

Veränderung der B2C/B2B Markt- strukturen durch E-Commerce

Studienergebnisse



Inhalt	Seite
A. Management Summary	3
B. Fragestellung der Studie	6
D. Handlungsempfehlungen für DIY- und Fachhandel	18
E. Fazit	24
F. Anlage	27

A. Management Summary



E-Commerce wird sich bis 2030 quer über alle Vertriebsstufen hinweg (inkl. B2B) zu einem wesentlichen Absatzkanal entwickeln

Management Summary (1/2)

- > Studie von **Roland Berger** und dem **BHB – Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V.** (BHB) zu **Veränderungen der B2C/B2B-Marktstrukturen durch E-Commerce** basiert auf einer Befragung von über 30 Lieferanten, Großhändlern und Handwerkern
- > Nach Einschätzung der Studienteilnehmer wird im Jahr **2030 rund ein Viertel des Einkaufsvolumens über E-Commerce** erfolgen
- > Insbesondere für den **Großhandel** scheint diese Entwicklung große Chancen zu bieten, sich vor allem dank seiner **Logistiker-Eigenschaften, seines umfangreichen Sortiments und seiner detaillierten Produktbeschreibungen** erfolgreich als **E-Commerce-Provider** zu positionieren. Er wird jedoch durch **Lieferanten und DIY- & Fachhändler** unter Druck gesetzt, die ihr **E-Commerce-Angebot** durch eigene **Online-Auftritte** ebenfalls ausbauen
- > Zugleich werden DIY- & Fachhändler zunehmend durch **online bedingte Preistransparenz** sowie **online bestellte Direktlieferungen** von Lieferanten und Großhandel unter Druck gesetzt. Ein Fortbestehen beider **Handelsstränge bis 2030** wird erwartet; jedoch mit zunehmendem **Verdrängungswettbewerb** zwischen DIY- und Fachhandel sowie **Verteilungskampf innerhalb beider Formate**

E-Commerce wird sich bis 2030 quer über alle Vertriebsstufen hinweg (inkl. B2B) zu einem wesentlichen Absatzkanal entwickeln

Management Summary (2/2)

- > Unter den **Handwerkern** ist die **Online-Kaufaffinität** noch relativ **gering**, ein **Unterschied zwischen den Generationen** jedoch deutlich erkennbar und ein **weiterer Anstieg erwartet**. Die Rolle der Handwerker könnte sich mit der weiteren Gewichtung des Online-Anteils ebenfalls verändern: Sobald das **Produkt im Mittelpunkt** der Leistung steht, werden Handwerker verstärkt zum **puren Service-Provider**
- > Auf Basis der Interviews wurde ersichtlich, dass sich die Beschäftigten **intensiv mit Veränderungen der nahen Zukunft** auseinandersetzen, **Entwicklungen bis 2030** hingegen nur **schwer** eingeschätzt werden können
- > Zu den von Roland Berger **empfohlenen Handlungsoptionen für den DIY- und Fachhandel** zählt die **Forcierung eines Multi-Channel-Ansatzes**, eine **separate Positionierung pro Warengruppe** sowie der **Aufbau strategischer Partnerschaften** mit ausgewählten Großhändlern zur gemeinsamen E-Commerce-Entwicklung

B. Fragestellung der Studie



Studienhintergrund und Aufbau

Fragestellung

Inwiefern verändert E-Commerce die deutsche Großhandels-/Fachhandels-/DIY-Struktur?



Studienaufbau



**Ausführliche Interviews mit rd. 30 Lieferanten/
Großhändlern und Handwerkern geführt**

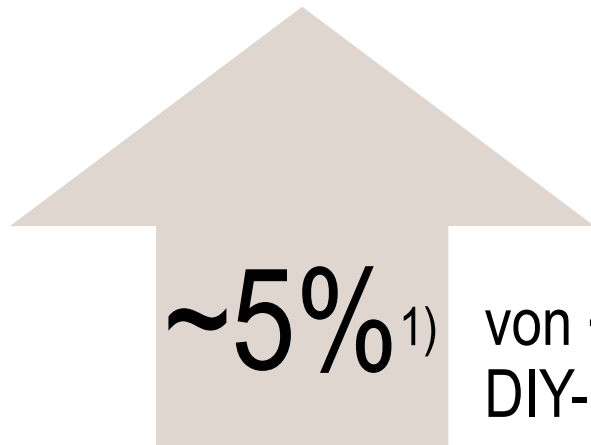
Unterschiedliche Warengruppen:

Werkzeuge/Elektro, Bauelemente, Boden-/Wandbeläge, Gartenbau, Beleuchtung, Sanitär

Fragen zu unterschiedlichen Themenblöcken:

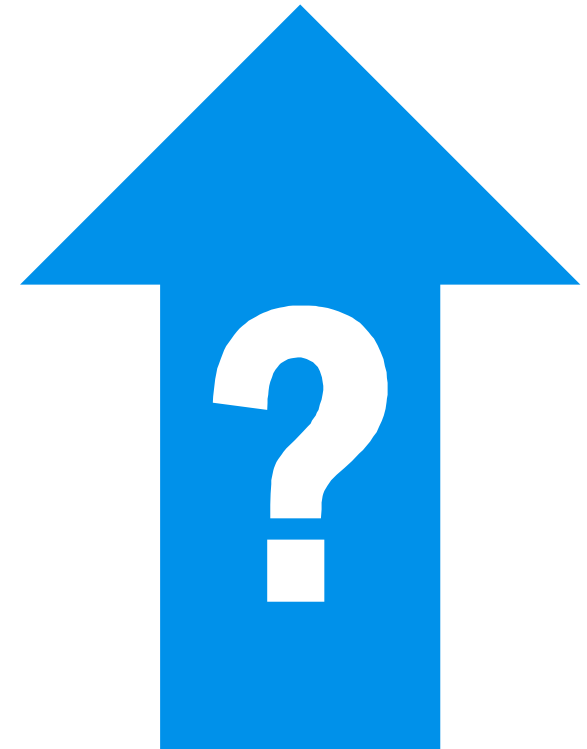
Bedeutung Online, Gestaltung des Onlinevertriebs bzw. -handels, Auswirkungen des Onlinehandels, Rolle des Großhandels/stationären Handels

