating“ (www.ibi.de/iwr)
 - Konsortialführer E-Commerce-Leitfaden (www.ecommerce-leitfaden.de)
- Etwa 20 interne Mitarbeiter
- Schulungsplattform ibi academy

Studien: messen, zählen, wiegen...



Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie



E-Commerce-Strategien für den mittelständischen Einzelhandel

Stand – Prognosen – Empfehlungen



ONLINE SHOP

Fortsetzung
AUSBLICK 2020



LIFERUNG



HANDEL



E-COMMERCE

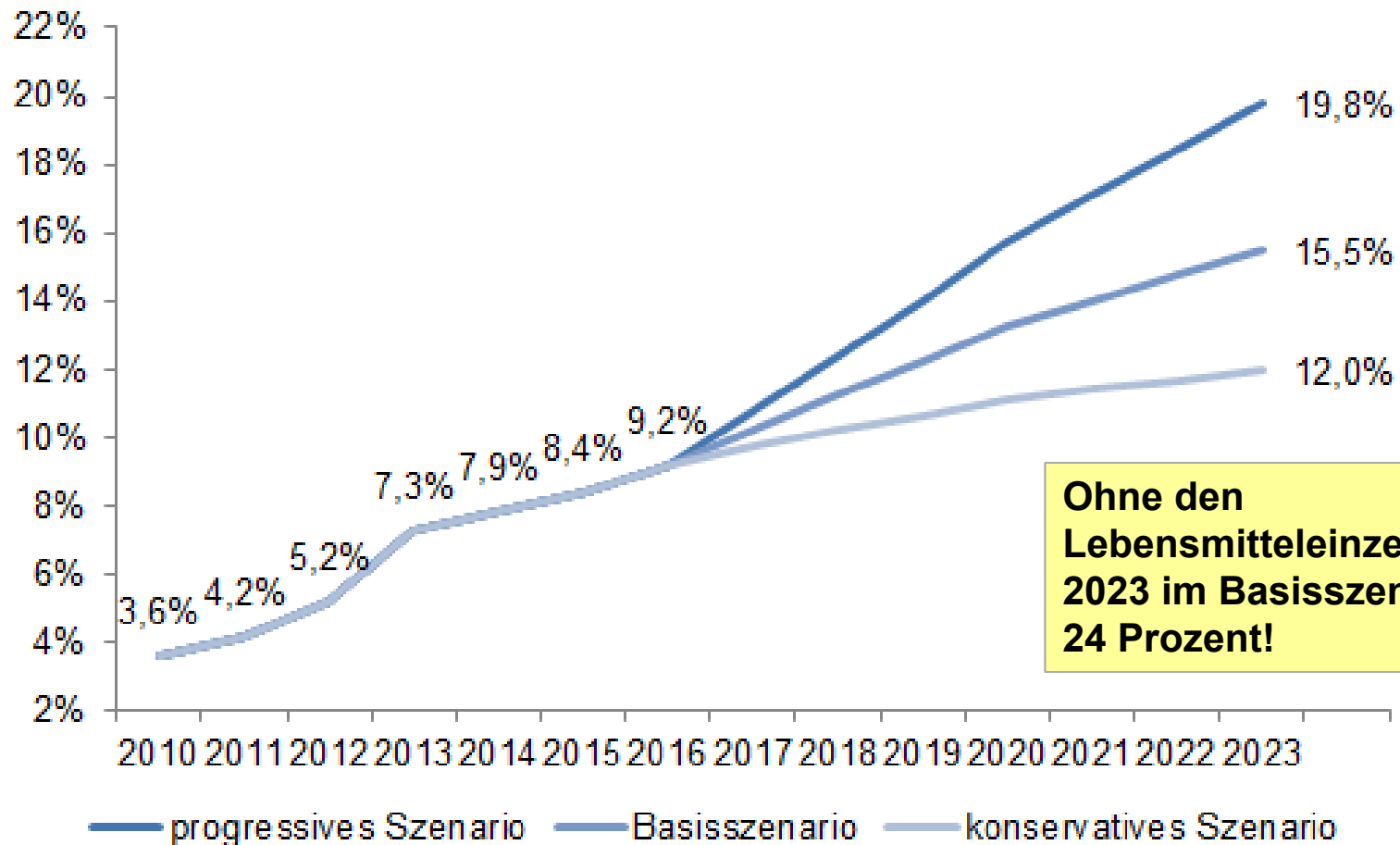
Bayern.
Die Zukunft.

www.stmw.bayern.de



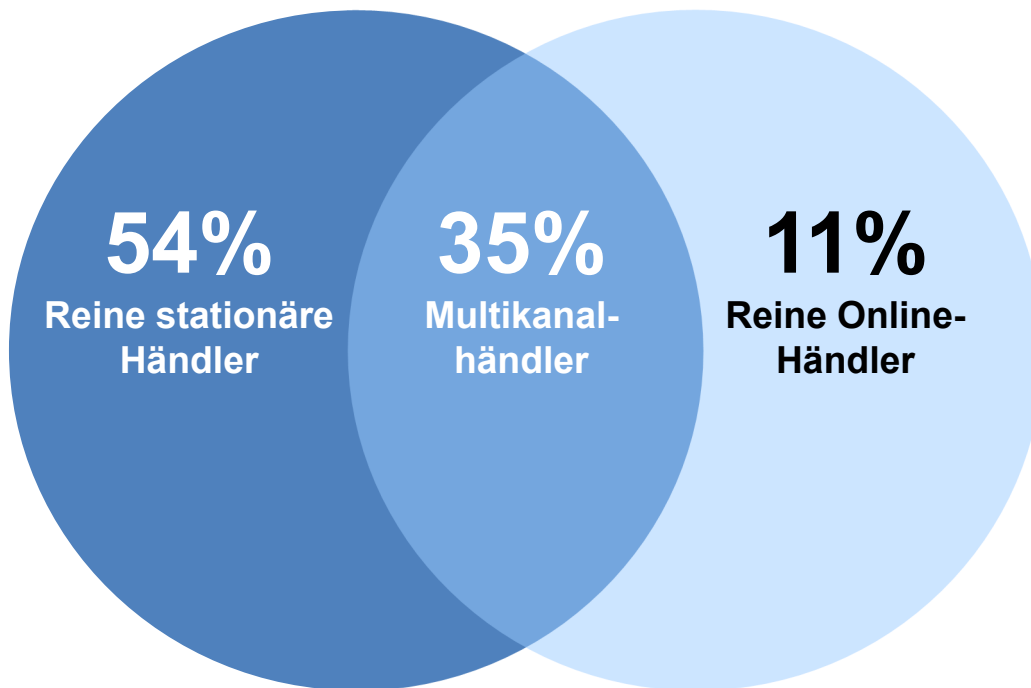
Der Anteil des E-Commerce-Umsatzes wächst bis 2023 weiter...

Entwicklung des E-Commerce-Anteils am Gesamtumsatz des Einzelhandels

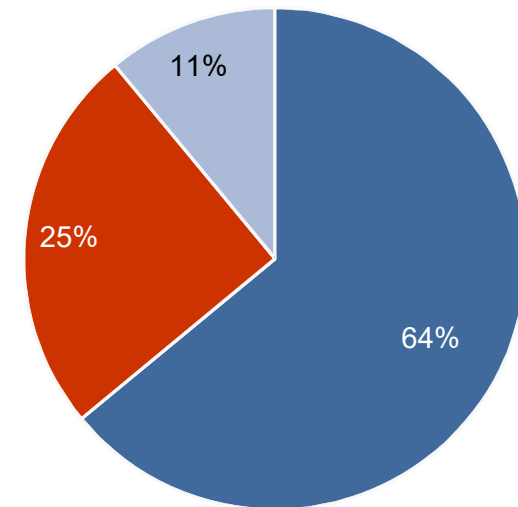


Insgesamt verkauft über die Hälfte bisher nicht im Internet –
jeder vierte google-mangelhaft

