

Neue Wege zum Konsumenten: was bleibt - was ändert sich rechtlich und faktisch?

Dr. Leonz Meyer

Rechtsanwalt und Gründer SnäckFinder AG

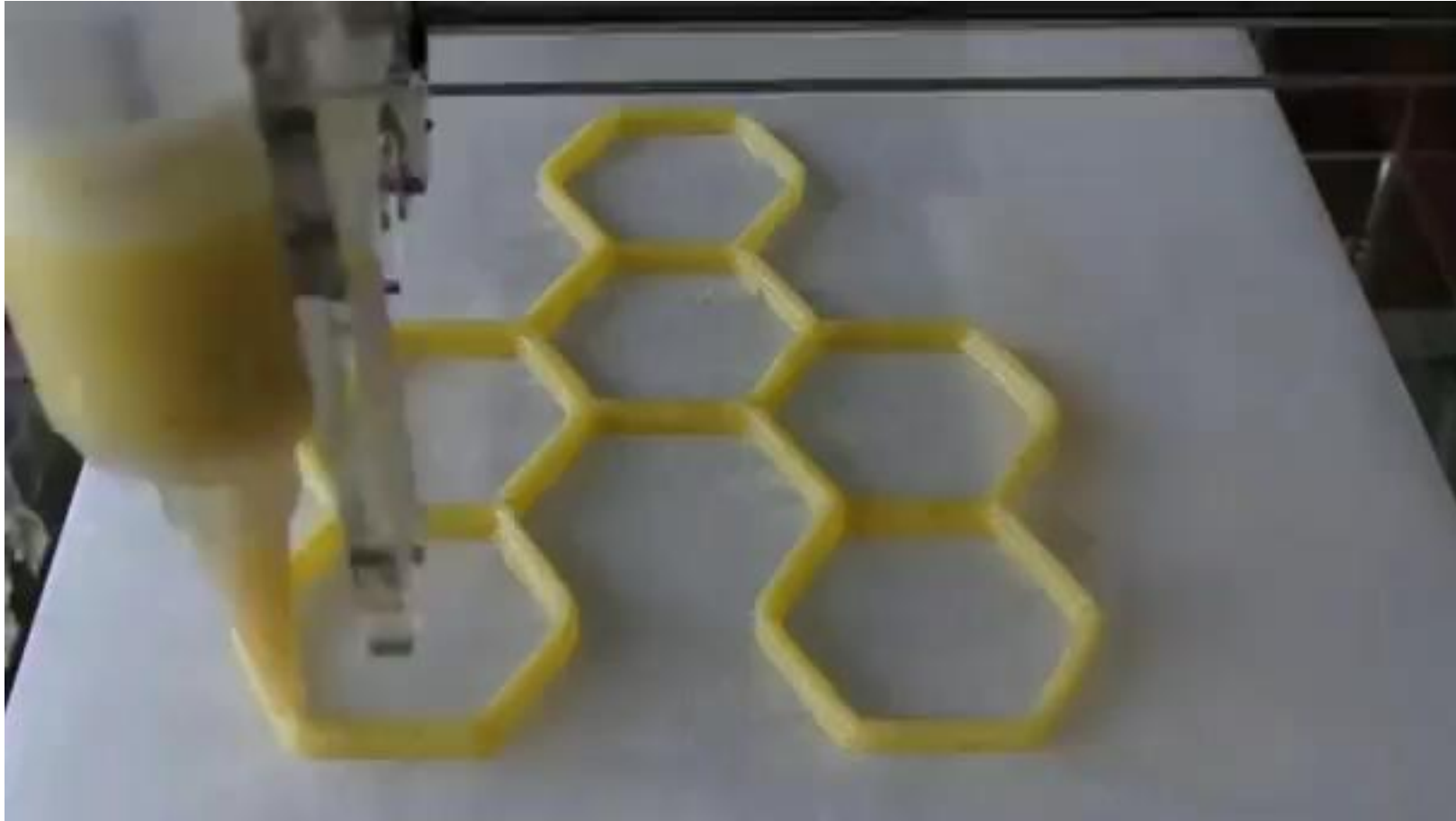
OST
SCHWEIZER
FOOD
FORUM

Die Zukunft der Schweizer
Ernährungswirtschaft.

