

# RETAIL EVERYWHERE

## MOBILE COMMERCE 2.0

Ab sofort wird jede Kundenschnittstelle zum Kanal im D2C-Geschäft

The logo for SCALERION is positioned in the bottom right corner of the slide. It features the word "SCALERION" in a bold, white, sans-serif font. The letter "O" is stylized with a small circle above it and two lines extending downwards, resembling a network node or a stylized '0'. The background of the slide is a vibrant, abstract watercolor splash in shades of red, pink, and purple.

# VORTRAGSREDNER



## **Thomas Wetzlar**

Geschäftsführer Scalerion GmbH

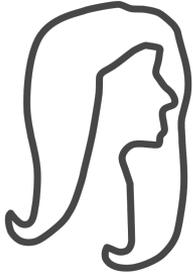
Davor 15 Jahre Erfahrung als freier Managementberater in der Bekleidungs- und Schuhindustrie; Schwerpunkte: Vertriebliches Turn-Around-Management, Internationalisierung, Entwicklung von Markteintrittsstrategien, Produktentwicklung

### **Kontakt:**

+49-171-6864711

[twetzlar@scalerion.com](mailto:twetzlar@scalerion.com)

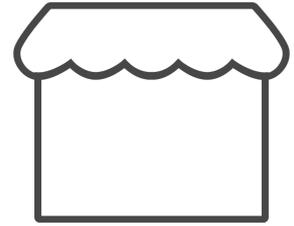
# DIE HERAUSFORDERUNG



**Endverbraucher** erwarten überall Sortimente wie im Onlinehandel; vermissen Beratung und Inspiration; finden stationären Retail immer weniger relevant



**Markenhersteller** stehen in scharfem Wettbewerb zueinander, suchen stationäre Inszenierung und Erlebbarkeit; eigener Retail sehr riskant und teuer



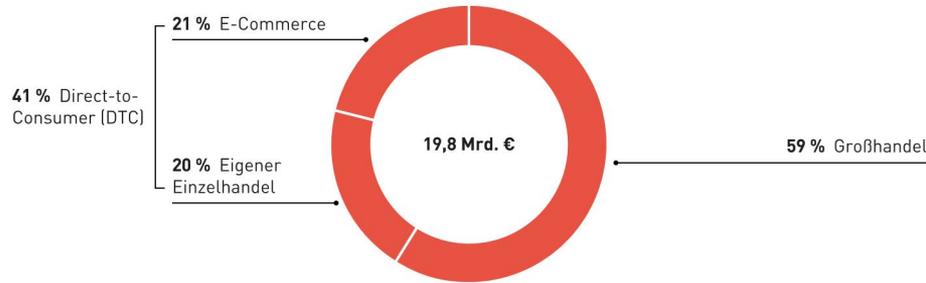
**Stationärer Einzelhandel** verliert immer mehr Relevanz; lokale Kaufkraft, Fläche und Einkaufsbudget limitieren das Angebot, Lieferanten forcieren D2C