Kanalnutzung bzw. Händlerarten



Öffnungszeiten in Google My Business



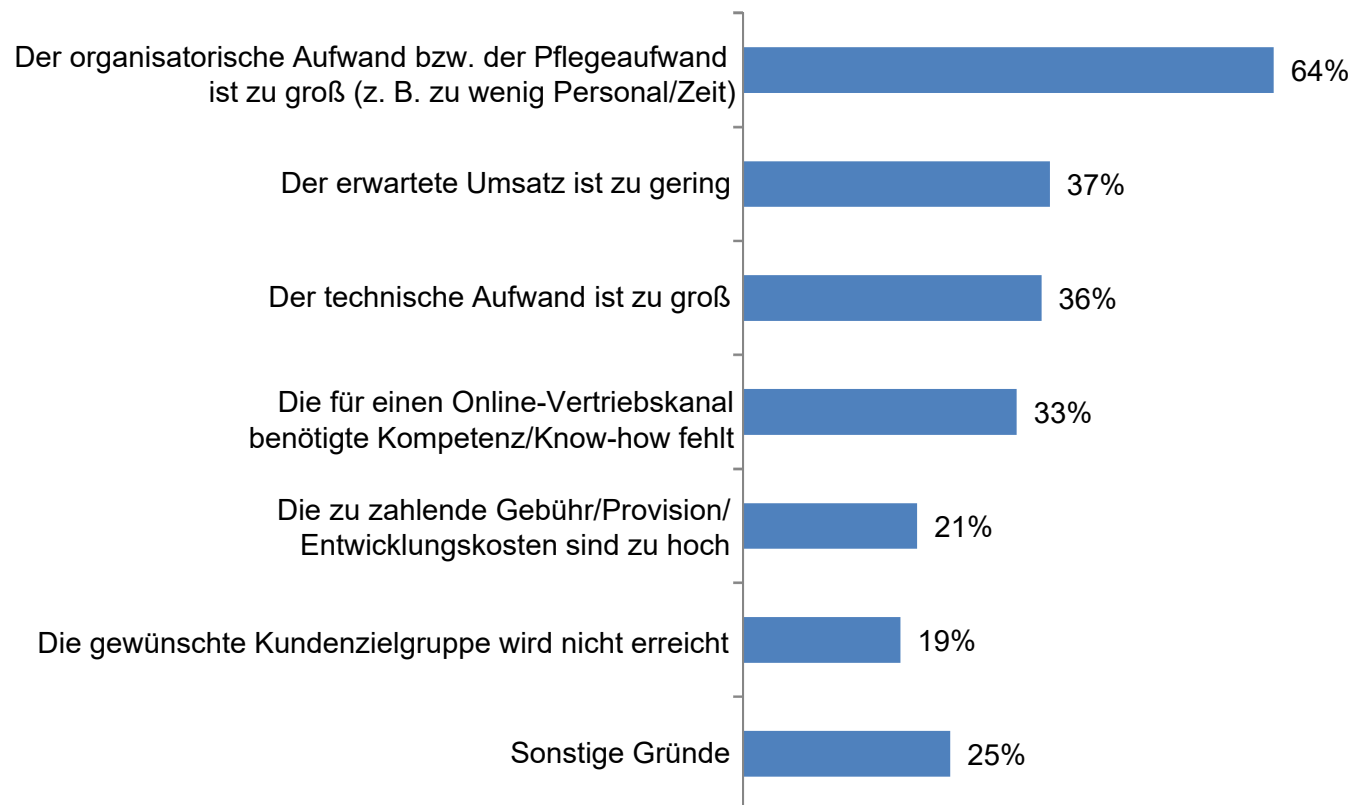
■ Ja

■ Nein

■ Kann ich nicht beantworten

Der Aufwand ist mit großem Abstand die Ursache, warum auf Online-Vertriebskanäle verzichtet wird

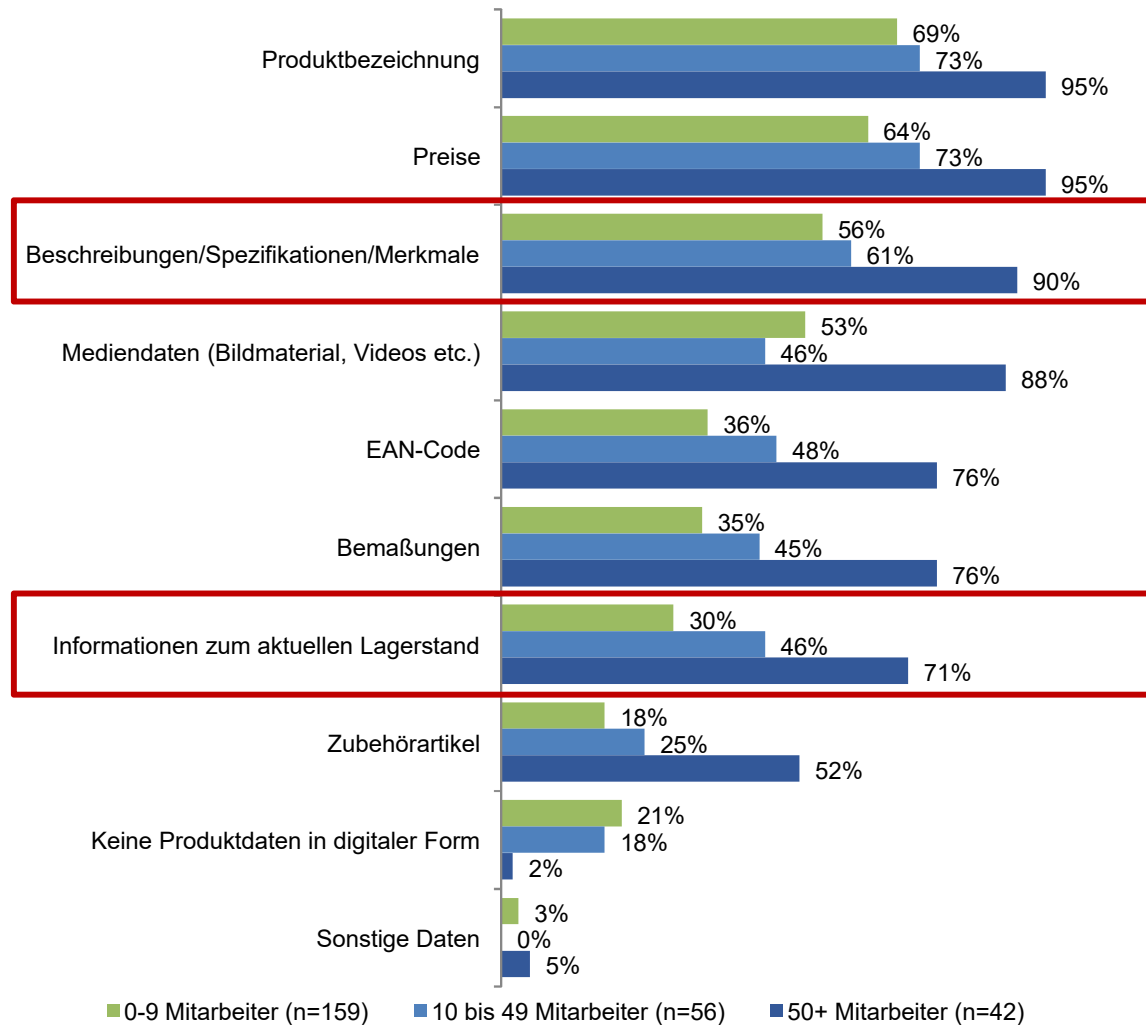
Warum nutzen Sie keinen Online-Vertriebskanal?



Fehlende zeitliche Ressourcen sind insbesondere für inhabergeführte Einzelhändler ein Hemmnis.

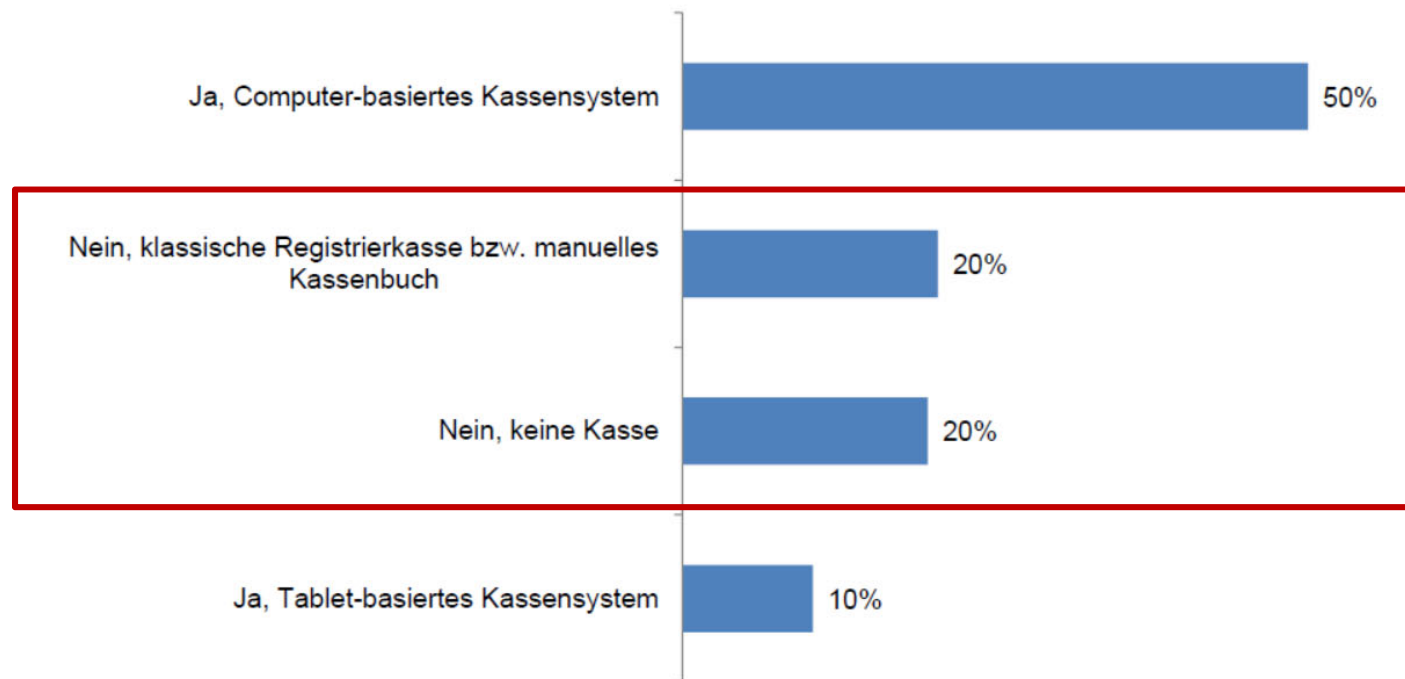
Gerade kleinere Einzelhändler haben Schwierigkeiten bei digitalen Produktdaten → online Angebot / Verkauf kaum möglich

Welche Produktdaten liegen Ihnen in digitaler Form vor?



