

EX LIBRIS:

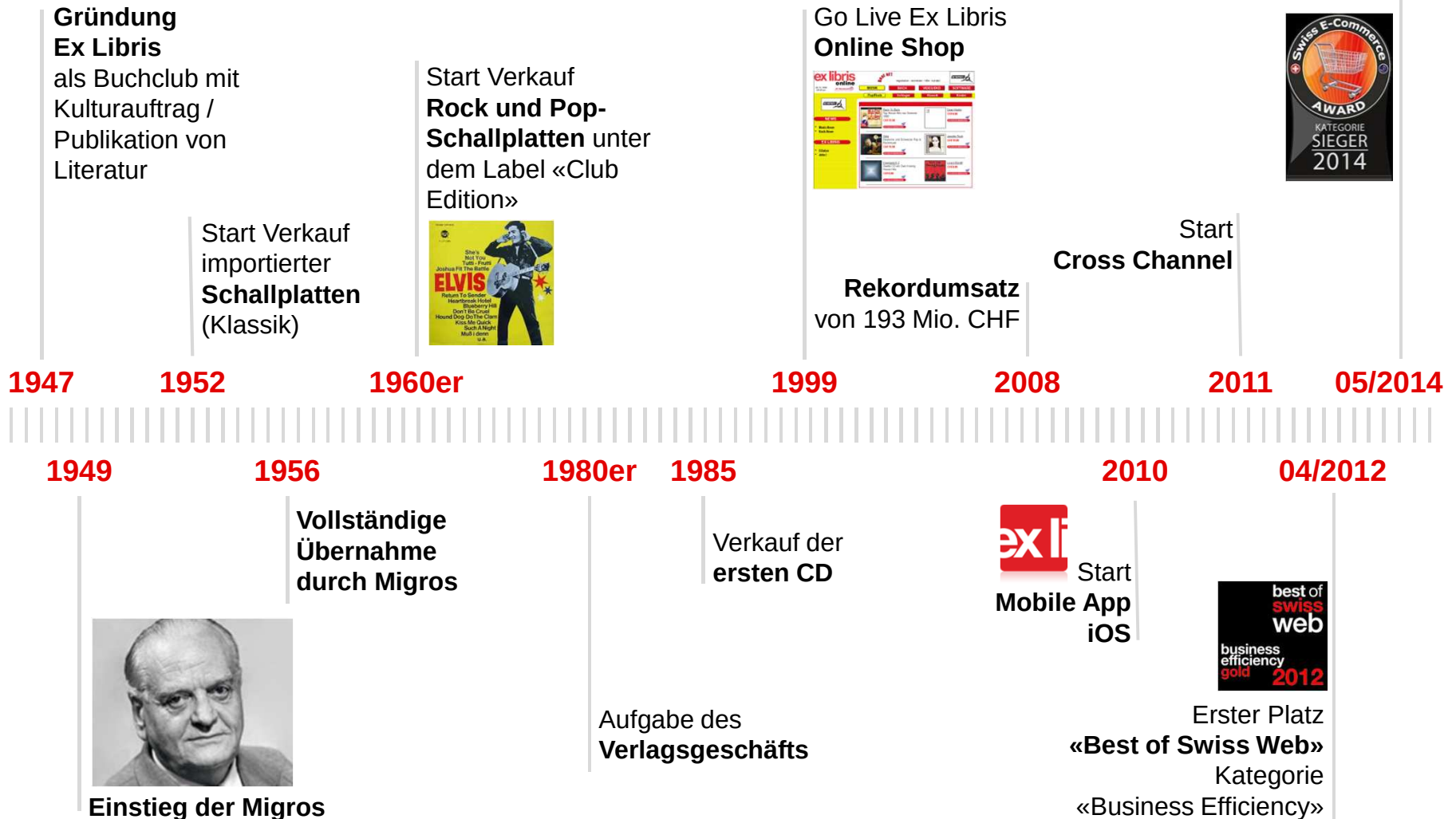
DER KUNDE KAUFTE NICHT MEHR
IM KANAL, SONDERN IM BRAND!

Präsentation im Rahmen der XBorder 2014

Daniel Röthlin

Berlin, 13. November 2014

Geschichte der Ex Libris: Innovation und Tradition



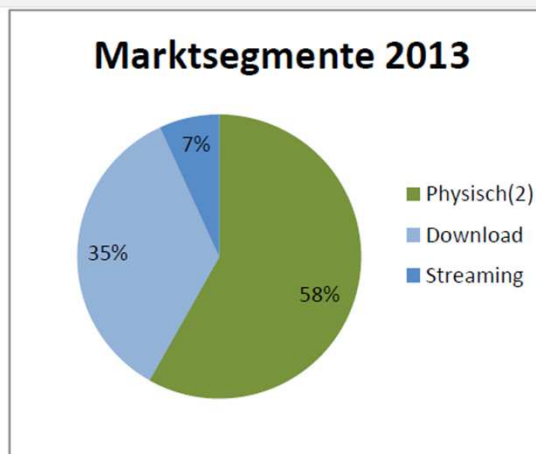
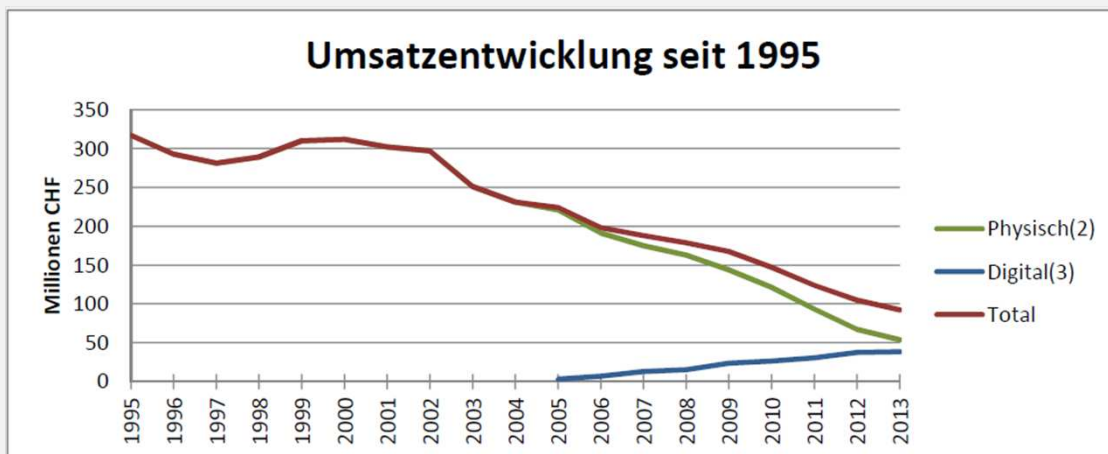
Der Markt für Unterhaltungsmedien: Im radikalen Umbruch, mit einer dritten Dimension

