

BRACK.CH

Die Abkehr von der digitalen Transformation?

WIR sind BRACK.CH



- Einer der grössten Schweizer Onlineshops für IT-Hardware, Software und Büro, Multimedia und HiFi, Telefon und Elektro, Haushalt und Garten, Familie, Outdoor und Freizeit sowie RC und Spielwaren



- Mehrfach ausgezeichnete Onlineshop



- Telefonische Beratung und Support vor und nach dem Kauf mit geschultem Personal (besten Support gemäss PC-Tipp Umfrage)



- Bis 16 Uhr bestellt, am nächsten Arbeitstag geliefert, portofrei, über 60'000 Artikel



- Betreibt seit 2009 zusätzlich das Liveshopping-Portal DayDeal.ch



- Zielpublikum D-CH, 16 – 76, mehrheitlich Männer



- Innovative, opportunitätsfreundliche Kultur – (Bsp. Logistik, Shoplösung, Übernahme)



- Eine einzigartige Logistik in Willisau die sich gut skalieren lässt



Logistikzentrum Willisau

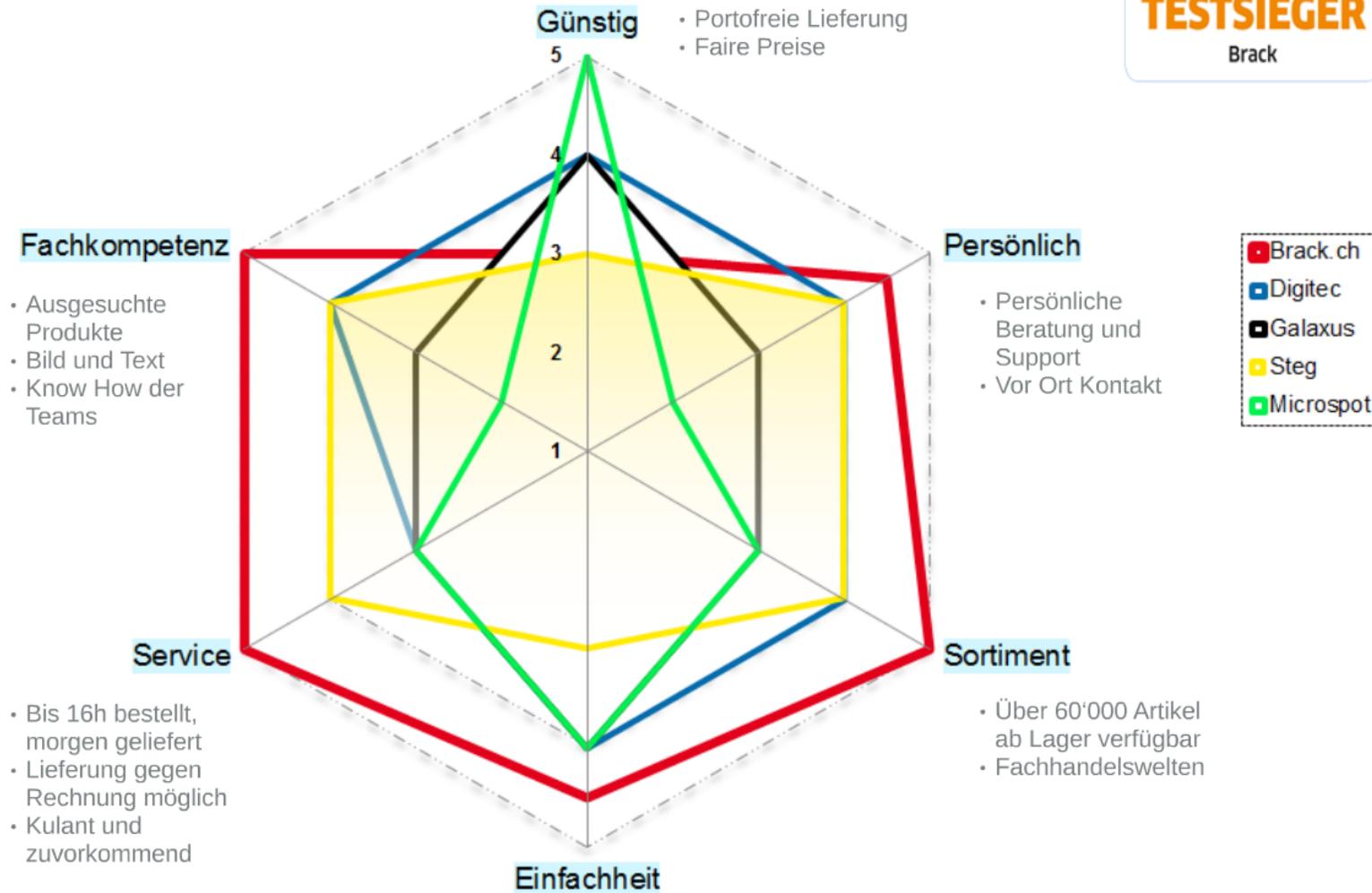
Inbetriebnahme: Mai 2012

Ziele:

- Nur **1 Standort**
- **Lagerkapazität erhöhen (mit Reserve)**
- **Ausstoss erhöhen** (bis 2 Mio. Pakete pro Jahr)
- **Effizienz steigern** - automatisieren
- Kunden bestellen später: **Auftragsdurchlaufzeit verkürzen**

- Automatisches Hochregallager für 15'000 Palettenplätze
- Eines der modernsten automatischen Kleinteilelager Europas („Autostore“) mit 100 Robotern
- Warenausgang: 500m Fördertechnik, 35 Weichen, 7 Sortierrutschen, 2 automatische Verpackungslinien
- Zehn Lastwagenrampen

Markenpositionierung BRACK.CH



**Wir kommunizieren
digital:**

schnell, interaktiv

PURE PLAYER

digitale Rückwärts-Transformation?

Wo steht die
**DIGITALE
TRANSFORMATION**
im Handel?

BRACK.CH

Schlussfolgerung

KONKLUSION

PURE PLAYER

digitale Rückwärts-Transformation?

Kommunikation von BRACK.CH

Ziele (die alte Werbeformel)