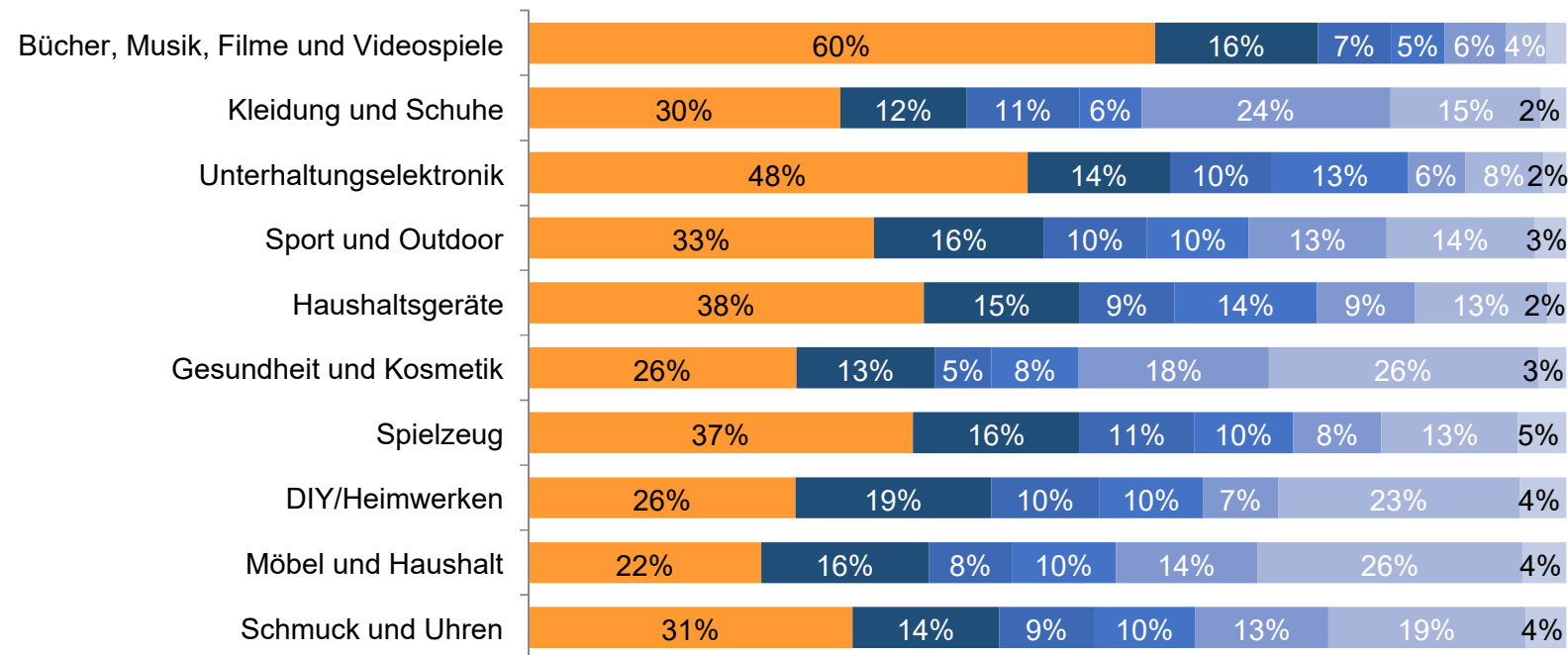
Rund 40% der Händler haben kein Kassensystem im Einsatz

Haben Sie ein Kassensystem im Einsatz?



Suchverhalten: Im Durchschnitt starten 34 Prozent der Produktsuchen für einen Online-Kauf bei Amazon...

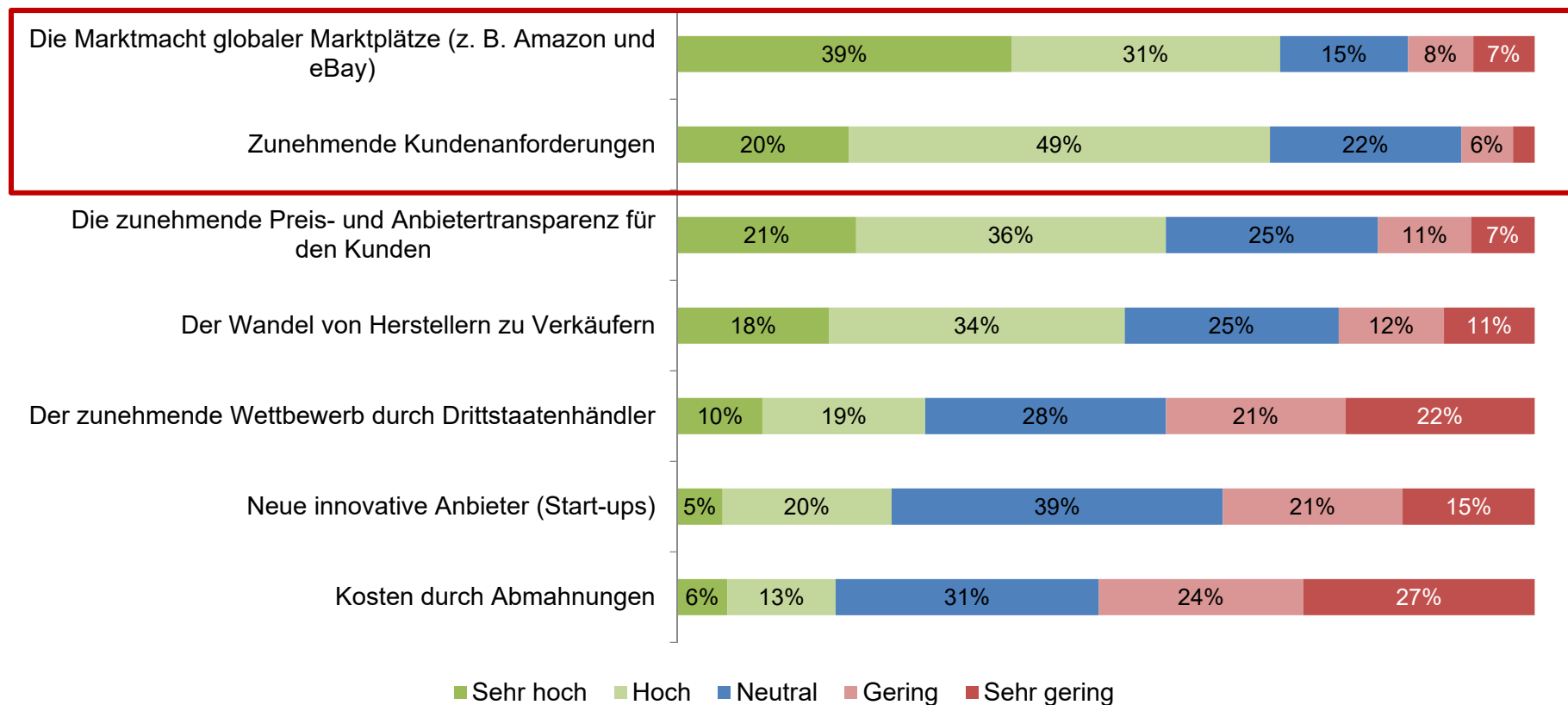
Wo recherchieren Sie nach einem Produkt, das Sie online kaufen wollen?