# D2C AUF DEM VORMARSCH

## adidas D2C-Transformation

Plan 2021: 50 % D2C

### Umsatz nach Vertriebskanal

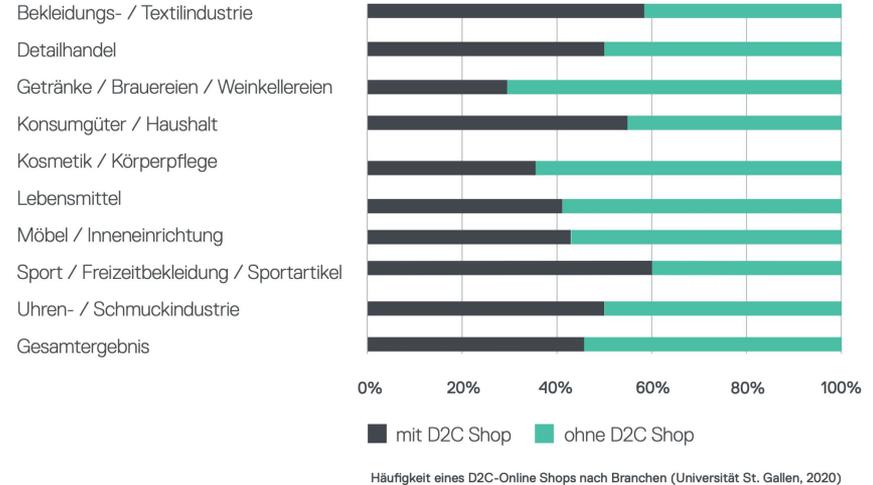


adidas treibt die Verlagerung seines Geschäfts weg von B2B hin zu D2C weiter voran "[D2C bedeutet mehr Umsatz, Gewinn, Wissen über Kundenbedürfnisse]"  
2020: D2C 41 % (2019: 33 %), B2B 59 % (2019: 67 %)

Quelle: adidas Geschäftsbericht 2020

## Hersteller mit D2C-Strategie

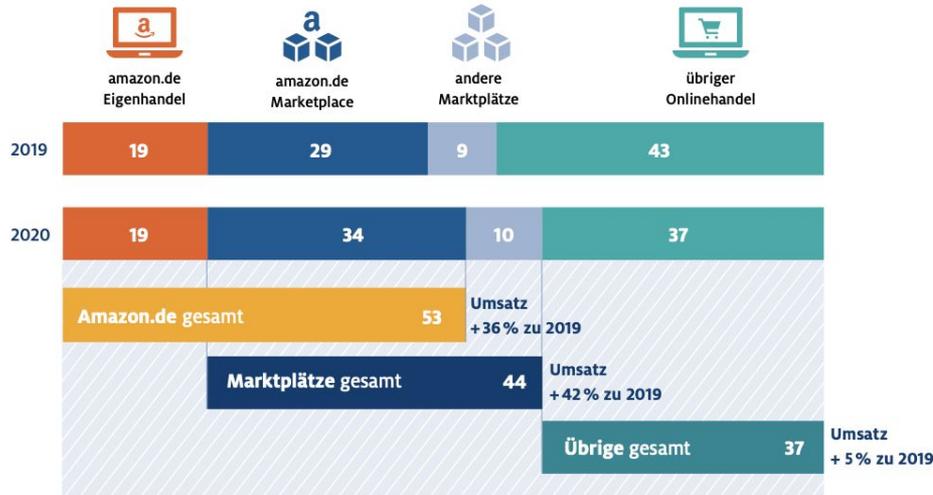
Anteil in %



Quelle: White Paper D2C der Schweizer Post 2020

# MARKTPLÄTZE ÜBERNEHMEN

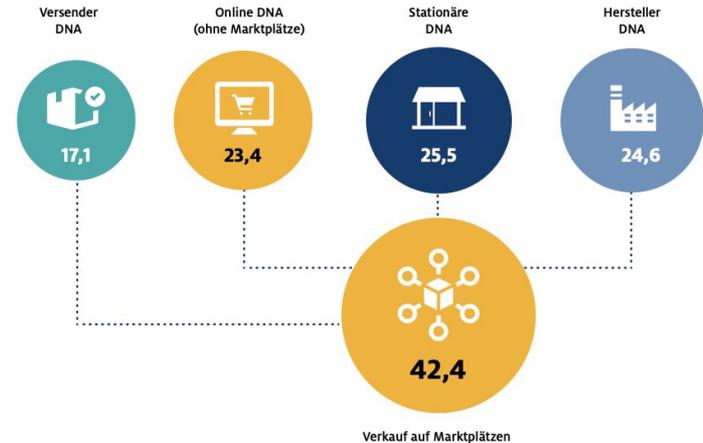
## Wertvoller Kundenzugang 44 % Marktanteil für Marktplätze



Quelle: HDE Online-Monitor 2021

## Umsatzwachstum 2019 - 2020 Marktplätze + 42 %

Wachstum Onlineumsatz 2019 - 2020  
in Prozent



Quelle: HDE Online-Monitor 2021

# DAS SCALERION-PRINZIP

Lokale Partner werden als stationäre Marktplätze zum Kanal im D2C-Geschäft der Markenhersteller; Inszenierung und Vermarktung erfolgen gegen Provision.



