

FRIEND OR ENEMY?

**Dominante
Marktplätze und
ihre Bedeutung für
die
E-Commerce-
Strategie**

Unite Seller Conference
Leipzig, 19. September 2018





Lennart A. Paul



WÜRTH  GROUP



Etribes

Entrepreneurs for your business.





KONFERENZ
24 OKT
2018

MASTERCLASSES
25 OKT
2018

Die Digital Commerce Veranstaltung für alle B2B-Hersteller, -Marken und Händler!

TAKKT AG
BUSINESS EQUIPMENT SOLUTIONS

amazonbusiness

Ludwig Meister

SAINT-GOBAIN

magicplan

ToolSense

WÜRTH

CONRAD



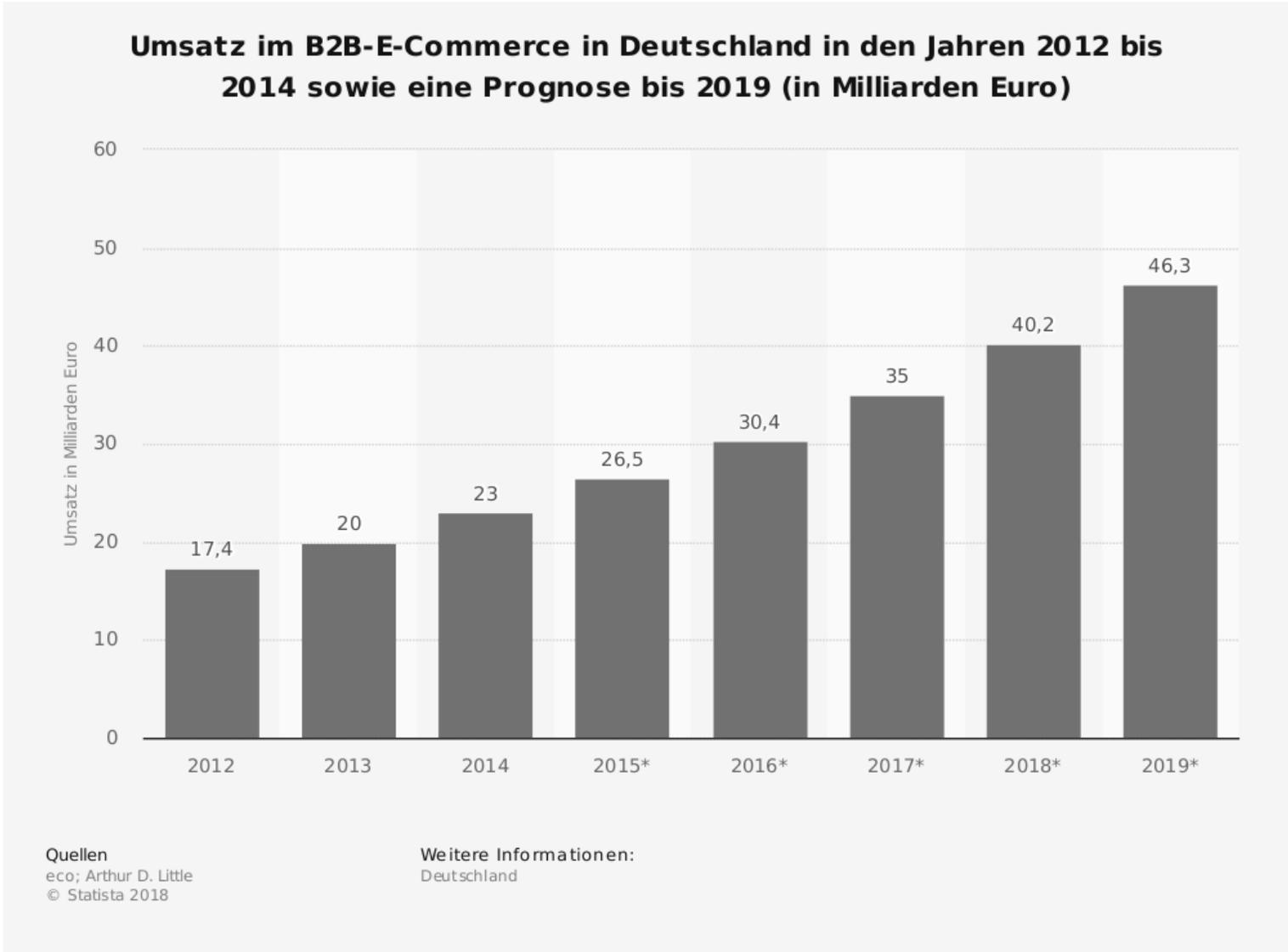
<https://www.digital-commerce-day.de>

**20% Gutscheincode:
„UniteSeller“**

**Wie entwickelt sich der
B2B E-Commerce?**



„Den B2B-Markt“ gibt es so nicht, ein allgemeiner Wachstumstrend – und Channel Shift – lässt sich dennoch ableiten



