

12.04.2018 - 10:58 Uhr

Ausländische Onlinegiganten erobern Schweizer Handel

Zürich (ots) -

Oliver Wyman Retail Journal 2018 beschreibt Trends im Handel - ausländische Onlinegiganten brechen Marktstrukturen europaweit auf, China wird zum Silicon Valley der Handelsszene. In der Schweiz erhöht die Kooperation zwischen Amazon und der Post den Druck auf Händler.

2020 werden ausländische Onlinegiganten knapp 30 Prozent des Gesamtumsatzes und mit mehr als drei Milliarden Franken doppelt so viel Umsatz wie noch 2017 im Schweizer Online- und Versandhandel erwirtschaften. Während etablierte Schweizer Handelsgruppen im Online- und Versandhandel bis 2020 nur geringfügig wachsen werden, ist der Siegeszug der ausländischen Onlineplayer ungebrochen. Nur wenn sich Schweizer Händler frühzeitig der neuen Konkurrenz aus Ost und West zuwenden, werden sie im Onlinewettbewerb langfristig bestehen können. Diese und weitere Trends im globalen Handel beleuchtet das neue Retail Journal von Oliver Wyman.

Schnellere Lieferzeiten, eine vereinfachte Zollabwicklung und transparente Portokosten bei Onlinelieferungen - während die Verzollung in der Schweiz vielen Händlern Kopfzerbrechen bereitet, pilotiert Amazon mit der Post nun das Konzept der digitalen Verzollung: Amazon-Lieferungen werden damit künftig digital an der Grenze erfasst und können ohne Umwege zu den Lieferzentren der Post und von dort aus direkt zum Endkunden gebracht werden. Amazon stösst damit weiter in Richtung Abbau traditioneller Barrieren im Onlineeinkauf vor und bietet seinen Kunden ein noch schnelleres und bequemerer Einkaufserlebnis. Erwirtschaftete Amazon 2017 600 Millionen Franken in der Schweiz, so wird die neue Kooperation das Wachstum des Onlinegiganten zusätzlich befeuern. Daneben werden chinesische Anbieter den Schweizer Onlinemarkt verstärkt in Umbruch versetzen. So konnte die Onlineplattform AliExpress, ein Tochterunternehmen von Alibaba, ihren Umsatz von schätzungsweise 130 Millionen Franken in 2016 auf 280 Millionen in 2017 mehr als verdoppeln - Umsatzrückgänge sind nicht in Sicht. Insgesamt betrug das Gesamtvolumen des Online- und Versandhandels in der Schweiz 2017 8,6 Milliarden Franken, wovon 1,6 Milliarden von ausländischen Anbietern erwirtschaftet wurden.

Nordal Cavadini, Partner bei Oliver Wyman und einer der Autoren des Retail Journals, sagt: "Ob Heimelektronik, Bekleidung oder Schuhe - der Onlinehandel boomt. Die Expansion der ausländischen Onlinegiganten wird für die Schweizer Handelslandschaft nicht ohne Folgen bleiben."

Angriff mit höchster Digitalkompetenz

Berechnungen von Oliver Wyman zufolge wird das Marktvolumen im Schweizer Online- und Versandhandel bis 2020 auf über 11 Milliarden Franken ansteigen. Die Berater gehen davon aus, dass ausländische Anbieter wie Amazon und AliExpress 2020 bereits 3,2 Milliarden Franken in der Schweiz erwirtschaften - doppelt so viel wie noch 2017 und insgesamt knapp 30 Prozent des Umsatzes des Schweizer Online- und Versandhandels.