- Bekanntheit erhöhen
- Wissen um die neuen Sortimente vermitteln
- Einstellung zur Marke positiv prägen

...und natürlich am Schluss Umsatz



BRACK.CH

Kommunikationsstrategie 2013

- Ausgangslage Anfang 2013 - **Bekanntheit D-CH 55%**.
Kommunikation bisher grösstenteils digital
- **Entscheid:** Verlagerung der Kommunikationsmittel
in die Breitenkommunikation
 - TV-Werbung
 - Sponsoring

The logo consists of the text "BRACK.CH" in a bold, red, sans-serif font, centered within a white rectangular box. This box is surrounded by a thick red border.

BRACK.CH



Breitenkommunikation offline

TV Werbung

4 Wellen, hauptsächlich SF1 + SF2



Themen-Flyer

BRACK.CH Besser online einkaufen

IT-Hardware | Software & Büro | Multimedia & HIFI | Telefon & Elektro | Haus & Garten | Familie & Freizeit | RC & Modellbau

Unterhaltungselektronik
Von Kopfhörern bis Multimedien
Seite 2-6

Für Ihre Hobbies
Fotografie und Freizeit
Seite 6-8

Für Ihr Zuhause
Wascherei, Wäscherei oder Garten
Seite 10-17

Robust und vielseitig
Von Convertibles bis Smartphones
Seite 20-24

Wir haben Sommer

Profitieren Sie mit Aktionscode «JUNI2014»

**Bis 16 Uhr bestellt
morgen geliefert – portofrei!**

Brack Electronics AG · Hintermättlistrasse 3 · 5506 Mülgenwil · 062 880 80 80 · info@brack.ch · brack.ch · [f/brack.ch](#) · [t/brack](#)

Directmailings, Fachmedien,
Breitenstreuung

Plakate

Kampagnen begleitend, LKW-Beschriftung



Besser online einkaufen

Partnerevent

Wichtigste Kundenbindungsmassnahme



Inserate

Weniger IT-Medien, mehr Lifestyle, mehr PR

STILSICHER IN DEN FRÜHLING

Wie selbst perfekter Technik-Wert auf alle Materialien, bestmögliche Verarbeitung und aussergewöhnliches Design legt, so wie sich diese Technik-Gadgets auf www.brack.ch näher anschauen.