Durchschnittliches Wachstum von 2015 bis 2019 pro Jahr:

15%



Die digitalen Kanäle nehmen in der Customer Journey im B2B die führende Rolle ein, Marktplätze spielen dabei eine besondere Rolle

Frage: Welche Kanäle nutzen Sie bei der Beschaffung von C-Teilen oder MRO-Artikeln regelmäßig zur Informationssuche, für die Beschaffung und in der Nachkaufphase (Aftersales-Services)?

	Informationssuche	Beschaffung	Aftersales
Internet 	75 <ul style="list-style-type: none"> Onlineshop Onlinemarktplatz Suchmaschinen Preisvergleich Foren/Netzwerke ... 	71 <ul style="list-style-type: none"> Onlineshop Onlinemarktplatz E-Procurement Internet of Things Diverse unterstützende Services 	38 <ul style="list-style-type: none"> Kanalübergreifende Bestellhistorie Dokumentendownload Retoure online Chat mit Kundenservice ...
Persönlicher Kontakt 	60 <ul style="list-style-type: none"> Persönlicher Besuch Telefon E-Mail Post Fax/Bestellschein SMS/WhatsApp 	77 <ul style="list-style-type: none"> Innendienst Außendienst Geschäft Messe/Veranstaltung 	58
Printmedien 	73 <ul style="list-style-type: none"> Katalog eines Anbieters Katalog/Flyer zur Produktkategorie Katalog mehrerer Anbieter Flyer mit Angeboten 		

ECC Köln 2018

“Je mehr Amazon Business wächst, desto weniger Branchen und Märkte werden ohne Public Pricing überleben können.“
Stefan Grimm, Restposten.de & Etribes Expert Partner

ZWISCHEN FAZIT

Im B2B findet der Channel Shift in der Beschaffung statt.

Digitale Kanäle übernehmen die Führung in der Customer Journey.

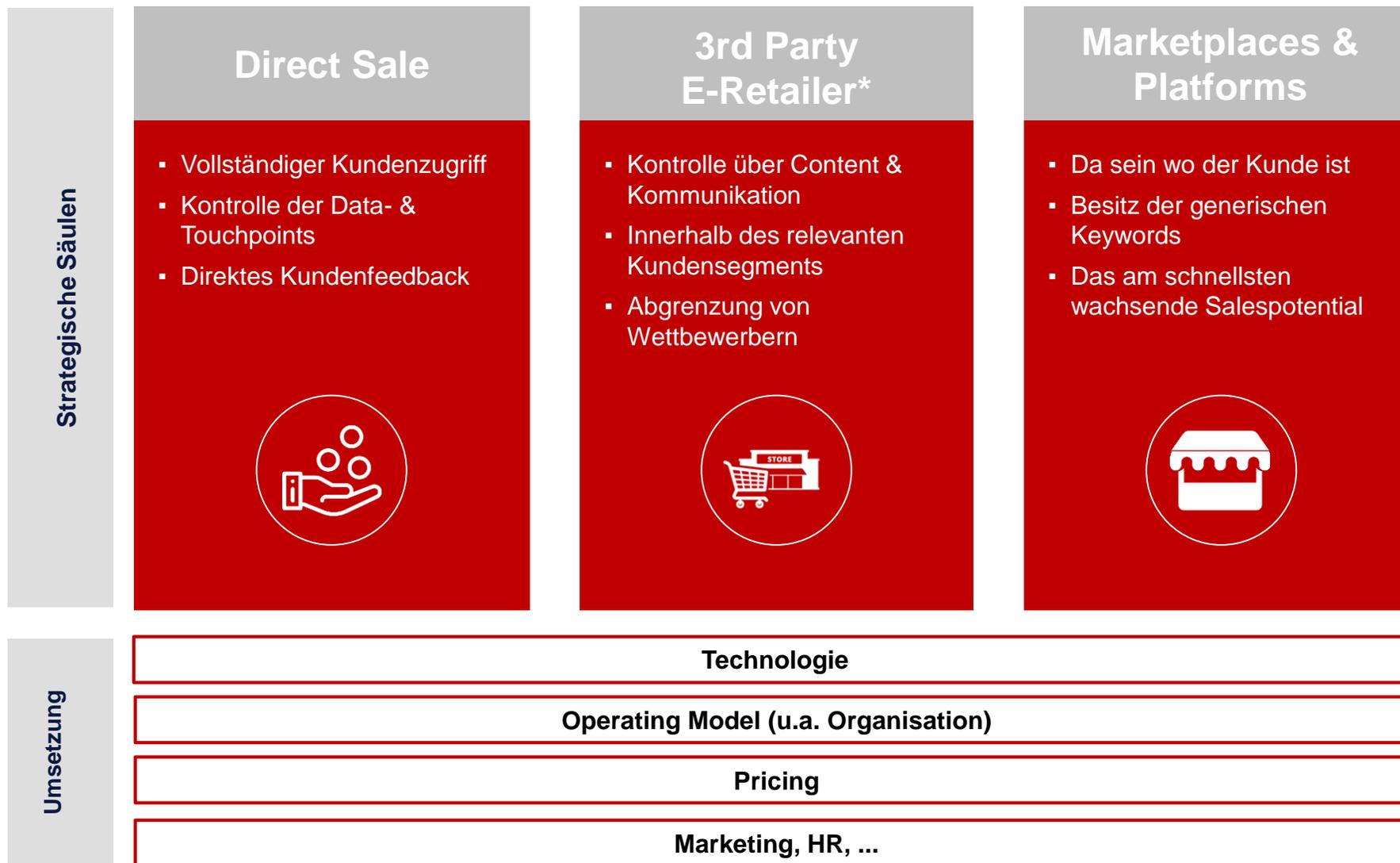
B2B-Marktplätze spielen eine besondere Rolle.