8. März 2018
Rathaus Weinfelden

1500 - 1530

... auch neue Wege zum Konsumenten?



Themen, die wir ansprechen

- «Neue Wege»: was ist damit gemeint?
- Digitale Transformation: was ist das konkret
- Was ändert sich rechtlich?
- Was ändert sich faktisch?
- Handlungsbedarf

Neue Wege

- Einladungstext: «die bisher so bodenständige Food- und Gastro-Branche ist auf ganz neuen Flugbahnen unterwegs» (Online-Portale, Kochboxen, Food Trucks)
- ... gibt es noch andere Wege?


Digitalisierung/Digitale Transformation




Definition Digitalisierung


- Der Begriff Digitalisierung bezeichnet allgemein die **Veränderungen von Objekten** aber auch **Prozessen**, die bei einer zunehmenden **Nutzung digitaler Geräte** erfolgt.
- Eben: neue Wege, wie Food zum Konsumenten kommen kann
 - Online Handel
 - Freshbox
 - 3D Drucker
- zentral: **Vernetzung** von Produzent, Handel und Konsument führt zu neuen Businessmodellen

Lebensmittel aus Migros/Coop zwingend?

 [Startseite](#) [Lebensmittel](#) [Drogerie, Haushalt & Baby](#) [Mehr von Amazon](#) [Lieblingsläden](#) [Letzte Einkäufe](#) [Angebote](#)

Wählen Sie Ihre Lieferzeit

 Newsletter
Jetzt anmelden



Mein AmazonFresh

So funktioniert's

Letzte Einkäufe

Meine Einkaufslisten

AmazonFresh entdecken

Aktuelle Themen

Alle Fresh Angebote

AmazonFresh Gourmet

Gesund und fit ins neue Jahr

Valentinstag

Fasching bei Fresh

Unsere Geschenkwelt

Obst & Gemüse

Frisches Obst

Frisches Gemüse

Brot & Backwaren


Frisches Brot & Brötchen

Frische Gebäckstücke

Abgepacktes Brot & Brötchen

Abgepackte Gebäckstücke

Alle Backwaren




Ihr Einkauf geliefert nach Wunsch

Jetzt einkaufen


FRISCHES OBST

Frisches Obst




FRISCHES GEMÜSE

Frisches Gemüse




FLEISCH & FISCH

Brot & Backwaren




EIER & MILCHPRODUKTE

Eier & Milchprodukte




BROT & BACKWAREN

Fleisch, Wurstwaren & Fisch




BIO-PRODUKTE


Frischetheke




Getränke, Kaffee & Tee




Bier, Wein & Spirituosen




Tiefkühlprodukte




Kühlprodukte



Speisekammer



Frühstück



Der lettische Notenbankgouverneur sieht sich als Opfer einer Diskreditierungskampagne **SEITE 26**

Für viele Chinesen ist die bargeldlose Gesellschaft schon heute eine Tatsache **SEITE 27**

Walmart fällt im Rennen mit Amazon zurück

Der Ausbau des Online-Geschäftes bereitet dem grössten amerikanischen Detailhändler operative Schwierigkeiten