Veränderung der Mitbewerberlandschaft

Stationär	Buch, stationär	Musik, stationär	Film, stationär	Games, stationär
	- Orell-Füssli/Thalia - Lüthy & Balmer - Weltbild - Lokaler Buchhandel	- MediaMarkt - Manor - Musik Hug - Jecklin	- MediaMarkt - M-electronic - Interdiscount - Manor	- Interdiscount - MediaMarkt - M-electronic - gamestop
Online	Buch, online	Musik, online	Film, online	Games, online
	- amazon.de - books.ch - weltbild.ch - storyworld.ch	- amazon.de - cede.ch - citydisc.ch - storyworld.ch	- amazon.de - cede.ch - citydisc.ch - storyworld.ch	- amazon.de - cede.ch - citydisc.ch - wog.ch
Digital	eBook	Music-Download	Film-Download	Online-Games
	- amazon.de - iTunes - kobobooks.de - Google.com	- iTunes - Spotify - Deezer - amazon.de	- Swisscom-TV - UPC-Cablecom - Apple TV - amazon.de	- Smartphones - Gratis-Plattformen - TV-Sender - Hersteller-Plattform

Der Markt für Unterhaltungsmedien am Beispiel «Musik»

Unsere Branche ist nur die erste von vielen, welche sich dem veränderten Kundenverhalten anpassen muss!



Jahr	Umsatz in Mio. CHF ⁽¹⁾					Veränderung % zum Vorjahr			Anteile von Marktsegmenten in %		
	Physisch ⁽²⁾	Digital ⁽³⁾			Total	Physisch	Digital	Total	Digital- / Gesamtmarkt	Streaming- / Digitalmarkt	Streaming- / Gesamtmarkt
		Download	Streaming	Total							
2013	53.7	32.3	6.3	38.6	92.3	-20%	2%	-12%	42%	16%	7%
2012	67.0	36.5	1.3	37.8	104.8	-28%	23%	-15%	36%	3%	1%
2011	93.1	30.7		30.7	123.8	-23%	17%	-16%	25%		
				26.		-16%	11%	-12%	18%		
- 77% in 10 Jahren				23.	- 60%	-12%	53%	-6%	14%		
2008	163.0	15.5		15.5	178.5	-7%	19%	-5%	9%		
2007	175.0	13.0		13.0	188.0	-8%	86%	-5%	7%		
2006	191.0	7.0		7.0	198.0	-14%	133%	-12%	4%		
2005	221.0	3.0		3.0	224.0	-4%		-3%	1%		
2004	231.0				231.0			-8%			