XIX. HANDY MIT TOP-KAMERA
Bildung ist der beste 10,2 cm Touchscreen, der Filter und Gläser in höchster Full HD Auflösung (Glas) bringt. Die 20-Megapixel-Frontkamera und 10-Megapixel-Rückkamera bieten beeindruckende Qualität. Praktisch: Im Windows-Phone 8 ist Microsoft Office integriert.
Nokia Lumia 1020 pure, CHF 280.-

PFLANZENFLÖSTERER
Wie viel muss ich giessen? Wann hat es zu viel? Dieser Pflanzenwasser-Flösterer ist ein Düng- und Mist-Schlauch, der über den Blumentopf streicht. Er misst Bodenfeuchtigkeit, Luft- und Bodentemperatur, die Lichtintensität und den Säuregrad. Die kostenlose iPhone/iPad-App wertet diese Daten aus und gibt alle Hinweise im richtigen Moment.
Pflanz-Flösterer Power, CHF 75.-

RETRÖ-SOFORTBILDKAMERA
Klassisch aussehend können sich heute Retro-Kameras im Foto-Gadgets- und Kamerazubehör-Fach finden. Die sog. Doppellinse oder Langzeitbelichtungsbrennweite sind die Resultate, man schießt auf Papier, mit Platz für handgemachte Belichtungen - ganz wie damals.
Agilent studio Mini M1 New Classic, CHF 75.-

BAUCHFREIER TISCHRELL
Von Hochstuhlgriff schmeißt man bei den meisten nicht viele Gegenstände. Der von Holzgriff und ausser nicht mehr und produziert keinen Rauch. Das aus dem Holzgriff ausstehendes Feld ruht auf die Glas-Griff und schneidet. Ideal für die Gesundheit. Nicht lachen, schnell und transportfähig. Leichter, als 1kg.
Bauchfreier Tischrell, CHF 75.-

DIGITALRADIO IN DESIGNER-OPTEK
Nerven und Punkte dieses UKW- und DAB-Radios in Retro-Design-Optik bringen die unverkennbare Handschrift der vierhundert Jahre und Accessoire-Designs. Die Käse, durch dem verschöneren Design-Netz sich des Klanges der gut hören können.
Aureo Radio Mini by Ole Käse, CHF 248.-

WEITERE INFO GIBT AUF WWW.BRACK.CH

TECHNISCHE DATEN
www.brack.ch

BRACK.CH

Besser online einkaufen

IT-Hardware | Software & Büro | Multimedia & HiFi | Telefon & Elektro | Haus & Garten | Familie & Freizeit | PC & Modellbau

Aktiv in den Tag, gesund unterwegs
Brack.ch: Sortimente für die ganze Familie

Körperbewusst im Alltag
Witzings Pulse-Aktivitätsmesser
CHF 119.-
Art. 200426

Umfassend im Bild
Polaroid Pulsmesser GPS Uhr
CHF 199.-
Art. 200748

Geund und ausgewogen
Elektrische Spülmaschinen
Smucker SPP2000
Art. CHF 140.-
Art. 201140

Ferien im Garten
BOSCH Akku-Rasenmäher Power 37 Li
Art. CHF 140.-
Art. 200174

PS: Mehr Inspiration auf brack.ch/trusting

Brack Electronics AG | brack.ch | info@brack.ch | 042 889 91 00 | www.brack.ch | [Facebook](https://www.facebook.com/brack.ch) | [Instagram](https://www.instagram.com/brack.ch)

BRACK.CH Challenge League



NÄCHSTES HEIMSPIEL

FC Schaffhausen
FC Chiasso

Samstag, 30. November
17:45 Uhr Stadion Breite

BRACK.CH Challenge League

Warum ist BRACK.CH Titelsponsor der BRACK.CH Challenge League?