CHRISTIANE HANNA HENKEL, NEW YORK

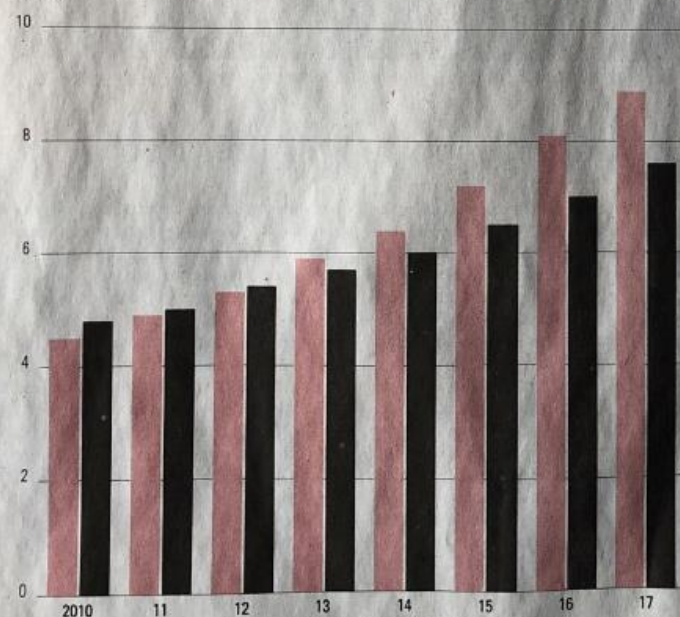
Walmart, der amerikanische Detailhandelsriese, hat mit seinen am Dienstag vorgelegten Quartals- und Jahreszahlen die Anleger in die Flucht geschlagen. Die Aktien des Konzerns aus Bentonville im Gliedstaat Arkansas sackten um um 9% ab. Damit ist der Börsenwert, der noch zu Wochenbeginn 310 Mrd. \$ betragen hatte, um rund 30 Mrd. \$ geschrumpft. In dieser Hinsicht ist es der schwärzeste Tag in der Firmengeschichte von Walmart. Es war der relative lahme Geschäftsgang des Online-Geschäftes, der die Anleger abgeschreckt hatte. Dieser war im vierten Quartal im Vergleich mit dem Vorjahreszeitraum um nur 24% gewachsen. Das ist ein deutlicher Wachstumseinbruch: In den drei Quartalen zuvor hatte Walmarts E-Commerce um jeweils über 50% zugelegt. Das Unternehmen erklärte die Flaute mit operationalen Schwierigkeiten.

Alarmierender Einbruch

Die übrigen Geschäftszahlen waren ausgesprochen gut. Aber das Lahmen des Online-Geschäftes ist insofern alarmierend, als dass Marktführer Amazon nun seinen Vorsprung weiter ausbauen kann. In den USA wurden im letzten Jahr via Internet Waren im Wert von 453,5 Mrd. \$ verkauft. Das sind nur rund 8% des gesamten Detailhandels von rund 5100 Mrd. \$ (siehe Grafik). Zieht man

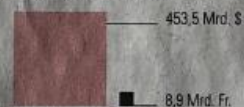
Zunehmende Digitalisierung des Detailhandels

Anteil am gesamten Einzelhandel, in %

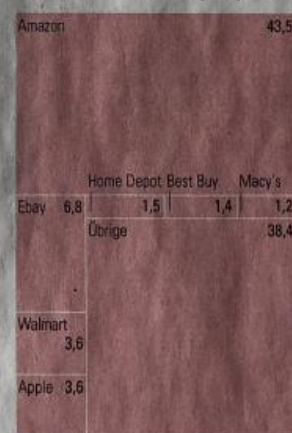


QUELLEN: E-MARKETER, GfK, ONLINE- UND VERSANDHANDELSMARKT SCHWEIZ 2017, US CENSUS BUREAU

E-Commerce total, 2017



E-Commerce-Marktanteile USA, 2017, in %



NZZ-Infografik/jok

Foods auch ein Standbein im stationären Lebensmittelhandel. Damit ist Amazon für Walmart zu einem noch viel direkteren Konkurrenten geworden; Walmart erzielt nämlich mehr als die Hälfte seines Umsatzes in den USA mit Lebensmitteln.

Der Erwerb von Whole Foods dürfte es Amazon zudem erleichtern, die schleppend vorangehenden Online-Lebensmittel-Aktivitäten zu stärken; die Whole-Foods-Läden dürften Eckpfeiler werden für den Aufbau des logistisch herausfordernden Online-Lebensmittelhandels. Das alles ist umso relevanter, als Amazon der mit Abstand grösste Spieler auf dem Online-Markt ist und Walmart weit abgeschlagen dasteht (siehe Grafik). Amazon hat zwar am Detailhandel in den USA nur einen Anteil von rund 4% – hier wiederum ist Walmart der mit Abstand grösste Spieler –, ist aber eindeutig in Angriffslauf.

