

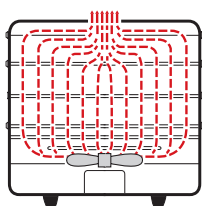
Fang den Geschmack des Sommers ein

dörrex®



Dörren ist die natürlichste und einfachste Art, Früchte, Gemüse, Pilze und Kräuter dauerhaft zu konservieren. Gedörartes behält seinen hohen Nährwert, ist sehr schmackhaft und gesund.

Die stufenlose Temperatur-Regulierung ermöglicht ein schonendes Verarbeiten. Zudem garantiert die aktive Warmluftzirkulation ein absolut gleichmässiges Dörren. So bleiben die wertvollen Nährstoffe im Dörrgut vollständig erhalten.



K-Tipp

dörrex

TESTSIEGER



STÖCKLI

A. & J. Stöckli AG
Ennetbachstrasse 40
CH-8754 Netstal

stockliproducts.com

Digital Commerce Schweiz 2019

Die umsatzstärksten Onlineshops und digitalen Vertriebs-Plattformen



Top 30 B2C

| Rang | Onlineshop | E-Commerce-Umsatz 2018 | Sortiment |
|------|---|------------------------|-----------------------|
| 1 | zalando.ch * | 785,0 | Fashion & Accessoires |
| 2 | digitec.ch (*) | 775,0 | Electronics & Media |
| 3 | amazon.de (inkl. Marktanteil) * | 660,0 | Universal |
| 4 | aliexpress.com * | 475,0 | Universal |
| 5 | nespresso.com/ch/ * | 350,0 | Body & Taste |
| 6 | brack.ch * | 308,0 | Universal |
| 7 | microspot.ch | 242,0 | Universal |
| 8 | wish.com * | 185,0 | Universal |
| 9 | leshop.ch | 184,7 | Body & Taste |
| 10 | galaxus.ch (*) | 175,0 | Universal |
| 11 | coopathome.ch | 152,0 | Body & Taste |
| 12 | zurrose.ch | 132,0 | Body & Taste |
| 13 | interdiscount.ch * | 105,0 | Electronics & Media |
| 14 | ifolor.ch | 100,0 | Lifestyle & Hobby |
| 15 | ikea.com/ch/de/ (Geschäftsjahr 2018/19) (*) | 95,0 | Home & Living |
| 16 | exlibris.ch * | 92,0 | Electronics & Media |
| 17 | nettoshop.ch | 88,0 | Electronics & Media |
| 17 | mediamarkt.ch * | 88,0 | Electronics & Media |
| 19 | amazon.fr (inkl. Marktanteil) * | 85,0 | Universal |
| 20 | bonprix.ch * | 82,0 | Fashion & Accessoires |
| 21 | apple.com/chde/ * | 81,5 | Electronics & Media |
| 22 | amazon.com (inkl. Marktanteil) * | 75,0 | Universal |
| 23 | reifendirekt.ch * | 73,5 | Lifestyle & Hobby |
| 24 | manor.ch * | 62,5 | Universal |
| 25 | heine.ch * | 62,0 | Fashion & Accessoires |
| 26 | fust.ch * | 60,0 | Electronics & Media |
| 27 | tchibo.ch * | 58,0 | Universal |
| 27 | jelmoli-shop.ch * | 58,0 | Universal |
| 29 | conrad.ch * | 50,0 | Electronics & Media |
| 30 | orellfuessli.ch * | 48,0 | Electronics & Media |

Top 15 B2B

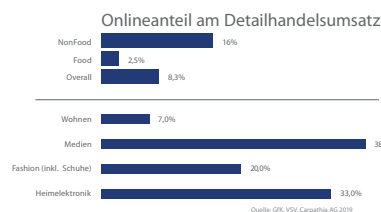
| Rang | Onlineshop | Unternehmen | E-Commerce-Umsatz 2018 |
|------|----------------------|---|------------------------|
| 1 | elektro-material.ch | Elektro-Material AG | 344,0 |
| 2 | alltron.ch * | Alltron AG | 330,0 |
| 3 | shop.w-f.ch | Winterhalter Fenner AG | 207,0 |
| 4 | lyreco.ch | Lyreco Switzerland AG | 195,0 |
| 5 | ottofischer.ch * | Otto Fischer AG | 190,0 |
| 6 | d-a.ch | Debrunner Acifer AG | 116,0 |
| 7 | brw.ch * | Brütsch/Rüegger Werkzeuge AG | 110,0 |
| 8 | eshop.meiertobler.ch | Meier Tobler AG | 106,4 |
| 9 | opo.ch | OPO Oeschger AG | 93,7 |
| 10 | arp.com | ARP Schweiz AG | 85,9 |
| 11 | hilti.ch * | Hilti (Schweiz) AG | 77,0 |
| 12 | spaeter.ch * | Spaeter Gruppe | 76,0 |
| 13 | distrelec.ch * | Distrelec-Bereich der Dätwyler Schweiz AG | 75,0 |
| 14 | iba.ch * | Iba AG | 72,0 |
| 15 | kaiserkraft.ch * | KAISER+KRAFT AG | 70,0 |