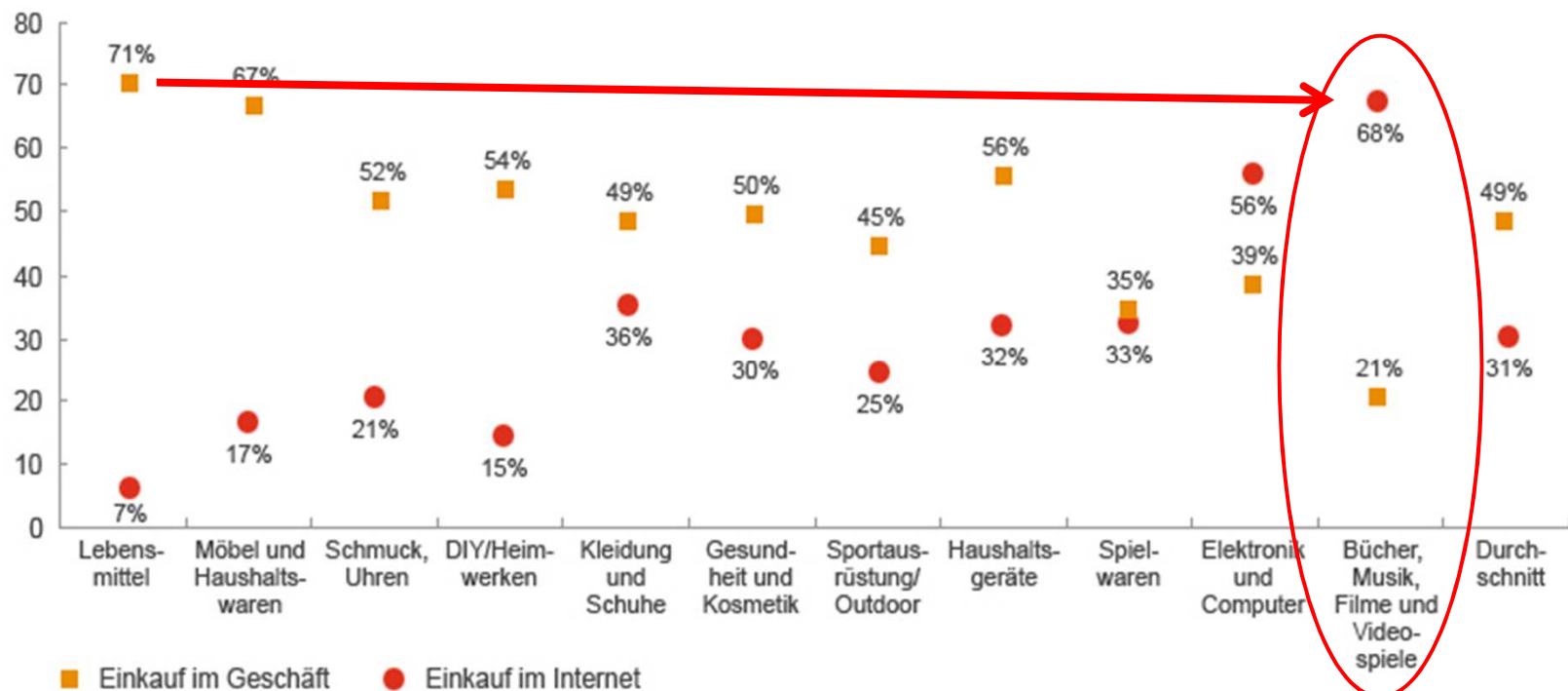
- 77% in 10 Jahren

- 60%

Der Markt für Unterhaltungsmedien: Deutlichste Verlagerung von stationär zu online

«Medien» ist die Warengruppe mit der höchsten Online-Affinität

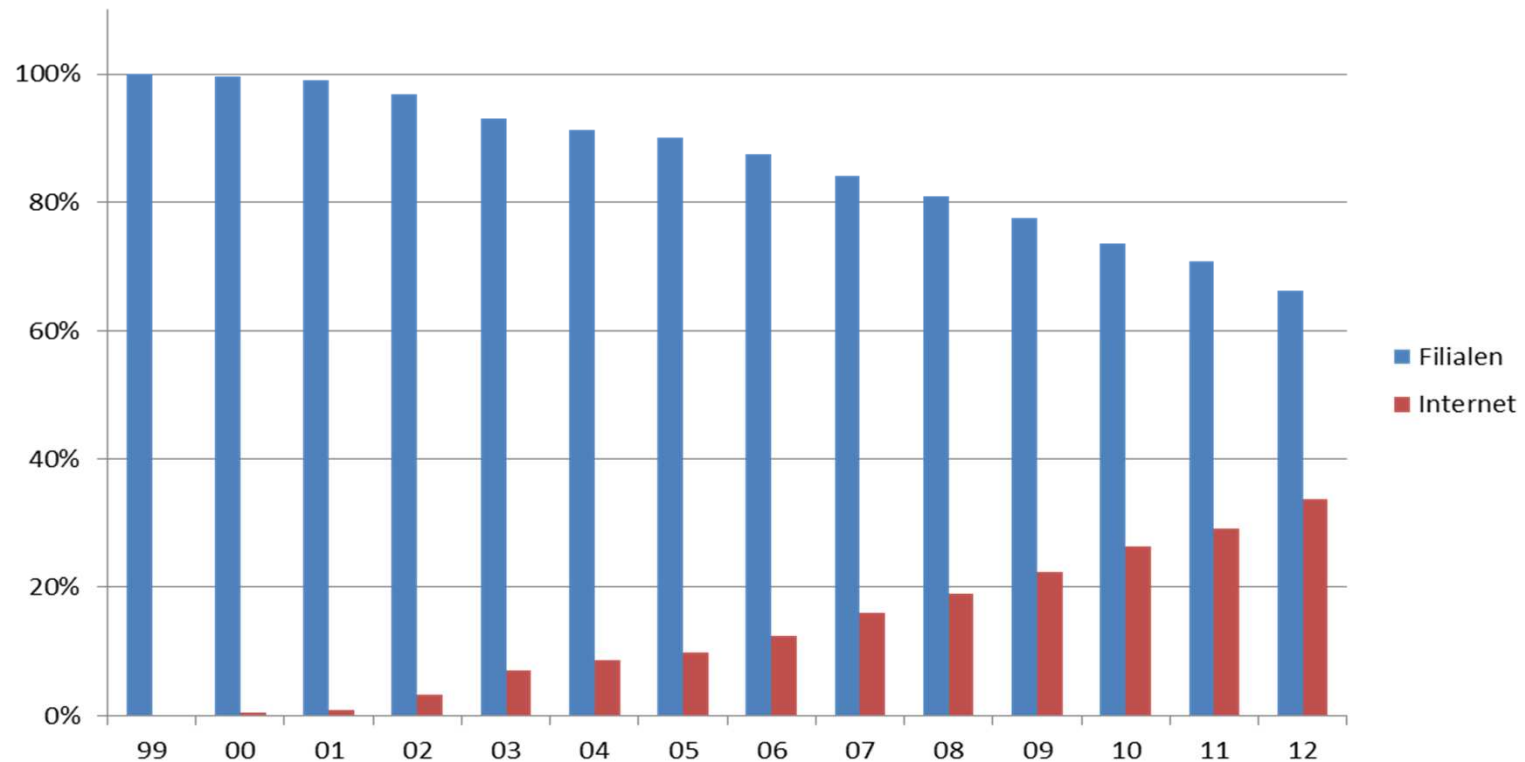
Umfrage aus dem Jahre 2012



Der Markt für Unterhaltungsmedien:

