

## E-Commerce Report Schweiz 2019 - Vom Massenprodukt zum individuellen Wert.

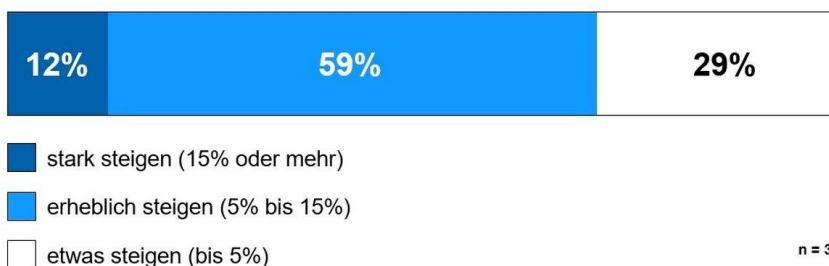
Das Internet schaffte einst den Zugang zu einem riesigen Marktplatz. Nun zeigen sich die Konsumenten gesättigt von der Masse an Industriegütern und setzen auf Angebote mit ergänzenden Services und individuellem Wert. Wer im Wettbewerbsdruck bestehen will, erkennt: In Zukunft bestimmen nicht die Hersteller, was gekauft wird, sondern die Kunden, was die Distribution ihnen liefern soll.

Zürich, 27. Juni 2019

**Der starke Konsum im Internet setzt sich fort: 2018 haben Schweizer für fast 10 Mrd. Franken online eingekauft. Damit ist das E-Commerce Volumen um 10 % gestiegen. Auch 2019 rechnen alle Studienteilnehmer mit einem Wachstum.**

### Positive Aussichten für den E-Commerce

Wie wird sich der E-Commerce-Umsatz in Ihrer Branche 2019 entwickeln?



### Ausländische Plattformen wachsen überproportional

Der Bestellwert bei ausländischen Online-Plattformen ist mit 16 % deutlich gestiegen. In den letzten fünf Jahren entwickelten sich ausländische Anbieter mehr als doppelt so schnell wie inländische. Heute beträgt der Auslandsanteil im Online-Handel 22 %. Auch 2019 wird ein überproportionales Wachstum erwartet.

### Von der linearen Distributionskette zur Kundenzentrierung

Traditionell war die Konsumgüterindustrie als Wertschöpfungskette organisiert, die beim Hersteller beginnt und über den Gross- und Einzelhandel beim Konsumenten endet. Digitale Plattformen wie Online-Marktplätze, Social Media und Suchmaschinen haben das alte Rollenmuster aufgelöst und positionieren sich heute mit nützlichen Services zwischen Einzelhandel und Konsumenten. Das Ergebnis: Der Kunde steht im Zentrum. Digitale Plattformen sind seine Begleiter – und erst dann kommen die Anbieter der eigentlichen Leistung.

*«In Zukunft bestimmen nicht die Hersteller, was gekauft wird, sondern die Kunden, was die Distribution ihnen liefern soll.» Prof. Ralf Wölfle, Studienleiter, FHNW*

**Einzelhandel geht zurück, zugunsten einer neuen vernetzten Angebotswelt**

Durch die ständige Verfügbarkeit von Angeboten im Internet verliert der regionale Einzelhandel an Bedeutung. Ein Abbau von Geschäften und Verkaufsfläche hat in der Schweiz bereits begonnen. Alle Stufen der Distribution sind unter Druck. Als Ergebnis zeichnet sich eine neue vernetzte Angebotswelt ab mit vielfältigen Möglichkeiten der Zusammenarbeit.

**Der Kunde ist online – Brands ziehen mit**

Um ihre Kunden online an den wichtigsten Touchpoints zu erreichen, müssen sich Brands im Internet stärker engagieren. Selbst erbrachte Services formen das Markenprofil und spielen wertvolle Hinweise über Kunden und deren Einkaufsverhalten zurück. Eigene B2C-Onlineshops bleiben jedoch in erster Linie ein Marketinginstrument und werden 2025 nur einen kleinen Anteil am Umsatz der Marken ausmachen.

**Einzelhandelsgeschäfte können sich mit virtuellem Sortiment profilieren**

Statt grosser Verkaufsflächen will sich der Einzelhandel in Zukunft mit kleineren, intensiv bewirtschafteten Geschäften profilieren. Virtuelle Sortimente sind ein Ansatz: Zu den im Laden verfügbaren Produkten kommen noch solche, die direkt vor Ort in weiteren Farben und Grössen bestellt werden können.

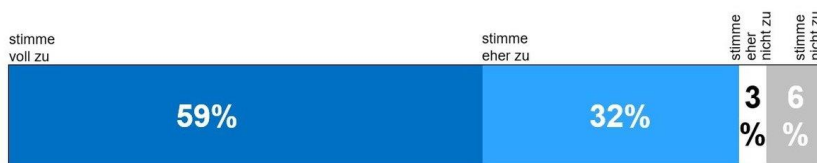
*«Der Einzelhandel steht vor einer neuen vernetzten Angebotswelt mit vielfältigen Möglichkeiten der Zusammenarbeit.» Urs Kisling, Board Member, Datatrans*

**Wer vom Wachstum profitieren will, muss kontinuierlich investieren**

E-Commerce bleibt ein sehr dynamisches und wettbewerbsintensives Geschäft und verspricht auch weiterhin grosses Wachstum. Um mithalten zu können, müssen Unternehmen ihre Leistungen stetig ausbauen und Prozesse noch effizienter gestalten. E-Commerce setzt kontinuierliche Investitionen in den Bereichen Informatik und Logistik voraus. Die Kür suchen sie in Massnahmen rund um Personalisierung und Beziehungsmanagement.

**Konzentration bei dominierenden Anbietern**

**In unserer Branche wird weiterhin massiv in den E-Commerce investiert.**



n = 34

**Smarte Mobile-Lösungen erhöhen die Conversion**

Der Kauf via Smartphone wird immer populärer. Um ihre Conversion auch im Mobile-Segment zu erhöhen, richten Unternehmen ihr Marketing gezielt auf die Smartphone-Nutzung aus. Besonders für regelmässige Käufe sind Mobile-Lösungen mit hinterlegten Zahlungsdaten eine einfache und kundenbindende Massnahme. Die smarten ÖV-Tickets von Fairtiq und SBB Easy Ride oder der kassenlose Kiosk «avec box» von Valora machen es vor.

**Wachstumstrend im E-Commerce auch über die kommenden Jahre stabil**

Die Erwartungen des Studienpanels zum Wachstum des E-Commerce in den kommenden Jahren sind hoch: Gut zwei Drittel der befragten Unternehmen geht davon aus, dass die E-Commerce-Umsätze ihrer Branche 2025 um 50 % oder mehr gestiegen sein werden. Niemand geht von einer Stagnation oder einem Rückgang aus.

**Kontakt E-Commerce Report**

**Prof. Ralf Wölfle**, Fachhochschule Nordwestschweiz

Leiter Kompetenzschwerpunkt E-Business

061 279 17 55, ralf.woelfle@fhnw.ch

**Urs Kisling**, Datatrans AG

044 256 81 91, urs.kisling@datatrans.ch