E-Commerce-Anteil betrug in 2014 5% vom DIY-Marktvolumen –
Wie hoch schätzen Sie den Anteil im Jahr 2030?



2014

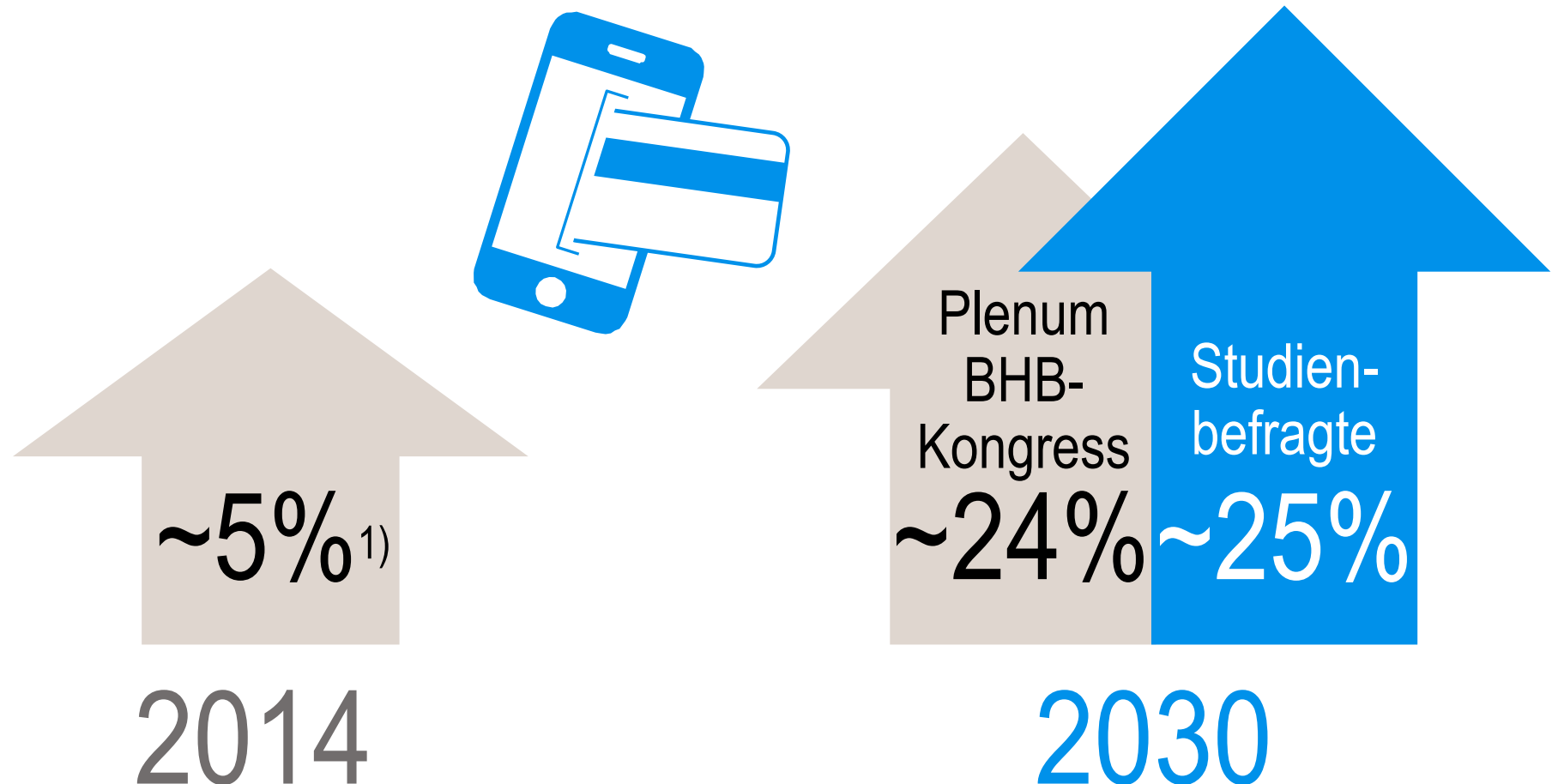
von ~ 44,2 Mrd. EUR
DIY-Marktvolumen gesamt



2030

1) Inklusive Online-Volumen der Pure Player

Die Studienbefragten schätzen den E-Commerce-Anteil im Jahr 2030 auf im Schnitt ca. 25% – Das BHB Plenum auf 24 %