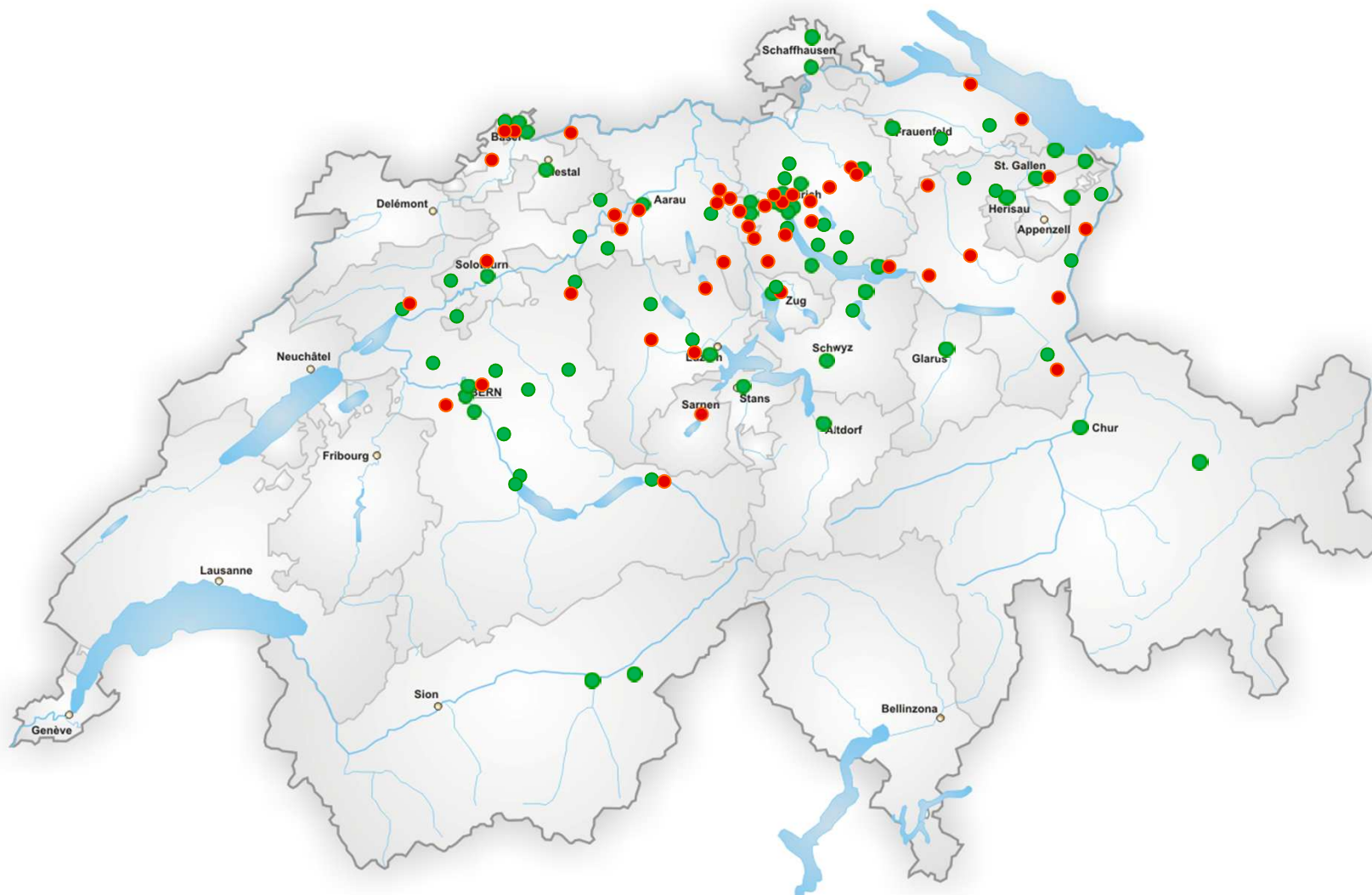
Unsere Branche ist nur die erste von vielen, welche sich dem veränderten Kundenverhalten anpassen muss!