Top 10 Reisen, Tickets & horizontale Plattformen

| Rang | Onlineshop | Unternehmen | E-Commerce-Umsatz 2018 |
|------|----------------------------------|-------------------------------|------------------------|
| 1 | swiss.com * | Swiss International Air Lines | 1 325,0 |
| 2 | booking.com * | Booking.com | 894,6 |
| 3 | sbb.ch * | SBB AG | 848,0 |
| 4 | ricardo.ch * (inkl. Autoricardo) | Ricardo.ch AG | 600,0 |
| 5 | airbnb.ch * | Airbnb Inc. | 470,0 |
| 6 | hogashop.ch * | Hogalog AG | 350,0 |
| 7 | ticketcorner.ch | Ticketcorner AG | 246,3 |
| 8 | ebay.ch * | Ebay Inc. | 200,0 |
| 9 | expedia.com * | Expedia Inc. | 173,8 |
| 10 | starticket.ch | Starticket AG | 136,0 |

Die Umsätze im Ranking «Reisen, Tickets & horizontale Plattformen» entsprechen dem Nettowert der vermittelten Services und Waren, d.h. ohne MwSt. und bereinigt um Retouren und Storni und nicht dem Ertrag durch Provisionen. Die geschätzten Umsätze für die Reiseplattformen wurden durch Dr. Prof. Roland Schegg von der Hochschule für Wirtschaft und Tourismus HES-SO Wallis verifiziert.

Alle Angaben sind Unternehmensinformationen, öffentliche Angaben oder Schätzungen (mit einem * gekennzeichnet) und stellen die reinen Onlineumsätze in CHF des Geschäftsjahres 2018 dar. Bei den Top 30 B2C sind Marktplätze mit Eigenumsatz inkl. Marktanteil enthalten (z. B. Amazon). Der gelistete Umsatz entspricht dem Nettoumsatz, d.h. dem Warenertag ohne MwSt. und bereinigt um Retouren und Storni.



B2B – Massnahmen zur Steigerung des Onlineanteils



ACCARDA
Bezahlösungen & Dialog Management
accarda.com

byjuno
Pay it easy

msdirect
Damit jedes Paket zum Erlebnis wird.
www.msdirect.ch

MF Group
Kauf auf Rechnung
mfgroup.ch

Das Beispiel der das Risikomanagement von über 1300 E-Commerce Unternehmen täglich steuert

CRIF
Ihr Partner für Rechnungskauf
www.crif.ch

getback
Web-Push Solution
WWW.GETBACK.APP

Die umsatzstärksten Schweizer Onlineshops 2019

Auch dieses Jahr hat Carpathia, die neutrale Unternehmensberatung für Digital Business, wieder das Ranking mit den umsatzstärksten Onlineshops in der Schweiz herausgegeben. Eine Einschätzung zu den topaktuellen Zahlen.

Während digitec.ch letztes Jahr das B2C-Ranking mit 690 Mio. CHF noch anführte, hat ihn 2018 zalando.ch mit einem Umsatz von 785 Mio. CHF abgelöst (vs. digitec.ch mit 775 Mio. CHF). Dieser Fakt widerspiegelt die allgemeine Entwicklung im Schweizer Onlinehandel, dass ausländische Anbieter weiterhin verstärkt in den Markt drängen.

Ausländische Anbieter weiter ungebremst

Während im Vorjahr noch sieben der Top 10 umsatzstärksten B2C-Onlinehändler aus der Schweiz waren, ist es dieses Jahr bereits einer weniger. Zudem haben unter den Top 10 die ausländischen und allen voran die Onlineshops aus China (Wish und Aliexpress) auf der Rangliste stark aufgeholt, dies allesamt auf Kosten der Schweizer Anbieter.

Dass internationale Händler im Vergleich zu den Schweizern überproportional wachsen, ist indes keine Überraschung mehr, darauf wurde bereits in der Studie von VSV/GfK hingewiesen: Von 2017 auf 2018 haben die ausländischen Mitbewerber um fast 20% zugelegt. Der Anteil der ausländischen Onlineshops an den Schweizer Onlinehandels-Umsätzen liegt bereits bei 20%.