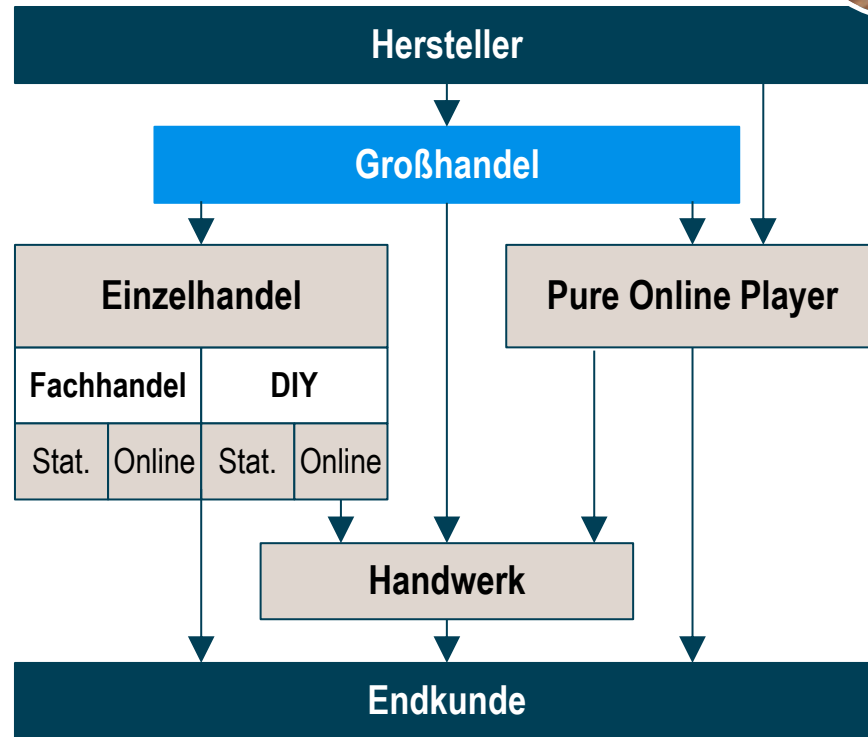
1) Inklusive Online-Volumen der Pure Player;

Wie werden sich die heutigen Marktstrukturen im Jahr 2030 entwickelt haben? Wird das Zielbild wie hier dargestellt aussehen?

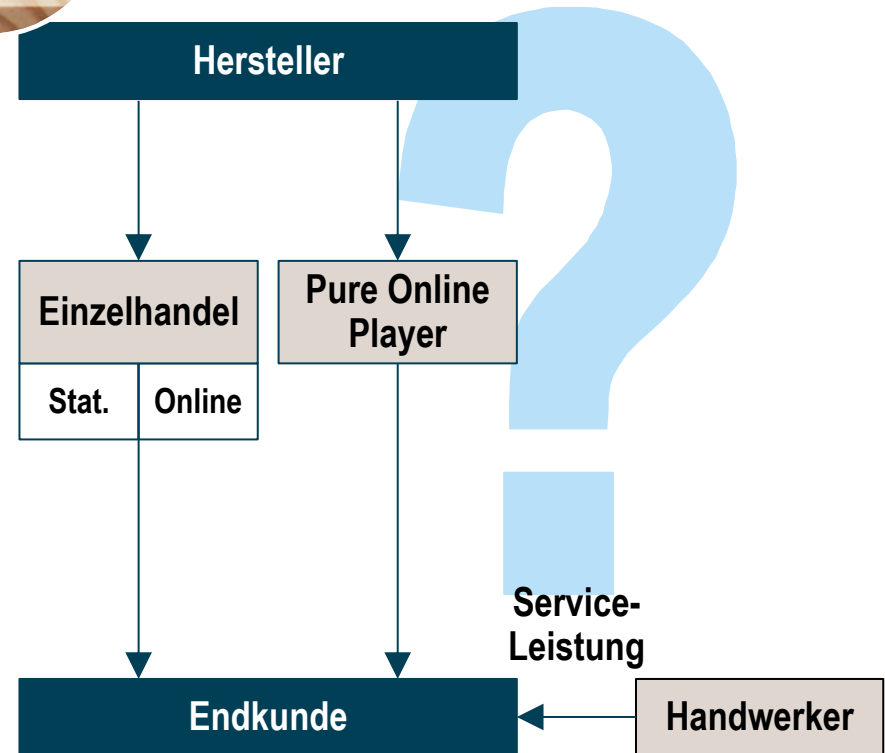
Heutige Marktstruktur¹⁾



Sieht das Zielbild so aus?



Marktvolumen DIY-Fachhandel 44,2 Mrd. EUR



1) vereinfachte Darstellung

Beantwortung im Rahmen BHB Kongress

Denken Sie, dass das Zielbild 2030
wie eben dargestellt aussehen wird?