Amazon Google eBay Preisvergleichsportal Direkt in einem Online-Shop Stationäres Geschäft Sonstiges

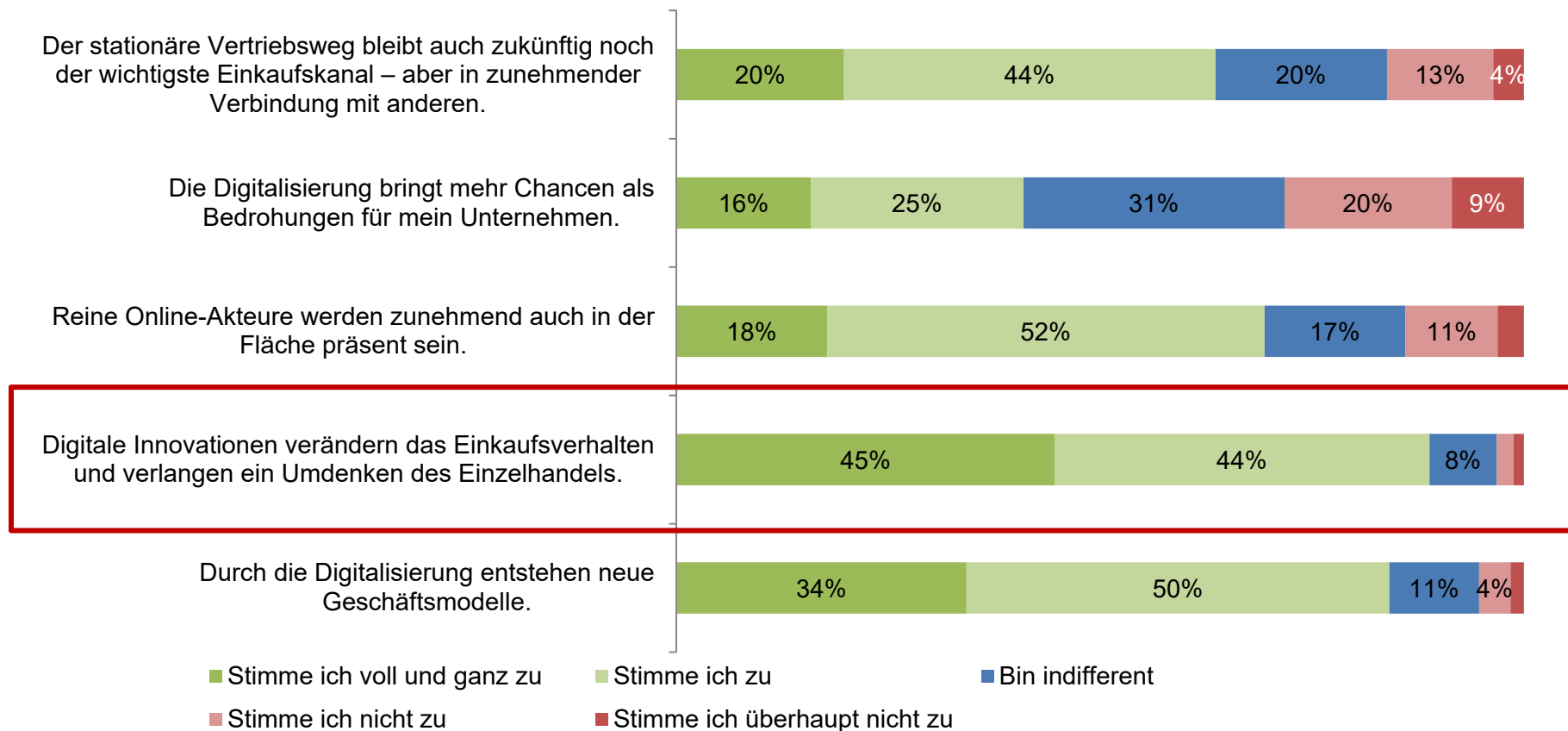
Globale Marktplätze werden als Bedrohung wahrgenommen, zunehmende Kundenanforderungen als große Herausforderung

Wie hoch sehen Sie den Einfluss der folgenden weiteren Punkte auf das Geschäftsmodell Ihres Unternehmens?



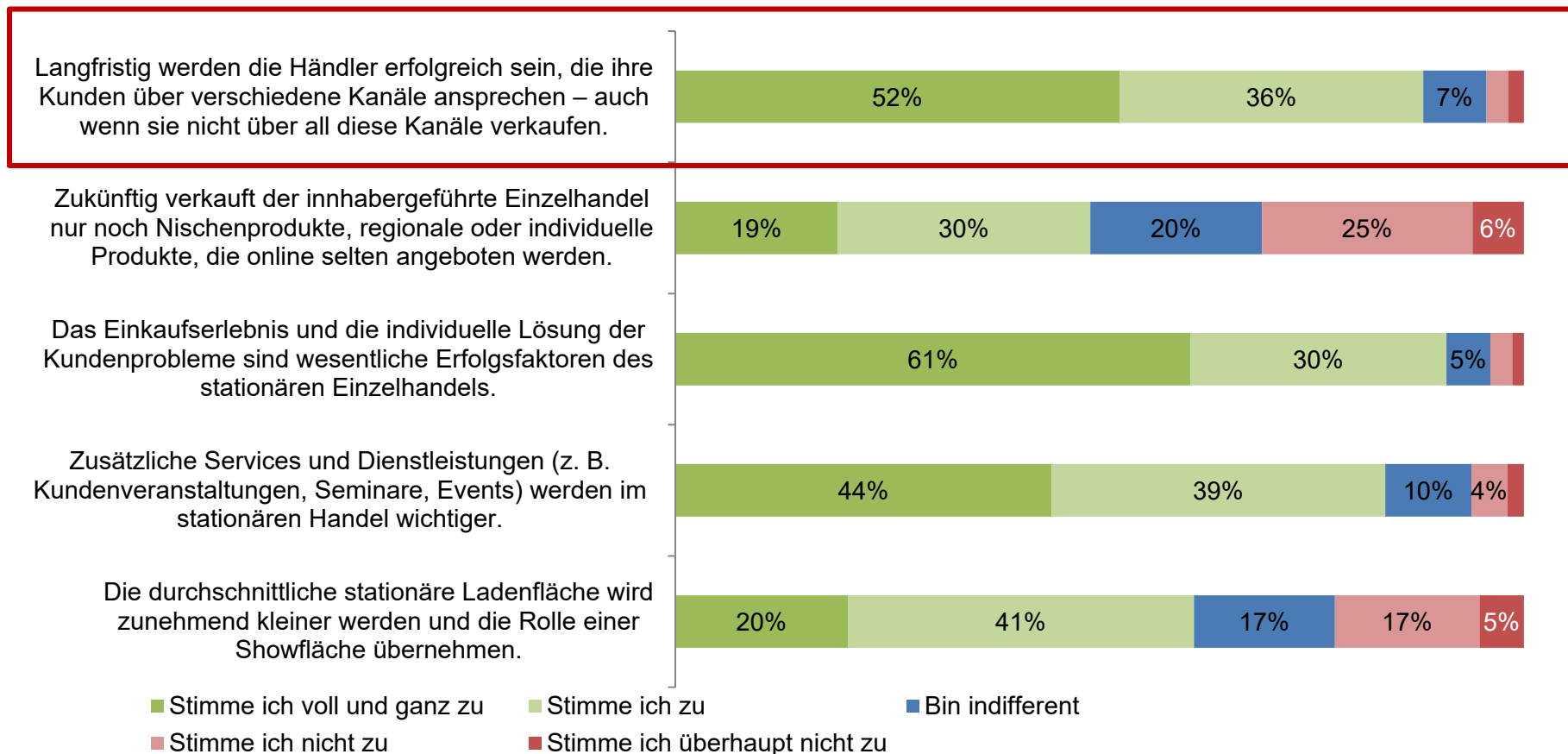
Die Händler sind gespalten, ob die Digitalisierung mehr Chancen oder mehr Risiken mit sich bringt

Wie beurteilen Sie die folgenden Aussagen zur zukünftigen Entwicklung (bis 2025) des gesamten Einzelhandels?



9 von 10 Händlern erwarten eine zunehmende Verbindung des stationären Vertriebswegs mit weiteren Kanälen

Wie beurteilen Sie die folgenden Aussagen zur zukünftigen Entwicklung (bis 2025) des gesamten Einzelhandels?



Es gibt bereits zahlreiche Lösungs(?)-ansätze...

