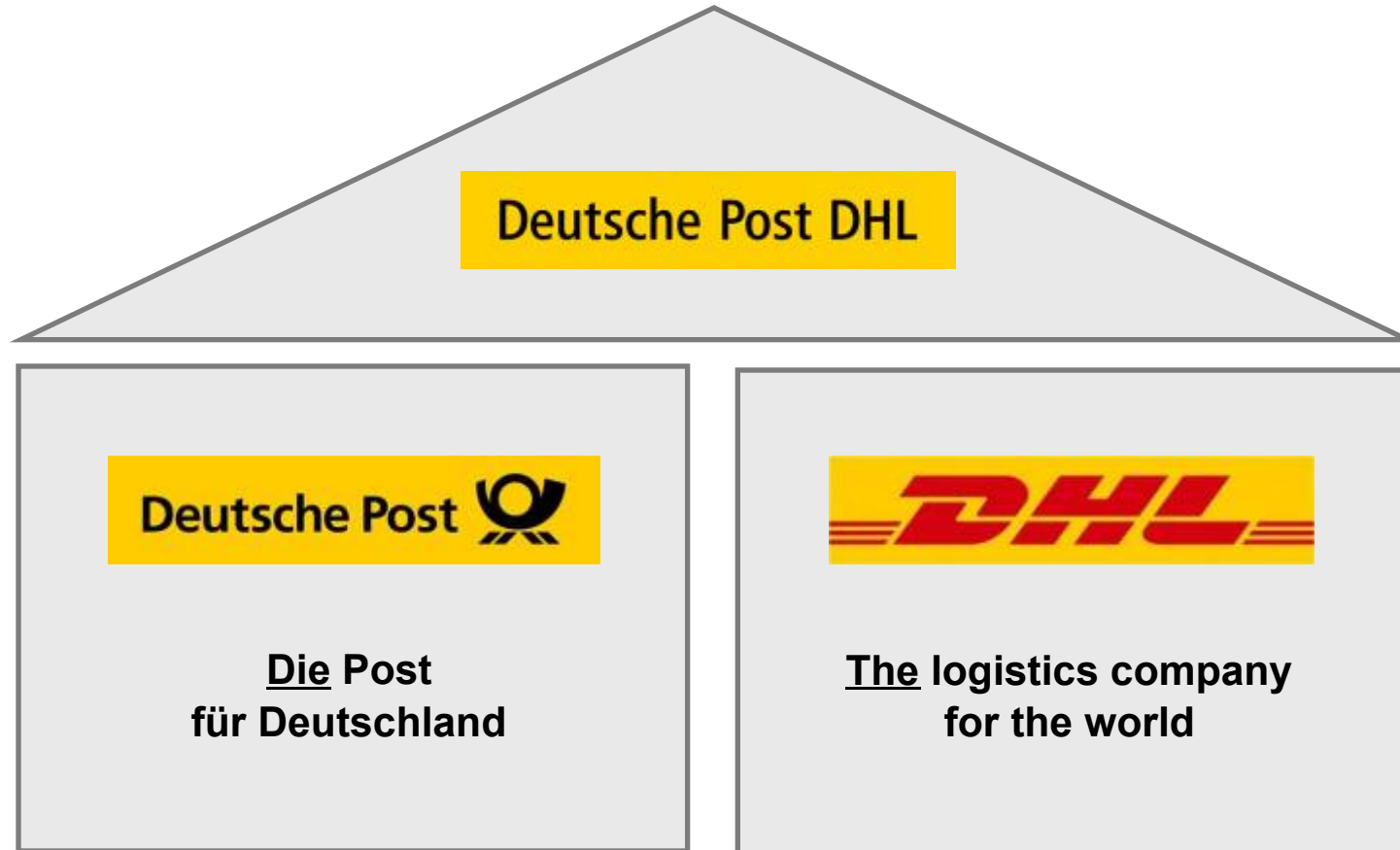


# Chancen und Herausforderungen im grenzüberschreitenden E-Commerce

E-Commerce Cross Border Deutschland - Schweiz  
Zürich, 25. Oktober 2011



# Deutsche Post DHL – Ein Unternehmen mit zwei starken Säulen



# Deutsche Post DHL – Konzernstruktur

## Deutsche Post DHL

Umsatz 2010: 51 Milliarden Euro  
Ca. 470.000 Mitarbeiter

### MAIL

Deutsche Post

- MAIL Germany
- PPO for Germany
- Letter mail services in Germany
- Mail Communication
- Dialog Marketing
- Press Services