1

**Was ist eigentlich eine
E-Commerce-Strategie für
Händler und Hersteller?**



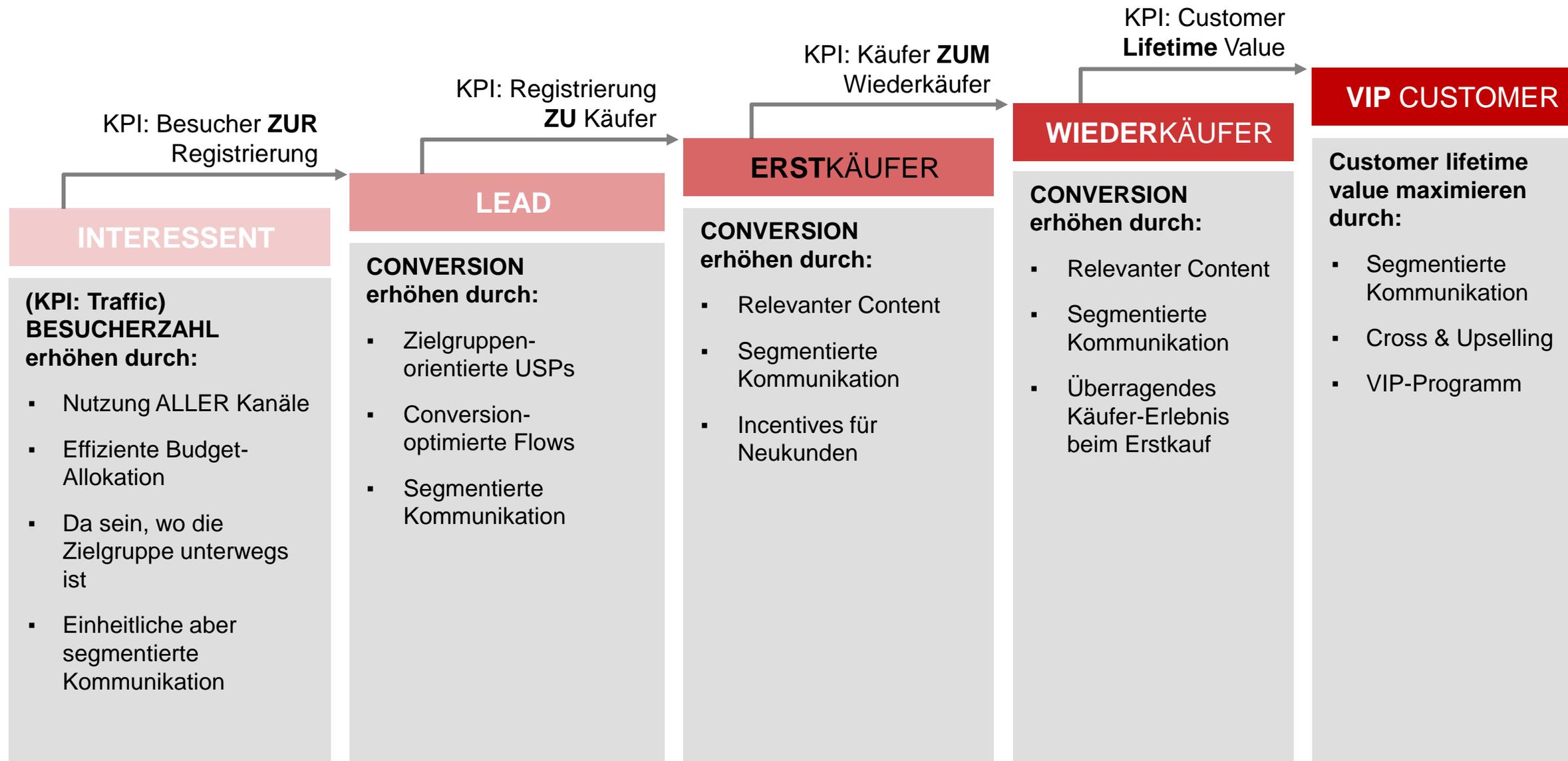
Eine übergreifende Strategie für B2B-Händler und –Hersteller umfasst neben drei strategischen Säulen vor allem das Operating Model auf Umsetzungsebene