City-Initiativen

Local Apps

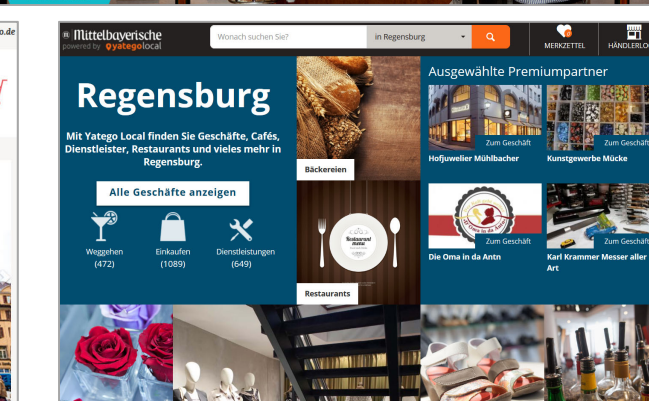
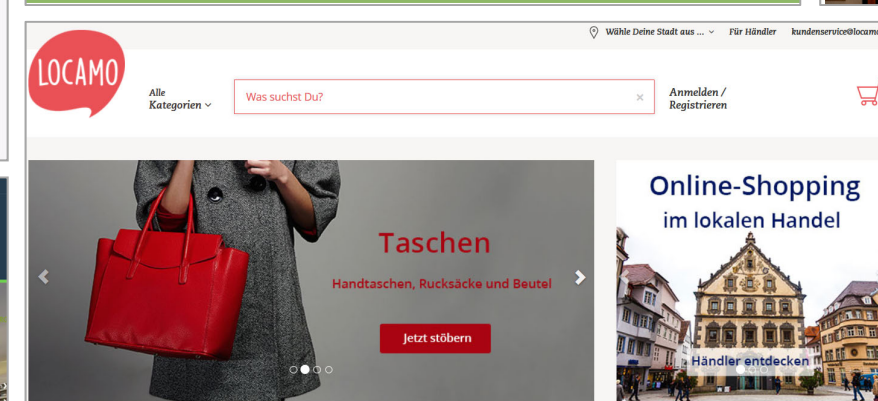
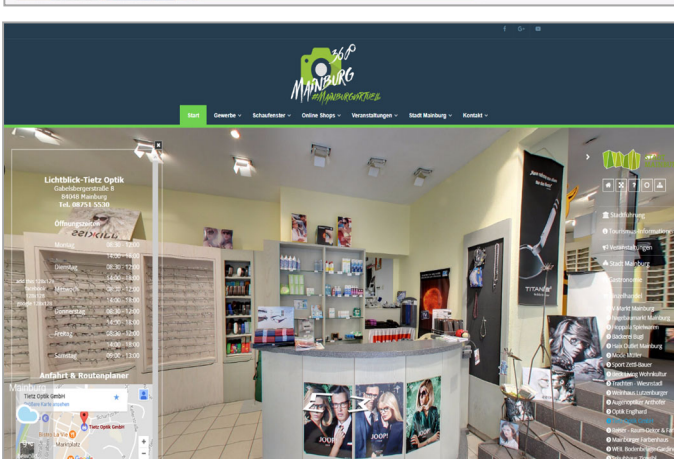
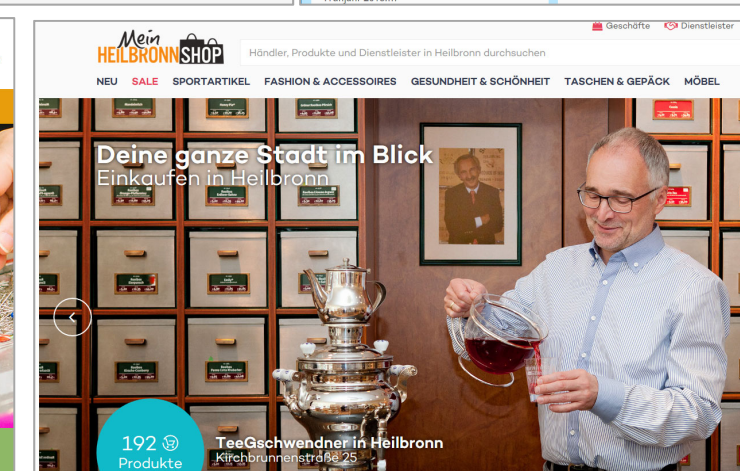
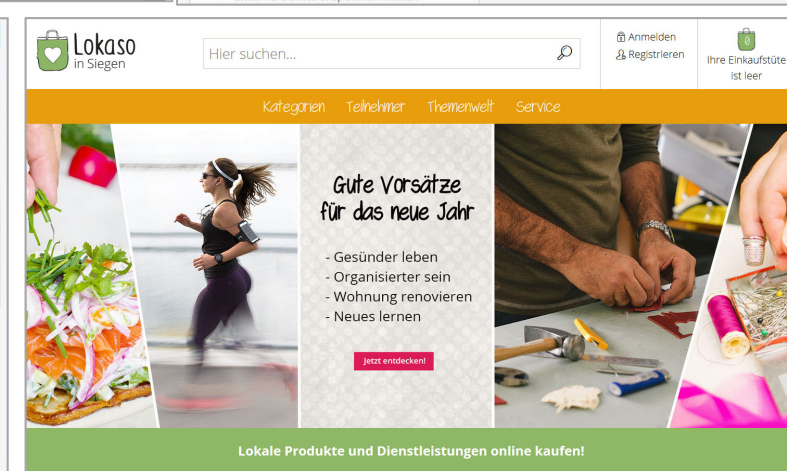
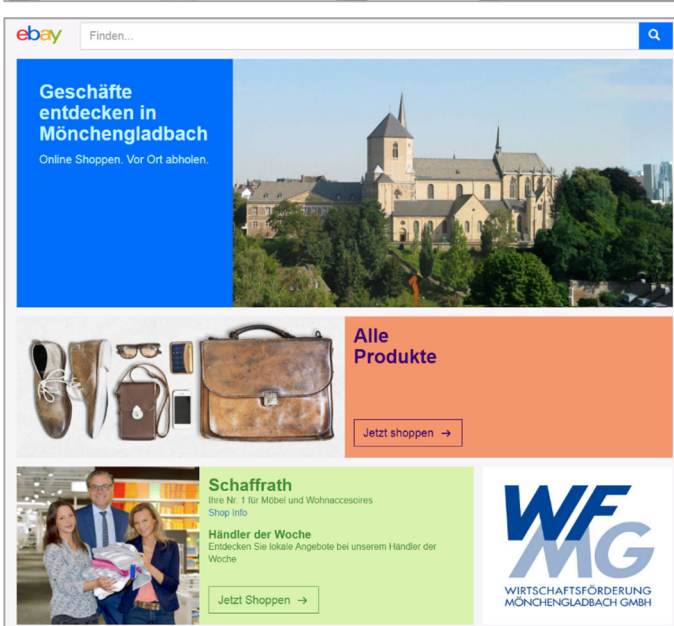
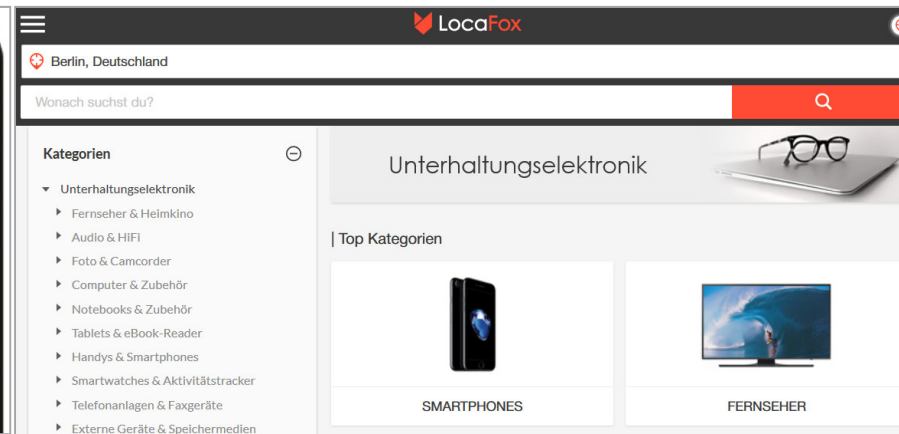
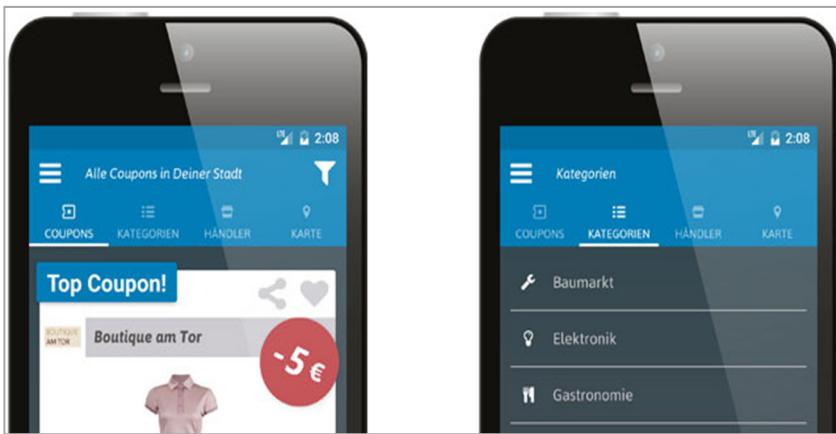
Regionale
Kooperationsprojekte

Lokale Online-Marktplätze

Digitale Schaufenster

Überregionale Online-Marktplätze

...



