

10.06.2015 - 11:00 Uhr

Schweizer E-Commerce stemmt sich gegen Frankenstärke / Die führenden Anbieter reagieren mit neuen Formen der Zusammenarbeit

Zürich (ots) -

Der schwache Euro hat die Wettbewerbssituation für den Schweizer E-Commerce noch einmal deutlich verschärft. Vermehrt drängen auch ausländische Anbieter auf den Markt. Mit Investitionen in ein noch attraktiveres Angebot, hervorragenden Onlineshops auch für Mobile und internen Effizienzsteigerungen halten Schweizer Unternehmen dagegen. Wo sie alleine an Grenzen stossen, suchen sie Allianzen: in kanalübergreifenden Lösungen, im Konzern, in neuen Formen der Zusammenarbeit in ihrer Branche.

Der E-Commerce-Report Schweiz untersucht seit 2009 Stellenwert, Wandel und Trends des Schweizer Onlinehandels - als einzige Studie aus Sicht der Anbieter. Realisiert wird die Befragung vom Online-Zahlungsverarbeiter Datatrans und der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW.

Schwacher Euro tut weh

Die infolge der Euroabwertung gesunkenen Preise führen bei gleicher Absatzmenge zu rückgängigen Umsätzen und Deckungsbeiträgen. Das zwingt zu mehr Effizienz.

Der Wachstumsschub durch Mobile kommt erst noch

Bei Anbietern mit Stammkunden haben die Mobile-Umsätze bereits stark zugenommen. Einen neuen Wachstumsschub werden vereinfachte Check-out-Prozesse auslösen.

Genauer ist wichtiger als schneller

Bei der Sendungszustellung verlagert sich die Anforderung auf die Zustellgenauigkeit. Kunden wollen genau wissen, wann und wo sie ihre Bestellung erhalten.

Direktvertrieb wird im Modehandel en vogue

Wie in keiner anderen Branche setzen Modelabels verstärkt auf Direktvertrieb - on- und offline. Das ist ein Problem für Multichannel-Konzepte.

Flucht nach vorn durch Investitionen

Um im gestiegenen Wettbewerb bestehen zu können, wird weiterhin sehr viel investiert. Lange Investitionsphasen werden als notwendig angesehen.

Weitere Themen im E-Commerce-Report Schweiz 2015

- Standortbestimmung für 2015 und Ausblick auf 2020
- E-Commerce-Entwicklung in verschiedenen Branchen
- Herausforderungen kanalübergreifender Handelskonzepte
- Vorhaben zur Erhöhung der Einnahmemöglichkeiten
- Aktivitätsschwerpunkte im Jahr 2015
- Entwicklung von Onlinemarktplätzen am Beispiel von ricardo
- Jahresschwerpunkt: Ticketing im Verkehr und bei Veranstaltungen

Eine ausführlichere Medienmitteilung mit Grafiken finden Sie unter www.e-commerce-report.ch/presse und als PDF in der Beilage.

Die Studie ist kostenlos verfügbar unter: www.e-commerce-report.ch/bestellungen

Befragt wurden 38 potenziell marktprägende Online- und Multichannel-Anbieter von Konsumgütern und Dienstleistungen mit Sitz in der Schweiz. Zusammen repräsentieren sie ein E-Commerce-Handelsvolumen von über 4 Mrd. CHF.

Weitere Infos unter: <http://www.e-commerce-report.ch/presse>

Liste der Studienteilnehmer: www.e-commerce-report.ch/panel

Kontakt:

Prof. Ralf Wölfle, Studienautor, Fachhochschule Nordwestschweiz

Leiter Kompetenzzschwerpunkt E-Business

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

Urs Kisling, Auftraggeber, Datatrans AG

044 256 81 91 urs.kisling@datatrans.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010466/100773956> abgerufen werden.