Ein Blick auf die Entwicklung der Börsenbewertungen von Amazon und Walmart zeigt, dass Amazon als der Sieger dieses Wettbewerbes gesehen wird. Der Online-Händler hat im letzten Jahr bei einem Umsatz von 178 Mrd. \$ einen Gewinn von 3 Mrd. \$ erwirtschaftet und wird von den Börsianern mit rund 701 Mrd. \$ bewertet; das sind 70% mehr als vor einem Jahr. Walmart hat im letzten Geschäftsjahr bei einem Umsatz von 500 Mrd. \$ einen Gewinn von 10 Mrd. \$ ausweisen können und wird an der Börse nun mit rund 280 Mrd. \$ bewertet. Oder

Digitaler Boom im Schweizer Detailhandel

Rechtliche Änderungen

- Neues Lebensmittelrecht: wenig spezifische Vorschriften für die «neuen Wege», resp. «Digitalisierung».
- Erwähnenswert
 - Online Handel

10. Abschnitt: Angebote mit Einsatz von Fernkommunikationstechniken

Art. 44

¹ Werden vorverpackte Lebensmittel mit Einsatz von Fernkommunikationstechniken angeboten, so müssen die Konsumentinnen und Konsumenten über die gleichen

22

Informationen verfügen, die bei der Abgabe vor Ort zur Verfügung gestellt werden müssen. Dabei gilt:

- a. Zum Zeitpunkt des Anbietens der Ware müssen alle lebensmittelrechtlich vorgeschriebenen Angaben verfügbar sein und auf dem Trägermaterial des Fernabsatzgeschäfts erscheinen oder durch andere geeignete Mittel, die eindeutig anzugeben sind, unentgeltlich bereitgestellt werden; ausgenommen sind das Haltbarkeitsdatum und das Warenlos.
- b. Zum Zeitpunkt der Lieferung der Ware müssen alle lebensmittelrechtlich vorgeschriebenen Angaben verfügbar sein.