Ja

Nein

Weiß nicht

A

B

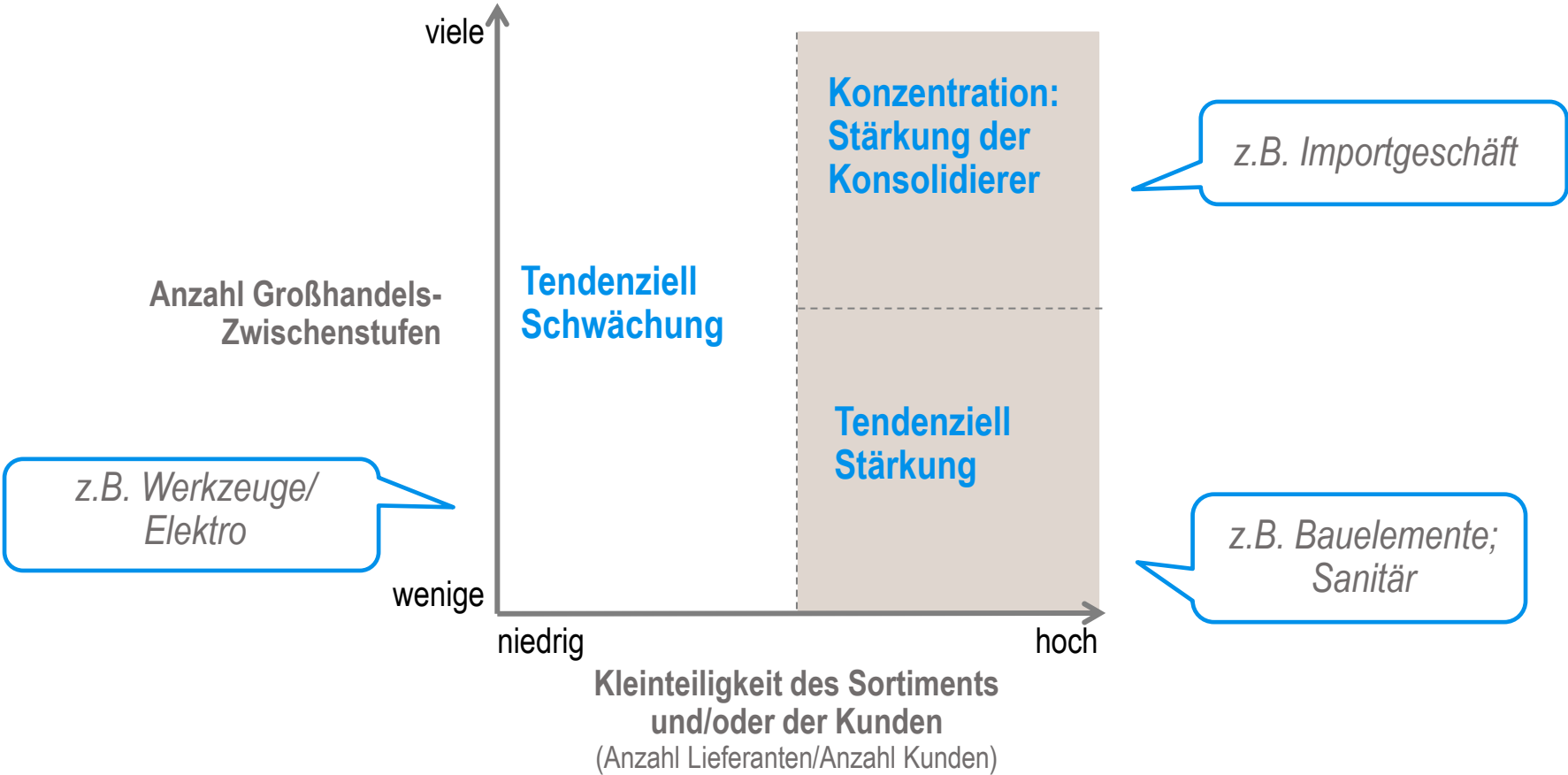
C

1) 50% Ja; 42% Nein; 8% Weiß nicht

Hypothesen zur Entwicklung der Großhandels-/Fachhandels-/DIY-Strukturen in 2030 auf Basis der Studien-Interviews

- 1 Die **Position** des **Großhandels** wird – abhängig von Sortiment/Kundenanzahl – **gestärkt** werden
ABER: Veränderte Rolle und Handlungsbedarf nötig
- 2 **DIY-** und **Fachhandel** werden als separate Kanäle überleben – aber **Profilierungsdruck**
- 3 **Handwerker** werden verstärkt zum **puren Service-Provider**

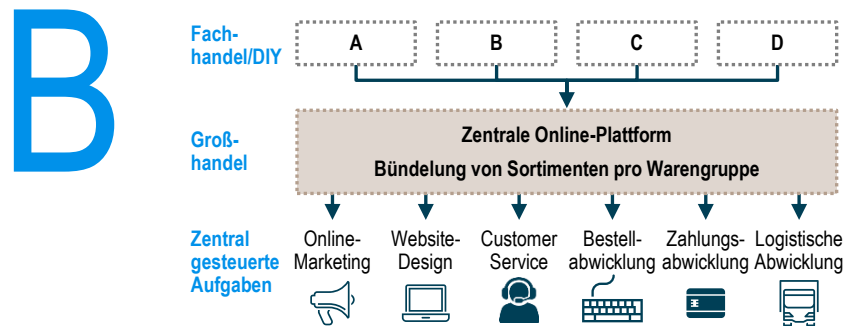
Hypothese 1: Großhandel hat die Chance, seine Position durch E-Commerce zu stärken – abhängig von heutiger Positionierung



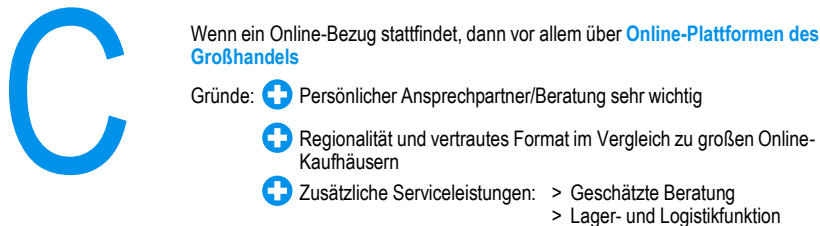
Vor allem der Aufbau von E-Commerce-Kompetenz im B2B- und B2C-Bereich wird als zukünftiger Wettbewerbsvorteil gesehen



