

Zürich, 8. Juni 2015

Medienmitteilung zum E-Commerce-Report Schweiz 2015

**Sperrfrist Mittwoch, 10. Juni 2015, 11.00 Uhr**

## **Schweizer E-Commerce stemmt sich gegen Frankenstärke**

Die führenden Anbieter reagieren mit neuen Formen der Zusammenarbeit

**Der schwache Euro hat die Wettbewerbssituation für den Schweizer E-Commerce noch einmal deutlich verschärft. Vermehrt drängen auch ausländische Anbieter auf den Markt. Mit Investitionen in ein noch attraktiveres Angebot, hervorragenden Onlineshops auch für Mobile und internen Effizienzsteigerungen halten Schweizer Unternehmen dagegen. Wo sie alleine an Grenzen stossen, suchen sie Allianzen: in kanalübergreifenden Lösungen, im Konzern, in neuen Formen der Zusammenarbeit in ihrer Branche.**

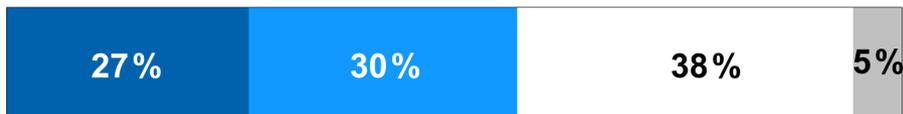
Der E-Commerce-Report Schweiz untersucht seit 2009 Stellenwert, Wandel und Trends des Schweizer Onlinehandels – als einzige Studie aus Sicht der Anbieter. Realisiert wird die Befragung vom Online-Zahlungsverarbeiter Datatrans und der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW.

## **Schwacher Euro tut weh und stärkt ausländische Wettbewerber**

Die drastische Euroabwertung im Januar 2015 hat auf viererlei Weise Auswirkungen auf Schweizer Onlineanbieter: 1) Um Kaufverlagerungen der Kunden ins Ausland entgegenzuwirken, senkten viele Anbieter spontan die Preise – und nahmen Verluste in Kauf, da sie die Ware noch zu alten Preisen gekauft hatte. 2) Die Preise sind auf absehbare Zeit dauerhaft niedriger, das führt bei gleichen Verkaufsmengen zu geringerem Umsatz. 3) Selbst wenn die Marge bei Wareneinkäufen im Ausland prozentual gleich gehalten werden kann, geht sie absolut zurück, während die Kosten in der Schweiz gleich hoch bleiben. 4) Für ausländische Anbieter wird der Schweizer Markt noch attraktiver. In den betroffenen Branchen wird eine weitere Verschiebung der Kaufkraft ins Ausland erwartet. «Der schwache Euro zwingt Schweizer Anbieter zu noch mehr Effizienz,» sagt Studienautor Wölfle, «die starken Schweizer Onlineanbieter werden dadurch noch stärker werden.».

## E-Commerce-Report Schweiz: Marktanteilsgewinne ausländischer Anbieter

Wie wird sich der Marktanteil ausländischer E-Commerce-Anbieter in Ihrer Branche in den nächsten Jahren entwickeln?



stark steigen (Marktanteilsgewinn 2% pa oder mehr)

etwas steigen (Marktanteilsgewinn bis 2% pa)

gleich bleiben wie heute

sinken

n = 37

E-Commerce-Report Schweiz  
Juni 2015 FHNW/Datrans  
[www.e-commerce-report.ch](http://www.e-commerce-report.ch)

### Der Wachstumsschub durch Mobile kommt erst noch

Der Trend zur Verlagerung von Internet-Traffic auf mobile Endgeräte ist stärker und anhaltender als selbst von Protagonisten erwartet. Die zunehmende mobile Internetnutzung gilt im Studienpanel zwischenzeitlich als Wachstumstreiber Nummer eins für den E-Commerce. Dabei läuft Mobile heute in vielen Fällen noch mit angezogener Handbremse – gemeint sind nicht optimal auf Mobile-Commerce ausgerichtete Websites, vor allem im Check-out-Prozess. Ein weiterer Wachstumsschub wird erwartet, wenn die mobile Bezahlung auch beim Erstkauf einfach, schnell und sicher vonstattengeht.