Beispiele für die bunte Vielfalt an lokalen Initiativen mit den unterschiedlichsten Ausprägungen und Konzepten im Hintergrund

Bildquellen: www.coupon-exklusiv.de; www.locafox.de/berlin/elektronik; www.gocoburg.de; www.ebay.de/rpp/mg; www.yategolocal.com/regensburg; www.siegen.lokaso.de; www.mein-heilbronn.de/de/handel/haendlersuche/teegschwendner.html; www.mainburg360.de; www.locamo.de

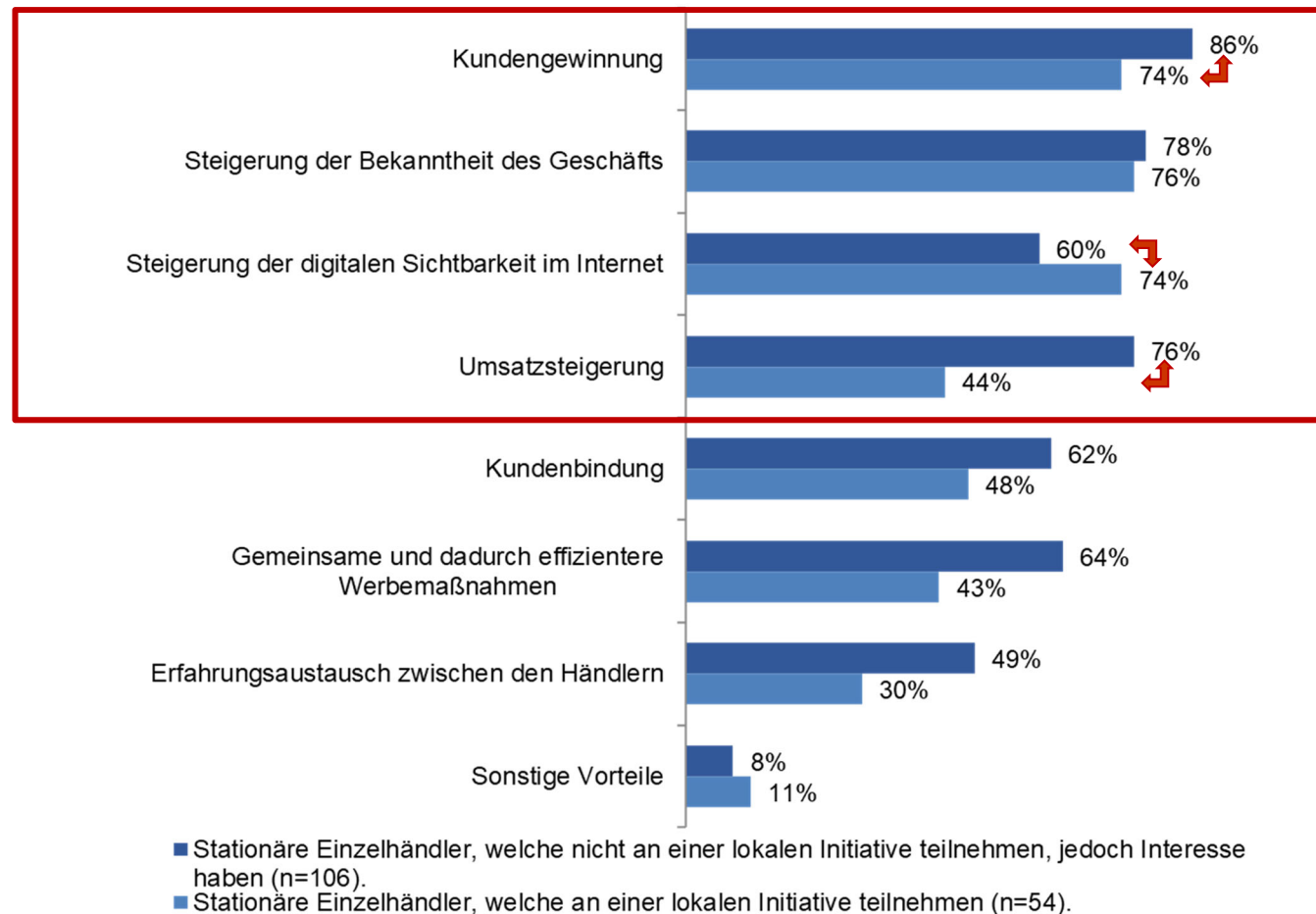
Aktuelle Studie: Lokale Initiativen zur Digitalisierung des Handels (April 2018)



www.ecommerce-leitfaden.de/ecl-newsletter

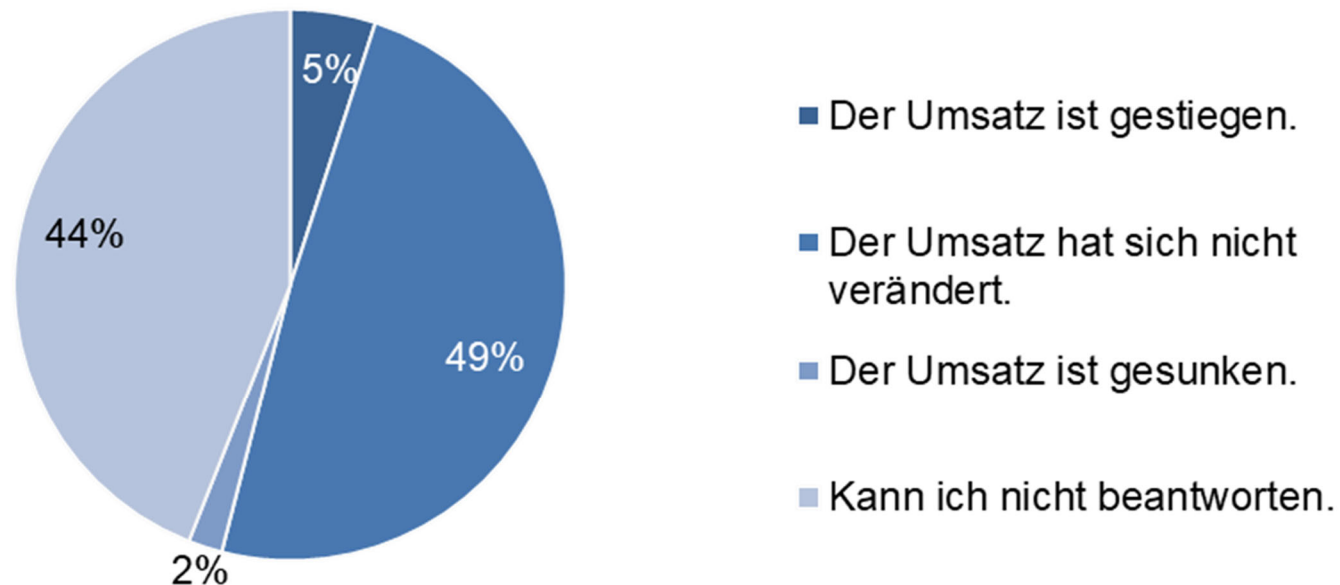
Händler versprechen sich vor allem: neue Kunden, Steigerung der Bekanntheit und Sichtbarkeit

Welche Vorteile bringt Ihnen diese Initiative bzw. welche Ziele verfolgen Sie mit der Teilnahme an der Initiative?