Für viele Spieler vor und ist die zweitgrößte Fußballstadt des Landes eine wichtige Station auf dem Weg in eine Karriere als Profifußballer. Durch das Engagement in der BRACK.CH Challenge League unterstützt die BRACK.CH AG die Betreuung und Förderung von Nachwuchstalenten. Diese braucht es sowohl im Spitzensport als auch in der Breitensportbewegung.

offizieller Titelsponsor
BRACK.CH

SPIELPLAN CALENDRIER 2014/15

FC Winterthur - FC Le Mont LS & Rumis Brack.ch

20 SANDRO POZZONI

Matchcenter

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	1
8. Runde	CHI	FCS	WIL	SIE	LS	WOH	WIN	LMT	SFC	LUG						
13.09.14 bis 15.09.14																
		1:3	0:0		0:1		2:0		1:1							
		13.09.14 17:45	13.09.14 17:45		14.09.14 16:00		14.09.14 16:00		14.09.14 15:00							

BRACK.CH Challenge League

Mannschaftsausrüstung für die Saison 2014/2015
Professionelles Outfit für alle

16. Set für CHF 449.-

14. Set für CHF 399.-

BRACK.CH Challenge League

10

Blick



Wo stehen wir mit unseren Zielen?

- Bekanntheit Juli 2014 bei 72%
- Hohe Brand Awareness
- Umsatzwachstum 2013 und 2014 bei Privatkunden > 30%



Pure Player eröffnen Läden

Immer mehr Online-Händler eröffnen physische Standorte und Abholpunkte



Zalando-Outlet-Store in Frankfurt am Main von 1100: Architect

Zalando hat in einer ehemaligen Kaufhof-Filiale den zweiten stationären Laden eröffnet

30.06.2014



Das in New York und Frankfurt am Main ansässige Architekturbüro 1100: Architect hat das Outlet als schicken Laden konzipiert.

Die Schnäppchenjagd war erfolgreich: Stolz verlassen drei Frauen mit jeweils einer weiß-orangenem Papiertüte und mit jeweils drei Paar neuen Marken-Schuhen den Laden. Nachlass für die High-Heels und Sneakers - zwischen 50 und 60 Prozent je Paar!

Mymuesli-Filiale eröffnet in der Wiener Mariahilferstraße

Gepostet in [Player](#) • 2 Monate alt • Geschrieben von [Redaktion](#) • Keine Kommentare

2007 als Online-Pureplayer im deutschen Passau gestartet, eröffnet Mymuesli im September seine mittlerweile 15. Filiale. Diese wird in der Wiener Mariahilferstraße zu finden sein. Eine weitere Filiale öffnet in Konstanz ihre Tore.



amazon.com[®]

PURE PLAYER

digitale Rückwärts-Transformation?

Wo steht die
**DIGITALE
TRANSFORMATION**

im Handel?

BRACK.CH

Schlussfolgerung

KONKLUSION

Wo steht die

DIGITALE TRANSFORMATION

im Handel?