*insb. relevant für B2B-Hersteller und -Marken



Die direkte Kundenbeziehung muss das zentrale Interesse für B2B-Unternehmen sein, egal ob Händler oder Hersteller





Durch die Kategorisierung der relevanten Händler definieren B2B-Marken und -Hersteller ihre Fokuspartner im digitalen Handel





Marktplätze übertreffen einzelne Shops in der Regel mit ihrer Reichweite und werden so für B2B-Hersteller und –Händler gleichermaßen relevant

Exemplarisch


















N'ÉCONOMISEZ PAS VOTRE PLAISIR.



allegro























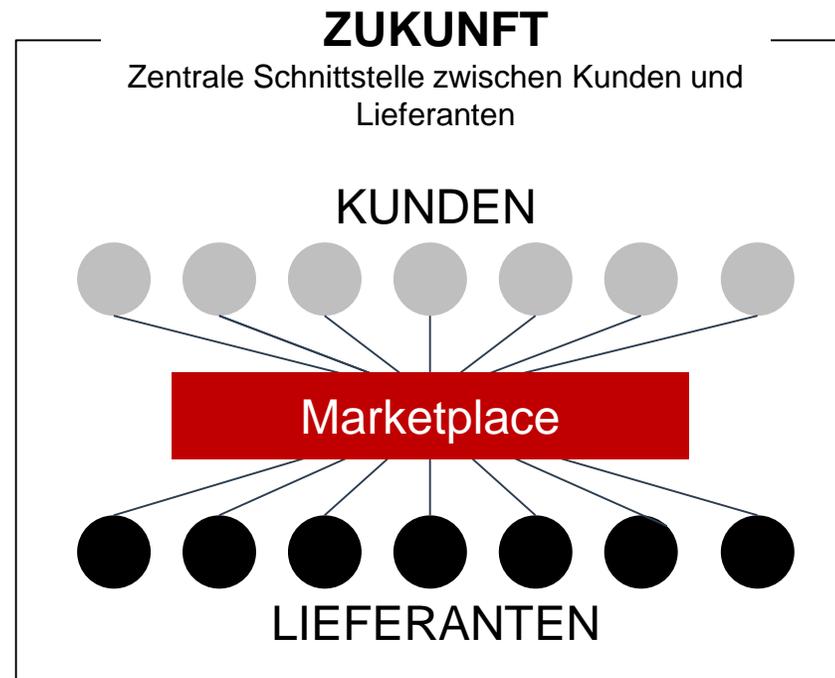
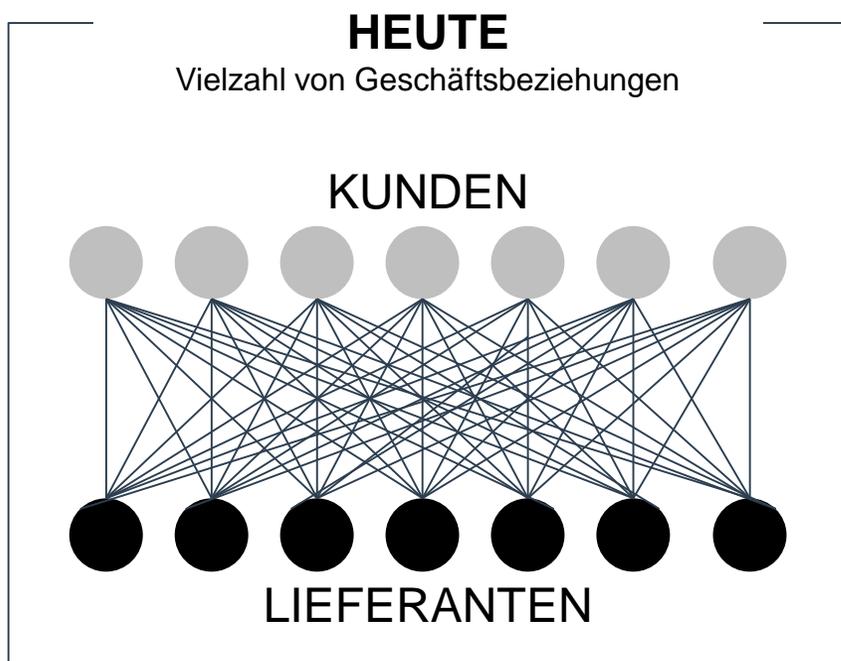