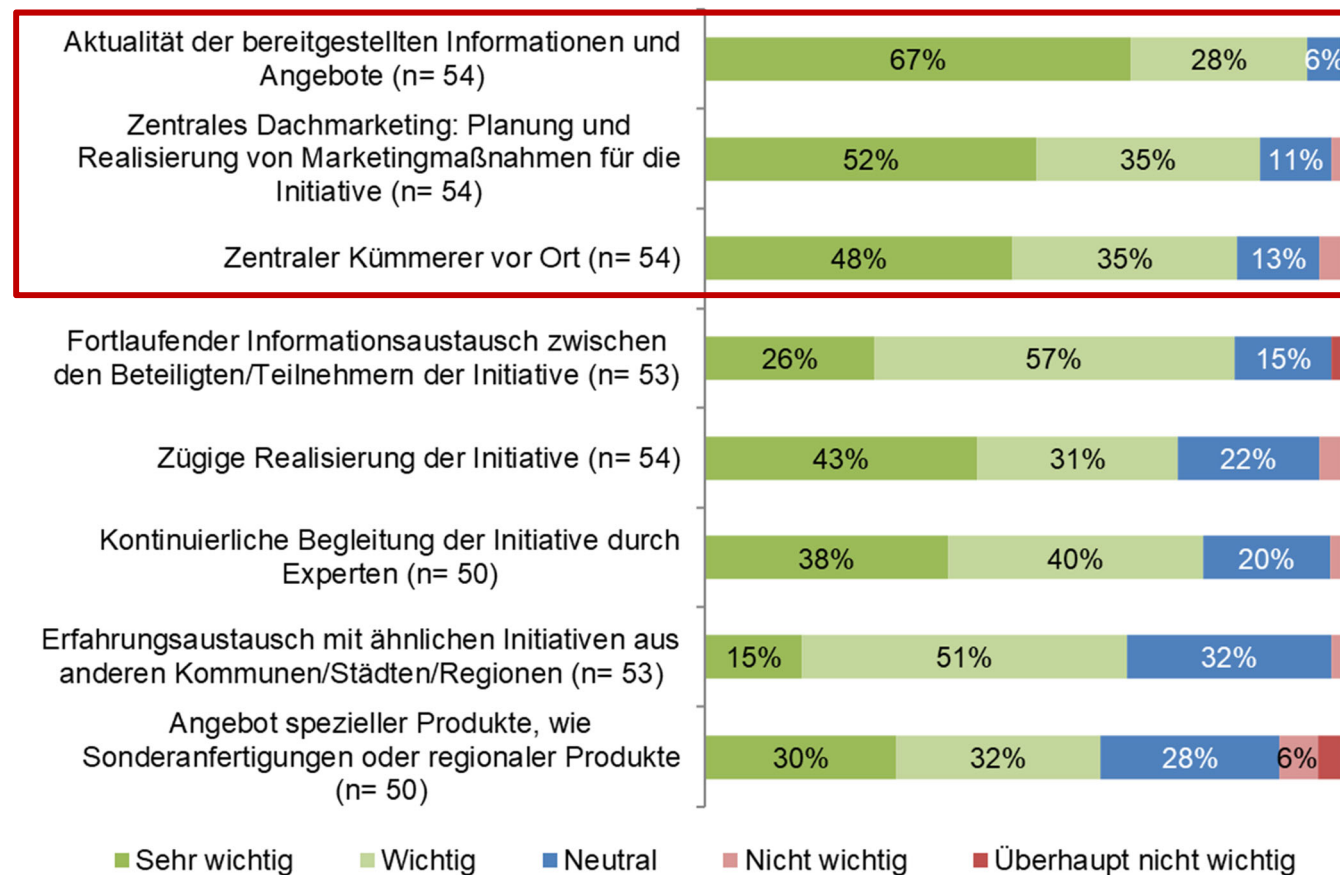
Nur 5% der an einer Initiative teilnehmenden Händler sind der Ansicht, dass ihr Umsatz gestiegen ist

Hat sich der Umsatz Ihres Geschäfts durch die Teilnahme an der Initiative verändert?

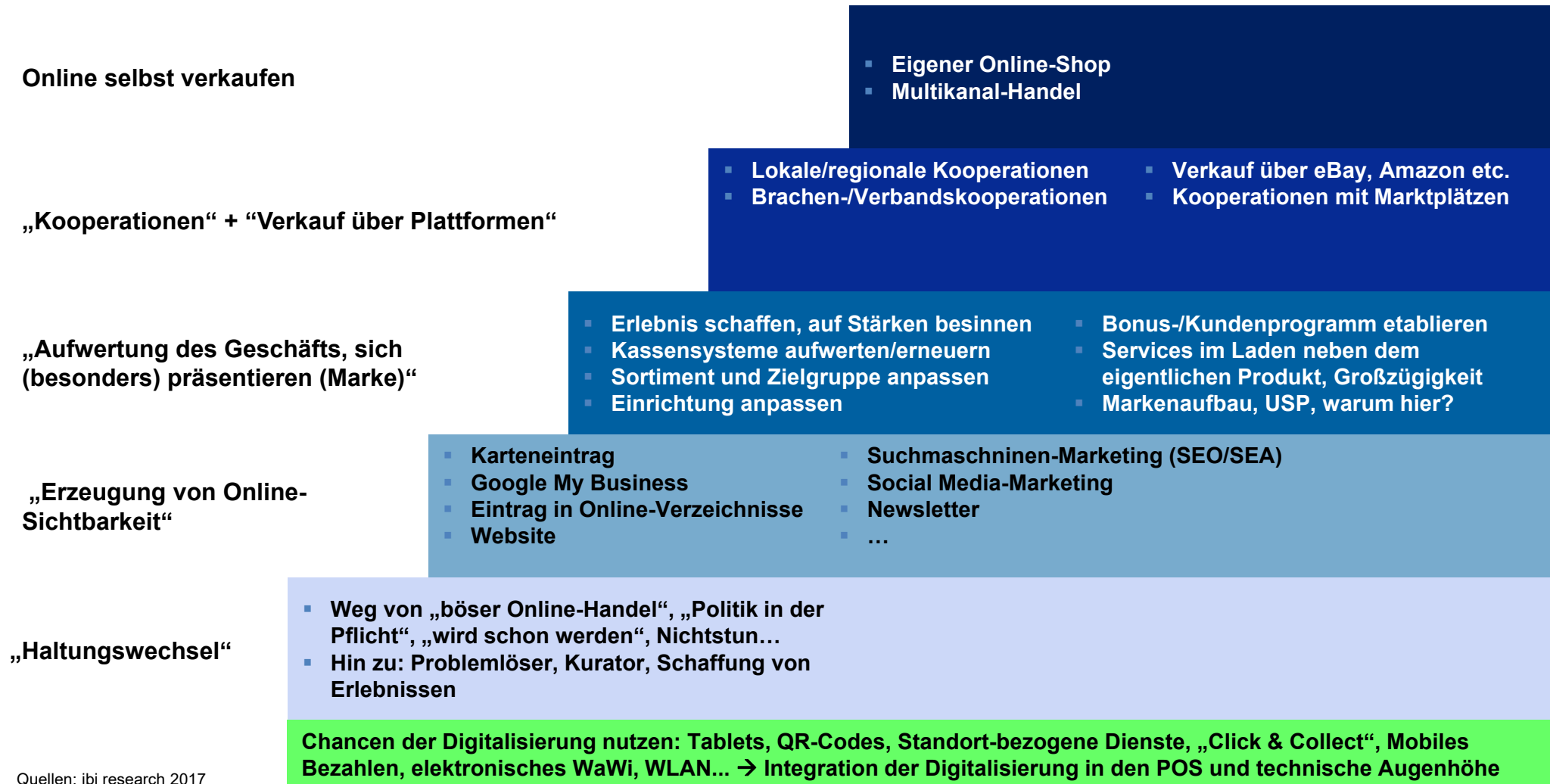


Unerlässlich: Aktualität, zentrales Dach-Marketing sowie ein Betreuer vor Ort

Welche Umstände sind aus Ihrer Sicht für den Erfolg eines Kooperationsprojektes bzw. einer Initiative von besonderer Bedeutung?



Entwicklungsausprägungen für den stationären Einzelhandel im Kontext der „Digitalisierung“



Zum Schluss

- „Man nehme...“: Es gibt leider kein Patentrezept
- Auch der Einzelhandel muss sich der Digitalisierung stellen und sich digitalisieren, damit die Chancen der Digitalisierung genutzt werden können
- Händler müssen ihre Mehrwerte/Alleinstellungsmerkmale darstellen
- Händler müssen deshalb aktiv entscheiden, wie sie reagieren. Und dies in einer Dimension wie sie es schon lange nicht mehr tun mussten

Achtung:

- Die digitale Welt ist Kundenalltag und der Kunde differenziert immer weniger
- Das heißt auf keinen Fall, dass jeder (alleine) Online verkaufen muss. Ganz im Gegenteil.
- ABER: Eine Digital-Präsenz ist Pflicht, um (mobil) gefunden zu werden!
- Die gelebte Online-Einkaufsrealität ist schwer zu ändern: bedingter Lokalpatriotismus
- Kooperationen können Sinn ergeben! Es geht aber nicht ohne Aufwand!

Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit...

Unsere Newsletter versorgen Sie mit den wichtigsten Informationen

www.zvnews.de

Zahlungsverkehrs-Newsletter KW 9 / 2018
An- und Abmelden | Archiv

Interbanken-Zahlungsverkehr / Electronic Banking

- 17. CIBI Innovationstag am 22.03.2018 in München: „2018: das Jahr der Umsetzung“
- Bundesbank-Studie „Zahlungsverhalten in Deutschland“: Bargeld bleibt am beliebtesten
- EBA CLEARING's instant payment system RT1 hits 500.000-transaction mark

Kartenzahlungen

- girocard: Pilotprojekt „Terminal ohne PIN-Pad“ startet

E- und M-Payment

- Sparkassen-Projekt Yomo verzögert sich
- Apple Pay: Auch in den USA bleibt der Durchbruch aus
- EU-Kommission will Bitcoin-Regulierung vorantreiben
- Studie: Jeder vierte Europäer kann sich vorstellen, mit Wearables zu zahlen
- Leitfaden „Innovatives Bezahlen“ veröffentlicht

Sonstiges

- Mitfahrdienst Blablacar bringt Bargeld-Zahlung zurück
- ING DiBa kauft Lendico

Interbanken-Zahlungsverkehr / Electronic Banking

17. CIBI Innovationstag am 22.03.2018 in München: „2018: das Jahr der Umsetzung“

ibi research, 28.02.2018

„2018: das Jahr der Umsetzung“: Unter diesem Motto steht die CIBI 2018. Über Digitalisierung wird viel diskutiert. FinTechs gegen oder mit Banken, Innovationen auf der grünen Wiese oder integriert in den Main Stream, schnelle Veränderungen an der Kundenschnittstelle und/oder neue Architekturen nach hinten. Nun ist es höchste Zeit, nach der konsequenten und überlegenen Umsetzung zu fragen: Wer hat seine PS besser auf die Straße gebracht, und wo wird in der nahen Zukunft noch der Turbo zugeschaltet? Seien es attraktive Frontends, Produkte mit Zusatznutzen, automatisierte Prozesse, Robo Advice und – häufig versteckt – weitere Anwendungen von künstlicher Intelligenz. Sei es in enger Zusammenarbeit in Netzwerken oder – seltener – ganz alleine mit einer unerwarteten Innovation. Die CIBI 2018 will am 22. März erfolgreiche Umsetzungsbeispiele zeigen, Erfolgsfaktoren identifizieren, aber auch Lerneffekte aus Misserfolgen präsentieren. Nutzen Sie jetzt noch die Gelegenheit zur Anmeldung!

