

## Blitzumfrage des E-Commerce-Report Schweiz im Herbst 2015

### Schweizer Onlineanbieter eher im Vorteil

Der Schweizer Detailhandel muss 2015 dem stärksten Umsatzrückgang der letzten 35 Jahre ins Auge blicken: BAKBASEL erwartet für 2015 ein nominales Umsatzminus von 2.1 % gegenüber 2014. Im E-Commerce stellt sich die Situation – das zeigt diese Blitzumfrage – in den meisten Branchen günstiger dar. In ihnen entwickeln sich die Onlineumsätze 2015 besser als die Branchenumsätze insgesamt. Aber es gibt Ausnahmen: Aus dem Medienhandel berichten mehrere Stimmen von einem Ende der Vorzugsstellung des E-Commerce. Im Modehandel sind die Meinungen geteilt. Generell entwickeln sich die Branchen online immer unterschiedlicher.

Mitte Oktober 2015 wurden 28 marktprägende E-Commerce-Anbieter in der Schweiz um eine Situationsbeurteilung gebeten – sie gehören zum langjährigen Studienpanel des E-Commerce-Report Schweiz. 24 von ihnen nahmen an der Onlineumfrage teil, sie repräsentieren ein E-Commerce-Umsatzvolumen von über 3,2 Mrd. Schweizer Franken.

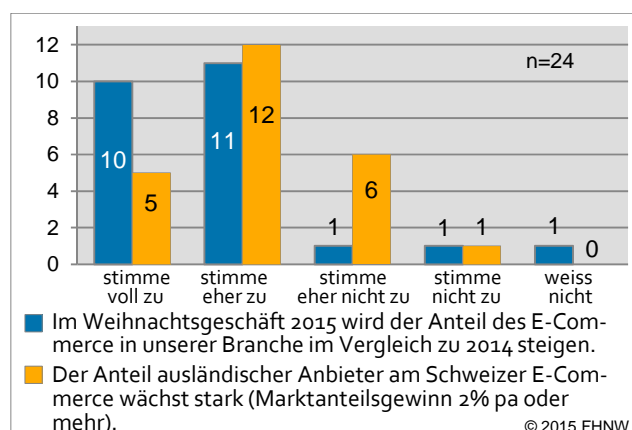
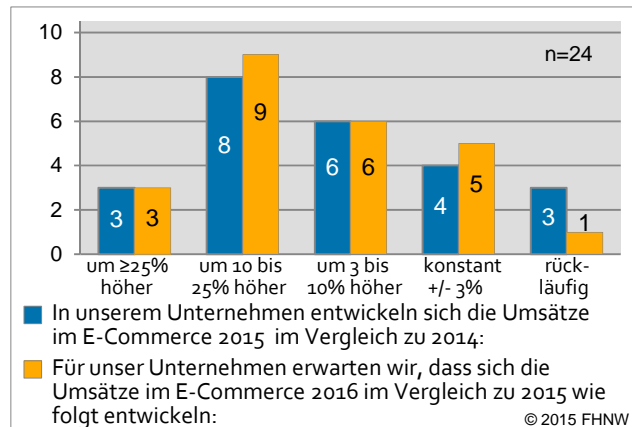
Die Herausforderungen der jeweiligen Branche gelten meist auch für die Onlineanbieter: Die Folgen der Euroabwertung, sinkende Verkaufspreise, Kaufkraftverlust ins Ausland. Bei neun von 24 Anbietern entwickeln sich die Umsätze im E-Commerce 2015 nach aktuellem Stand schlechter als erwartet, nur bei fünf besser.

Am besten stellt sich die Lage bei Anbietern für IT- und Unterhaltungselektronik dar: kaum Schwierigkeiten durch die Veränderungen des Wechselkurses, unterdurchschnittliche Bedeutung ausländischer Wettbewerber, überdurchschnittliche Wachstumsaussichten im laufenden und im kommenden Jahr. Beinahe gegenteilig sieht es für Schweizer Modeanbieter aus, bei denen auch rückläufige Onlineumsätze nicht ausgeschlossen sind. Anbieter aus dem Medienhandel sehen – bisher als einzige Branche – eine Sättigungsgrenze des E-Commerce-Anteils erreicht oder in Reichweite. Aus den Herausforderungen der Vorjahre die richtigen Schlüsse gezogen zu haben scheinen die Reiseanbieter: Trotz der harten, auch internationalen Konkurrenz und trotz des gestiegenen Preisdrucks entwickeln sie sich im E-Commerce gut und blicken optimistisch auch auf das kommende Jahr. Wer bei Lebensmitteln darauf wartet, dass die Onlineumsätze endlich wie eine Rakete abgehen, wird sich dagegen wohl noch weiter in Geduld üben müssen.

Die Unkalkulierbarkeit der Währungs- und Preisentwicklung macht etwa der Hälfte der Befragten zu schaffen. Dass ein Wechselkurs von dauerhaft weniger als CHF 1.10 pro Euro sein heutiges Geschäftsmodell gefährdet, gibt allerdings nur ein Studienteilnehmer mit Bestimmtheit an. Kummer mit den erzielbaren Gewinnmargen haben dagegen acht Anbieter, der Modehandel ist besonders betroffen.