Top 5 B2C vereinen fast ein Drittel der Umsätze

Die Top 30 B2C Onlinehändler erwirtschaften mit Total 5 782 Mio. CHF zusammen 58% des 2018 in der Schweiz gesamthaft erzielte Onlinehandelsumsatzes von 9,9 Mrd. CHF. Von den Top 30 B2C Onlinehändlern vereinen alleine die Top 5 mit 31% fast ein Drittel der Umsätze auf sich. Betrachtet man die Top 10 sind es bereits 41%, wie die Auflistung (linke Seite) veranschaulicht.

«Immerhin», kann man sagen, ist die Dominanz im Unterschied zu den Nachbarländern noch auf 5 Grosse verteilt: In Deutschland und Österreich hat Amazon einen markanten Vorsprung und damit viel mehr Dominanz. Dennoch, die Machtkonzentration nimmt auch im Schweizer Onlinehandel weiter zu.



Thomas Lang

Thomas Lang ist Geschäftsführer und Inhaber der Carpathia AG. Er ist Autor von zahlreichen Fachartikeln und -studien, Dozent für Online-Vertriebsmodelle an verschiedenen Hochschulen sowie gefragter Referent an internationalen Konferenzen zum Thema E-Commerce und Digitale Transformation im Handel.

Top 10 B2C um weitere 600 Mio. Franken gewachsen

Die Umsätze der Top 10 Onlineshops sind kumuliert von 2017 auf 2018 wiederum um rund 600 Mio. CHF gewachsen. Dieser Betrag entspricht mehr als dem für 2018 ausgewiesenen rückläufigen Umsatz des Glattzentrums, des grössten Shopping-Centers der Schweiz. Ein Anzeichen dafür, dass das Wachstum im Onlinehandel «zulasten» des stationären Handels geht.

Quelle: Carpathia AG, Zürich, 2019



Carpathia ist die führende neutrale und unabhängige Unternehmensberatung für Digital Business, Digital Commerce und Digitale Transformation im Handel. Das Team vereint über 50 Jahre Erfahrung im Online- und Omni-Channel-Handel sowie mit elektronischen Geschäftsprozessen.

Über 100 Kunden mit einem konsolidierten Onlineumsatz von mehr als 3 Milliarden Franken vertrauen auf die neutrale Expertise von Carpathia. Carpathia ist zudem Initiator und Organisator der Connect – Digital Commerce Conference und des Digital Commerce Awards sowie Verfasser des meinungsführenden Blogs zu Themen rund um die Digitalisierung von Handel und Geschäftsprozessen: blog.carpathia.ch

Linke Seite:

Das bereits zum dritten Mal von Carpathia erarbeitete Poster zeigt die umsatzstärksten Onlineshops und digitalen Vertriebs-Plattformen in der Schweiz für das Geschäftsjahr 2018. Die Umsatzangaben auf dem Poster sind einerseits öffentliche Angaben, andererseits Schätzungen. Die Schätzungen sind mit einem * gekennzeichnet. Alle Angaben sind von Carpathia und von einer durch sie koordinierten Expertengruppe verifiziert.

Die Umsatzangaben stellen die reinen Onlineumsätze in Mio. CHF des Geschäftsjahres 2018 dar. Bei den Top 30 B2C sind Marktplätze mit Eigenumsatz inkl. Marktanteil enthalten (z. B. Amazon), jedoch ohne Ertrag durch Provisionen. Der gelistete Umsatz entspricht dem Nettoumsatz, d. h. dem Warenertrag ohne MwSt. und bereinigt um Retouren und Storni.

DIGITAL COMMERCE AS A SERVICE

Das all inclusive E-Commerce-Paket für den Schweizer Fachhandel

Was kryptisch tönt, ist in der Praxis eigentlich ganz simpel:

Ein Unternehmer ist bei analogen wie bei digitalen Geschäften wie bei Aktivitäten immer und stets auf aktuelle Lieferantendaten angewiesen.

Qualitativ einwandfreie Daten sind heute für eine effiziente Geschäftsabwicklung von höchster Bedeutung und für eine moderne

E-Commerce-Strategie oder für den Einsatz von Mobile Business Apps sogar unverzichtbar. Lieferantendaten und vieles mehr in einer cloudbasierten «Digital Commerce Suite» anzubieten, ist deshalb ein ganzheitlicher wie intelligenter Lösungsansatz, der dem Handelsgeschäft auf allen Stufen einen kräftigen Schub verleiht.

Weitere Infos: www.swissavant.ch



«DIGITAL COMMERCE AS A SERVICE» IN KÜRZE

Das Konzept soll KMU's aus dem Fachhandel eine voll integrierte Systemlandschaft für Datenmanagement, Webshop & Website sowie für die Erstellung von Printmedien bieten. Eine Systemlandschaft, die diese Unternehmen alleine nicht finanzieren könnten, die jedoch über die Umsetzung in der Cloud und über eine breite Abstützung durch Fachhandelsunternehmen tragbar gemacht wird.