2

**Welche Rolle spielen
Marktplätze im
B2B E-Commerce?**



Aus Einkauf und Beschaffung wird Supply Chain Management, digitale Marktplätze beseitigen die Marktineffizienz und Markttransparenz

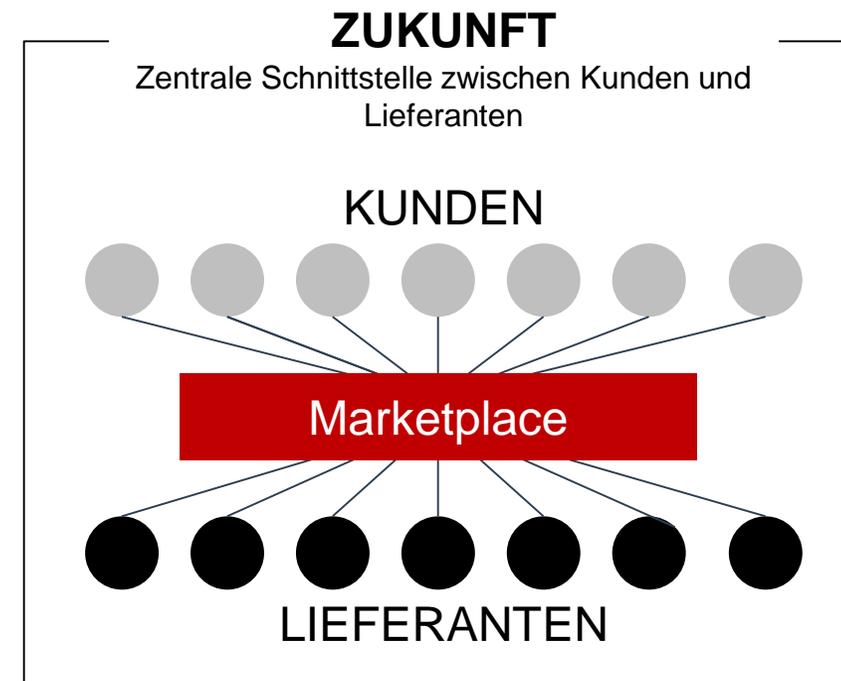
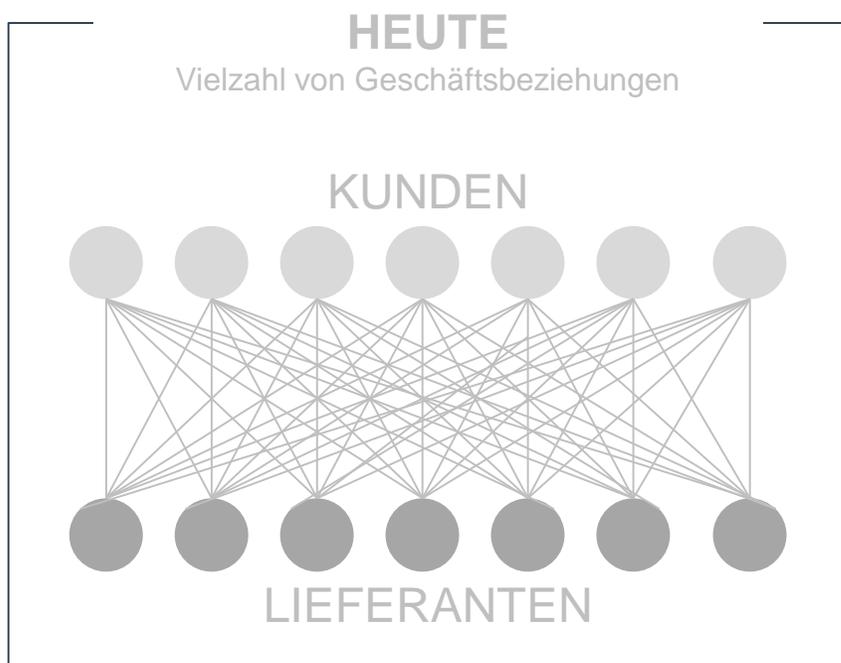