Ein besonderes Augenmerk legen die Berater auf China. Lag der Fokus der chinesischen Onlinegiganten bislang auf dem Binnenmarkt, streben sie nun eine internationale Marktabdeckung an. So hat JD.com erst kürzlich angekündigt, über eine Milliarde Franken in den Aufbau eines Logistiknetzes in Frankreich zur Expansion ihrer Plattform zu investieren. Auch Alibaba will in den nächsten fünf Jahren immens in die globale Expansion investieren und unter anderem in Frankreich und Bulgarien Logistikzentren einrichten, die den gesamten europäischen Markt bedienen können. Angesichts der enormen Finanzkraft ist in den nächsten Jahren auch mit gezielten Akquisitionen etablierter Anbieter in Europa zu rechnen.

Das Erstarken der chinesischen Spieler ist nicht zuletzt auf ihre weit fortgeschrittene Digitalkompetenz zurückzuführen. Innovationen werden wie in kaum einem anderen Land in kürzester Zeit vom Pilot zur Serienreife entwickelt. Und nirgendwo werden mehr Ansätze verfolgt, das Online- mit dem Offline-Einkaufserlebnis nahtlos zu verknüpfen. So plant Alibaba in China bereits den landesweiten Roll-Out von "Hema"-Supermärkten - Supermärkte mit einem ausgezeichneten Frischeangebot, in denen Produkte über Barcodes per App bestellt und binnen 30 Minuten nach Hause geliefert werden können.

"China entwickelt sich zum Silicon Valley der Handelsszene. Die Giganten leisten sich dort einen Innovationswettbewerb. Ob kassenlose Supermärkte, Pop-up-Showrooms oder Mobile Commerce - die Chinesen treiben die Zukunft im globalen Handel voran", beobachtet Cavadini.

Die Karten werden neu gemischt

Mit den neuen Geschäftsmodellen und der Innovationskraft der ausländischen Onlinegiganten steht der Handel hierzulande vor neuen Herausforderungen. In der Schweiz galt China bis Ende 2017 postalisch als Entwicklungsland - chinesische Anbieter profitierten damit von weitaus besseren Konditionen als Schweizer Händler und mussten für ihre Sendungen bislang keine Mehrwertsteuer oder Zollgebühren entrichten. Um den ungleichen Bedingungen entgegenzuwirken, wird 2019 ein neues Mehrwertsteuergesetz eingeführt, das auch ausländische Anbieter zur Kasse bittet. Trotz dieser Anpassungen wird der Kampf um die Spitze des Handels mit Preis, Sortimentsbreite und Regulatorien allein schwierig zu gewinnen sein, glaubt Cavadini.

Schweizer Onlinehändler werden angesichts der erstarkenden Konkurrenz mit besserem Service, ihrer Kundennähe und mehr Innovation im Auftritt punkten müssen. Die Karten werden neu gemischt und letztendlich werden die Konsumenten davon profitieren. Cavadini: "Der Schweizer Handel muss sich auf die neuen Wettbewerber umgehend einstellen, um von der neuen

Handelskraft nicht gänzlich überrollt zu werden."

Das Retail Journal 2018 steht hier zum Download zur Verfügung: <http://ots.de/VMTjZ8>

Über Oliver Wyman

Oliver Wyman ist eine international führende Strategieberatung mit weltweit über 4.700 Mitarbeitern in mehr als 50 Büros in rund 30 Ländern. Wir verbinden ausgeprägte Branchenexpertise mit hoher Methodenkompetenz bei Digitalisierung, Strategieentwicklung, Risikomanagement, Operations und Transformation. Wir schaffen einen Mehrwert für den Kunden, der seine Investitionen um ein Vielfaches übertrifft. Wir sind eine hundertprozentige Tochter von Marsh & McLennan Companies (NYSE: MMC). Unsere Finanzstärke ist die Basis für Stabilität, Wachstum und Innovationskraft.

Weitere Informationen finden Sie unter www.oliverwyman.ch. Folgen Sie Oliver Wyman auf Twitter [@OliverWyman](https://twitter.com/OliverWyman).

Kontakt:

Maike Wiehmeier
Communications Manager
Oliver Wyman
Tel. +41 44 55 33 746
maike.wiehmeier@oliverwyman.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100012607/100814316> abgerufen werden.