### Genauer ist wichtiger als schneller – Logistik bleibt eine Herausforderung

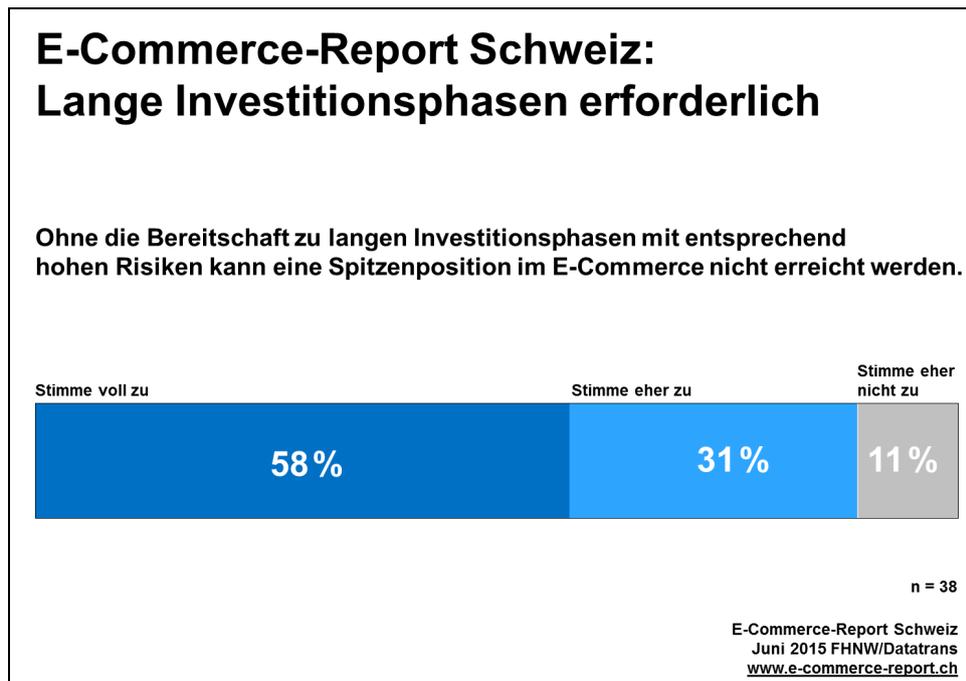
Empfänger sollen die Kontrolle über die Zustellung der Sendung erhalten. Es geht um eine zuverlässige Vereinbarung über Ort und Zeit der Übergabe, unabhängig davon ob es sich um eine Economy- oder Priority- Sendung handelt, ob es eine Tages- oder Abendzustellung ist, ob die Lieferung an eine Heimadresse, eine Firmenadresse oder eine Abholstelle erfolgen soll. Diese Forderung an Logistikdienstleister hat sich an die erste Stelle vorgeschoben – das viel diskutierte Schlagwort Same Day Delivery spielt dagegen noch eine untergeordnete Rolle.

### Direktvertrieb wird im Modehandel en vogue

Als einzige Branche ist im Modeeinzelhandel ein starker Trend zur Disintermediation, zum Direktvertrieb der Markenhersteller, zu beobachten. Dieser Trend wird so-wohl stationär als auch online vollzogen. Gleichzeitig sperren sich die attraktiven Modemarken dagegen, dass ihre Handelspartner die Produkte nicht nur im Laden, sondern auch online verkaufen. Ralf Wölfle: «Die restriktive Haltung von Modemarken zum Onlinevertrieb ihrer Handelspartner untergräbt deren Pläne, eine Multichannel Strategie umzusetzen».

## Flucht nach vorn durch Investitionen

Um im intensivierten Wettbewerb bestehen zu können, wird weiterhin sehr viel investiert. Eine grosse Mehrheit der Studienteilnehmer hält lange Investitionsphasen für notwendig, um eine Spitzenposition im E-Commerce zu erreichen und zu behaupten. Fast zwei Drittel der Unternehmen geben an, 2015 nochmals mehr investieren zu wollen, als in früheren Jahren. Folglich darf im E-Commerce in nächster Zukunft mit einem weiter steigenden Leistungsniveau gerechnet werden.



## Onlinehandel wächst weiter

Die digitale Transformation und mit ihr das Wachstum elektronischer Verkaufskanäle wird weiter voranschreiten. «Konsumenten werden auch in den kommenden Jahren von einem wachsenden Angebot und mehr Services profitieren können», so Wölfle. Zwei von fünf Anbietern des Studienpanels erwarten, dass sich der Onlineanteil in ihrer Branche in den kommenden fünf Jahren um 50% oder mehr erhöhen wird.