- Direkter Kundenzugang
- Große Kreditorenanzahl kundenseitig
- Hohe Intransparenz aus Kundensicht
- Geringer Prozess(kosten)fokus
- Handel = Aggregator 1.0

- **Marktplatz besitzt Kundenzugang**
- **Kreditoren-Konsolidierung im Longtail**
- **Hohe Transparenz & Vergleichbarkeit**
- **Bewusstsein für Prozesskosten**
- **Marktplatz = Aggregator 2.0**



Händler können schnell zu verlieren der neuen Plattformökonomie werden, je eher die Produkte Commodities sind, desto schwieriger die Positionierung

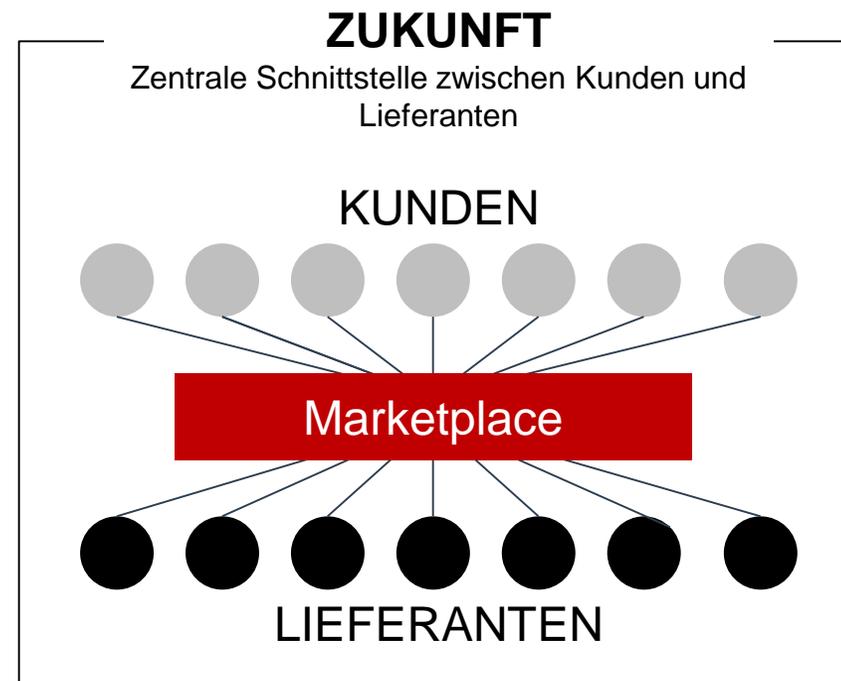
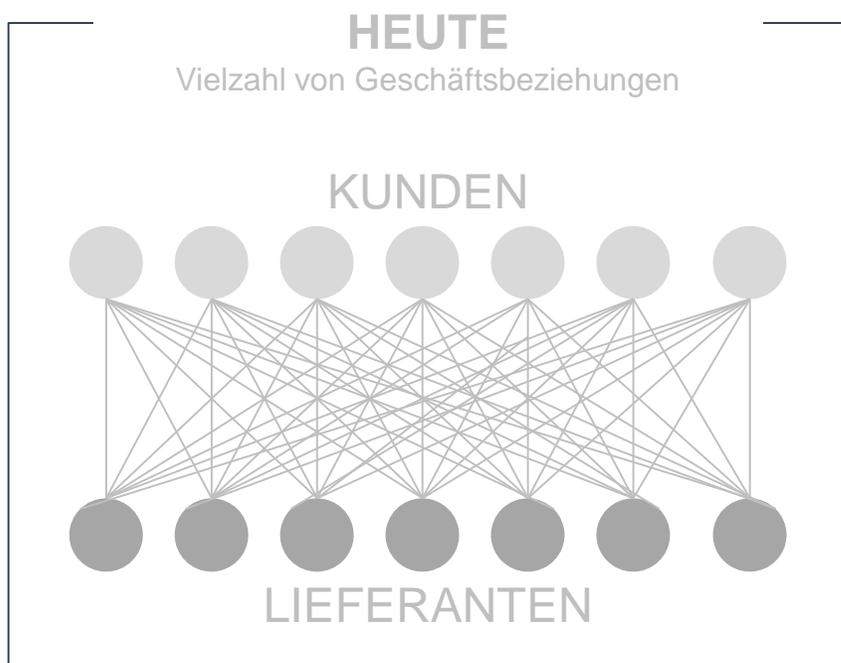