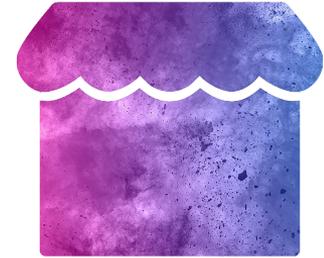
# ONLINE & OFFLINE WERDEN EINS



**DAS BESTE** BEIDER WELTEN  
**ERLEBBARKEIT** & BERATUNG  
**MAXIMALE** AUSWAHL  
**BESTE** VERFÜGBARKEIT



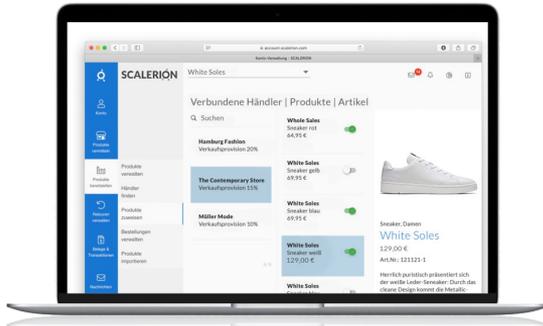
**MEHR** SICHTBARKEIT  
**MEHR** UMSATZ  
**MEHR** MARGE  
**WENIGER** RISIKO



**BESSERES** WARENANGEBOT  
**MEHR** RELEVANZ  
**NEUE** ERLÖSQUELLEN  
**KEIN** RISIKO

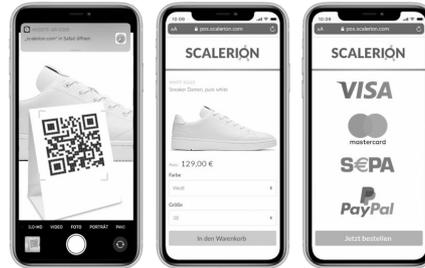
# DAS IST SCALERION

## PLATTFORM



Auswahl und Freigabe der verabredeten Produkte, Festlegung der Provisionen

## TRANSAKTIONEN



Einfachste Bestellung über das Smartphone des Kunden – ohne Kundenkonto, ohne Installation

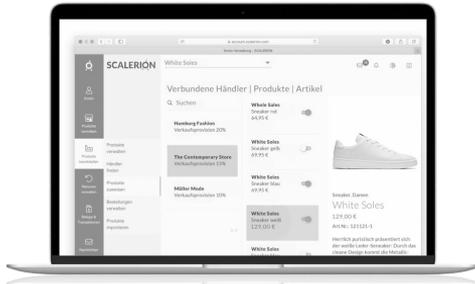
## ABRECHNUNG



Einzug und Verteilung der Kaufbeträge, direkte Provisionsabrechnung

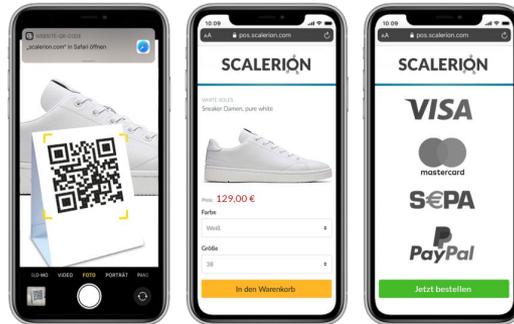
# DAS IST SCALERION

## PLATTFORM



Auswahl und Freigabe der verabredeten Produkte, Festlegung der Provisionen

## TRANSAKTIONEN



Einfachste Bestellung über das Smartphone des Kunden – ohne Kundenkonto, ohne Installation