Umsatzentwicklung Stationär vs. Online

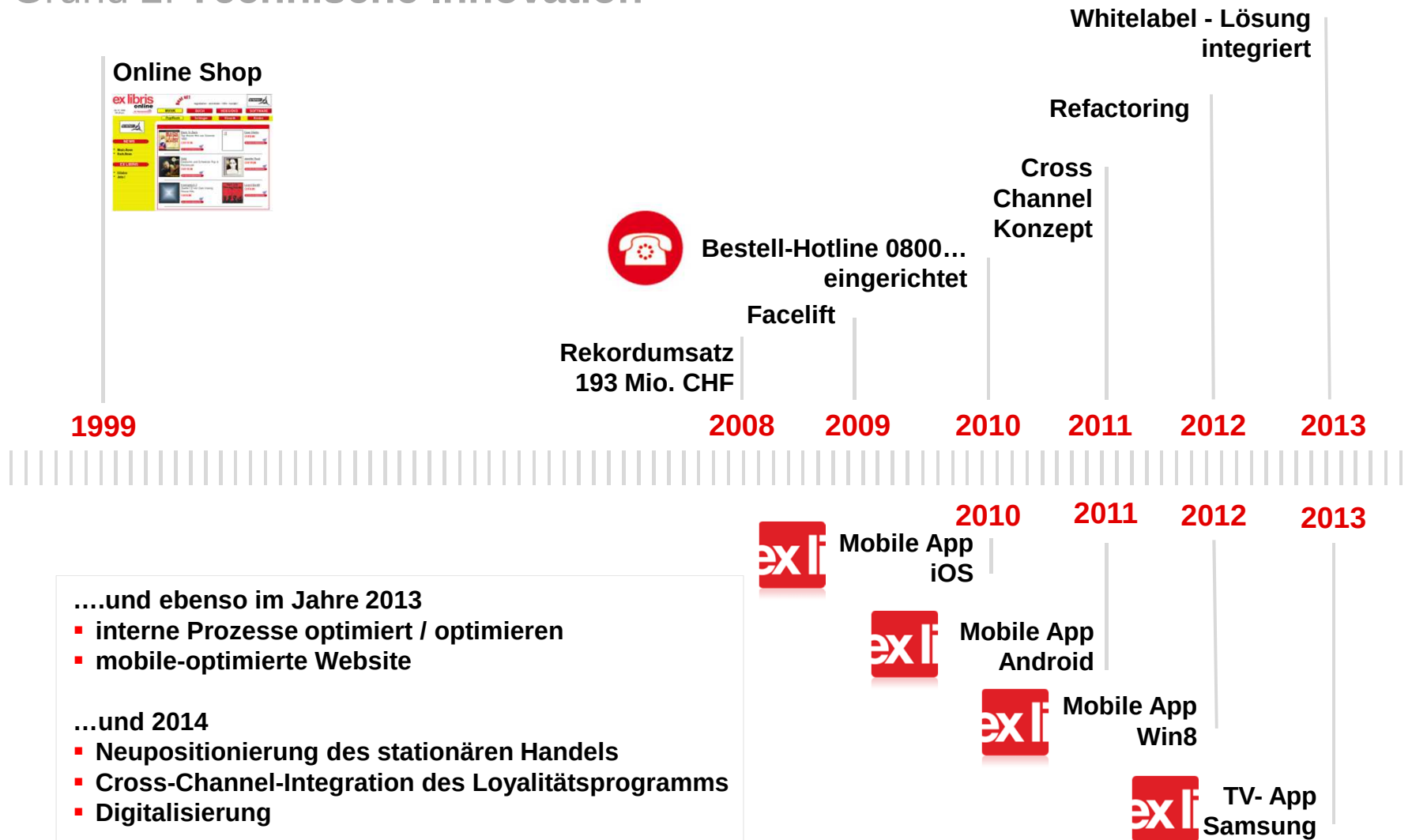


- **2014 wird bei uns der Online-Anteil die 50%-Marke überschreiten!**

Reaktion von Ex Libris auf die Marktveränderungen: Grund 1: **Straffung des Filialnetzes bis Ende 2014**