Direkte Ansprache des **Endkunden** über eigenen E-Commerce-Shop – Umgehen der zwischengelagerten Handelsstufen



Bündelung/Bereitstellung von Online-Plattformen für Fachhändler und DIY-Ketten – **Online-"Full-Service-Provider"** der jeweiligen Warengruppen



Bedienung **Handwerk** über eigene **E-Commerce-Plattform**

ABER Großhandel muss handeln: Gefahr durch E-Commerce "Pure Player" und Wettbewerb mit Einzelhandel

"Es wird sich ein starker B2B-Online-Anbieter in den kommenden Jahren etablieren – Ich kann noch nicht absehen, wer das sein wird"

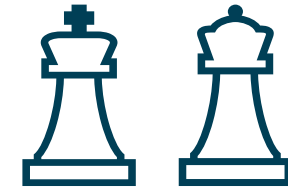
"Der Großhandel ist heute besser als der Einzelhandel positioniert, um den Herausforderungen durch E-Commerce zu begegnen"



"Wer unter steigendem E-Commerce Anteil leiden wird, ist mir noch nicht ganz klar: Der Großhandel kann je nach Positionierung als Gewinner oder Verlierer gegenüber dem Einzelhandel hervorgehen"

Hypothese 2: DIY- und Fachhandel werden als separate Kanäle überleben – Aber: Profilierungsdruck

A Beide Handelsstränge (sowohl DIY- als auch Fachhandel) werden auch in 2030 bestehen



B Verdrängungswettbewerb zwischen DIY-/Fachhandel wird allerdings weiter zunehmen (Kampf der Formate)

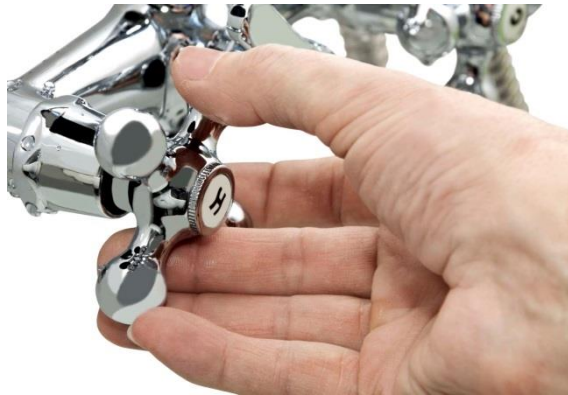


C Verteilungskampf jeweils innerhalb des DIY- und Fachhandels wird zunehmen



Hypothese 3: Handwerker werden verstärkt zum reinen Service-Provider

Bei Handwerksleistungen, bei denen das **Produkt im Mittelpunkt** steht, werden Handwerker auf die reine Dienstleistung reduziert werden

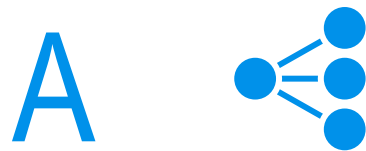


Das **Preis-/Abrechnungsmodell** wird sich entsprechend **verändern** müssen

D. Handlungs- empfehlungen für DIY- und Fachhandel



Wir sehen drei Reaktionsmöglichkeiten/Ansätze für den DIY- und Fachhandel



Forcierung Multi-Channel-Ansatz



Format pro Warengruppe zukunftsgerichtet positionieren



Strategische Partnerschaften mit ausgewählten Großhändlern – Gemeinsame E-Commerce-Entwicklung

Die Forcierung des Multi-Channel-Ansatzes ist mehrdimensional von den Händlern anzugehen



Stationärformate zielkundengerecht auf **Multi-Channel** umstellen

- > In Service investieren und zielkundenrelevante Erlebnisse schaffen
- > Digital gezielt aufrüsten – Nicht alles technisch Machbare stiftet Mehrwert

Multi-Channel



Potenzial unerfüllter **Kundenbedürfnisse** erkennen

- > Customer Insights ausbauen und neue Methoden/Datenquellen nutzen
- > Wünsche und Einkaufsverhalten der eigenen Zielkunden fokussieren

