

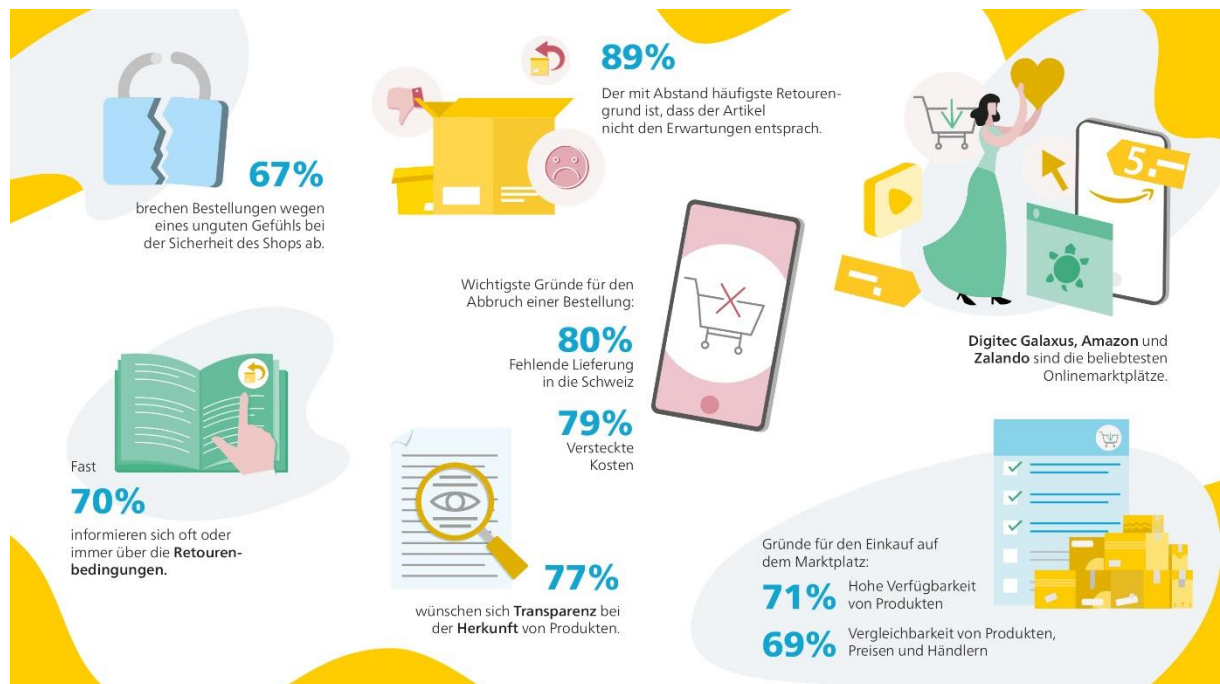
Medienmitteilung

«E-Commerce Stimmungsbarometer 2023» – Eine Kundenbefragung zum Onlineshopping

Digitec Galaxus schweizweit am beliebtesten

Zürich, 25. September 2023 – Speziell bei Reisen, Eventtickets, Musik, Filmen und Büchern verlassen sich Schweizerinnen und Schweizer überwiegend auf die Welt des Onlinehandels. Beim Onlineshopping liegt der Marktplatz Digitec Galaxus an der Spitze, während Amazon deutlich weitere Marktanteile gewinnt und dieses Jahr Zalando überholt hat. Der Schweizer E-Commerce Stimmungsbarometer untersucht die Gewohnheiten und Präferenzen von rund 10'000 Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten im Onlinehandel. Die jährliche Studie wird von der Hochschule für Wirtschaft Zürich (HWZ) und der Schweizerischen Post gemeinsam durchgeführt.

Immer mehr Schweizerinnen und Schweizer setzen auf den Onlinehandel. Wie der E-Commerce Stimmungsbarometer 2023 zeigt, gilt das insbesondere für Reisen, Eventtickets (65%) sowie Bücher, Musik und Filme (57%), die überwiegend online gekauft werden. Dabei zählen Digitec Galaxus, Amazon und Zalando zu den beliebtesten Online-Marktplätzen der Schweizer Onlineshopperinnen und -shopper. Insbesondere Amazon (25%) hat im Vergleich zum Vorjahr (20%) an Bedeutung gewonnen. Onlinemarktplätze ermöglichen vor allem eine hohe Verfügbarkeit von Produkten (71%) und die Vergleichbarkeit von Produkten, Preisen und Händlern (69%).



«Wir sehen, dass Marktplätze, auf denen zugleich mehrere Händler ihre Produkte verkaufen, immer wichtiger werden bei der Suche nach Produkten. 73% der Befragten beginnen ihre Produktsuche immer noch über Suchmaschinen, jedoch mit sinkenden Werten, und zwar 3% weniger als im Vorjahr. Gleichzeitig wünschen sich Kundinnen und Kunden, die Produkte direkt beim Hersteller bestellen zu können», sagt Philippe Mettler, Experte Digital Commerce der Post.

Generell gilt, dass 69% der Befragten bevorzugen, ihren Kauf direkt beim Hersteller vorzunehmen. 71% haben in den letzten 12 Monaten in deutschen Onlineshops eingekauft, während 37% in China eingekauft haben.