**KURZFRISTIGE
AUSWIRKUNGEN AUF
HÄNDLER**

**Verlust des Kundenzugangs
Größerer Wettbewerb und sinkende Margen
Ur-Funktionen des Handels verlieren an Bedeutung**



Die Demokratisierung des Produktzugangs bietet Herstellern zwar auch Vorteile, die Risiken sind jedoch nicht unerheblich



**MITTELFRISTIGE
AUSWIRKUNGEN AUF
HERSTELLER**

**Steigender Margendruck
Marken verlieren an Bedeutung
Vertikalisierung (insb. Commodities) durch Marktplätze**



Die in Deutschland bekannten B2B-Marktplätze besitzen unterschiedlich hohes Dominanzpotenzial

	Umsatz global	Fokusindustrie	Sortimentsgröße	Geschäftsmodell	Teilnahme	Aggressivität	Dominanzpotenzial
	■ ■ ■ ■ ■	Diverse	■ ■ ■ ■ ■	asset heavy	offen	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
	■ ■ ■ ■ ■	Elektrotechnik	■ ■ ■ ■ ■	asset heavy	geschlossen	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
	■ ■ ■ ■ ■	Diverse	■ ■ ■ ■ ■	asset light	offen	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
	■ ■ ■ ■ ■	Diverse	■ ■ ■ ■ ■	asset light	offen	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
	■ ■ ■ ■ ■	Werkstoffe	■ ■ ■ ■ ■	assetlight	geschlossen	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
	■ ■ ■ ■ ■	Diverse	■ ■ ■ ■ ■	asset light	geschlossen	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
	■ ■ ■ ■ ■	Diverse	■ ■ ■ ■ ■	asset light	selektiv	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
	■ ■ ■ ■ ■	Baustoff	■ ■ ■ ■ ■	asset light	geschlossen	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
	■ ■ ■ ■ ■	MRO	■ ■ ■ ■ ■	asset light	geschlossen	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
	■ ■ ■ ■ ■	Werkzeug	■ ■ ■ ■ ■	asset heavy	selektiv	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
	■ ■ ■ ■ ■	Diverse	■ ■ ■ ■ ■	asset light	selektiv	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
	■ ■ ■ ■ ■	Dental	■ ■ ■ ■ ■	asset heavy	selektiv	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
	■ ■ ■ ■ ■	MRO	■ ■ ■ ■ ■	asset heavy	selektiv	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
	■ ■ ■ ■ ■	Werkstoffe	■ ■ ■ ■ ■	asset light	offen	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■



Die Disruption des Groß- und Fachhandels ist der Anfang einer sich immer stärker verkürzenden Wertschöpfungskette

TRADITIONELLE HANDELSSTUFEN



NEUE HANDELSSTUFEN DURCH AMAZON BUSINESS



MARKTREVOLUTIONIERUNG DURCH AMAZON BUSINESS



Dominanz von
Marktplätzen und
Plattformen

**Amazon Business
konsolidiert den
mehrstufigen Vertrieb**

Quelle: „Knut means Business“, Etribes





Amazon (Business) hat keinen erkennbaren Fokus, probiert viel aus und lernt sehr schnell dazu

Amazon stellt Salon Pro Store erstmals auf der Top Hair vor



amazonbusiness

BRANCHENMELDUNGEN 05.03.2018

Starke Konkurrenz: Amazon drängt in den Dentalmarkt

Amazon Business describes future where everything from computers to crockery is available in one place

Best Articles March 9, 2018



Die Aggregation und transparente Darstellung von relevanten Daten wie Preis und Verfügbarkeit ebnet den Weg zu Kunden

The screenshot shows the Crowdfox Business interface. At the top, there's a search bar with 'Notebooks' selected and a search button. Below the navigation bar, a breadcrumb trail reads: 'Startseite > Elektronik, Computer & Technik > Computer & Zubehör > Notebooks > Apple Macbook Pro 2017 13.3'' Retina Dual-core i5 2.3Ghz 8GB 256GB MPXU2 - Silber (U.S. Tastatur)'. The main product listing features an image of the laptop, its specifications, and a price of 1.115,12€ with a 28% discount. A 'Jetzt registrieren' button is prominent. Below, a comparison table shows two offers: one from 'eglobal central' at 1.115,12€ and another from 'Direkt Partner 203092' at 1.247,82€.