Rückblick 2011

**Wer wachsen will, macht Pure Play,
wer nicht verlieren will, Multichannel**



Malte Polzin, CEO

BRACK.CH
ELECTRONICS

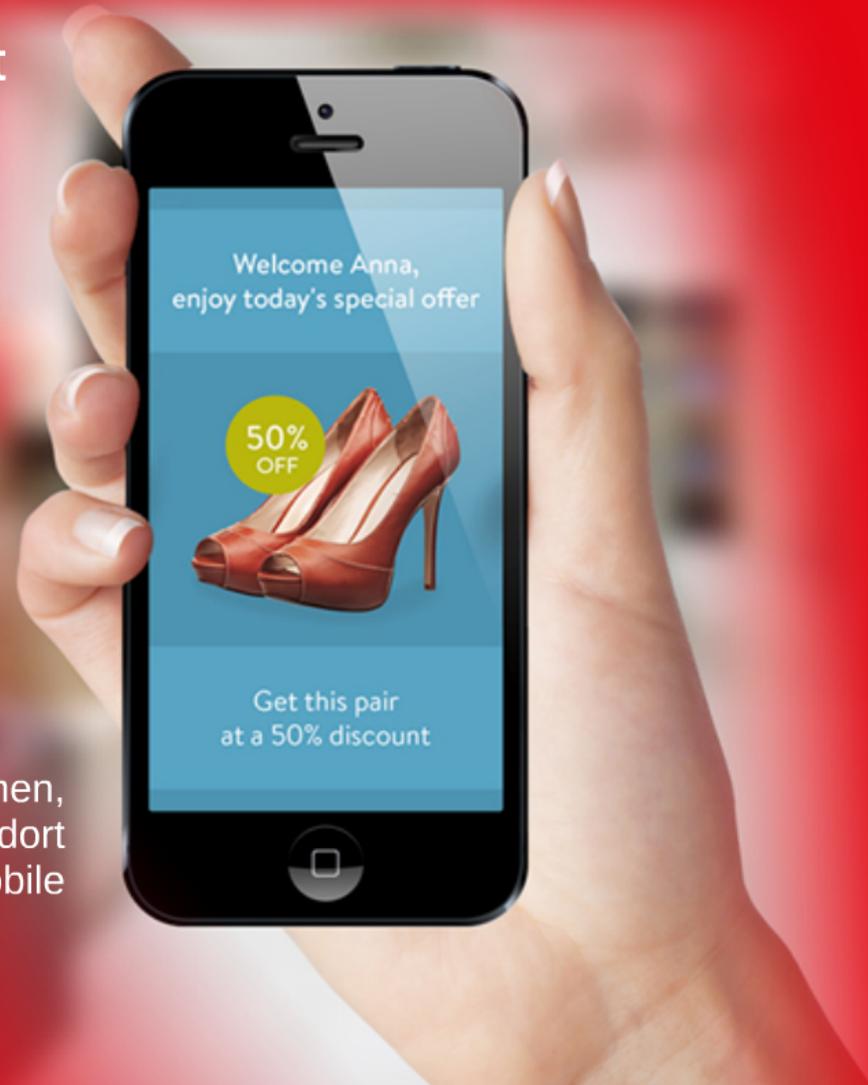
www.flickr.com/photos/thliers/3512590485/

Und heute?

Viel hat sich nicht geändert

- Stationäre Player tun sich schwer, digital zu transformieren.
- Die meisten machen online nicht wett, was sie offline verlieren.

Beacons: Kunde erkennen,
kommunizieren, am Standort
offline2mobile



Woran liegt's?

Herausforderung **Logistik**

- Kommissionierung aus dem Regal skaliert schlecht
- Oft fehlen die logistischen Lösungen



Herausforderung Preis

- Online kann unter 20% Marge leben
- Stationär eher nicht
- Der Kunde erwartet den gleichen Preis



Herausforderung Standort

- Online existiert keine natürliche Frequenz
- Aber die Bekanntheit hilft massiv
- Trotzdem, die Durchgängigkeit fehlt oft



Herausforderung **Denkweise**

- Offline funktioniert **anders** als online
- Offline mit online kombiniert **nochmals anders**
- Es fehlen die **innovativen, durchgängigen Konzepte**
- Neues nicht nur mit anschauen **sondern mit prägen**
(frühes adaptieren)
- **Scheitern zulassen!**



*Innovation beginnt im Kopf
mit der kühnen Idee
und dem Mut zum Risiko.*

(Björn Engholm)

PURE PLAYER

digitale Rückwärts-Transformation?

Wo steht die
**DIGITALE
TRANSFORMATION**
im Handel?

BRACK.CH

Schlussfolgerung

KONKLUSION

Schlussfolgerung

KONKLUSION



Konklusion

Durchgängigkeit ist WICHTIG!

In unserer Kommunikation gilt:

Wir wollen Geschichten schreiben die offline und online nahtlos zusammen spielen und möglichst effizient das Zielpublikum erreichen, **egal wo der Kunde sich gerade befindet.**