→ nach oben → mehr bei ibi research

Bundesbank-Studie „Zahlungsverhalten in Deutschland“: Bargeld bleibt am beliebtesten

Bundesbank, 14.02.2018

Die Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland zahlen ihren Einkauf an der Ladenkasse weiterhin vorwiegend bar. Das geht aus der neuesten Studie der Deutschen Bundesbank zum „Zahlungsverhalten in Deutschland 2017“ hervor. Demnach begleichen Privatpersonen 48 Prozent der Waren und Dienstleistungen mit Banknoten und Münzen, etwa 40 Prozent zahlen mit Karte. Ungeachtet der zunehmenden Bedeutung unbarer Zahlungsmittel möchte die große Mehrheit von 88 Prozent der Befragten auch in Zukunft mit Bargeld bezahlen können. Eine Abschaffung oder Einschränkung des

Mit freundlicher Unterstützung von

EFIS
FINANCIAL SOLUTIONS

Klarna.

In Kooperation mit

ibi research
an der Universität Regensburg

Zahlungsverkehr

www.ecommerce-leitfaden.de

eCommerce Leitfaden

E-Commerce-Leitfaden
Events
Akademie
Studien
Partner
Über uns
Newsletter

Suchen ...

Startseite / Newsletter / Aktueller Newsletter

E-Commerce-Newsletter

Unter folgendem Link können Sie sich kostenlos für den E-Commerce-Newsletter anmelden.

Zur Anmeldung

E-Commerce-Newsletter

Newsletter KW 16 / 2017

Erfolgreich auf Amazon – ibi-Seminar am 17. Mai zeigt, wie's geht
Wenig zu meckern – Checkout meist kundenfreundlich umgesetzt
Update „Fred“: Straft Google Werbe-Seiten stärker ab?
Hermes Fulfillment erwägt Rückzug aus Drittgeschäft
eBay kündigt Neuerungen an und ändert Gebühren
Amazon bittet FBA-Händler stärker zur Kasse
Zweifel an Vorschriften für Händler zur Nutzung von Preissuchmaschinen
DHL startet mit Paket Pro Attacke auf Amazon Prime
Lokale Suche: Auf was Händler achten sollten
Kassenloser Supermarkt Amazon Go scheitert im Praxistest
Conversational Commerce – Beyond the hype!
Click & Collect – Status quo in Deutschland
Aktuelle Veranstaltungshinweise

Erfolgreich auf Amazon – ibi-Seminar am 17. Mai zeigt, wie's geht
ibi research, 19.04.2017
Amazon verstehen und erfolgreich nutzen! Das **ibi-Seminar** ist ideal geeignet für Entscheider und Führungskräfte von Markenherstellern und Händlern. Erfahren Sie an nur einem Tag alles, was relevant ist, um erfolgreich über Amazon zu verkaufen. Lernen Sie alles Wissenswerte über das System Amazon, insbesondere, wie Sie Ihre Produkte erfolgreich auf dem weltweit größten Marktplatz verkaufen können. Erfahrene Referenten mit viel Praxis-Wissen zum Verkauf über Amazon geben einen umfassenden und tiefen Einblick ins Thema und haben etliche Tipps & Tricks parat. Bis zum 26. April gilt noch der reduzierte Frühbucherpreis!
>> Mehr bei ibi research

Wenig zu meckern – Checkout meist kundenfreundlich umgesetzt
ibi research, 19.04.2017
In der ibi-Mystery-Shopping-Studie wurden 150 Online-Einkäufe getätigt und anhand eines strukturierten Kriterienkatalogs analysiert. Ziel war es, festzustellen, wie der Einkaufsprozess im

Studie: Trends und Innovationen beim Versand
Was erwartet der Kunde?

www.ecommerce-leitfaden.de/
versandstudie2017

Folgen Sie uns auf Twitter: @ecomleiten

Tweets von @ecomleiten

E-Commerce-Leitfaden @ecomleiten
Mehr dazu gibt es auch in unserem Amazon-

Internet-Handel

ibi academy – Wir machen unser Wissen zu Ihrem Wissen!



Die ibi academy bietet ein umfangreiches Schulungs- und Weiterbildungsprogramm für Finanzdienstleister und den Handel.

Ihre Vorteile:

- Fachliche Top-Qualität und solide wissenschaftliche Fundierung der Angebote
- Unterschiedliche Vertiefungsmöglichkeiten durch drei Formate: Vorträge, Seminare und Workshops
- Inhaltlich kompetente und didaktisch erfahrene Referenten
- Spezieller Zuschnitt der Veranstaltung auf Ihre Bedürfnisse
- Exzellentes Preis-Leistungsverhältnis

Sprechen Sie uns an oder melden Sie sich unter info@ibi.de

Kontakt

ibi research an der Universität Regensburg GmbH
Dr. Ernst Stahl
Galgenbergstr. 25
93053 Regensburg

Tel.: 0941 943-1923 bzw. -1901
Xing: www.xing.com/profile/Ernst_Stahl
E-Mail: ernst.stahl@ibi.de
Internet: www.ibi.de

© ibi research 2018, © Fotos: istockphoto.com, Fotolia.com, ibi research und weitere (vgl. Quellenangabe auf den Folien). Bitte beachten Sie auch die Quellenangaben auf den einzelnen Seiten selbst. Das Werk einschließlich aller Teile ist urheberrechtlich geschützt und Eigentum der ibi research an der Universität Regensburg (im Folgenden: ibi research). Das gilt insbesondere auch für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Eine kommerzielle oder sonstige gewerbliche Nutzung des Werkes oder von Teilen daraus ist nur nach vorheriger schriftlicher Vereinbarung zulässig.

Haftungserklärung:

Das Werk mit seinen Inhalten wurde mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt und gibt den zum Zeitpunkt der Erstellung aktuellen Stand wieder. Dennoch kann für seine Vollständigkeit und Richtigkeit keine Haftung übernommen werden. Durch die Rundung einiger Umfragewerte kommt es vereinzelt zu von 100 % abweichenden Gesamtsummen.

Interviews und Kommentare Dritter spiegeln deren Meinung wider und entsprechen nicht zwingend der Meinung von ibi research. Fehlerfreiheit, Genauigkeit, Aktualität, Richtigkeit, Wahrheitsgehalt und Vollständigkeit der Ansichten Dritter können seitens ibi research nicht zugesichert werden.

Die Informationen Dritter, auf die Sie möglicherweise über die in diesem Werk enthaltenen Internet-Links und sonstigen Quellenangaben zugreifen, unterliegen nicht dem Einfluss von ibi research. ibi research unterstützt nicht die Nutzung von Internet-Seiten Dritter und Quellen Dritter und gibt keinerlei Gewährleistungen oder Zusagen über Internet-Seiten Dritter oder Quellen Dritter ab.

Die Angaben zu den in diesem Werk genannten Anbietern und deren Lösungen beruhen auf Informationen aus öffentlichen Quellen oder von den Anbietern selbst.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Warenbezeichnungen, Handelsnamen und dergleichen in diesem Werk enthaltenen Namen berechtigt nicht zu der Annahme, dass solche Namen und Marken im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann genutzt werden dürften. Vielmehr handelt es sich häufig um gesetzlich geschützte, eingetragene Warenzeichen, auch wenn sie nicht als solche gekennzeichnet sind. Bei der Schreibweise hat sich ibi research bemüht, sich nach den Schreibweisen der Hersteller zu richten.

Trotz der Vielzahl an Informationen sowie aufgrund einer dem ständigen Wandel unterzogenen Sach- und Rechtslage kann das Werk jedoch keine auf den konkreten Einzelfall bezogene Beratung durch jeweilige fachlich qualifizierte Stellen ersetzen. Unsere Partner stehen Ihnen gerne auch als Anlaufstelle zur Verfügung. Bei Anregungen, Kritik oder Wünschen zu diesem Werk würden wir uns sehr über Ihre Rückmeldung freuen. Schreiben Sie uns an cceb@ibi.de eine E-Mail.