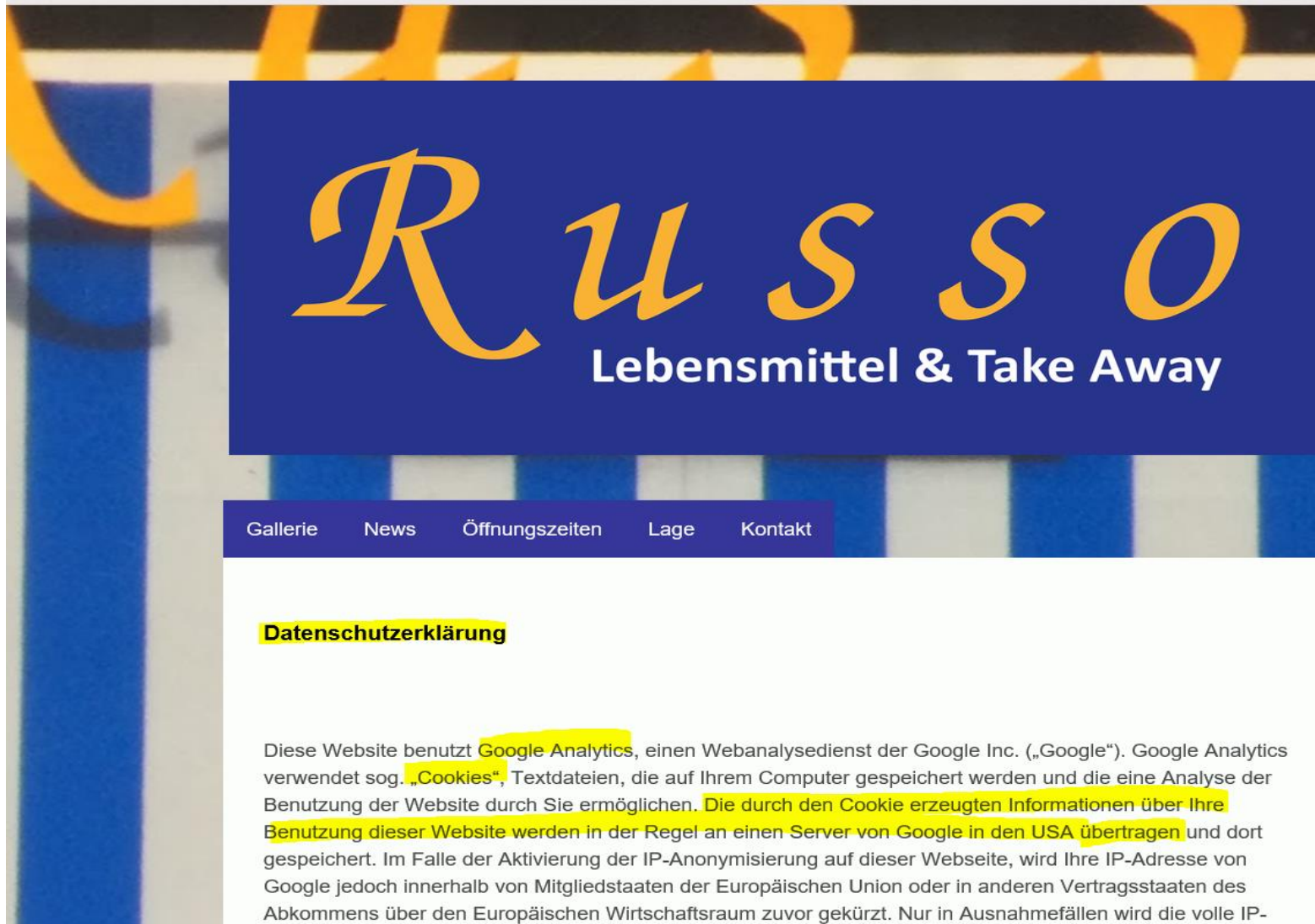
Übergangsfristen

- Offen in Verkehr gebrachte Lebensmittel
➔ 1 Jahr
- Information für Angebote mit Einsatz von Fernkommunikationstechniken (Online Handel)
➔ 1 Jahr

Rechtliche Änderungen

<https://www.russo-lebensmittel.ch/j/privacy>

- Datenschutz



The screenshot shows the website for Russo Lebensmittel & Take Away. The header features the brand name 'Russo' in a large, stylized orange script font, with 'Lebensmittel & Take Away' in a smaller, white sans-serif font below it. A dark blue navigation bar contains the links 'Galerie', 'News', 'Öffnungszeiten', 'Lage', and 'Kontakt'. The main content area is titled 'Datenschutzerklärung' in bold black text. The text of the privacy policy is as follows:

Diese Website benutzt Google Analytics, einen Webanalysedienst der Google Inc. („Google“). Google Analytics verwendet sog. „Cookies“, Textdateien, die auf Ihrem Computer gespeichert werden und die eine Analyse der Benutzung der Website durch Sie ermöglichen. Die durch den Cookie erzeugten Informationen über Ihre Benutzung dieser Website werden in der Regel an einen Server von Google in den USA übertragen und dort gespeichert. Im Falle der Aktivierung der IP-Anonymisierung auf dieser Webseite, wird Ihre IP-Adresse von Google jedoch innerhalb von Mitgliedstaaten der Europäischen Union oder in anderen Vertragsstaaten des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum zuvor gekürzt. Nur in Ausnahmefällen wird die volle IP-

Rechtliche Änderungen

- Gewisse Präzisierungen:
 - Rückverfolgbarkeit («Systeme und Verfahren» Art. 28 LMG)
 - Dokumentation der Selbstkontrolle (Art. 26 LMG)
 - Transport (sauber, in geeigneter Temperatur, Art. 12 LMV)

Rechtliche Änderungen

- Eher andere Gesetze ...
- oder andere Artikel, die zur Anwendung kommen

Beförderungsdienstleistungen?

FLiXBUS

Buchen

Busverbindungen

Fahrpläne/Haltestellen ▾

Service ▾

Über Uns ▾

Stand: 01.02.2018

1 Geltungsbereich

Die Allgemeinen Geschäfts- und Besonderen Beförderungsbedingungen gelten für die Nutzung der Webportale, die Buchung von Fahrten und die Beförderung von Fahrgästen im Fernbusnetz von FlixBus. Die Verkehrsmittel dienen der Personenbeförderung.

2 Vertragspartner

2.1 Vertragspartner für die Buchung der Fahrten:

Vertragspartner für die Buchung der Fahrten (Ticketverkäufer) und die Nutzung der Webportale ist die FlixBus GmbH, Birketweg 33, 80639 München, nachfolgend FlixBus genannt.

2.2 Vertragspartner der Personenbeförderung mit dem Bus

Vertragspartner für den jeweiligen Beförderungsvertrag ist, je nach Angabe im Buchungsprozess, der dort benannte Beförderer. Beförderer sind die Inhaber der jeweiligen Linien-Konzessionen. Vertragspartner der Personenbeförderung sind also entweder die FlixBusgesellschaften (2.2.1) oder Kooperationspartner (2.2.2).

Airbnb: Beherbergungsvertrag?

