

Auf höherem Leistungsniveau in eine mobile Zukunft

Der E-Commerce-Report 2010 ist das Resultat der zweiten Durchführung einer umfassenden Erhebung im E-Commerce Leader Panel Schweiz. Dieses wird von 22 Repräsentanten führender B2C-E-Commerce-Anbieter aus der Schweiz gebildet. Am 20. Mai 2010 trafen sie sich in Zürich um Erfahrungen auszutauschen und die diesjährigen Studienergebnisse zu diskutieren. Die beinahe unveränderte Teilnehmergruppe aus dem Jahr 2009 wurde um Anbieter aus dem Segment der elektronischen Marktplätze erweitert. Hier die wichtigsten Erkenntnisse:

Das Leistungsniveau der führenden Anbieter steigt: Die Dynamik im E-Commerce ist ungebrochen. E-Commerce ist der einzige substanziell wachsende Verkaufskanal im Konsumgüterhandel und ein Ende des überdurchschnittlichen Wachstums ist nicht in Sicht. Auch die letzten grossen Offline-Anbieter geben ihre Zurückhaltung gegenüber E-Commerce auf und nehmen eine proaktive Haltung ein. Dadurch steigt der Wettbewerb und die Dynamik im Markt nimmt zu. Durch konsequente Hinterfragung und Verbesserung ihrer Leistungen erreichen Leaderunternehmen ein neues Leistungs-niveau. Dabei legen sie ein hohes Tempo vor und vergrössern den Kompetenzabstand zu Newcomern.

Der E-Commerce behauptet sich in der Wirtschaftskrise: Das durchschnittliche Umsatzwachstum der 21 Unternehmen lag 2009 bei 14 %. Wie in den Vorjahren liegt dieses Wachstum deutlich über dem Wachstum der privaten Konsumausgaben als Ganzes von etwa 1 %. Bei der überwiegenden Mehrheit wirkte sich die Wirtschaftskrise entweder gar nicht oder allenfalls in einem verringerten Wachstum aus.

Auch in der Zukunft wird ein starkes Wachstum erwartet: Die befragten Anbieter sind ausnahmslos der Meinung, dass sich E-Commerce in den kommenden fünf Jahren weiterhin überproportional entwickeln wird. Sieben Studienteilnehmer erwarten in ihrem Markt bis 2015 eine Erhöhung des E-Commerce-Anteils um 50 bis unter 100 % im Vergleich zu 2009. Zehn Personen gehen gar von einer Verdoppelung oder Vervielfachung aus.

Google ist ein wichtiger Mitentscheider über Erfolg und Misserfolg: Kundengewinnung ist eines der wichtigsten Themen für die Studienteilnehmer. 19 von ihnen messen dabei Google eine sehr grosse Bedeutung zu. Bei vielen Anbietern liegt der Anteil der Kunden, die via Google zu ihnen kommen, zwischen 20 und 40 %. Immer wieder wird aber auch die marktbeherrschende Stellung von Google thematisiert.

Erfolgsfaktoren: Zwei Merkmale haben eine hohe Korrelation zum Erfolg im E-Commerce: Organisatorische Eigenständigkeit und hervorragende Informatik: E-Commerce-Anbieter gehören dann überdurchschnittlich häufig zur Gruppe mit dem stärksten Wachstum, wenn ihre E-Commerce-Organisation eine hohe Eigenständigkeit aufweist und wenn sie mit der Leistungsfähigkeit ihrer Informatik zufrieden sind.

Kundendaten werden als wichtiges Asset behandelt: Mit Hilfe von Kundendaten lassen sich Angebote und Services besser auf die Kunden zuschneiden, Conversion Rate und Kundenbindung erhöhen. Damit Kundendaten auf beiden Seiten Nutzen generieren, muss vertrauensvoll damit umgegangen werden – wofür die Anbieter mehrheitlich ein hohes Bewusstsein haben.

Zögerliche Haltung zur SuisseID: 18 Studienteilnehmer beurteilen diese Massnahme grundsätzlich positiv, gaben zur konkreten Umsetzung des Vorhabens aber sehr heterogene und auch kritische Feedbacks. Während erste Anbieter die SuisseID bereits implementieren nimmt die überwiegende Mehrheit eine abwartende Haltung ein.

