

Sperrfrist bis Freitag, 15.5.09, 16.00 Uhr

Pressemitteilung zum E-Commerce Leader Panel Schweiz und E-Commerce-Report 2009

3 Thesen zu den nachhaltigen Erfolgsfaktoren des E-Commerce

Am 15. Mai 2009 diskutierten die Repräsentanten führender Schweizer E-Commerce-Anbieter die Ergebnisse des E-Commerce-Reports 2009. Während die meisten Studien zu E-Commerce die Sicht der Konsumenten einnehmen, beleuchtet der E-Commerce-Report das Marktgeschehen aus Sicht der Anbieter. Die 19 Studienteilnehmer bilden das E-Commerce Leader Panel Schweiz, das sich einmal jährlich anlässlich der Studienpräsentation zum Erfahrungsaustausch trifft.

Die Studienteilnehmer kommen aus verschiedenen Branchen, zu denen Kurzprofile erstellt wurden. E-Commerce entwickelt sich in den Branchen unterschiedlich. Gemeinsam teilen ihre Vertreter die Auffassung, dass sich der E-Commerce-Anteil an den Konsumentenausgaben wie schon in den Vorjahren auch in Zukunft erhöhen wird. Elf der 19 Teilnehmer erwarten binnen fünf Jahren eine Verdoppelung oder Vervielfachung des heutigen Anteils.

Der Wirtschaftskrise sehen die E-Commerce-Anbieter vergleichsweise gelassen ins Auge – angekommen ist sie bei ihnen noch nicht. Es wird erwartet, dass E-Commerce im Vergleich zu anderen Kanälen weniger betroffen sein wird. Eine verstärkte Preisorientierung der Konsumenten fördert den transparenteren Kanal im Internet ebenfalls.

Wie ein Unternehmen sein E-Commerce konkret ausgestaltet, hat massgeblichen Einfluss auf den Erfolg. In der Studie wird das für neun Aspekte behandelt. Einer davon ist die Unabhängigkeit resp. organisatorische Einbettung des E-Commerce Teams: bei vier der fünf am stärksten gewachsenen Unternehmen handelt es sich um selbständige Unternehmen.

Besonders spannend zu lesen sind die Lessons Learned aus den vergangenen fünf Jahren. Die meisten Aussagen entfallen auf die Themen Informatik, Usability und Stammkundenbetreuung.

Da die Studie hervorbrachte, dass die Zukunftsaussichten für E-Commerce besser eingeschätzt werden als für die klassischen Verkaufskanäle, stellt sich die Frage, welche Erfolgsfaktoren E-Commerce begünstigen? Dazu wurden folgende drei Thesen aus den Studienergebnissen abgeleitet:

E-Commerce entwickelt sich im Vergleich zu anderen Verkaufskanälen besser, weil:

- 1. die Kommunikation mit dem Kunden auf einer höherwertigen Ebene geführt wird.** Umfassende Kundeninformationen wie beispielsweise Kontaktdaten oder Kaufverhalten werden lückenlos erfasst und automatisch verwertet.
- 2. der Ertrag je Kunde durch Sortimentserweiterungen gesteigert wird.** Eine virtuelle Ergänzung von eigenen Leistungen ist mit vergleichsweise geringem Zusatzaufwand möglich.
- 3. die Automatisierbarkeit der Prozesse zu einer besseren Performance führt.** Grundlage hierzu bildet die digitale Erfassung praktisch aller Geschäftsvorfälle.

Zürich, 14.5.09

Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW und Datatrans AG

Studienbericht

Der vollständige Studienbericht ist in der Endversion ab 20.5.09 auf folgender Website kostenlos verfügbar: www.e-commerce-report.ch

Der E-Commerce-Report wurde im Auftrag der Datatrans AG durch das Competence Center E-Business Basel der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW erarbeitet.

Das E-Commerce Leader Panel Schweiz:

Die Studienteilnehmer bilden das E-Commerce Leader Panel Schweiz. Am 15. Mai 2009 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 Books.ch
- Buch.ch AG: Ines Bohacek Rothenhäusler, Geschäftsführerin
- CityDisc (Directmedia AG): Robert Horvath, General Manager
- Coop@home Online Supermarket: Rolf Zeller, Leiter Coop@home
- Digitec AG: Marcel Dobler, CEO & VR-Präsident
- Fleurop-Interflora GmbH: Jörg Beer, CEO
- Freitag Lab. AG: Filippo Castagna, Leiter Marketing/Vertrieb, GL-Mitglied
- Geschenkidee.ch GmbH: Simon Häusermann, CEO
- Ifolor AG: Sven Betzold, Head of Development, GL-Mitglied
- Kuoni Travel Holding AG: Dominique Hess, Group Head E-Business
- LeShop.ch SA (Migros): Christian Wanner, CEO
- M-Travel Switzerland AG: Tim Bachmann, Head of E-Commerce
- Microspot.ch / Netto 24: Daniel Hintermann, Geschäftsführer
- Schweizerische Bundesbahnen SBB: Patrick Comboeuf, Leiter E-Business
- Starticket (Cinerent Open Air AG): Peter Hürlimann, CEO
- Steg Computer GmbH: Reto Ambiel, Vizedirektor, Leiter E-Commerce
- Swiss International Air Lines AG: Nils Hartgen, Leiter direkter Vertriebs- und Servicebereich
- Ticketcorner AG: George Egloff, CEO

Der E-Commerce-Report

Die Studie ist eine empirische, primär qualitative Querschnittsanalyse, 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.

Auftraggeber der Studie

Datatrans AG, Zürich, Urs Kisling

Studienkonzept und Durchführung

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

Inhalte der Studie

- Stellenwert des E-Commerce in der Branche, heute und in Zukunft
- Aktuelle Ausgestaltung und Weiterentwicklung des E-Commerce
- Branchenstrukturen und Effizienz der Branche
- Auslandsengagement der Unternehmen
- Erwartungen für die Zukunft
- Lessons Learned aus den vergangenen fünf Jahren

Weitere Auskünfte erteilen

Prof. Ralf Wölfle (verantwortlich für die Durchführung der Studien)

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