1.2 Als Betreiber der Airbnb-Plattform ist **Airbnb nicht** Eigentümer, Verkäufer, Wiederverkäufer oder **Anbieter von** Inseraten oder **Gastgeber-Diensten**. Zudem erstellt, kontrolliert und verwaltet Airbnb auch keine Inserate oder Gastgeber-Dienste. Gastgeber sind für ihre Inserate und Gastgeber-Dienste alleine verantwortlich. **Wenn Mitglieder eine Buchung vornehmen bzw. annehmen, schließen sie direkt untereinander einen Vertrag. Airbnb ist und wird weder Partei oder ein sonstiger Beteiligter an dem Vertragsverhältnis** zwischen Mitgliedern, noch ist Airbnb ein Immobilienmakler oder eine Versicherungsgesellschaft. Airbnb handelt in keiner Eigenschaft als Vertreter für irgendein Mitglied, außer wie in den **Zahlungsbedingungen** angegeben.

Selbsthilfe statt Gewinn

<https://www.blablacar.de/>



Lena. BlaBla. Mama.
Mitfahren und entspannt ankommen.

[Fahrt finden](#)



Wo willst du hinfahren?

Das wird die kostengünstigste Fahrt, die du jemals gemacht hast.

[Fahrt anbieten](#)

Wohin soll's gehen?

[Weitere Strecken anzeigen](#)

Hamburg
Berlin

ab
14€

Frankfurt
Stuttgart

ab
10€

Köln
München

ab
28€

Fazit aus rechtlicher Sicht

- Keine nennenswerten Änderungen
- Eher:
 - andere Gesetze, resp. andere Teile eines Gesetzes sind anwendbar
 - Vorsicht vor Regulierung (Arbeitsplatzsicherung, fiskalische Interessen etc.)

Faktische Änderungen

- Neue Konsumenten wachsen mit Mobiltelefon auf


Bei einem normalen User wurde das Handy 76 mal entsperrt. Dabei war zu beobachten, dass das Handy meist nur kurz in Gebrauch war. Die seltenen Ausnahmen bildet dabei vor allem Besuche auf Netflix. Insgesamt wurde das Handy 145 Minuten pro Tag genutzt.

- *Alle* für Sie relevanten Menschen (Ihre Kunden und Geschäftspartner) haben ein Mobiltelefon/Smartphone

Diese Vernetzung verändert Kommunikationswege


- Food/Gastro Unternehmen und Konsument

Beste Restaurants in Weinfelden - Bewertungen




Mittlere Preiskategorie


Alle ansehen




Gasthof Eisenbahn
★★★★★ 48 Bewertungen
€€ - €€€ schweizerisch, europäisch,...



Giulio's Bistro
★★★★★ 22 Bewertungen
€€ - €€€, mediterran




Wirtschaft zum Löwen
★★★★★ 30 Bewertungen
€€ - €€€, schweizerisch, europäisch




Trattoria Storchen
★★★★★ 34 Bewertungen
€€ - €€€, italienisch

Frühstück


Alle ansehen




Brotz
★★★★★ 13 Bewertungen
€€ - €€€, Café



Restaurant Thurberg
★★★★★ 28 Bewertungen
€€ - €€€



Gasthof Eisenbahn
★★★★★ 48 Bewertungen
€€ - €€€, schweizerisch, europäisch,...



Cafe Bäckerei Mila
★★★★★ 2 Bewertungen
Café



Beth Z
Tulsa,
Oklahoma
1 3



Bewertet am 4. Juli 2014

Lifesaver!

Mit Google übersetzen

On a family trip to Switzerland my husband and I both had to check our email for work every morning and trying to find WiFi in rural Switzerland was a bit of a challenge. Especially in the morning...The cafe in the nearest town didn't open until 8:30 and the McDonald's didn't open until 9! So we drove over to Weinfelden and found Cafe Mila which opened at 6:30. What a wonderful place it was. The cappaccino was the best I have ever had, the pastries were fresh and tasty and the owner was so friendly. For 3 days we came, connected with the world and started our days out right!