CRM & Big Data

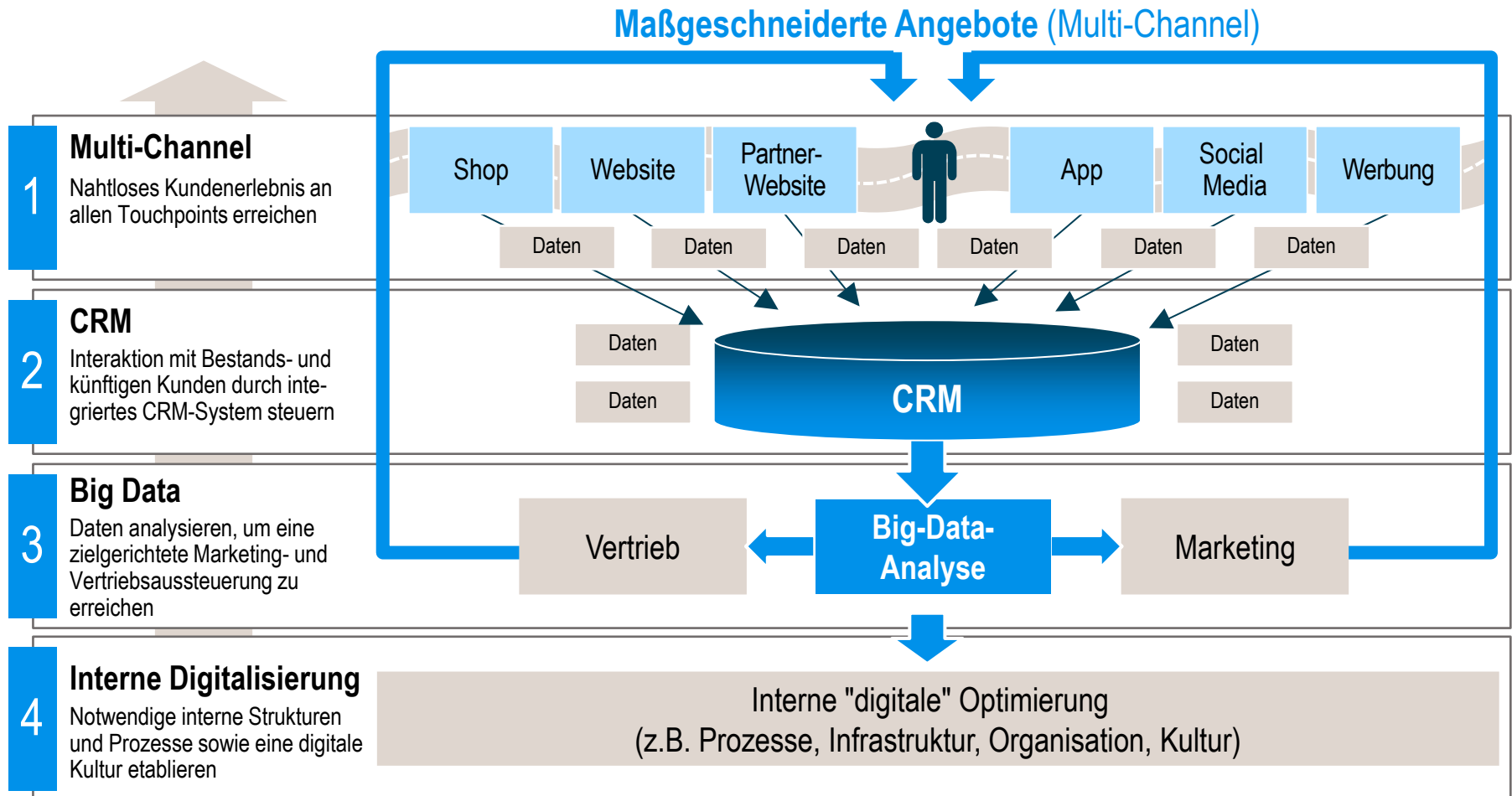


Mehr Innovation wagen, **neue Ideen** konsequent testen

- > Pragmatische und schnelle Übersetzung in Prototypen und Piloten
- > Kontinuierliches Finetuning – Keine Kompromisse bei Kundenrelevanz

Interne Digitalisierung

Die richtige Kombination von Multi-Channel, CRM-System und Big-Data-Analyse ist der Schlüssel zum Erfolg in der digitalen Welt



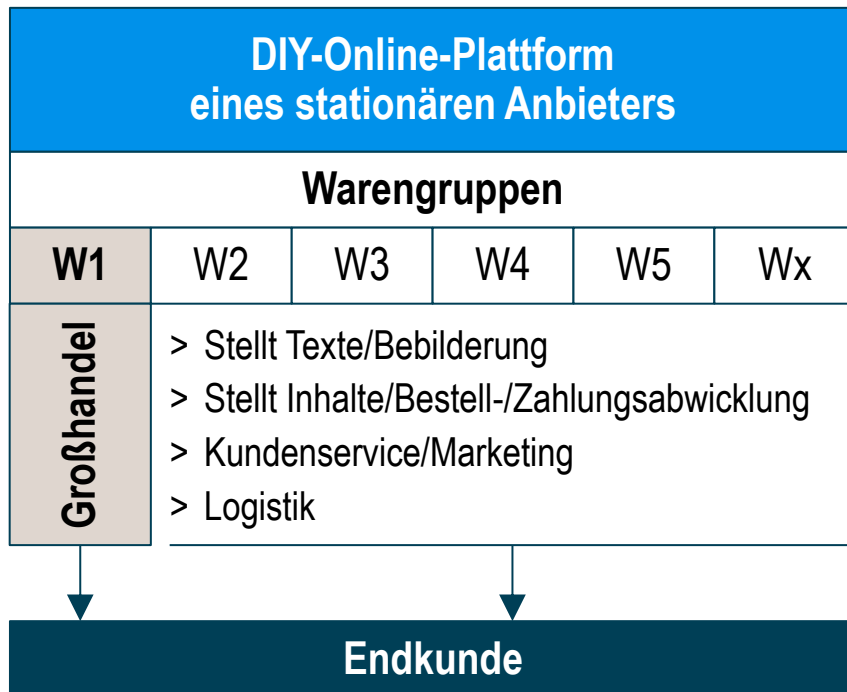
Der Einzelhandel sollte eine separate Positionierung/Profilierung pro Warengruppe durchführen – Spannungsfeld