Flexible Zahlungsmodalitäten werden grossgeschrieben

Am wichtigsten sind den Befragten Kriterien wie zweckmässige Zahlungsabwicklung (89%) und Gratisversand (76%). Die Studie beleuchtet auch das Bezahlverhalten der Kundinnen und Kunden. «Über die letzten Jahre beobachten wir einen stetigen Anstieg der Beliebtheit von TWINT. So haben noch vor vier Jahren erst 17% der Befragten TWINT als Zahlungsmittel bevorzugt. In diesem Jahr waren es bereits 52%. Gleichzeitig zeigt die Umfrage aber auch, dass traditionelle Zahlungsarten wie die Bezahlung per Kreditkarte (75%) oder per Rechnung (71%) nach wie vor beliebt sind», sagt Tiziana Gaito der HWZ, Verantwortliche der Studienmethodik. Die Möglichkeit, die Sendung online zu verfolgen, sowie die Vorankündigung des Sendungsempfangs sind wichtige Lieferoptionen für alle Altersgruppen.

Die Verwendung von Geräten für das Onlineshopping variiert von Generation zu Generation, hier zeigen sich folgende Trends:

- Smartphone: 76% der bis 34-Jährigen nutzen oft bis immer das Smartphone.
- PC: Der PC wird von 67% der über 65-Jährigen verwendet.

Höhere Bedenken wegen der Sicherheit

Weiter bildet die Studie ab, was die Befragten zu einem Abbruch ihrer Bestellung im Internet bewegt. Die Hauptgründe dafür, einen Bestellvorgang abubrechen, sind keine Lieferung in die Schweiz (80%) und versteckte Kosten (79%). Bei 67% war zudem ein ungutes Gefühl bei der Sicherheit des Shops ausschlaggebend, 2022 waren dies 63%.

Transparenz im Online-Shopping und nachhaltige Logistik

77% der Befragten wünschen sich zudem Transparenz bei der Herkunft von Produkten. Hinsichtlich der Verpackung der bestellten Ware stellt die Studie fest, dass Konsumentinnen und Konsumenten einen grössenoptimierten Versand mit Paketen nach Mass (77%), recycelten Materialien (72%) und Mehrwegverpackungen (67%) als wichtig erachten.

Fast 70% informieren sich oft oder immer über die Retourenbedingungen. Der mit Abstand häufigste Retourengrund ist, dass der Artikel nicht den Erwartungen entsprach (89%). Bei Retouren sind Einfachheit (96%), Transparenz der Retourenbedingungen (94%) und schnelle Rückzahlung (83%) besonders wichtig.

Studiendesign

Die Erhebung des Schweizer E-Commerce Stimmungsbarometers 2023, die in Form eines Onlinefragebogens mit 28 geschlossenen Fragen durchgeführt wurde, beleuchtet verschiedene Aspekte des E-Commerce, darunter Vermarktung, Bestellverhalten, virtuelle Marktplätze, Bezahlung, Logistik und Nachhaltigkeit. Zusätzlich wurden demographische Variablen wie Geschlecht, Alter und Sprache erfasst.

Die Stichprobengrösse von 9'687 Teilnehmenden liefert aussagekräftige Erkenntnisse über das Einkaufsverhalten in der Schweiz. Die Befragung erstreckte sich über einen Zeitraum vom 5. bis 18. Juli 2023 und wurde in den Sprachen Deutsch (64%), Französisch (27%) und Italienisch (9%) durchgeführt. In Bezug auf das Geschlecht gaben 54% der Befragten an, weiblich zu sein, während 46% männlich waren.

Die Altersverteilung der Teilnehmenden zeigt eine breite Palette: 34% waren 65 Jahre oder älter, 27% waren zwischen 55 und 64 Jahre alt, 22% zwischen 45 und 54 Jahre alt, 12% zwischen 35 und 44 Jahre alt und 5% waren 34 Jahre oder jünger.

Mehr Informationen zur Studie: [E-Commerce Stimmungsbarometer 2023](#)

Sie haben Fragen zur Studie? Wir stehen Ihnen gerne zur Verfügung.

Kontakt HWZ

Tiziana Gaito
Institut für Strategisches Management HWZ
HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich
Lagerstrasse 5, Postfach
8021 Zürich
tiziana.gaito@fh-hwz.ch

Kontakt Schweizerische Post

Silvana Grellmann
Medienstelle Schweizerische Post
T +41 58 341 26 71
presse@post.ch

HWZ-Hochschule für Wirtschaft Zürich

Mit 2'500 Studierenden und rund 800 Dozierenden aus der Praxis ist die HWZ die grösste Hochschule mit ausschliesslich berufsbegleitenden Studiengängen im Bereich Wirtschaft der Schweiz. Sie offeriert ein breites Angebot an Studiengängen auf Bachelor- und Master-Stufe sowie über 100 Diplom- und Zertifikatslehrgänge, die Möglichkeit zum Doktorat sowie massgeschneiderte Firmentrainings. Die HWZ ist institutionell akkreditiert durch den Schweizerischen Akkreditierungsrat. fh-hwz.ch