Weniger anzeigen



Preis-Leistungs-Verhältnis
Ambiente



Service
Essen

Stellen Sie Beth Z eine Frage zu Cafe Bäckerei Mila

Diese Vernetzung verändert Kommunikationswege

- Zwischen Arbeitsteams
 - Arbeit an verschiedenen Orten
 - Homeoffice statt Büroräume
 - Freelancer statt Angestellter
 - Hierarchien/Alter weniger wichtig



Diese Vernetzung verändert Kommunikationswege

- Zwischen Produzent und Kunden
 - bezüglich Werbung
 - bezüglich Transparenz
 - technischer Vermittler wird wichtiger
 - neue Märkte
 - neue Produkte

Diese Vernetzung verändert Kommunikationswege

- Zwischen Maschinen (Internet of Things)
 - Nespresso Maschine bestellt selbst neue Kapseln nach
 - Kühlschrank bestellt selbst ausgegangene Lebensmittel nach
 - ist es dann die «Milch aus der Region» oder
 - jene, die – zusammen mit dem Ersatzbeutel des Staubsaugers - mit DHL kommt?

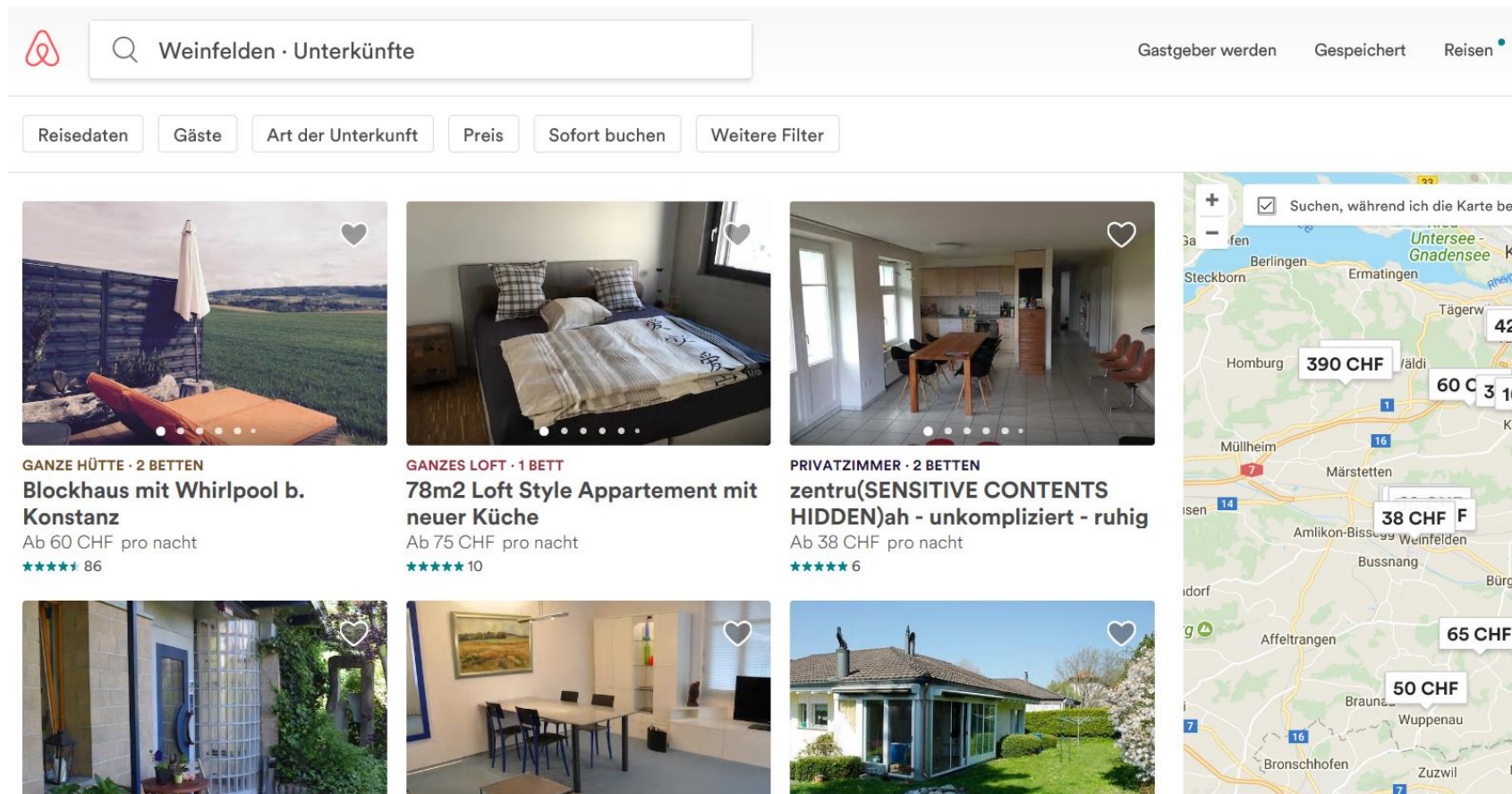
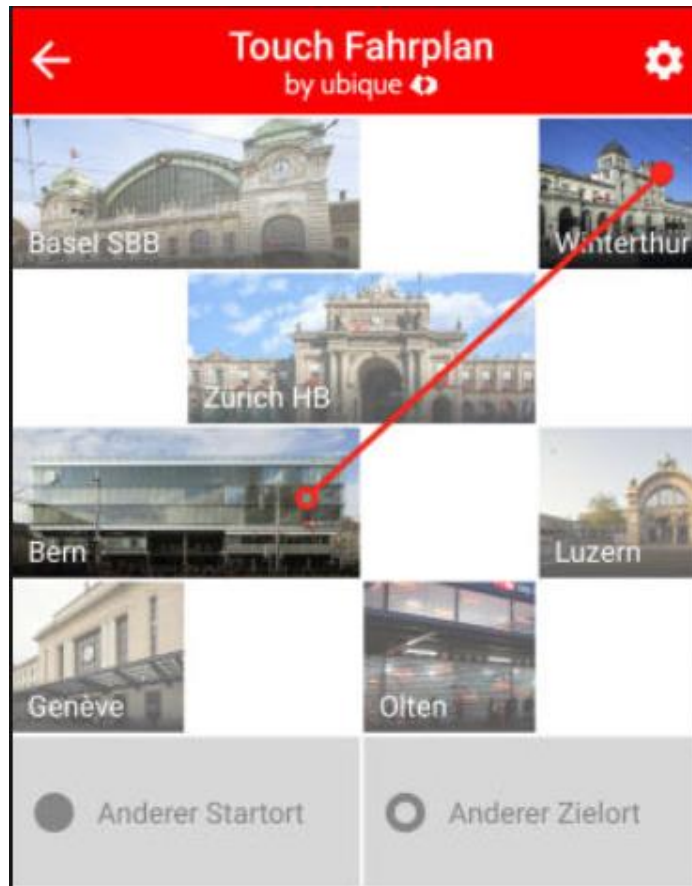
Vernetzung birgt Disruptionsgefahr