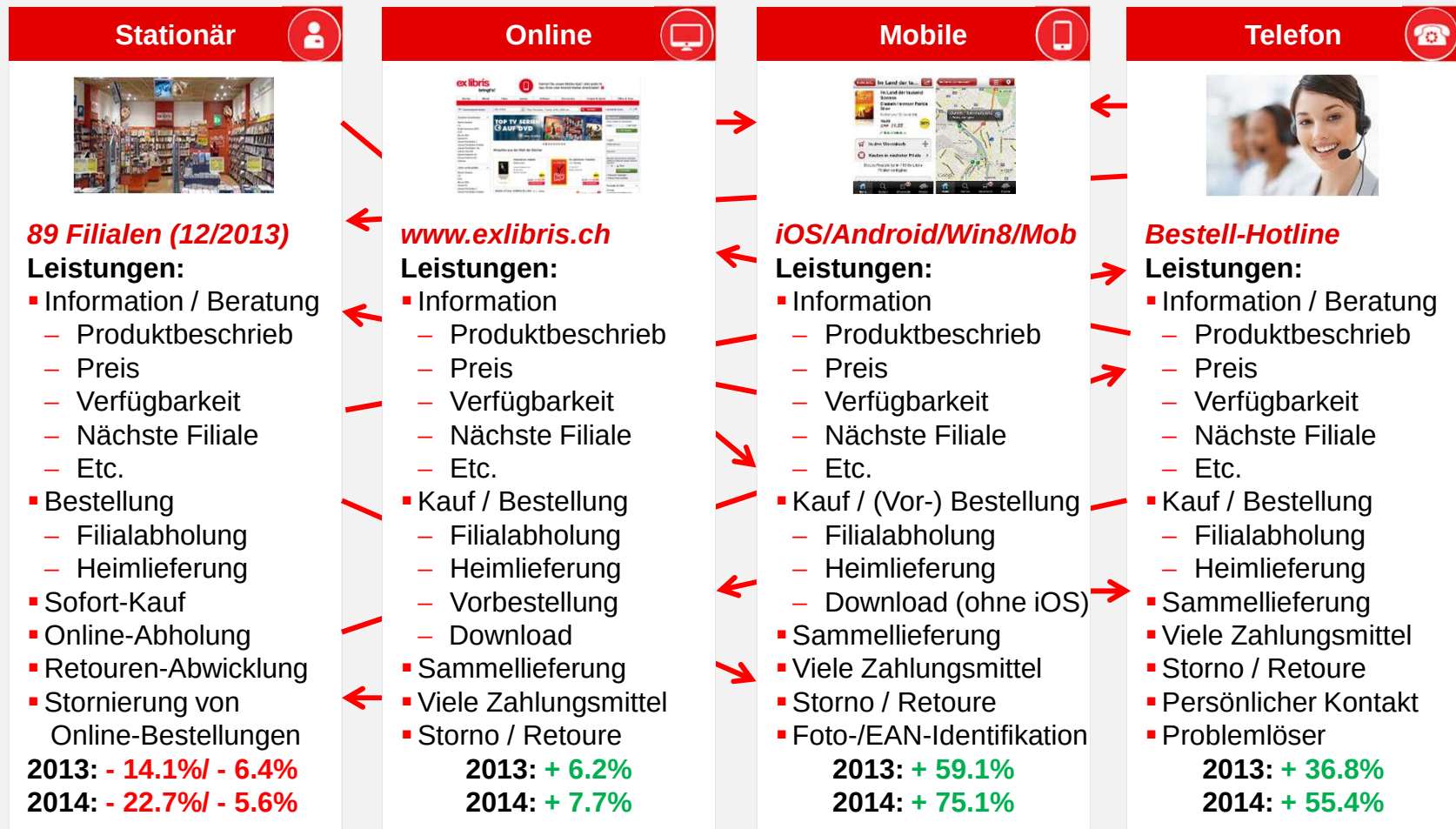


Reaktion von Ex Libris auf die Marktveränderungen: Grund 2: **Technische Innovation**



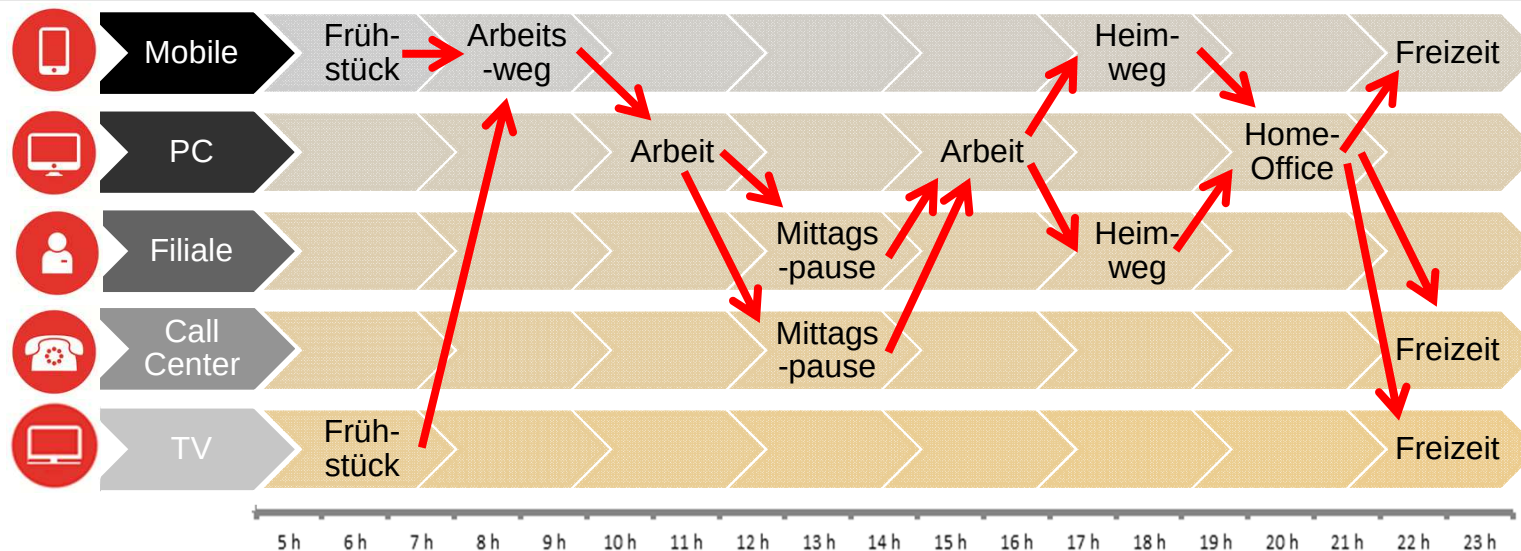
Reaktion von Ex Libris auf die Marktveränderungen: Konsequentes Cross-Channel-Konzept als USP