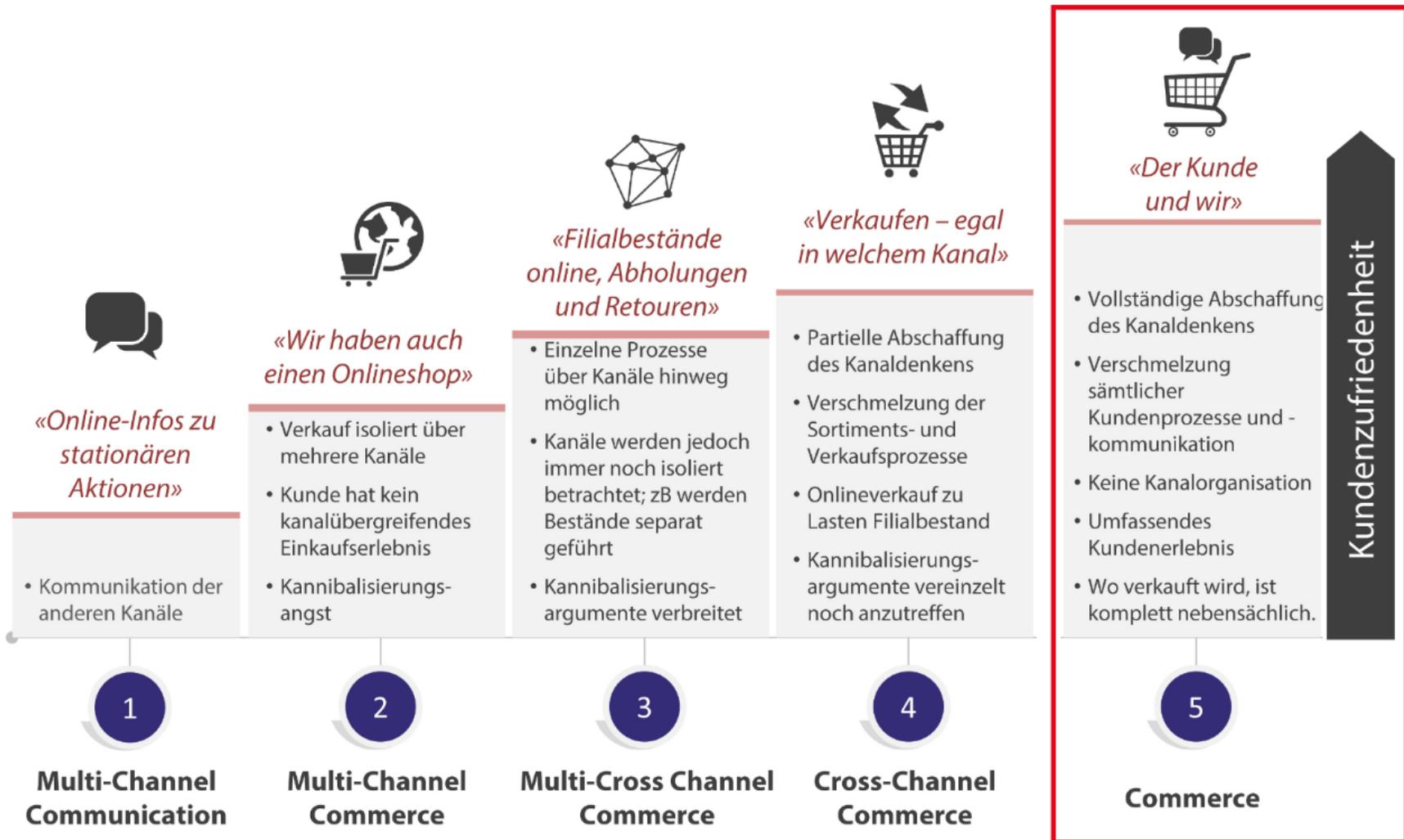
Überraschend, kompetent, emotional, persönlich

Konklusion Handel:

Digital ist Teil unserer täglichen Realität.

Im Handel für die Zukunft gilt genau so:

mit durchgängigen Konzepten den Kunden dort erreichen/abholen wo er sich gerade aufhält.



Wie geht's weiter?



- Wir befinden uns noch am Anfang **einer grundlegenden Veränderung des Detailhandels**



- **Die Digitale Transformation** verändert Konsumentenverhalten, Anbieterverhalten und damit die Märkte grundlegend. Handelskonzepte werden entsprechend dem Konsumentenverhalten verschmelzen.



- Gemäss Gartner werden 2017 in Europa **30% der Handelsumsätze online** sein. Andere Länder sind der Schweiz voraus.



- Werden Pureplayer schneller offline erobern, wie Stationäre online?



- Es ist **keine Glaubensfrage** offline oder online (auch andere Märkte z.B. Zeitungen)

**So wie wir uns heute täglich nahtlos
zwischen physischen und digitalen Welten bewegen,
muss auch Handel funktionieren.**



..natürlich bestätigen Nischen die Regel
und erleben z.T. sogar eine Renaissance!

Herzlichen Dank

BRACK.CH