

Selbst beim Online-Shopping bleiben die Schweizer am liebsten unter sich

Detailhandel Deutsche und Österreicher bestellen bevorzugt bei Amazon – die Schweizer klicken anders

VON FABIAN HOCK

Ganz Europa kauft bei Amazon. Aus dem deutschsprachigen Raum ist der US-Handelsriese nicht mehr wegzudenken. In Deutschland und Österreich hat er den Online-Shopping-Markt längst an sich gerissen. Und in der Schweiz? Hier wehrt man sich erfolgreich gegen die Übernahme. Zu tun hat das mit den Bedingungen auf dem heimischen Markt – aber auch das Kaufverhalten der Schweizer spielt eine Rolle.

Das Geschäft im Internet wächst nach wie vor, wenn auch nicht mehr so stark wie in den letzten Jahren. In einer aktuellen Studie sieht das Kölner Institut EHI Retail das Wachstum im vergangenen Jahr bei 2,6 Prozent – ein ernüchternder Wert zwar, nach satten 26,5 Prozent im Jahr zuvor. Von einem Ende des Online-Booms könne trotzdem nicht die Rede sein, sagt Sascha Berens vom EHI. «Aktuell findet in einigen Bereichen eine Bereinigung statt», sagt er. Hohe zweistellige Wachstumsraten wie in der Vergangenheit gebe es derzeit zwar nicht. Doch Berens ist sicher: «Es wird wieder weiter nach oben gehen.»

Schweizer Eigenheit

In Deutschland und in Österreich dominiert Amazon den Markt. Der über die jeweilige Landesseite amazon.de und amazon.at erwirtschaftete Umsatz liegt laut EHI-Studie dreimal höher als der des Zweitplatzierten auf der Umsatz-Rangliste. Doch hierzulande unterwirft man sich nicht der Amazon-Übermacht. Stattdessen wird im Inland bestellt: Den meisten Umsatz generierte im vergangenen Jahr digitec.ch, die Webpräsenz des Zürcher Elektronikhändlers Digitec AG. Laut EHI-Studie hat der Shop 2013 eine halbe Milliarde Franken umgesetzt. Amazon.de liegt in der Schweiz mit recht deutlichem Abstand auf dem zweiten Platz. Amazon



Aus den Amazon-Verteilzentren gehen verhältnismässig wenig Pakete in die Schweiz.

KEYSTONE

ist hier mit keiner eigenen Landesseite vertreten, wie ein Konzernsprecher auf Anfrage bestätigt. Stattdessen werden die deutschen Dienste genutzt.

Warum es David Digitec gelingt, sich gegen Goliath Amazon zu behaupten, liegt laut Thomas Lang, Geschäftsführer der auf E-Commerce spezialisierten Unternehmensberatung Carpathia, an zwei Faktoren: Zum einen seien Zoll und Währung für internationale Anbieter immer noch eine Hürde. Zum ande-

ren wäge Amazon ab: Für den Import in die Schweiz müsste der Konzern von bestimmten standardisierten Prozessen abrücken. Dazu sei Amazon jedoch nur dann bereit, wenn das Marktpotenzial gross genug sei.

Im Verhältnis zum Aufwand gibt der Schweizer Markt offenbar nicht genug her. Die Kosten für den Import überlässt Amazon daher lieber den Konsumenten. Aus diesem Grund entscheiden sich viele für den Einkauf im In-

land. Digitec hat diese Chance erkannt und genutzt. Und das Unternehmen rechnet mit weiter steigendem Absatz: «Wir gehen davon aus, dass die Online-einkäufe auch dieses Jahr wieder zunehmen werden», sagt Firmensprecherin Stefanie Hynek.

Kaffee für 300 Millionen Franken

Da Amazon die Schweizer Flanke weit offen lässt, scheint genügend Platz für inländische Anbieter vorhanden zu

sein. Das gilt besonders im Lebensmittelbereich. Mit 16 Prozent Marktanteil liegt das Segment in der Schweiz deutlich über den Werten der Nachbarländer. Besonders beliebt: der Kaffee von Nespresso. Der Shop aus dem Hause Nestlé (inklusive der zugehörigen Maschinen und Accessoires) kommt in der EHI-Studie mit einem Umsatz von mehr als 300 Millionen Franken nur knapp hinter amazon.de auf den dritten Gesamtrang.

