



E-Commerce der Alpenländer: Weiter bergauf



Die Onlineumsätze in Österreich und der Schweiz entwickeln sich weiterhin positiv. So konnten die 250 umsatzstärksten Onlineshops in 2017 jeweils ein Umsatzplus erwirtschaften. „Wie auch im deutschen Markt konzentriert sich das Umsatzwachstum allerdings größtenteils auf die Spitze des Rankings“, erläutert Christoph Langenberg, Data Analyst und Projektleiter Forschungsbereich E-Commerce im EHI. Die Nutzung sozialer Netzwerke steht in beiden Ländern weiter hoch im Kurs. Instagram ist dabei größter Gewinner in beiden Alpenländern. So einige Ergebnisse der Studie E-Commerce-Markt Österreich/Schweiz 2018* von EHI und Statista.

Einsame Spitze

In Österreich setzten die 250 umsatzstärksten Onlineshops 2017 insgesamt 2,7 Mrd. Euro mit physischen Waren im Internet um und erzielten damit ein Umsatzplus von 9,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (Vorjahr: 2,5 Mrd. Euro). Die Marktkonzentration ist dabei noch einmal gestiegen. 1,4 Mrd. Euro, und damit 51,1 Prozent des Gesamtumsatzes des Rankings, gingen auf das Konto der Top 10. Angeführt wird das Ranking von amazon.de (643,0 Mio. Euro), zalando.at (230,0 Mio. Euro) und universal.at (133,6 Mio. Euro).

Die Top-250-Onlinehops der Schweiz schlossen das Geschäftsjahr 2017 mit einem Umsatz von 7,0 Mrd. CHF (Vorjahr: 6,6 Mrd. CHF) und einem Wachstum von 5,7 Prozent ab. Hier konzentriert sich das Wachstum ebenfalls vor allem auf die stärksten zehn Anbieter, die mit 3,2 Mrd. CHF 46,2 Prozent vom Gesamtumsatz erwirtschaftet haben. Digitec.ch (690,0 Mio. CHF) führt das Ranking der Top 250 an, aber zalando.ch (685,0 Mio. CHF) ist dem Erstplatzierten dicht auf den Fersen. Auf dem dritten Rang befindet sich amazon.de mit einem Umsatz von 431,6 Mio. CHF.

Österreich international

Der E-Commerce-Markt in Österreich ist stark international geprägt. So stammt fast die Hälfte (124 Onlineshops) der 250 umsatzstärksten Shops in Österreich aus dem Ausland. Von den 124 ausländischen Shops haben insgesamt 91 ihren Firmensitz in Deutschland. Anton Salesny, Universitätsassistent am Institut für Handel und Marketing an der Wirtschaftsuniversität Wien und Kooperationspartner der Studie, kommentiert diese Entwicklung wie folgt: „Im Gegensatz zum E-Commerce-Markt in der Schweiz fließt der Großteil der österreichischen Internetumsätze nach wie vor in den internationalen Online-Handel.“

In der Schweiz liegt der Anteil ausländischer Onlineshops unter den Top 250 aktuell nur bei gut einem Viertel. Von den 64 ausländischen Shops in der Schweiz kommt mehr als die Hälfte (38 Shops) aus Deutschland.

Instagram gewinnt

Instagram gewinnt weiter an Popularität in Österreich und hat 2018 als einzige Social Media-Plattform Nutzer unter den Top-250-Onlineshops gewonnen. Während 2017 noch 70,0 Prozent der Top 250 auf Instagram vertreten waren, sind es 2018 schon 77,6 Prozent. Alle anderen Plattformen haben Nutzer eingebüßt oder haben sich auf Vorjahresniveau gehalten. Auch Facebook, die aktuell noch meistgenutzte Social Media-Plattform, rutscht von 96,0 Prozent auf 90,8 Prozent.

Ein ähnliches Bild zeigt sich in der Schweiz. Facebook fällt hier leicht von 94,4 Prozent auf 92,8 Prozent. Von den Top-250-Onlineshops haben 67,2 Prozent ein Instagram-Profil (Vorjahr: 62,0 Prozent). Mit 0,8 Prozentpunkten konnte außerdem Pinterest leicht zulegen. Alle anderen Plattformen haben an Popularität unter den umsatzstärksten Shops der Schweiz verloren.

Die Studie „E-Commerce-Markt Österreich/Schweiz 2018“, in der die jeweils 250 umsatzstärksten Onlineshops untersucht wurden, kann im [EHI-Shop](#) vorbestellt werden. Die Rankings der 50 umsatzstärksten Onlineshops in Österreich und der Schweiz sind als Poster kostenlos erhältlich unter www.ibusiness.de/poster.

Quelle: www.ehi.org

Foto “head”: www.pixabay.com / klausdie

***Anmerkungen und Methodik**

Die Angaben der Studie beruhen auf einer Händler-Befragung (EHI) und Statista-Hochrechnungen auf Basis einer Regressionsanalyse sowie Unternehmensangaben aus Geschäftsberichten, Pressemitteilungen und Unternehmenswebsites und weiteren Sekundärquellen (u.a. carpathia.ch). Schwerpunkt der Untersuchung waren B2C-Onlineshops. Berücksichtigt wurde der Umsatz mit physischen Gütern. Der Umsatz mit digitalen Gütern wie Apps und Streaming-Diensten von Shops, z.B. Apple iTunes und Spotify, wurde nicht berücksichtigt.

Betreibt ein Unternehmen mehrere Onlineshops, so wurde jeder Shop separat betrachtet.

Definition E-Commerce-Umsatz: Nettoumsatz des jeweiligen Onlineshops im Jahr 2017, bereinigt von Retouren, exkl. Umsatzsteuer und nur aus der reinen Geschäftstätigkeit des Onlineshops (ohne sonstige betriebliche Erträge des Unternehmens).