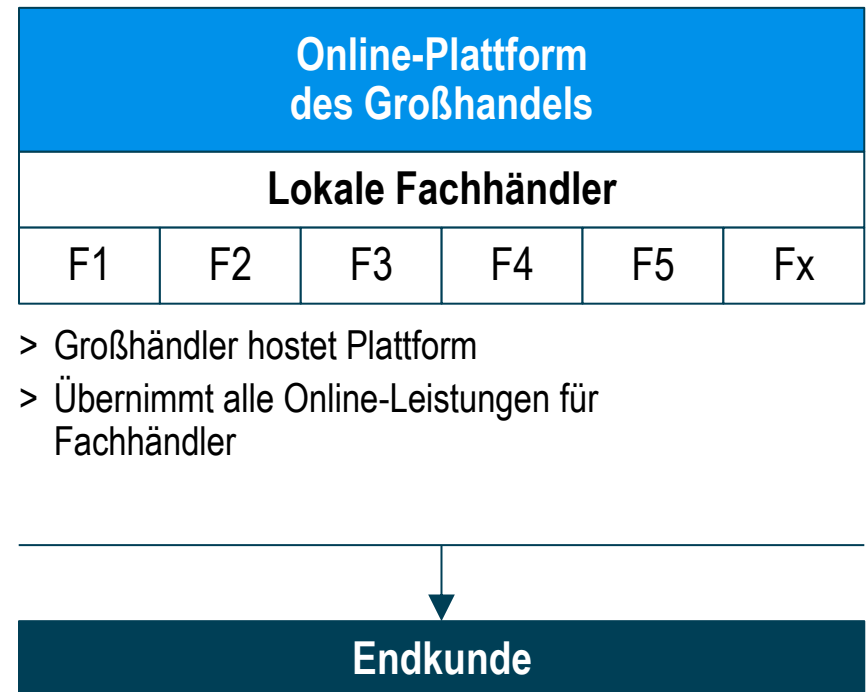
Durch strategische Partnerschaften mit ausgewählten Großhändlern lässt sich eine gemeinsame Entwicklung / enge Bindung herstellen

Potenzielle Partnerschaften

DIY/große Fachhändler



Potenzielle Partnerschaften kleinere/ lokale Fachhändler



E. Fazit



FAZIT

- 1 **E-Commerce** wird sich bis 2030 quer über alle Vertriebsstufen hinweg (inkl. B2B) zu einem **wesentlichen Absatzkanal** entwickeln
- 2 **Großhandel** hat die Chance in Bezug auf E-Commerce als **Kanalgewinner** hervorzugehen – wird aber von **Lieferanten** sowie **DIY-/Fachhandel unter Feuer** genommen
- 3 **Konsolidierung: Zwischen-Großhandelsstufen** werden **verschwinden**
- 4 **DIY- und Fachhandel** werden zunehmend durch Preistransparenz sowie E-Commerce-Direktlieferungen von Lieferanten/Großhandel **unter Druck gesetzt**
- 5 Sobald das **Produkt im Mittelpunkt der Leistung** steht, werden **Handwerker** verstärkt zum **puren Service-Provider**
- 6 Mit dem **Generationenwechsel** werden **Handwerker** aller Gewerke im **modernen E-Commerce-Zeitalter** ankommen

Eindruck auf Basis der Interviews:

- > Befragte beschäftigen sich viel mit **Veränderungen** in der **nahen Zukunft**
- > Entwicklungen **bis 2030** können oft **schwer eingeschätzt** werden

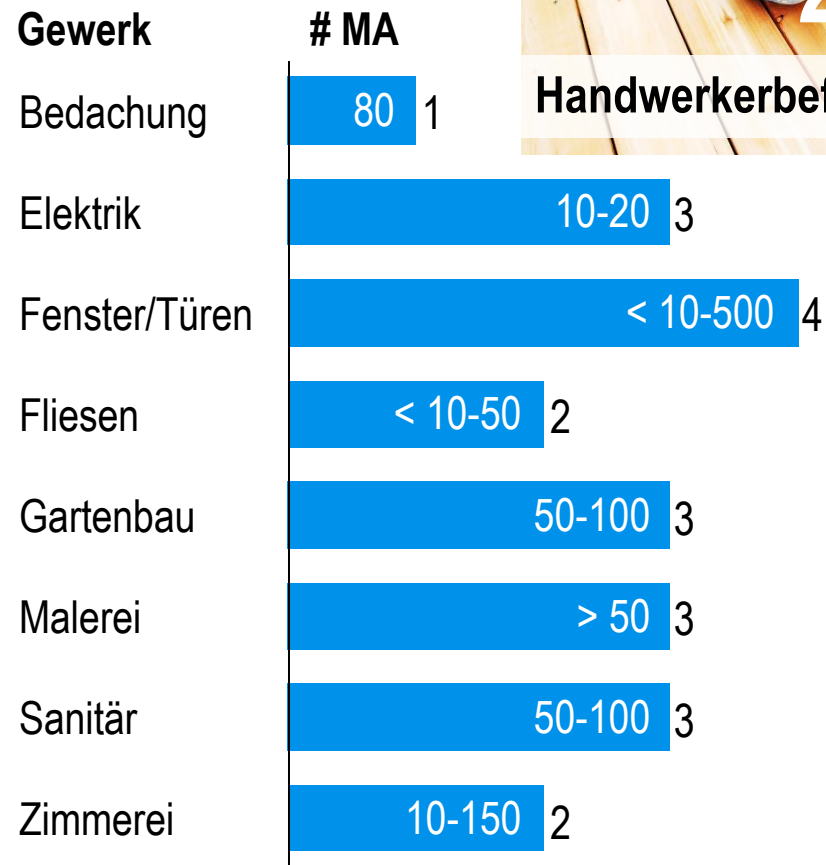
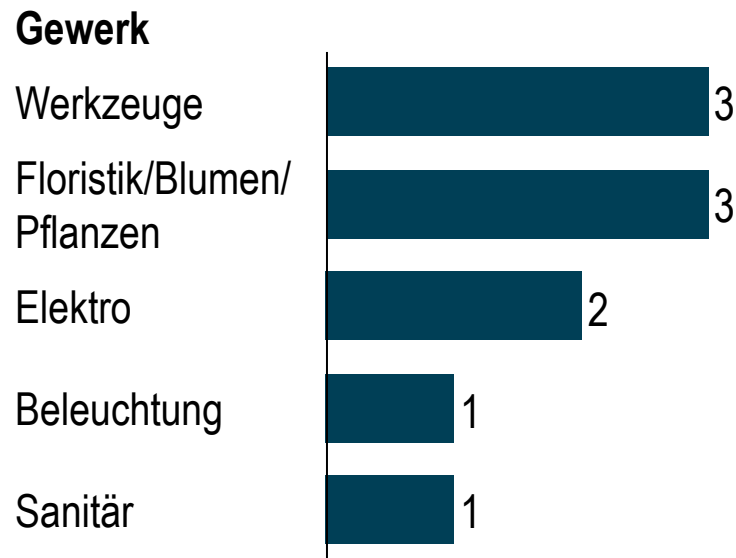
 Das **Bewusstsein** für mögliche **Zukunftsszenarien** sowie die **Ableitung von Strategiealternativen (Szenarien)** kann in der Branche noch geschärft werden