Die beliebtesten Objekte beim Online-Einkauf landen jedoch nicht in der Küche, sondern im Kleiderschrank. In der Schweiz hat das Segment «Bekleidung, Textilien und Schuhe» laut EHI den letztjährigen Spitzenreiter abgelöst: Die Unterhaltungselektronik kommt trotz des Erfolgs von Digitec in diesem Jahr nur noch auf Rang zwei.

Marktanteil bei 20 bis 35 Prozent

Beide Bereiche werden laut dem E-Commerce-Experten Lang auch in Zukunft noch zulegen – wenn auch in etwas geringerem Umfang: «Reife Märkte wie Elektronik, Fashion, Medien werden weiter wachsen, jedoch relativ gesehen nicht mehr so stark, da sie bereits auf hohem Niveau mit einem Onlineanteil von 20 bis 35 Prozent liegen.» Grösser sei das Wachstumspotenzial bei Sportartikeln, Baumärkten, Beauty und bei Spielwaren.

Zum Einkaufen immer beliebter wird das Smartphone. Die Händler passen sich dem Trend mehr und mehr an: 38,8 Prozent der Schweizer Shops haben inzwischen eine für Smartphones optimierte Website, 28,4 Prozent bieten Apps an.

Shoppen Sie online lieber bei Schweizer Anbietern? Stimmen Sie online ab

INSERAT

NAB ONLINE-HYPOTHEK DIREKT ABSCHLIESSEN? WIR LÖSEN DAS.

Jetzt unter nab.ch/online-hypothek

Wir lösen das. | nab.ch

NEUE AARGAUER BANK

Arbeitskampf I

Amazon-Mitarbeiter in Deutschland weiten Streiks aus

Die Gewerkschaft Verdi hat den Streik beim Versandhändler Amazon in Deutschland auf ein sechstes Versandlager ausgeweitet. Auch die Beschäftigten des Logistik-Zentrums in Koblenz sind mit Beginn der Frühschicht am Dienstagmorgen um 5 Uhr zum Ausstand aufgerufen.

Nach Angaben von Verdi-Sprecher Jürgen Dehnert versammelten sich zuvor etwa 50 Mitarbeiter vor den Werkstören. Bereits am Montag hatten Ama-

zon-Beschäftigte in Hessen, Leipzig, Bayern sowie an zwei Standorten in Nordrhein-Westfalen die Arbeit niedergelegt. Der Streik soll drei Tage dauern.

Verdi will die US-Firma zur Aufnahme von Tarifverhandlungen bewegen. Amazon lehnt das strikt ab und verweist auf eine Bezahlung am oberen Ende dessen, was in der Logistik-Branche üblich sei. Eine Einigung ist nicht in Sicht – Verdi ruft seit 2013 immer wieder zu Ausständen auf. (SDA)

Arbeitskampf II

Unia fordert Gesamtarbeitsvertrag für Schweizer Detailhandel

Die Gewerkschaft Unia sieht Mängel bei den Arbeitsbedingungen im Schweizer Detailhandel. Verbessern sollte sich für die Angestellten laut der Unia insbesondere die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Auch bei den Löhnen, der Weiterbildung und der Sozialpartnerschaft stellt die Unia Nachholbedarf fest. Die Gewerkschaft präsentierte gestern zum zweiten Mal nach 2007 eine von der Ratingagentur Inrate erstellte Studie zu den Arbeitsbedingungen bei grossen Detailhandelsunternehmen.

«Die Arbeit im Detailhandel muss aufgewertet werden», sagte Unia-Co-Präsidentin Vania Alleva in Bern. Die Studie verdeutliche den Handlungsbedarf. Grosse Defizite ortet die Unia insbesondere bei der Kinderbetreuung. Von den sechs Unternehmen in der Studie unterstützte

nur Coop die Beschäftigten bei der Betreuung ihrer Kinder. Auch das Lohnniveau kritisiert Unia: «Der Detailhandel ist weiterhin eine Tieflohnbranche mit oftmals prekären Arbeitsbedingungen», sagte Alleva. Die Angestellten hätten nicht nur zu tiefe Löhne, sondern sähen sich vermehrt mit unregelmässigen Arbeitszeiten, unsicheren Arbeitsverhältnissen und zunehmendem Stress konfrontiert.

Zudem hält die Gewerkschaft einen landesweiten Gesamtarbeitsvertrag (GAV) für nötig. Obwohl einige Unternehmen einen GAV hätten und regionale GAV für den Detailhandel existierten, habe die Mehrheit der Beschäftigten in der Branche keinen Schutz durch einen GAV. Schliesslich fordert die Unia auch ein besseres Weiterbildungsangebot für Angestellte. (SDA)