Vertriebskanäle der Ex Libris / Cross-Channel



Reaktion von Ex Libris auf die Marktveränderungen: Channel-Hopping

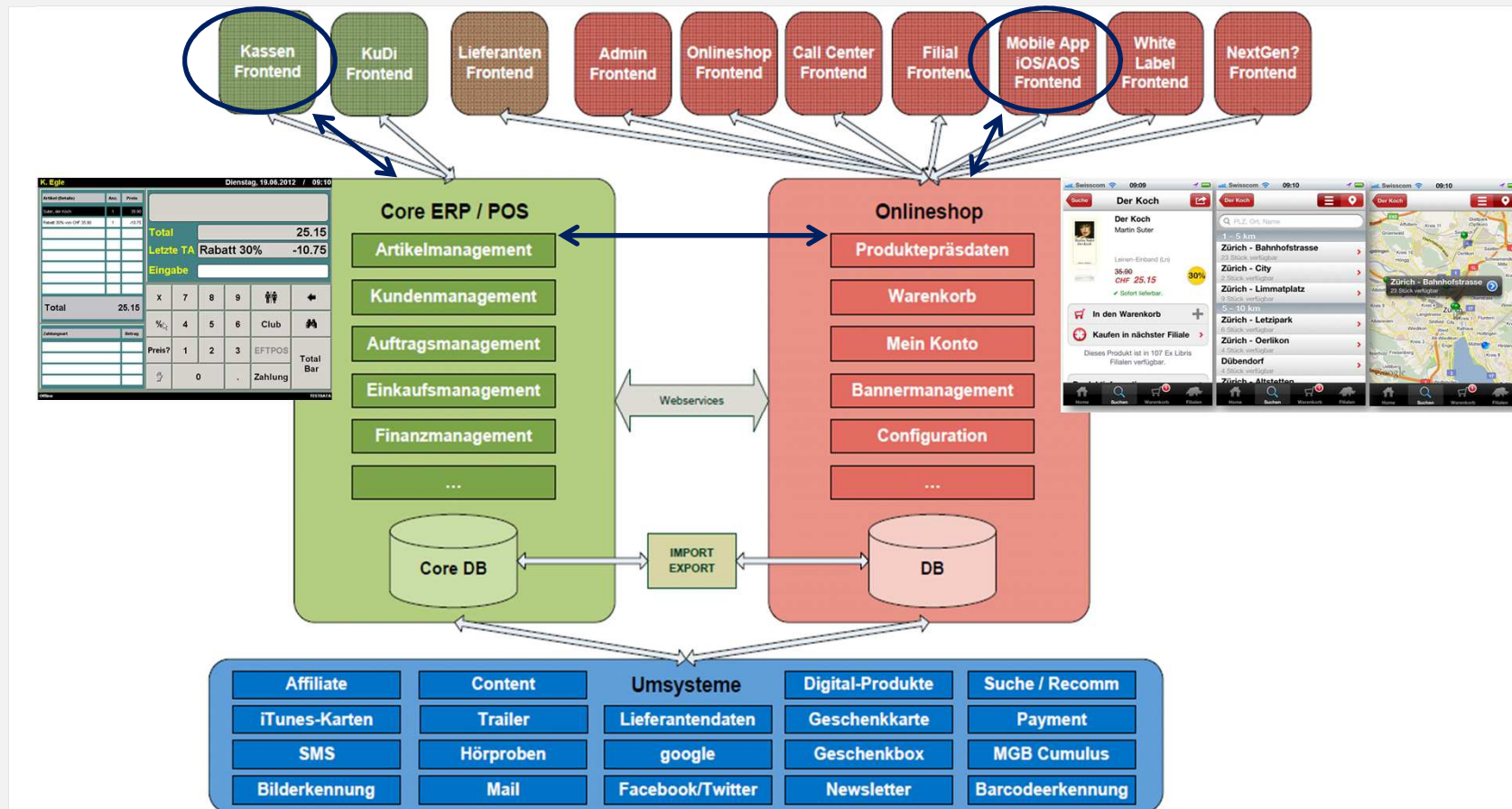
„The Medium is the Message“ :



- **Niederschwelliges Channel-Hopping kann nahezu „hürdefrei“ situativ und mit adäquaten Funktionsangebot einfach vollzogen werden**
- **Dem Tagesverlauf und Nutzerverhalten optimal entsprechende Verfügbarkeit aufgrund der fünf verschiedenen Touchpoints bieten**

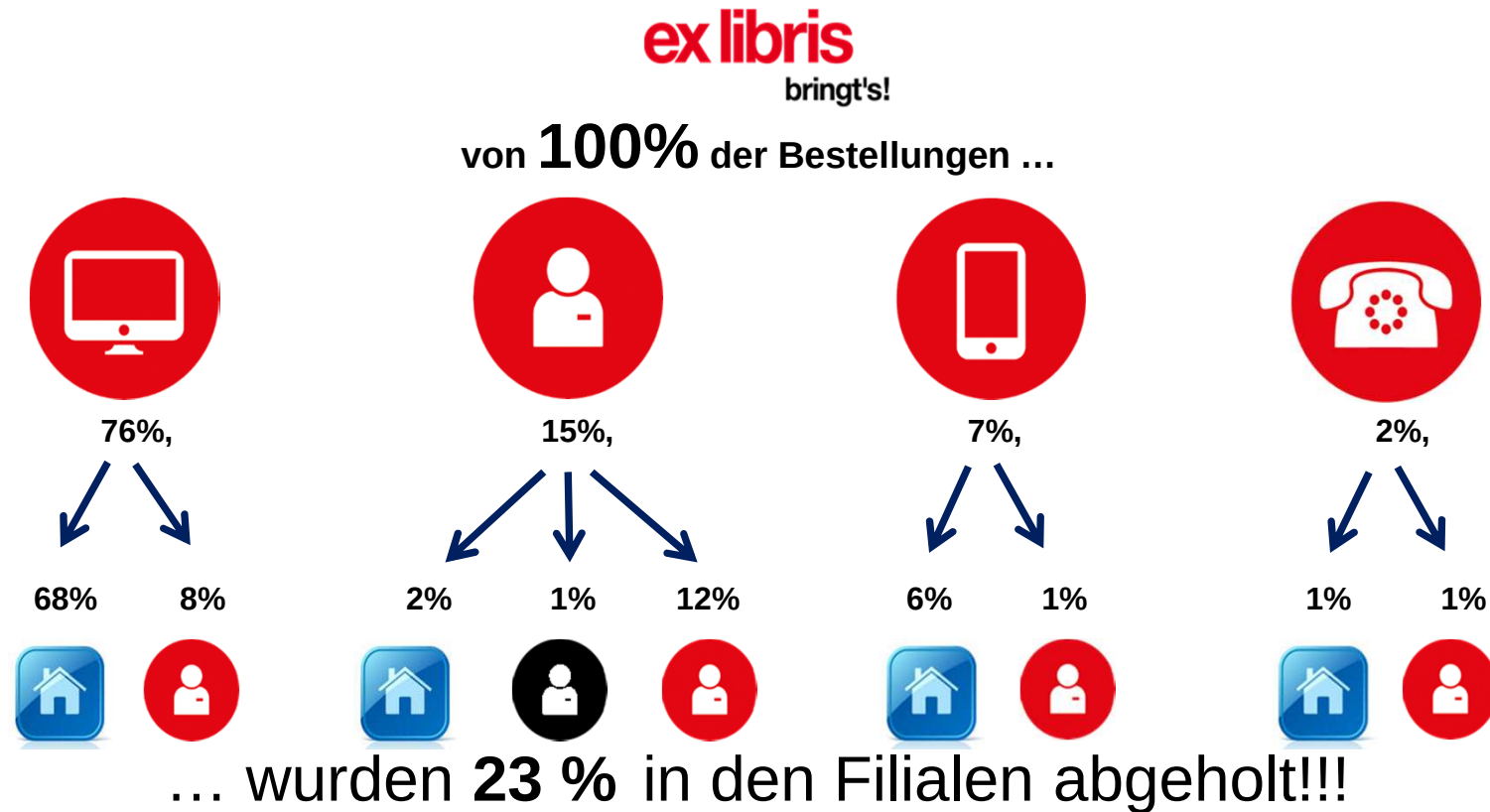
Reaktion von Ex Libris auf die Marktveränderungen: Technische Innovation als Basis für Echtzeit-Informationen