- PARCEL Germany
- PPO for Germany
- Parcel Services
- PACKSTATION



- **Market leader in Cross Border mail**
- **Domestic services in key markets globally**
- **Mail and parcel services for Destination Germany**
- **International mail services from Germany abroad**
- **GM MAIL**
- **B2C parcel solutions**
- **Hybrid solutions**
- **Direct Marketing**

### EXPRESS



- Worldwide courier and express services
- Same Day
- Time Definite
- Day Definite
- Optional Services

### Freight and Global Forwarding



- International air and ocean freight services
- Airfreight
- Ocean Freight
- Road and Rail Freight
- Industrial Projects

### Supply Chain



- Customized contract logistics and industry solutions
- Supply Chain solutions
- Warehousing
- Distribution
- Value Added Services
- Logistics Outsourcing
- Lead Logistics Provider Services



- Corporate Information Solutions

## DHL Global Mail – Ihr globaler Partner



**Global Mail ist der weltweit führende Anbieter für internationale postalische Lösungen.**

**We are the easiest and most effective way to ship mail and parcels worldwide!**

# Daten & Zahlen – DHL Global Mail weltweit

Internationaler Experte für

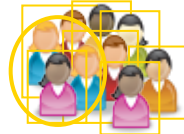
- Business Mail



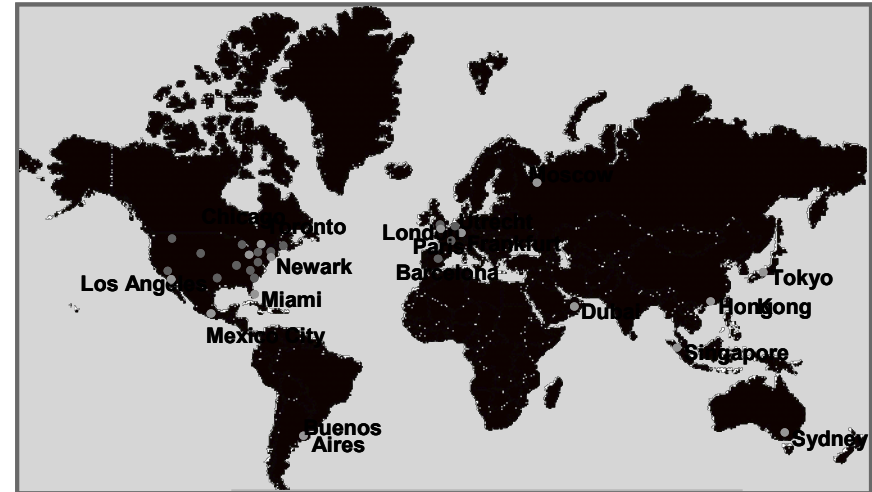
- B2C Paket



- Direkt Marketing



- Hybrid/E-Solutions



- 40 Produktionszentren
- 32 Sales Offices
- Ca. 2.200 Mitarbeiter

- Größtes Brief- und Paketvertriebsnetzwerk weltweit
- Maßgeschneiderte Lösungen für die individuellen Bedürfnisse unserer Kunden
- Nationale Briefdienstleistungen in globalen Schlüsselmärkten wie z.B. den USA

# Trends 2011

## Consumer Trends



Neue Märkte durch Alterung



Neue Märkte durch Globalisierung



Supersicherheit



Dialogisierung



Individualisierung/Ego-Marken

## Supplier Trends

Mobile Medien



Multi-Channeling



Social Media-Kanäle



Globale Präsenz via Internet



## Immer mehr Europäer kaufen Cross-Border online

- Die Anzahl der Cross-Border-Online-Shopper in Europa wuchs von 2009 auf 2010 um 30 Millionen Käufer.
- Ein Viertel bis ein Drittel der Konsumenten, die derzeit nicht Cross-Border online shoppen, geben an, dies in naher Zukunft zu beabsichtigen.
- Über eBay Deutschland wurden im Jahr 2010 Waren im Wert mehr als 750 Millionen Euro exportiert.
- Die meistgekauften Produkte sind beim Cross-Border-Handel ähnlich wie im Inland:
  1. Bücher, CDs, DVDs
  2. Bekleidung, Schuhe
  3. Computer Software und Spiele
  4. Elektronische Ausstattung und Bauteile

