

Beurteilung der Währungssituation im E-Commerce Leader Panel Schweiz

Für weniger Geld mehr bekommen – für Schweizer Konsumenten ist 2011 ein gutes Jahr, für Händler ist es dagegen eine Herausforderung. Nach Schätzungen von BAKBASEL ist im Schweizer Detailhandel 2011 mit einem Umsatzrückgang von nominal 1 % zu rechnen, wobei die Preise um 2.1 % gesunken sind [BAKBASEL, Medienmitteilung vom 25.10.2011]. Einer der Gründe ist die Verlagerung von Kaufkraft ins Ausland infolge des starken Schweizer Frankens. Wie stellt sich in diesem Umfeld die Situation im Schweizer E-Commerce dar? Dieser Frage widmete sich eine Online-Blitzumfrage bei den Teilnehmern im E-Commerce Leader Panel Schweiz im Oktober 2011. Aus den 24 Antworten der 29 angefragten Personen ergeben sich die nachfolgenden Beurteilungen.

Aus den Ergebnissen geht klar hervor, dass Konsumenten von Preisvorteilen aus der aktuellen Währungskonstellation profitieren wollen: Alle Studienteilnehmer geben an, dass ein Teil ihrer Kunden gezielt günstigere Einkaufsmöglichkeiten sucht (Abb. 1). Bei internationalen Anbietern wurde beobachtet, dass Schweizer Kunden versuchen, auf Auslandsseiten des gleichen Anbieters in Euro einzukaufen.

Reisebranche besonders betroffen

In der Folge vermelden 14 von 22 Anbietern einen Auftragsverlust an ausländische Anbieter. Acht von ihnen beziffern ihn auf mehr als 10 %, bei den anderen liegt er darunter. Die hohe Medienaufmerksamkeit für währungsinduzierte Preisvorteile im Ausland dürfte der Umsatzverlagerung zusätzlichen Vorschub geleistet haben. Besonders betroffen erscheint die Reisebranche: ausländische Reiseportale akquirieren gezielt in der Schweiz. Während bei physischen Gütern der Grenzübertritt in die Schweiz mit Hürden verbunden ist, die einige ausländische Anbieter sogar veranlassen, gar nicht erst in die Schweiz zu liefern, sind Reiseanbieter der Auslandskonkurrenz schutzlos ausgeliefert.

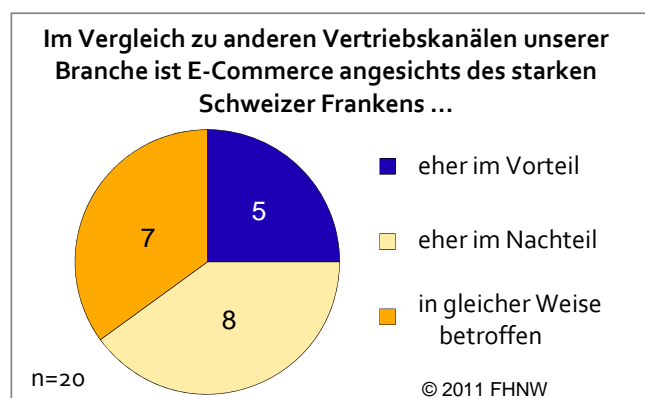
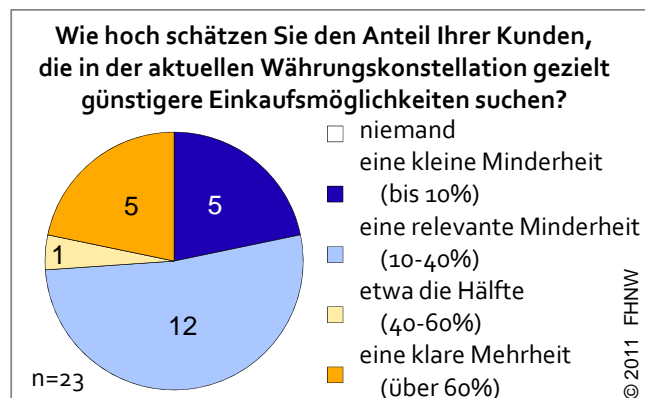
Einige Anbieter profitieren

Aber nicht alle Studienteilnehmer sind negativ betroffen: acht Anbieter nehmen keine Auftragsverluste wahr, vier beurteilen den starken Schweizer Franken für sich sogar als überwiegend positiv.

Im Vergleich zu anderen Verkaufskanälen in der eigenen Branche sehen fünf Studienteilnehmer den E-Commerce eher im Vorteil (Abb. 2). Gründe dafür dürften sein, dass die erhöhte Preisorientierung den Kanal Internet generell begünstigt und dass dort flexibler auf Marktveränderungen eingegangen werden kann. Acht der 20 betroffenen Unternehmen sehen den Kanal E-Commerce dagegen eher im Nachteil – sie können bei gegebener Transparenz den niedrigen Preisen ausländischer Anbieter nur beschränkt Paroli bieten.

Verstärkte Auslandsaktivitäten

Als Konsequenz aus der aktuellen Entwicklung werden kalkulatorische Wechselkurse nun häufiger angepasst. 12 von 22 Antwortenden erwägen, verstärkt im Ausland einzukaufen. Fünf ziehen eine Verlagerung eigener Tätigkeiten ins Ausland in Betracht. Diese Überlegungen beschränken sich allerdings nicht auf die Unternehmen, die negativ von der Frankenstärke betroffen sind.



Die Studienreihe „E-Commerce-Report Schweiz“

Das Competence Center E-Business Basel der 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 in den Monaten Januar und Februar durchgeführt werden. Interviewt werden Vertreter marktprägender E-Commerce-Anbieter – sie bilden das E-Commerce Leader Panel Schweiz. Im Studienbericht werden die Aussagen der Interviewpartner verdichtet, sodass spezifische Informationen zu einzelnen Unternehmen vertraulich bleiben.

Ergänzend zur jährlichen Studie werden punktuell eng fokussierte Online-Blitzumfragen im E-Commerce Leader Panel durchgeführt. Zu diesen gehört die Blitzumfrage zur Beurteilung der Währungssituation infolge des anhaltend starken Schweizer Frankens im Oktober 2011.

Alle Studienberichte und weitere Informationen sind unter www.e-commerce-report.ch frei erhältlich.

Träger der Studie



Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Wirtschaft

Diese Studienreihe wird vom Competence Center E-Business Basel (CCEB) der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW durchgeführt. Das CCEB hat seit vielen Jahren Erfahrung mit der Durchführung von Studien und der Moderation von firmenübergreifenden Fachgruppen. Es ist Teil des Instituts für Wirtschaftsinformatik an der Hochschule für Wirtschaft der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW. 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/cceb

datatrans

SWISS E-PAYMENT COMPETENCE

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