Der Blick in die Zukunft fällt zunächst auf das in einigen Branchen sehr wichtige Weihnachtsgeschäft. Eine klare Mehrheit erwartet wiederum einen steigenden Anteil des E-Commerce im Vergleich zum Weihnachtsgeschäft des Vorjahres.

Für das kommende Jahr 2016 erwarten gut 60 % der Antwortenden, dass der Marktanteil des E-Commerce in ihrer Branche weiter steigen wird. Vor einem Jahr waren es noch über 75 %. Ein Wachstum ihrer Onlineumsätze sehen die Unternehmen aber nicht mehr als selbstverständlich an: Ein Viertel hat nicht mehr den Anspruch, im Internet zu wachsen, im Vorjahr war das nur ein einziger Anbieter. Die Hälfte der Befragten bleibt dagegen ambitioniert: sie wollen auch 2016 online um 10 % oder mehr zulegen.



## Die Studienreihe „E-Commerce-Report Schweiz“

Die Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW führt im Auftrag der Datatrans AG eine langfristige Studienreihe zur Entwicklung des E-Commerce in der Schweiz durch. Es handelt sich um eine empirische, primär qualitative, branchenübergreifende Studie zur Entwicklung des Schweizer B2C-E-Commerce. Die Erhebung erfolgt durch Interviews, die seit 2009 jährlich im ersten Quartal durchgeführt werden. Interviewt werden Vertreter potenziell marktprägender E-Commerce-Anbieter – sie bilden das E-Commerce Leader Panel Schweiz. Als marktprägend bezeichnen wir Anbieter, die mindestens eines der drei folgenden Kriterien erfüllen: sie zeichnen sich durch einen mehrjährigen Erfolgsausweis im E-Commerce in ihrer Branche aus, sie sind ein branchenprägendes Handelsunternehmen mit mehreren Vertriebskanälen und engagieren sich substantiell im E-Commerce oder sie sind durch eigene Innovationen aufgefallen, respektive übertragen als Early Adopters neue, im Ausland entwickelte Geschäftsmodelle auf die Schweiz. Im Studienbericht werden die Aussagen der Interviewpartner so verdichtet, dass spezifische Informationen zu einzelnen Unternehmen vertraulich bleiben. Der „E-Commerce-Report Schweiz“ erscheint jährlich Anfang Juni.

Ergänzend zur jährlichen Hauptstudie werden punktuell fokussierte Online-Blitzumfragen im E-Commerce Leader Panel durchgeführt. Zu diesen gehört die vorliegende Umfrage.

Alle Studienberichte und weitere Informationen sind unter [www.e-commerce-report.ch](http://www.e-commerce-report.ch) kostenlos erhältlich.

## Träger der Studie



Fachhochschule Nordwestschweiz  
Hochschule für Wirtschaft

Diese Studienreihe wird vom Team des Kompetenzzschwerpunkts E-Business an der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW durchgeführt. Es ist Teil des Instituts

für Wirtschaftsinformatik an der Hochschule für Wirtschaft der FHNW. Das E-Business-Team hat seit vielen Jahren Erfahrung mit der Durchführung von Studien und der Moderation von firmenübergreifenden Fachgruppen. Es erfüllt die Leistungsaufträge „Angewandte Forschung und Entwicklung“, „Dienstleistungen für Dritte“ und „Weiterbildung“. Im Vordergrund steht die Perspektive des Managements, das mit der Konzeption und der Realisierung von E-Business-Nutzenpotenzialen betraut ist.

Kontakt: Prof. Ralf Wölfle  
Leiter Kompetenzzschwerpunkt E-Business  
E-Mail: [ralf.woelfle@fhnw.ch](mailto:ralf.woelfle@fhnw.ch)

Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW, Hochschule für Wirtschaft,  
Peter Merian Strasse 86, CH-4002 Basel, Tel. +41 61 279 17 55  
[www.fhnw.ch/iwi/e-business](http://www.fhnw.ch/iwi/e-business)



Auftraggeberin der Studienreihe ist die Datatrans AG in Zürich. Datatrans, der führende Schweizer Spezialist für Internetzahlungen (Payment Service Provider, PSP), möchte mit der Studie mehr öffentliche Aufmerksamkeit für B2C-E-Commerce erreichen und aktuelle

Entwicklungen ins Bewusstsein und in die Diskussion bringen. Datatrans erhält keinen Zugang zu den Originaldaten und Einzelaussagen der Studienteilnehmer.

Kontakt: Urs Kisling  
Marketing/Strategie  
E-Mail: [urs.kisling@datatrans.ch](mailto:urs.kisling@datatrans.ch)

Datatrans AG, Stadelhoferstrasse 33, CH-8001 Zürich, Tel. +41 44 256 81 91  
[www.datatrans.ch](http://www.datatrans.ch)