

## Blitzumfrage des E-Commerce-Report Schweiz im Herbst 2014

### Onlineanbieter erwarten fröhliche Weihnachten

Der Anteil des E-Commerce wächst in den meisten Branchen auch im laufenden Jahr 2014. Im gerade beginnenden Weihnachtsgeschäft sollte sich das besonders deutlich zeigen, so die dominierende Erwartung. Auch im kommenden Jahr wird der Wachstumstrend – trotz kontinuierlicher Abschwächung – anhalten, wobei in einigen Branchen ausländische Anbieter stark überproportional zulegen werden. Das weiterhin steigende Serviceniveau im Onlinehandel und die zunehmende Nutzung von Smartphones werden als wichtige Treiber für die weiteren Marktanteilsgewinne des E-Commerce angesehen.

Mitte Oktober 2014 wurden 34 marktprägende E-Commerce-Anbieter in der Schweiz um eine allgemeine Situationsbeurteilung gebeten. 23 von ihnen nahmen an der Onlineumfrage teil, sie repräsentieren ein E-Commerce-Umsatzvolumen von über 3.7 Mrd. Schweizer Franken.

Obwohl der grundlegende Wachstumstrend des E-Commerce klar bestätigt wird, schwächt sich die Einschätzung der Wachstumsraten im Vergleich zu früheren Jahren ab. Erstmals beurteilen je ein Anbieter aus der Mode- und der Reisebranche die Entwicklung des E-Commerce als schwächer als die Entwicklung der Gesamtbranche – sie stehen mit

damit allerdings im Gegensatz zu Branchenkollegen. Am weitesten auseinander liegen die Beurteilungen in der Modebranche. Das gilt auch für die Frage, ob E-Commerce an eine Sättigungsgrenze kommt, was nur im Medienhandel von mehreren Studienteilnehmern bejaht wird.

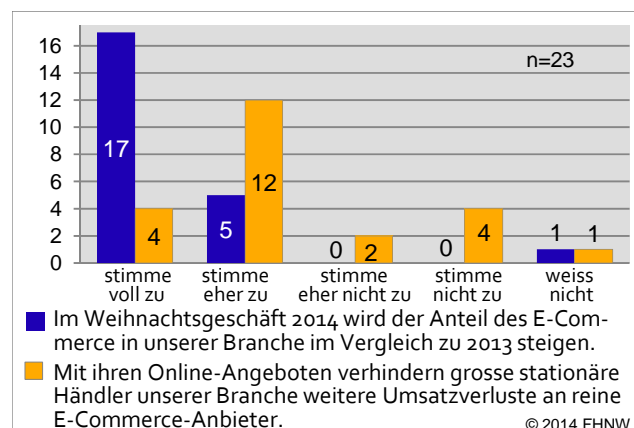
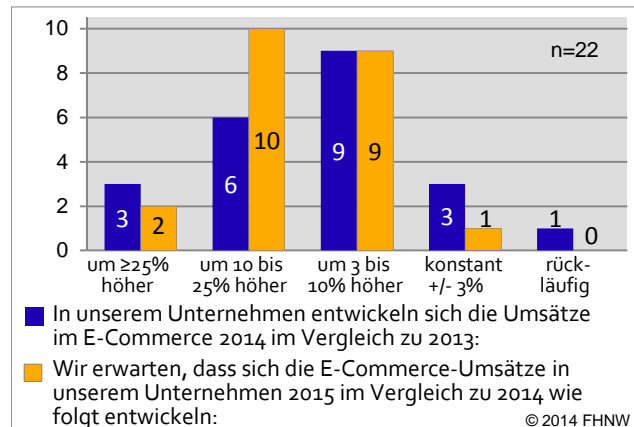
Neben der zunehmenden Smartphone-Nutzung, die lediglich im Elektronikhandel als weniger bedeutend angesehen wird, erfährt das steigende Serviceniveau im Onlinehandel die höchste Zustimmung bei den Treibern für E-Commerce. Die Möglichkeit, online zu niedrigeren Preisen einzukaufen, hat im Vergleich zum Vorjahr etwas an Bedeutung gewonnen. Die attraktiven Onlineangebote ausländischer Anbieter werden aber, ausser bei Lebensmitteln, als stärkerer Treiber angesehen als reine Preisvorteile. Zwei Drittel der Befragten stimmen der Aussage zu, dass der Marktanteil ausländischer Anbieter am Schweizer E-Commerce stark wächst. Betroffen sind vor allem der Medienhandel sowie die Mode- und Reisebranche.

Dass es grossen stationären Händler gelingt, mit ihren Onlineangeboten weitere Umsatzverluste an reine E-Commerce-Anbieter zu verhindern, glaubt die Mehrheit der Befragten. Auffällig sind aber die ungewöhnlich gegensätzlichen Beurteilungen innerhalb der Mode-, Elektronik- und Reisebranche.

Steigende Kosten für die Gewinnung von Traffic belasten noch zwei Drittel der Befragten, das sind weniger als im Vorjahr. Etwa ein Drittel der Studienteilnehmer findet es schwer, in ihrer Branche im E-Commerce nachhaltig Geld zu verdienen, am häufigsten geäussert in der Modebranche.

Für das kommende Jahr 2015 erwarten drei Viertel

der Antwortenden, dass der Marktanteil des E-Commerce in ihrer Branche weiter steigt, ein Viertel geht von einem gleichbleibenden Anteil aus. Mit einer Ausnahme wollen die Unternehmen ihre Onlineumsätze ebenfalls steigern, wobei zwei Anbieter eine Steigerung von 25 % oder mehr avisieren, im Vorjahr waren es drei.



## 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](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)