

Corona hat entschieden: Online übernimmt im Handel den Lead.

Lange gingen stationärer Handel und Online-Shops getrennte Wege. Nun kann der eine nicht mehr ohne den anderen und Online übernimmt als Innovationstreiber den Lead. Datatrans und die Fachhochschule Nordwestschweiz präsentieren Teil 2 des Commerce Report Schweiz 2021.

Zürich, 4. November 2021 // Dass Corona den stationären Handel brutal ausbremste und innerhalb kürzester Zeit einen Investitionsboom in E-Commerce auslöste, ist bekannt. Bisher unklar war: Wird sich dieser Trend halten? Werden Konsumenten alte Gewohnheiten überdenken und ihr Einkaufsverhalten dauerhaft ändern? Ein klares «ja» geht aus dem neusten Commerce Report Schweiz hervor. Laut Studienergebnissen wird sogar von einem Epochenwechsel im Handel gesprochen.

«Wer als stationärer Händler jetzt nicht digital mitzieht, an dem zieht die vernetzte Angebotswelt vorbei», fasst Studienleiter Prof. Ralf Wölfle seine Umfrage zusammen. «Die über viele Jahre eingeübten Einkaufsgewohnheiten sind aufgebrochen: Konsumenten schätzen heute die Freiheit, situativ entscheiden zu können, ob sie ihre Einkäufe selbst machen oder sich Produkte liefern lassen wollen.» Die qualitative Befragung umfasst 30 marktprägende Schweizer Online- und Multichannel-Anbieter, wie Brack, Pfister, Migros und Coop.

Hohe Flexibilisierung erfordert Blick aufs Ganze

Die Flexibilisierung von Einkaufsgewohnheiten ist auch beim Studienpartner und Payment Service Provider Datatrans spürbar: «Das Angebot stationärer Händler innerhalb kürzester Zeit online abzubilden, und bestehende Plattformen mit intelligenten Features noch leistungsfähiger zu machen, hat das Jahr der Pandemie geprägt», sagt Datatrans Verwaltungsratsmitglied Urs Kisling. «Unternehmen vernetzen sich, Angebote verschmelzen. Wer jetzt den Blick fürs Ganze behält, gewinnt.»

Aus Unsicherheit wächst Innovation

In der vernetzten Angebotswelt sind das Mindset und die Arbeitsweisen digital erprobter Unternehmen besonders gefragt. Anders als traditionelle Anbieter sind sie mit instabilen Marktverhältnissen vertraut. Die Konsequenz: Eine Offenheit für Veränderungen und stetige Suche nach Innovation. Darüber hinaus hilft ihnen die hohe Bereitschaft, sich mit externen Partnern und Wettbewerbern auszutauschen und Neues einfach auszuprobieren.

Onlinemarktplätze, Hersteller-Direktvertrieb und Social Media weiter im Aufwind

In den kommenden Jahren sehen die Studienteilnehmer Onlinemarktplätze auf der Gewinnerseite. Drei Viertel der Befragten erwarten, dass sie weitere Marktanteile gewinnen werden. Top-Marken setzen künftig weiter auf den Direktvertrieb, vor allem Händler und Marken müssen ihre Zusammenarbeit neu ausloten. Auch Social Media wird seine Rolle im E-Commerce verändern: Ein relevanter Teil von Onlinebestellungen könnte in Zukunft von Sozialen Netzwerken oder Influencer-Blogs ausgehen.

Über den Commerce Report Schweiz

Der Commerce Report Schweiz untersucht seit 2009 Stellenwert, Wandel und Trends im Vertrieb an Endkonsumenten – als einzige Studienreihe aus Sicht der Anbieter. Befragt werden die Teilnehmer von der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW im Auftrag von Datatrans. Aufgrund der vielseitigen Einflüsse von Covid-19 auf den Konsumgüterhandel erscheint die diesjährige Studienausgabe in zwei Teilen. Teil 1 mit dem Titel «Barometer, Standortbestimmung im Schweizer Handel», erschien im Juni 2021.

Weitere Themen

- Meilensteine und Tipping Points in der E-Commerce-Entwicklung von 1995 bis 2020
- Veränderte Tagesabläufe und Anbieterpräferenzen
- Handel im Umbruch: Leader, Traditionalisten, Langsame Follower und Zurückgebliebene
- Online-Paradigmen in der vernetzten Angebotswelt

Teilnehmende

30 in der Schweiz potenziell marktprägende Online- und Multichannel-Anbieter von Konsumgütern mit einem E-Commerce-Volumen von rund 3.2 Mrd. CHF.

Kostenloser Download

www.commerce-report.ch/bestellungen

Mehr Informationen

www.commerce-report.ch

Kontakt

Prof. Ralf Wölfle, Studienleiter, Fachhochschule Nordwestschweiz
Leiter Kompetenzzschwerpunkt E-Business
061 279 17 55, ralf.woelfle@fhnw.ch

Grit Abe, Content Marketing Manager, Datatrans AG
044 256 81 91, marketing@datatrans.ch

Beilagen

- Grafik 1 «Epochenwechsel im Handel»
- Grafik 2 «Onlinemarktplätze»
- Grafik 3 «Direktvertrieb von Herstellern»
- Grafik 4 «Social Media oder Influencer-Blogs»
- Bild «Commerce Report Schweiz 2021»