Systemarchitektur: Das Kernstück für das zeit- und kostengerechte Bereitstellen von Informationen



Reaktion von Ex Libris auf die Marktveränderungen: Konsequentes Cross-Channel-Konzept als USP

Kundennutzung des Cross-Channel-Konzeptes in 2012



Cross Channel-Kennzahlen: Cross-Channel als Umsatztreiber für die Filialen

Kundennutzung des Cross-Channel-Konzeptes, im 2013...

ex libris
bringt's!

...wurden **6.2%** mehr Bestellungen getätigt, davon...



+ 7.9 %,



- 4.1%,



+ 59.1%,



+ 34.7%,



Die Filialabholungen stiegen insgesamt von 294'986 Bestellungen im 2012 auf 336'712 Bestellungen im 2013 oder + 14.1%, trotz reduziertem Filialnetz!



Die von den Kunden über PC oder Mobile getätigten und in den Filialen abgeholten Bestellungen stiegen von rund 90'000 im 2012 auf über 145'000 im 2013 oder + 61%

Reaktion von Ex Libris auf die Marktveränderungen: Cross-Channel Marktführer

Inspiration am POS durch einspielen von aktuellen Informationen aus dem Online-Shop



Reaktion von Ex Libris auf die Marktveränderungen: Cross-Channel Marktführer

Inspiration am POS durch einspielen von aktuellen Informationen aus dem Online-Shop



- Hörprobe
- Film-Trailer
- Lesenproben



Reaktion von Ex Libris auf die Marktveränderungen: **Cross-Channel Marktführer**

Die kritischen Erfolgsfaktoren

- **Kommittent der Geschäftsleitung**
- **Unternehmensweite Akzeptanz**
- **Systemlandschaft und personelle Struktur zukunftsorientiert positionieren,**
- **IT follows Business vs. Business follows IT**
- **Zusammenspiel Mensch & IT**
- **Mitarbeiter-Informationen zu Prozessen / Serviceleistungen**
- **Prozess-Sicherheit, «lange» Planungsphasen lohnen sich**
- **Gläsernes Unternehmen – „leben ohne Vorhänge“**
- **Kanalübergreifende und integrierte Marketing-Kommunikation nutzen**
- **Harmonisierte Verkaufspreise in allen Kanälen,**
 - **Aber, nicht nur der Preis entscheidet, sondern Preis / Leistung!**
- **Marktveränderungen als Chance nutzen, sie kommen sowieso!**

Reaktion von Ex Libris auf die Marktveränderungen:

Studie "Media Use Index 2013" von Y&R Switzerland

Hier die Top 10 der Online-Shops:

1. Ricardo (37%)
2. SBB (33%)
3. Ticketcorner (28%)
4. Amazon (26%)
5. iTunes (25%)
6. Zalando (24%)
7. **Exlibris (24%)**
8. Digitec (20%)
9. Nespresso (19%)
10. Ebookers (18%)



Reaktion von Ex Libris auf die Marktveränderungen: Innovation und Tradition!

mobile-commerce ist Heute ein MUSS!

Best of Swiss Web 2014:

Wir gewinnen **Silver und Bronze** am Best of Swiss Web 2014 in den **Kategorien Business und Usability** für unseren Smartphone optimierten Online-Shop!



Swiss E-Commerce Awards 2014:

Unser Smartphone optimierter Online-Shop wurde in der Kategorie **"Mobile & Couch-Commerce"** mit **Gold** ausgezeichnet. Zudem belegten wir den **zweiten Rang** in der Kategorie **"Swiss E-Commerce Champion 2014"**!

Umfrage im Rahmen des POS-Report 2014: Welches ist die beliebteste Shopping-App?

1.  H&M
2.  ex Libris
3.  ZARA
4.  Chicorée
5.  Ricardo.ch
6.  geschenkidee.ch
7.  Coop
8.  IKEA
9.  Dein Deal
10.  Supercard
11.  LANDI Wetter
12.  samy

ex libris

bringt's

- gerne auch Ihnen...

**....sofern Sie eine Adresse in der Schweiz
haben ;-)**

Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Daniel Röthlin

Berlin, 13. November 2014