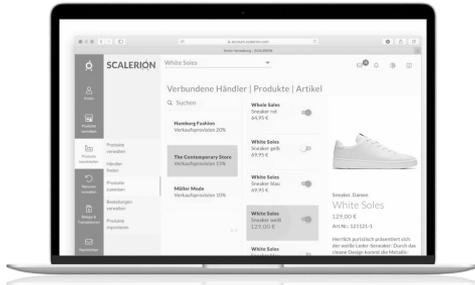
## ABRECHNUNG



Einzug und Verteilung der Kaufbeträge, direkte Provisionsabrechnung

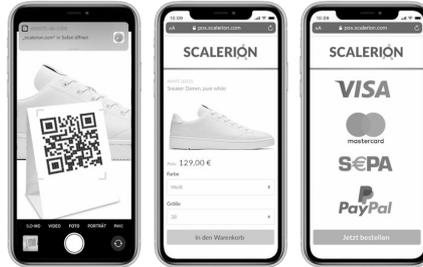
# DAS IST SCALERION

## PLATTFORM



Auswahl und Freigabe der verabredeten Produkte, Festlegung der Provisionen

## TRANSAKTIONEN



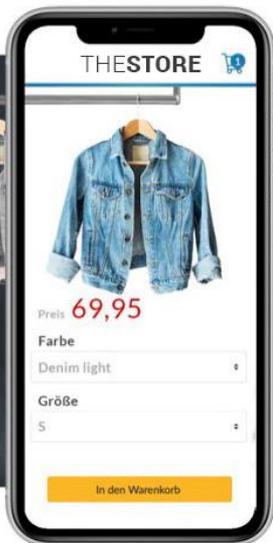
Einfachste Bestellung über das Smartphone des Kunden – ohne Kundenkonto, ohne Installation

## ABRECHNUNG



Einzug und Verteilung der Kaufbeträge, direkte Provisionsabrechnung

# VIelfalt VERKAUFT



Händler erweitern mit Scalerion flexibel ihre Produktauswahl und bieten ihren Kunden so ein gänzlich neues Einkaufserlebnis.

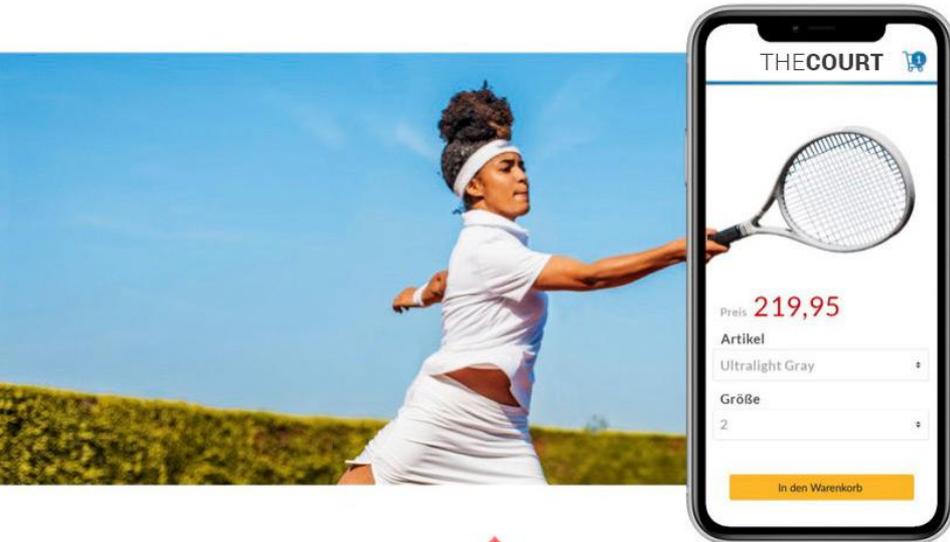
Bereitgestellte Musterteile bringen die ganze Vielfalt bei geringstem Platzbedarf und ohne Lagerrisiko. Dabei lässt sich Scalerion parallel zu bestehenden Prozessen einführen und erzeugt sofort Deckungsbeiträge.



