

EHI-Studie Onlinehandel Österreich und Schweiz

Die Großen wachsen überdurchschnittlich

Mittwoch, 29.11.2017

Köln/Hamburg. Der Onlinehandel in Österreich und der Schweiz befindet sich auf Wachstumskurs: der Umsatz der Top-250-Onlineshops in Österreich ist 2016 um 8,6% gewachsen, in der Schweiz liegt die Umsatzsteigerung bei knapp 9%. Zu diesen Ergebnissen kommt die Studie „E-Commerce-Markt Österreich/Schweiz 2017“ von EHI und Statista.

„Das Wachstum findet sich allerdings vor allem bei den jeweils 150 umsatzstärksten Onlineshops – danach sind die Wachstumsraten geringer oder sogar negativ“, erklärt Christoph Langenberg, Projektleiter Forschungsbereich E-Commerce im EHI. Die zehn umsatzstärksten österreichischen Onlinehops erwirtschafteten mit zusammen 1,2 Mrd. Euro knapp die Hälfte des Gesamtumsatzes der Top 250 (2,5 Mrd. Euro). Bei den Schweizer Nachbarn kommen die Top-10-Onlineshops mit 2,7 Mrd. Euro Umsatz auf einen Anteil von 43,8% des Gesamtumsatzes aller Shops des Rankings (6,1 Mrd. Euro). Ein Rückgang zeigte sich dagegen bei den Mehrkanal-Aktivitäten in beiden Ländern.

Neueinsteiger sorgen für Bewegung

Für Bewegung im E-Commerce-Markt der Alpenländer sorgen zahlreiche Neueinsteiger in den jeweiligen Rankings der 250 umsatzstärksten Onlineshops. Die Marktkonzentration, die in den vergangenen Jahren stetig gewachsen sei, habe in beiden Alpenländern nicht weiter zugenommen, bleibe aber auf hohem Niveau.

Dennoch zeigt sich reichlich Bewegung im Onlinemarkt der Alpenländer: in Österreich schafften es 58 neue Onlineshops in das EHI-Ranking. Davon konnten acht Shops sogar in die Top 100 vordringen. In der Schweiz sind 28 Onlineshops neu in das Ranking eingestiegen, ebenfalls mit einigen Vertretern unter den Top 100. Während vorwiegend die Newcomer und die Shops auf den Plätzen 1 bis 150 vom Online-Boom profitieren, bleiben viele kleinere Shops auf der Strecke. Auf den hinteren hundert Plätzen in der Schweiz werden durchschnittlich nur noch kleine einstellige Wachstumsraten erzielt. Die Onlineshops der Plätze 151 bis 250 in Österreich mussten im Schnitt sogar Umsatzrückgänge hinnehmen.

Weniger multi – mehr mobil

Die Analyse der Mehrkanal-Aktivitäten der Top-250-Onlineshops zeigt, dass die Anzahl der Multichannel-Händler im Ranking beider Länder ein wenig rückläufig ist. In Österreich setzen noch 99 Onlineshops auf das Multichannel-Modell. Das sind zehn Shops weniger als im Vorjahr. Auch die Verbreitung von Cross- und Omnichannel-Commerce ist in Österreich leicht gesunken. Bei 60 Shops lässt sich eine Verknüpfung der Kanäle erkennen, im Vorjahr waren es noch 65 Shops. Somit sind in Österreich die Online-Pureplayer, die mit 91 Shops im Ranking vertreten sind, mit den Multichannel-Händlern mittlerweile fast gleichauf. In der Schweiz haben die 102 Singlechannel-Händler die Multichannel-Händler, die noch mit 96 Shops vertreten sind, in diesem Jahr sogar quantitativ überholt und dominieren damit das Ranking. Auf das Omnichannel-Modell setzen im Ranking der Schweiz noch 52 Onlineshops. Letztes Jahr waren es noch rund 60 Shops mit Kanalverknüpfung.

Im vergangenen Jahr hat sich bereits abgezeichnet, dass Mobile im Onlinehandel der Alpenländer endgültig zum Pflichtprogramm geworden ist. Unter den Shops im österreichischen Ranking bieten nur noch sieben Singlechannel-Händler keine mobile Variante ihres Shops an, im Vorjahr waren es noch 13. Bei den Online-Pureplayern in der Schweiz haben nur zehn Händler ihren Onlineshop nicht für mobile Endgeräte angepasst.

Die Großen wachsen überdurchschnittlich