Die wirtschaftliche Bedeutung von Social Media ist umstritten: Ein ausgesprochen geteiltes Bild ergibt sich für die Beurteilung von Social Media. Unsicherheiten bestehen vor allem in Bezug auf ökonomisch sinnvolle Nutzungsformen für E-Commerce-Anbieter und wegen der schnellen Veränderungen bei diesen Plattformen.

Mobile liegt klar im Trend: 18 Studienteilnehmer messen der mobilen Internetnutzung in Zukunft eine hohe Bedeutung bei, niemand erwartet eine Umkehr dieses Trends. Die grösste

Barriere für die Ausweitung des Angebots an Mobile-Services sind die konkurrierenden technischen Plattformen.

Der vollständige Studienbericht ist ab 27.5.10 auf www.e-commerce-report.ch kostenlos verfügbar.

Zürich, 20.5.10

Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW und Datatrans AG

Der E-Commerce-Report

Die Studie ist eine empirische, primär qualitative Analyse, die Anfang 2009 erstmals durchgeführt wurde. Interviewt werden die Mitglieder des E-Commerce Leader Panel Schweiz. Die Studie verfolgt das Ziel, die Entwicklung des B2C-E-Commerce in der Schweiz zu erfassen und zu analysieren. Die jährliche Wiederholung ermöglicht Zeitreihenanalysen und damit die Beobachtung von Veränderungen und Trends. Die Studienergebnisse werden in einem Studienbericht publiziert, der jährlich im zweiten Quartal erscheint.

Inhalte der aktuellen Studie

- Stellenwert des E-Commerce im B2C-Handel
- Aktuelle Ausgestaltung und Weiterentwicklung der E-Commerce-Angebote
- Erwartungen für die Zukunft
- Lessons Learned aus den vergangenen fünf Jahren

Das E-Commerce Leader Panel Schweiz

Die 22 Studienteilnehmer bilden das E-Commerce Leader Panel Schweiz 2010. Am 20. Mai trafen sie sich in Zürich, um die Studienergebnisse miteinander zu diskutieren.

- Blacksocks SA: Samy Liechti, CEO
- books.ch (Orell Füssli Buchhandlungs AG): Maurice Marzolf, Leiter Online
- buch.ch AG: Ines Bohacek Rothenhäusler, Geschäftsführerin
- citydisc (Directmedia AG): Robert Horvath, CEO
- coop@home: Rolf Zeller, Leiter coop@home
- Digitec AG: Marcel Dobler, CEO & VR-Präsident
- eBay International GmbH: Armin E. Schmid, Head of EU Strategy
- ebookers.ch: Matthias Thürer, Head of Marketing
- Fleurop-Interflora (Schweiz) AG: Jörg Beer, CEO
- Freitag Lab. AG: Filippo Castagna, Leiter Marketing/Vertrieb, GL-Mitglied
- Geschenkidee.ch GmbH: Simon Häusermann, CEO
- Hotelplan Suisse, MTCH AG: Tim Bachmann, Head of E-Commerce
- Ifolor AG: Sven Betzold, Head of Development, GL-Mitglied
- Kuoni Travel Holding Ltd.: Lars Kläger, Head of E-Commerce
- LeShop.ch SA (Migros): Christian Wanner, CEO
- Microspot: Daniel Hintermann, Geschäftsführer
- ricardo.ch AG: Heiner Kroke, CEO ricardo Group
- Schweizerische Bundesbahnen SBB: Patrick Comboeuf, Leiter E-Business
- Scout24 Schweiz AG: Dr. Kilian Kämpfen, Chief Business Development
- Starticket (Cinerent Open Air AG): Peter Hürlimann, CEO
- Swiss International Air Lines AG: Nils Hartgen, Head of Direct Sales & Services
- Ticketcorner AG: George Egloff, CEO

Auftraggeber der Studie

Datatrans AG, Zürich, Urs Kisling

Studienkonzept und Durchführung

Competence Center E-Business Basel, FHNW, Prof. Ralf Wölfle

Weitere Auskünfte erteilen

Prof. Ralf Wölfle (verantwortlich für die Durchführung der Studie)
Leiter Competence Center E-Business Basel
Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW
Peter Merian-Strasse 86, Postfach
CH-4002 Basel
E-Mail: ralf.woelfle@fhnw.ch
Telefon: +41 61 279 17 55

Urs Kisling (Auftraggeber der Studienreihe)
Verwaltungsrat
Datatrans AG
Stadelhoferstrasse 33
CH-8001 Zürich
E-Mail: urs.kisling@datatrans.ch
Telefon: +41 44 256 81 91