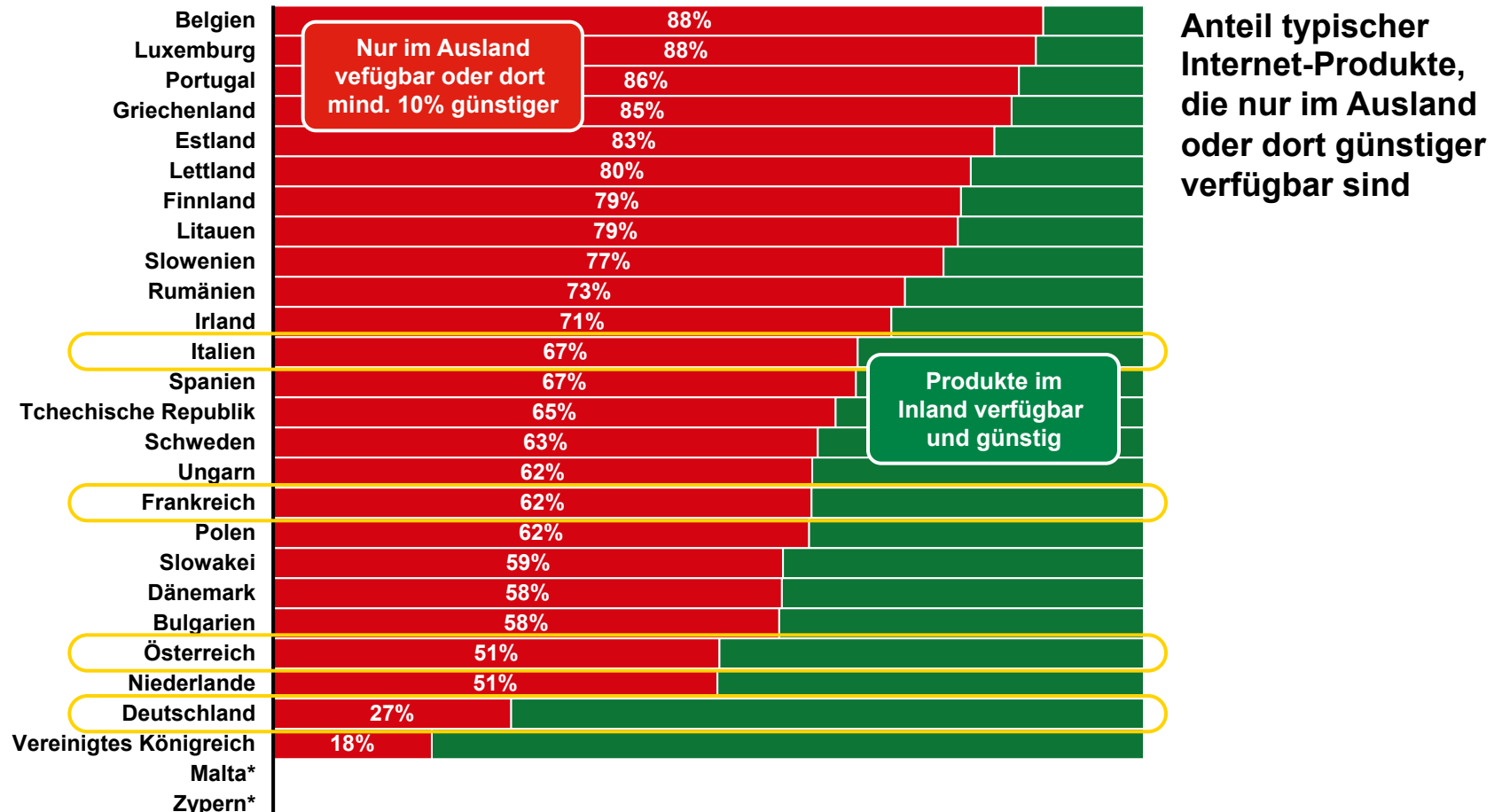


## Warum kaufen Konsumenten im Ausland?

- Preisvorteil (auch Wechselkurs- und Steuervorteile)
  - ⇒ Konsumenten aus Ländern mit hoher MwSt. innerhalb EU (z.B. Dänemark)
  - ⇒ Konsumenten aus Nicht-EU Ländern, Kauf zum Nettopreis innerhalb der EU
- Zeitvorteil
- Keine Verfügbarkeit der Produkte im eigenen Land
- Größere Auswahl, Exklusivität der Produkte

# Potenzial des grenzüberschreitenden Internet-Handels

## Ein internationaler Vergleich zeigt, dass der grenzüberschreitende Internethandel noch ein riesiges Potenzial hat



Quelle: YouGovPsychonomics: Mystery Shopping Evaluation of Cross-Border E-Commerce in the EU. Conducted on behalf of the European Commission, Health and Consumers Directorate-General. 20.10.2009 | \* In Malta und Cyprus war die Zahl der verfügbaren Produkte statistisch nicht ausreichend

# Hemmnisse des grenzüberschreitenden Handels

## Kundenbedenken und ineffiziente Wertschöpfungsketten sind aktuell noch die wichtigsten Hemmnisse für die Internationalisierung