- Uber: eine Kommunikationsplattform ersetzt bisherige Anbieter
- Ersetzt der 3D Drucker – oder jemand anders (App Betreiber) - die bisherigen Produzenten und Detailhändler?

Vernetzung bringt neue Werbekanäle

- Spezifische Bewerbung statt Plakat für alle
- Search Engine Optimization
- Social Media

Vernetzung bringt neue Geschäftsmodelle



Vernetzung bringt Geschwindigkeit

- Kunde ist im Nu bei der Konkurrenz
- Schlechte Qualität ist im Nu allgemein bekannt

Neue Wege zum Konsumenten: Fazit für die Food & Gastro-Branche?

- Die neue Vernetzung bringt auch für unsere Branche Risiken (à la Taxis) und Chancen (à la Uber)
- Fooby, Siroop, Hello Fresh, farmy.ch sind erste (aber noch überschaubare) Neuerungen
- Zentral: Risiken nicht übersehen und Chancen erkennen

Wie macht man das?

- Am Puls bleiben! Netzwerke unterhalten.
- Strategie laufend in Frage stellen
- VR (oder wer die Strategie effektiv bestimmt) muss laufend Lage beurteilen (übersehe ich Risiken, verpasse ich Chance?)
- VR ev. ergänzen (nicht IT Problem) oder VR dazu anhalten, sich mit neuen Vernetzungen vertraut zu machen (Airbnb, Uber und Flixbus, Apps, Spiele, Bestellmechanismen, Tripadvisor und, und, und)
- Brainstoring Meetings
- Und daraus die für Sie passenden Schlüsse ziehen!

... und hierfür wünsche ich Ihnen alles Gute!
Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

- Dr. Leonz Meyer, www.vrfinder.ch; www.snaeckfinder.ch
- 079 469 68 39