# AUSPROBIEREN VERKAUFT

Lernen wir neue Produkte dort kennen, wo wir sie später auch einsetzen – und erleben diese, anstatt sie nur zu betrachten.

Durch die hohe Vorqualifizierung des Kaufs reduziert sich die Retourenquote deutlich. Das ist nicht nur gut für den Hersteller, sondern natürlich auch besser für die Umwelt.



# ABENTEUER VERKAUFT

Mit Scalerion können Begeisterte während des Abenteuers das kennengelernte und vertraute Equipment ganz einfach und an Ort und Stelle kaufen.

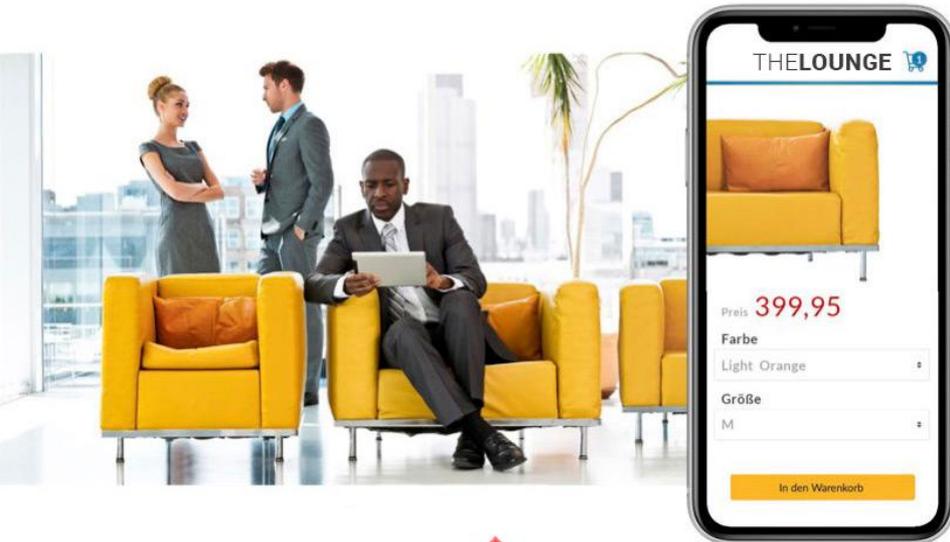
Scalerion verarbeitet dabei alle Transaktionsdaten und Zahlungen der Kunden. Und das Beste: Scalerion funktioniert für die Kunden ohne Installation und ohne Kundenkonto.



# ZUFALLSBEGEGNUNG VERKAUFT

Vom Wartebereich bis zum angesagten Café  
– mit Scalerion können Gäste erlebte Produkte  
ganz einfach bestellen.

Die direkte Lieferung an die Kunden macht das  
Einkufen bequem und komfortabel.  
Rücksendungen oder Reklamationen organisieren  
Kunden einfach über den Scalerion-RMA-Manager.



# MEDIENPARTNER VERKAUFT

Social Media & der Einsatz von Influencern bieten innovative Möglichkeiten der Produktvermarktung und Stärkung der Sichtbarkeit.

Mit Scalerion lassen sich Produkt-Links und QR-Codes gezielt in beliebigen Inhalt einbetten und ermöglichen Followern so einen schnellen und unkomplizierten Einkauf.



DER  
**POINT OF EXPERIENCE**  
WIRD ZUM  
**D2C-VERKAUFSKANAL**



**SCALERION**