

Schweizer Spitzen-Trio

Ein ähnliches Bild zeigt sich in der Schweiz: Rund 30% des Gesamtumsatzes entfallen auf die Top Drei. Im Gegensatz zur E-Commerce-Spitze in Österreich liegen die Umsätze der drei stärksten Onlineshops der Schweiz – digitech.ch (602 Mio. CHF bzw. 519 Mio. €), zalando.



Soziale Medien können durch direkte Ansprache helfen, Kunden zu Fans zu machen. Entsprechend sind nahezu alle Onlineshops in Sozialen Medien vertreten.

Christoph Langenberg
EHI Institut



24,2% die zweitstärkste Branche im Ranking. Darauf folgen die Shops der Unterhaltungselektronik mit 17%. Die Dominanz der drei stärksten Branchen wird im Vergleich mit der viertstärksten Branche besonders deutlich. So machen Möbel und Haushalt nur noch einen Anteil von 3,1% aus.

Schweizer Ausgewogenheit

Der Anteil der Generalisten ist im Schweizer Onlinehandel mit 37,5% ebenfalls hoch, insbesondere in der Spitze. Sechs Generalisten befinden sich allein unter den Top Ten, allerdings sind die Branchenanteile im Vergleich zu Österreich gleichmäßiger verteilt. Hier belegen die Anbieter von Unterhaltungselektronik mit 21% Rang 2, gefolgt von der Bekleidung mit 15,3%.

Charakteristisch für den Schweizer Markt ist der hohe Anteil an Lebensmittelhändlern,

ch (534 Mio. CHF bzw. 460 Mio. €) und amazon.de (475 CHF bzw. 409 Mio. €) – noch eng beieinander. Die zehn umsatzstärksten Onlineshops beanspruchen mit 53% (Vorjahr: 54,4%) hier ebenfalls mehr als die Hälfte des Gesamtumsatzes der Top-100-Onlineshops.

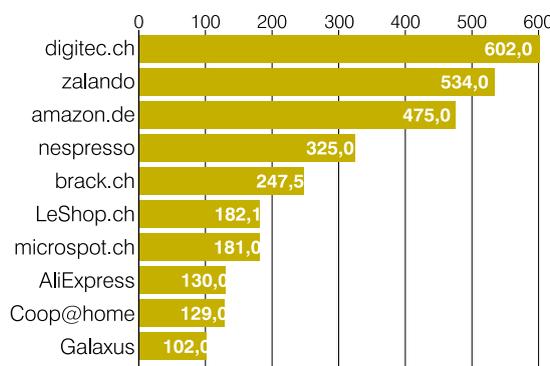
Generalisten liegen vorn

Im Ranking der 100 umsatzstärksten Onlineshops in Österreich bestimmen nach wie vor die Generalisten mit einem Anteil von 42,3% das Bild. Die Fashion-Anbieter sind mit

Top 10 Online-Shops der Schweiz

Amazon mal nicht in der Poleposition

In der Schweiz erwirtschaftete Umsätze 2016 in Mio. CHF*

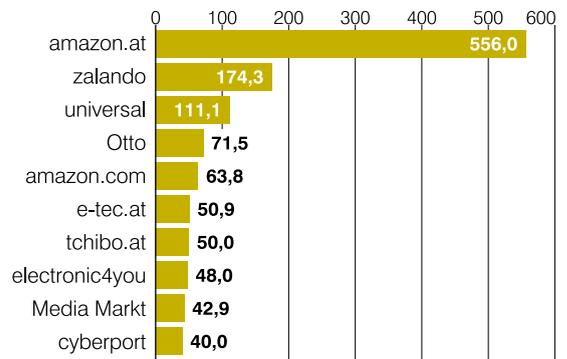


*Umsatzangaben beruhen auf Statista-Hochrechnungen und Sekundärquellen; Quelle: Statista

Top 10 Online-Shops Österreichs

Amazon mit großem Abstand voran

In Österreich erwirtschaftete Umsätze 2016 in Mio. €*



*Umsatzangaben beruhen auf Statista-Hochrechnungen und Sekundärquellen; Quelle: Statista



Alles da

Die Generalisten liegen in Österreichs Digital Retail klar vorn – mit 42,3% Anteil am Umsatzkuchen. Dahinter folgen die Fashion-Anbieter mit 24,2% Anteil.

die 9,1% für sich beanspruchen. Im Vergleich dazu liegt der Anteil an Lebensmittel-Shops in Österreich nur bei 1,7% und in Deutschland bei 1%.

39,6 Mrd. € haben die 1.000 umsatzstärksten Onlineshops in Deutschland in 2016 erwirtschaftet, das sind 4,1 Mrd. € mehr als im Vorjahr. Den Löwenanteil des Gesamtumsatzes generierten mit 15,7 Mrd. € die zehn stärksten Anbieter.

Die 90 Shops hinter den Top Ten kommen in Summe auf 11,8 Mrd. €. Die Shops der Plätze 101 bis 500 kommen gemeinsam noch auf 8,3 Mrd. €. Für die kleinen Shops wird es dann allerdings zusehends eng im Kampf um den Kunden. So erreichten die Plätze 501 bis 1.000 bereits im zweiten Jahr in Folge weniger Umsatz als im Vorjahr, das waren 4 Mrd. €, und generierten in 2016 gemeinsam nur noch 3,8 Mrd. €.

... so oder so müssen Sie Bescheid wissen über die **top-relevanten Touchpoints** im LEH.

Die neue **HAVAS MEDIA CONNECT** Studie zeigt die Media-Touchpoints, die wirklich zählen; und auch die Performance **IHRER MARKE!**

Vereinbaren Sie jetzt Ihren persönlichen Präsentationstermin:

Dr. Georg Feldmann
Director Strategy & Insights
georg.feldmann@havasmedia.com
+43 1 353 7777-0

