

Pressemitteilung vom 8. November 2011

Blitzumfrage zeigt: Frankenkrise belastet das Online-Geschäft E-Commerce erlaubt schnelle Anpassung an den Markt

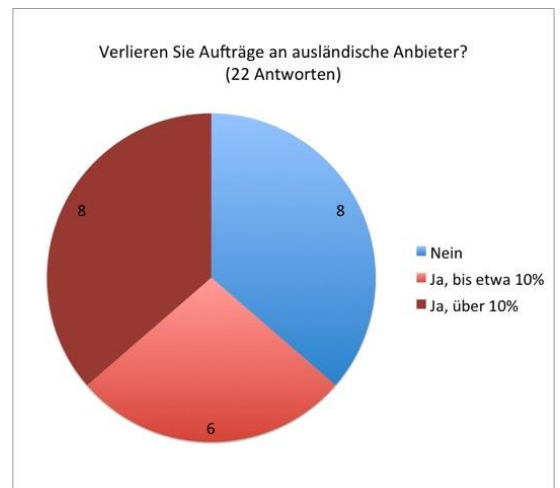
Der starke Franken wirkt sich auch auf den E-Commerce aus: Die wichtigsten Anbieter im Online-Geschäft für Waren und Dienstleistungen verlieren Aufträge an ausländische Anbieter. Das zeigt die erste Blitzumfrage des E-Commerce-Report Schweiz. Die Umfrage lässt aber auch hoffen: Webshops sind flexibler punkto Preise und Sortiment und bieten so einen Vorteil gegenüber anderen Verkaufskanälen.

Mit der Online-Blitzumfrage des E-Commerce-Report Schweiz untersuchte das Institut für Wirtschaftsinformatik der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW den Einfluss der aktuellen Frankenstärke auf den Schweizer E-Commerce. Dazu wurden im Oktober 29 Fachspezialisten der wichtigsten Schweizer E-Commerce-Anbieter von Konsumgütern und Dienstleistungen befragt. Die 24 antwortenden Unternehmen repräsentieren zusammen ein E-Commerce-Volumen von über 2.5 Mrd. Franken.

Auftragsverluste an ausländische Konkurrenten

Eine Tendenz sei eindeutig erkennbar, sagt Professor Ralf Wölfle, Leiter des Kompetenz-schwerpunkts E-Business an der FHNW: «Der starke Franken macht den Preiskampf härter, die Kunden suchen gezielter nach günstigeren Einkaufsmöglichkeiten.» Alle Befragten bestätigten in der Umfrage diese Annahme. Bei sechs Antwortenden sind es die Hälfte der Kunden oder mehr, zwölf Antwortende sehen diese Entwicklung zumindest bei einer «relevanten Minderheit» ihrer Kunden.

Der Einkaufstourismus ins Ausland liegt im Internet nahe, ein Klick genügt oft, um auf ausländische Anbieter auszuweichen. Vierzehn E-Commerce-Anbieter gaben an, Kunden und Aufträge an ausländische Konkurrenten zu verlieren. Acht beziffern diese Verluste auf mehr als 10 Prozent. Besonders betroffen ist die Reisebranche, denn hier fehlen im Gegensatz zu physischen Gütern die Zollbarrieren. Studienteilnehmer beobachten, dass ausländische Reiseportale deshalb gezielt um Schweizer Kunden buhlen



Lichtblick: Schnelle Reaktion im E-Commerce

Verglichen mit den konventionellen Verkaufskanälen bietet das Online-Geschäft in der aktuellen Währungssituation aber auch Vorteile. Für fünf Studienteilnehmer ist E-Commerce gegenüber anderen Verkaufskanälen im Vorteil. Ralf Wölfle sieht dafür zwei Gründe: «Wenn Kunden nach günstigeren Preisen suchen, dann gewinnt das Online-Geschäft in der Regel gegenüber konventionellen Verkaufskanälen. Ausserdem können die Onlineanbieter punkto Preise und Sortiment flexibler auf Marktveränderungen reagieren».

Kontakte

- Prof. Ralf Wölfle, Fachhochschule Nordwestschweiz, Leiter Kompetenzzschwerpunkt E-Business Basel, 061 279 17 55, ralf.woelfle@fhnw.ch
- Urs Kisling, Datatrans AG, Verwaltungsrat, 044 256 81 91, urs.kisling@datatrans.ch

Diese Medienmitteilung und weitere Informationen finden Sie unter: www.e-commerce-report.ch/presse

Zur Blitzumfrage

Die Blitzumfrage ist Teil des E-Commerce-Report Schweiz. Befragt wurden zwischen dem 6. und dem 18. Oktober 29 Fachspezialisten der wichtigsten Online-Anbieter von Konsumgütern und Dienstleistungen mit Sitz in der Schweiz. Die 24 antwortenden Unternehmen repräsentieren ein E-Commerce-Volumen von über 2.5 Mrd. CHF; die Universität St. Gallen schätzte den Online-Umsatz in der Schweiz im Jahr 2010 auf 8.7 Mrd CHF.

Durchgeführt wird die Studie vom Institut für Wirtschaftsinformatik der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW in Basel im Auftrag von Datatrans, dem grössten Schweizer Dienstleister für Internet-Zahlungen.