Dominanz von Marktplätzen und Plattformen

Preis-Leistungs-Einfallstor von „Asset-light“ Modellen wie Crowdfox

Crowdfox Preis **1.247,82** Lieferzeit 1 - 3 Werktage

Quelle: Screenshot Crowdfox.biz



Die Aggregation und transparente Darstellung von relevanten Daten wie Preis und Verfügbarkeit ebnen den Weg zu Kunden

The screenshot shows the Crowdfox Business interface. At the top, there's a search bar with 'Notebooks' selected and a search button. Below it, navigation links include 'Alle Kategorien', 'Startseite', 'Merktzettel', 'Bestellungen', 'Konto', and 'Anmelden'. The main content area displays an Apple Macbook Pro 2017 13.3" with a price of 1.115,12€ (28% savings). Below this, there's a comparison table for different models and suppliers, including 'global central' and 'Direkt Partner 203092'. The bottom part of the screenshot features a banner for 'Crowdfox Professional' and a comparison table with filters like 'Anbietervergleich', '1-Kreditorenkauf', 'inkl. Versandkosten', 'Sofort Lieferbar', 'exkl. | inkl. MwSt', and 'Direktkauf'.

Datensammlung durch Crowdfox

Semantischer Datenabgleich

Schnittstelle zu Kunden-ERP oder -SCM

Preisvergleich

Vollständige Preistransparenz über eigene Konditionen

Direktverkauf durch Crowdfox im Single-Creditor-Modell

Dominanz von Marktplätzen und Plattformen

Einfallstor von „Asset-light“ Modellen wie Crowdfox

Crowdfox Preis **1.247,82** Lieferzeit 1 - 3 Werktage Direkt Partner 203092

Quelle: Screenshot Crowdfox.biz



Etablierte Händler suchen die Flucht nach vorne und wollen selbst zum Marktplatz und zur Plattform werden

Geschäftsmodell

- Organisches B2B-Sortimentswachstum nicht abbildbar
- 4,1 Mio. B2B-Kunden in Europa (2,3 Mio. in DE)
- Angepeiltes Sortiment von 10 Mio. Artikeln bis 12/2020
- Status Quo Sortiment 2,3 Mio. Artikel (07/2018)
- Geschlossen mit selektiver Lieferantenauswahl durch Conrad

Selektive Markenauswahl



Sortimentsentwicklung



IoT- Plattform-Geschäftsmodell



Was ist Conrad Connect?

Haben Sie jemals darüber nachgedacht, einem zentralen Ort zu besitzen, an dem Sie alle Ihre smarten Geräte und Services einfach miteinander verbinden können?

Quellen: Screenshot Conrad Connect, Unterlagen Conrad

ZWISCHEN FAZIT

Marktplätze und Plattformen besetzen den digitalen Kundenzugang.

Die bisherige Wertschöpfung wird auf den Kopf gestellt und verkürzt.

Hybride Marktplätze greifen das Kerngeschäft zusätzlich an und dominieren den Markt.

3

**Wie gewinnen etablierte
B2B-Unternehmen in der
Plattformökonomie?**



Ein Desktop-optimierter Online Shop mit schönen Frontend ist nicht der Nukleus des B2B E-Commerce

Die Dynamik im B2B E-Commerce entsteht im Markt und bei den Kunden

Customer Centricity: Wo Kundenanforderungen sich schnell entwickeln, müssen B2B-Hersteller und –Händler eng dran sein

Marktplätze und Plattformen verstärken die Transparenz und verschärfen den Wettbewerb

Die Verbesserung des Service- und Dienstleistungsangebot sorgt für bessere Differenzierungsmöglichkeiten und neue Erlösquellen

Customer Access is the new oil

Die Frage, die sich jedes Unternehmen stellen muss, ist:
Wie behalten wir auch unter diesen veränderten Bedingungen die Kundenbeziehung?



Kontakt

Lennart A. Paul

Partner bei Etribes
Gründer von warenausgang.com

lennart.paul@etribes.de
lp@warenausgang.com

+49 171 746 423 0