## Weitere Themen im E-Commerce-Report Schweiz 2015

- Standortbestimmung für 2015 und Ausblick auf 2020
- E-Commerce-Entwicklung in verschiedenen Branchen
- Herausforderungen kanalübergreifender Handelskonzepte
- Vorhaben zur Erhöhung der Einnahmemöglichkeiten
- Aktivitätsschwerpunkte im Jahr 2015
- Entwicklung von Onlinemarktplätzen am Beispiel von ricardo
- Jahresschwerpunkt: Ticketing im Verkehr und bei Veranstaltungen

## **Die Studie ist kostenlos verfügbar unter:**

[www.e-commerce-report.ch/bestellungen](http://www.e-commerce-report.ch/bestellungen)

### **Ziel**

Der E-Commerce-Report Schweiz untersucht jährlich Stellenwert, Wandel und Trends des vernetzten Handels – als einzige Schweizer Studie aus Sicht der Anbieter.

### **Methodik**

- Langzeitstudie, jährlich wiederholt, seit 2009
- Empirisch, primär qualitativ
- Erhebung: Expertengespräche und Fragebogen
- Erhebungszeitraum: 8. Januar bis 26. März 2015

### **Stichprobe**

- 38 potenziell marktprägende Online- und Multichannel-Anbieter von Konsumgütern und Dienstleistungen mit Sitz in der Schweiz
- Zusammen repräsentieren sie ein E-Commerce-Volumen von über 4 Mrd CHF
- Auswahlkriterien: mehrjähriger Erfolgsausweis im E-Commerce, Bedeutung in der Branche, Neuigkeitsgrad des Geschäftsmodells
- Liste der Studienteilnehmer: [www.e-commerce-report.ch/panel](http://www.e-commerce-report.ch/panel)

### **Realisation**

Institut für Wirtschaftsinformatik der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW im Auftrag von Datatrans, dem führenden Schweizer Spezialisten für Internet-Zahlungen.

### **Weitere Informationen**

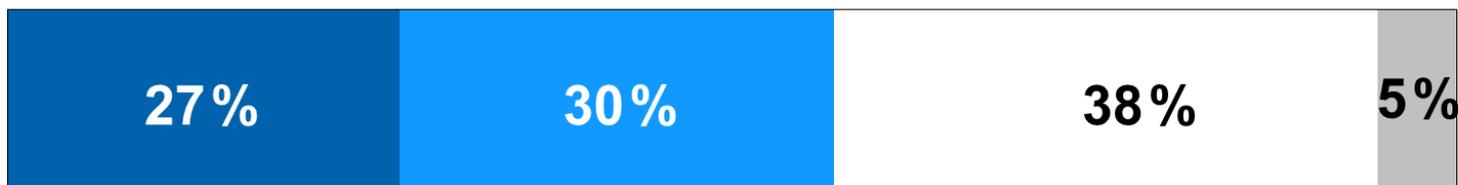
[www.e-commerce-report.ch/presse](http://www.e-commerce-report.ch/presse)

### **Kontakte:**

- Prof. Ralf Wölfle, Fachhochschule Nordwestschweiz  
Leiter Kompetenzzschwerpunkt E-Business  
061 279 17 55, [ralf.woelfle@fhnw.ch](mailto:ralf.woelfle@fhnw.ch)
- Urs Kisling, Datatrans AG  
044 256 81 91, [urs.kisling@datatrans.ch](mailto:urs.kisling@datatrans.ch)

# E-Commerce-Report Schweiz: Marktanteilsgewinne ausländischer Anbieter

Wie wird sich der Marktanteil ausländischer E-Commerce-Anbieter in Ihrer Branche in den nächsten Jahren entwickeln?



 stark steigen (Marktanteilsgewinn 2% pa oder mehr)

 etwas steigen (Marktanteilsgewinn bis 2% pa)

 gleich bleiben wie heute

 sinken

n = 37

# E-Commerce-Report Schweiz: Lange Investitionsphasen erforderlich

Ohne die Bereitschaft zu langen Investitionsphasen mit entsprechend hohen Risiken kann eine Spitzenposition im E-Commerce nicht erreicht werden.



n = 38