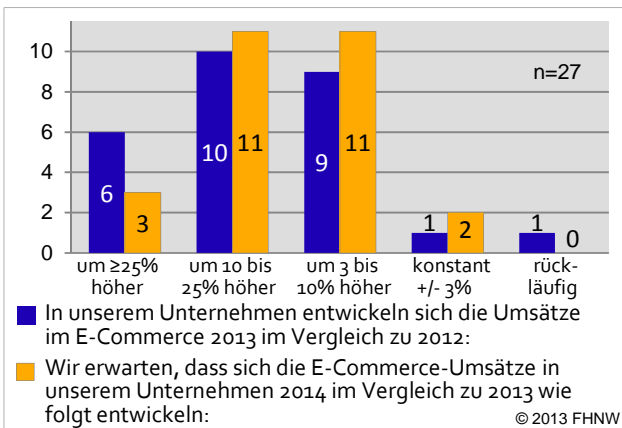


Blitzumfrage des E-Commerce-Report Schweiz im Herbst 2013:

Steigendes Serviceniveau im Onlinehandel verstärkt die E-Commerce-Nachfrage

Eine Sättigungsgrenze für den E-Commerce in ihrer Branche sehen vier Fünftel der befragten Studienteilnehmer des E-Commerce-Reports Schweiz noch nicht erreicht. Bei 25 von 27 Unternehmen aus dem Studienpanel zeichnet sich für 2013 ein Umsatzwachstum ab. Ebenfalls 25 Personen erwarten für das kommende Weihnachtsgeschäft einen höheren Anteil des E-Commerce als 2012.

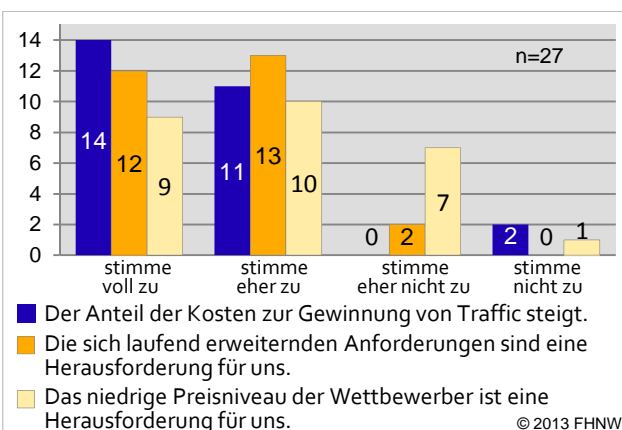
Mitte Oktober 2013 wurden 35 marktprägende E-Commerce-Anbieter in der Schweiz um eine allgemeine Situationsbeurteilung gebeten. 27 von ihnen nahmen an der Onlineumfrage teil, sie repräsentieren ein E-Commerce-Umsatzvolumen von ca. 2.8 Mrd. Schweizer Franken. Aus den Antworten geht hervor, dass der Wachstumstrend des E-Commerce in globo ungebrochen ist, je nach Branche oder Unternehmen aber doch unterschiedliche Beurteilungen getroffen werden. Zum Beispiel stammen drei von fünf Stimmen, die in ihrer Branche doch Sättigungszeichen für E-Commerce erkennen, aus der Medienbranche. In der Modebranche fallen die Antworten dazu sehr gegensätzlich aus. Die Bedeutung ausländischer Anbieter unterscheidet sich ebenfalls stark nach Branche: 17 von 27 Unternehmensvertretern stimmen der Aussage zu „Der Marktanteil ausländischer Anbieter am Schweizer E-Commerce wächst jährlich um 2 % oder mehr“.



Als verstärkende Faktoren für die E-Commerce-Nachfrage rangiert die *demografische Entwicklung in Verbund mit dem Kompetenzfortschritt der Internetnutzer* immer noch ganz vorne. Bei den von Anbieterseite beeinflussten Faktoren wird das *steigende Serviceniveau im Onlinehandel* bei nur einer Gegenstimme am bedeutendsten eingestuft. In der Reihenfolge der Zustimmung werden die *zunehmenden Onlineangebote ausländischer Anbieter*, die *zunehmenden Onlineangebote stationärer Händler* und mit einer Zustimmung von knapp zwei Dritteln die *Preisvorteile im Onlinehandel* als förderlich für die E-Commerce-Nachfrage angesehen.

Stimmung im Vergleich zum Vorjahr verbessert

In den Unternehmen hat sich die Stimmung im Vergleich zur Blitzumfrage im Herbst des Vorjahres etwas verbessert. In zehn der 27 Unternehmen entwickeln sich die Umsätze im E-Commerce 2013 nach aktuellem Stand sogar besser als erwartet, in vier hingegen schlechter. Die Wachstumsraten liegen bei der grossen Mehrheit sehr deutlich über dem von BAK Basel erwarteten Wachstum des Schweizer Bruttoinlandsprodukts von 1.9% für 2013 (BIP-Prognose vom 10.9.2013) oder dem von der GfK für die ersten drei Quartale 2013 ermittelten Nullwachstum des Schweizer Detailhandels (GfK Markt Monitor Schweiz vom 30.10.2013). Im Gesamtbild schreiben die Unternehmen ihr derzeitiges Wachstum des E-Commerce weitgehend auf das kommende Jahr fort. Keiner der Befragten erwartet, dass sich E-Commerce in seiner Branche schlechter entwickeln könnte als die Branche über alle Verkaufskanäle gesehen, zwanzig hingegen erwarten eine bessere Entwicklung.



Ein Selbstläufer ist E-Commerce allerdings je länger je weniger. Die sich laufend erweiternden Anforderungen sind für fast alle Anbieter eine Herausforderung. Den steigenden Kosten für den Zugang zu Kunden, das Generieren von Traffic, stellen die meisten Unternehmen Anstrengungen zur Conversion-Optimierung entgegen – etwa 40 % stossen da allerdings langsam an Grenzen.

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 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 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

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



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

Datatrans AG, Stadelhoferstrasse 33, CH-8001 Zürich, Tel. +41 44 256 81 91
www.datatrans.ch