Während Online-Kunden ihren Händlern im Inland vertrauen, haben sie beim Cross-Border E-Commerce Bedenken:

- Sprachbarriere
- Fehlendes Vertrauen
  - in den Händler
  - in die Bezahlungsfunktion
  - in den grenzüberschreitenden Versand inkl. Retouren Abwicklung

Vielen Anbietern fehlen strukturierte Prozesse zur Abwicklung von Bestellungen aus dem Ausland:

- Aufwand für Gestaltung und Pflege von Cross-Border websites
- Fehlende internationale Bezahloptionen/ Ausfallrisiko
- Variierende Verbraucherschutzbestimmungen in den Ländern
- Defizite in der Wertschöpfungskette

# Die richtigen Schritte zum Cross-Border E-Commerce

**Nutzen Sie die Expertise erfahrener Dienstleister, dann ist Cross-Border E-commerce einfach und erfolgreich**



**Vertrauen schaffen**

- Cross-Border websites
- Beratung
- Kundenkommentare/ Interaktion
- Einbindung Social Media

**Gezielte Ansprache potenzieller Kunden**

- Consumer intelligence
- Geo-Marketing

**Anbieten von mehreren Bezahloptionen**

- Rechnung
- Kreditkarte
- Treuhänder

**Lagerhaltung optimieren**

- Direktversand, Produktion an Endverbraucher prüfen

**Gute Laufzeiten sicherstellen**

- Abholung
- ggf. Zollabfertigung
- Transport
- Zustellung
- Retouren-Service

**Buchhaltung optimieren**

- Rechnungsversand physisch oder hybrid
- Electronic invoice and payment (EIPP) Lösungen
- Archivierung

# Praxisbeispiel CH -> D: Schokolade auf Kundenwunsch

## MySwissChocolate.ch

- Neuer Online-Service für individuelle Schokoladenkreationen
- Mitbestimmung zukünftiger Kunden im Vorfeld beim Produktangebot und der Auswahl des Logos via soziale Netzwerke und den eigenen Blog
- Herstellung der Schokolade in Zürcher Manufaktur
- Versand: innerhalb Schweiz + 13 europäische Länder
- Schwerpunktmarkt im Ausland: Deutschland
- Durchführung einer gezielten Direktmarketing-Kampagne zur Neukundengewinnung im Herbst



## DHL Global Mail ist internationaler Versand- und Direktmarketingpartner:

- Weltweiter Transport (ggf. mit Kühlpads)
- Lösung für Finanz-, Steuer und Zollanforderungen
- Zollabwicklung
- Retourenmanagement
- Zielgruppen- Identifikation + Selektion
- Mailing: Kreation, Produktion und Abwicklung
- Planung und Abwicklung Suchmaschinen-Marketing
- Online Response Erfassung



## Praxisbeispiel EU -> CH: Lego

### **Lego.com – Lego Online Versand weltweit**

- Lego online Angebot für EU, AU, NZL und US/CA
- Kunden können Lego Produkte online kaufen oder fehlende Steine online bestellen
- Versand der Produkte aus DK oder PL
- Versand: in EU, USA, CAN, AU/NZ
- Monatlicher Versand des Lego Club Magazins an Kinder bis 12 Jahre nach D, AT und CH



### **DHL Global Mail ist internationaler Paketversandpartner:**

- Weltweiter Paketversand mit Sendungsverfolgung (Track&Trace) in den meisten Zielländer
- Transportmanagement für Lego Pakete in alle Zielländer
- Zustellung durch lokale Paket- und Postpartner
- Zollabwicklung in die Schweiz und außereuropäische Destinationen
- Entwicklung eines IT Portal für Lego für die Erstellung aller notwendigen Paket-Labels und Zollpapiere
- Zentrales Customer Service Portal zur Sendungsverfolgung für alle Destinationen
- Managed Retouren-System: Retourenlabel auf Anfrage im Lego Kundenservice
- Zentrale Rechnungsstellung für Lego
- Zustellung durch die Schweizerische Post für schweizer Kunden

- ▶ **Der grenzüberschreitende Internet-Handel wird enorm wachsen.**
- ▶ **Die Kunden werden nicht immer merken, dass sie im Ausland kaufen.**
- ▶ **Die Trennung zwischen B2C und B2B, zwischen national und international, sowie zwischen Standard und Express wird verschwimmen.**
- ▶ **Ein Großteil der Importe wird direkt aus Asien und Amerika zu den Verbrauchern kommen – aber noch nicht jetzt.**
- ▶ **Die Verschiebung vom stationären Handel zum Internet-Handel wird weitergehen – mit neu entstehenden Zwischenstufen ("Showroom").**

**Merci vielmal!**