F. Anlage

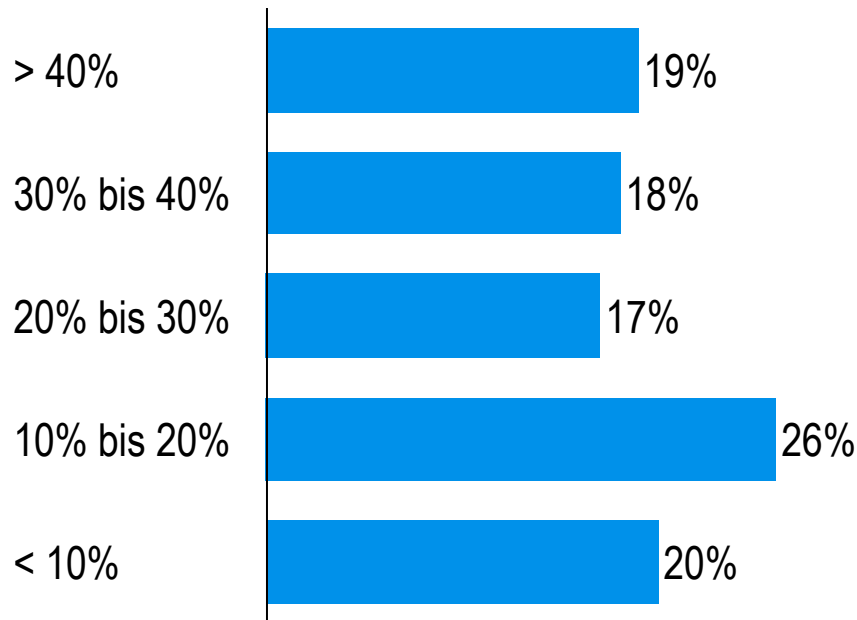


Wir haben 10 Lieferanten und 21 Handwerksbetriebe unterschiedlicher Gewerke, Größe und Region befragt

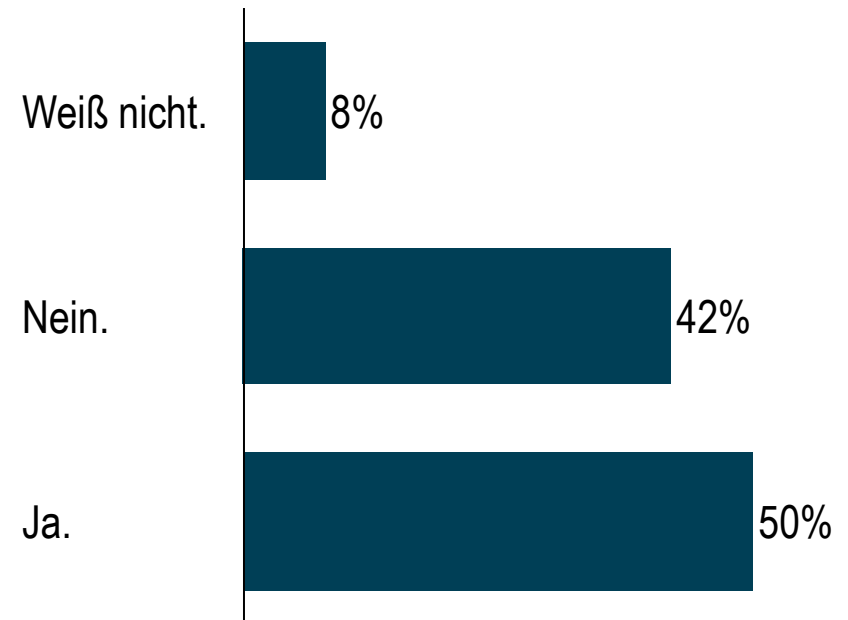


Die Studienteilnehmer wurden auf dem BHB- Kongress in einer Live-Abstimmung befragt

Wie hoch schätzen Sie den E-Commerce- Anteil im Jahr 2030? (S.9 der Studie)



Denken Sie, dass das Zielbild 2030 wie eben dargestellt wird? (S. 10 der Studie)



Roland
Berger

