

# Medienmitteilung

E-Commerce Stimmungsbarometer 2024: Aktuelle Trends im Schweizer Onlinehandel

## Internationales Shopping boomt trotz steigender Nachfrage nach nachhaltigem Versand

Zürich, 27. August 2024 – Der E-Commerce Stimmungsbarometer 2024, eine Studie der Schweizerischen Post und der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich, zeigt alljährlich die Entwicklungen im Schweizer Onlinehandel aus Sicht der Konsumentinnen und Konsumenten auf. Auffallend ist die deutlich gestiegene Nutzung von virtuellen Marktplätzen. Fast die Hälfte der Befragten hat bereits in chinesischen Online-Shops eingekauft, während 78% regelmässig auf Marktplätzen wie Amazon und Digitec Galaxus einkaufen.

Die Schweizerische Post veröffentlicht auch in diesem Jahr in Zusammenarbeit mit dem Institute for Digital Business der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich den E-Commerce Stimmungsbarometer – eine Studie, die jährlich die aktuellen Trends und Entwicklungen im Schweizer Onlinehandel aus Sicht der Konsumentinnen und Konsumenten beleuchtet.

Nach einer Phase des Rückgangs seit 2022, ausgelöst durch das Ende des pandemiebedingten Booms, wächst der Schweizer E-Commerce Markt wieder. Trotz dieser positiven Entwicklung bleibt die Marktsituation für viele Händler:innen angespannt.

### Zunehmende Beliebtheit virtueller Marktplätze

Ein zentraler Trend des aktuellen Stimmungsbarometers ist die zunehmende Beliebtheit von virtuellen Marktplätzen. 78% der Befragten geben an, regelmässig auf Plattformen wie Amazon, Digitec Galaxus oder Ricardo einzukaufen. Dies ist eine deutliche Steigerung gegenüber dem Vorjahr, als nur 56% diese Plattformen nutzten. Insbesondere bei den unter 34-Jährigen sind Digitec Galaxus und Zalando mit je 41% die beliebtesten Online-Marktplätze.

### Internationales Shopping und TWINT sind beliebt

Auch der internationale Einkauf, insbesondere aus China, nimmt zu. Fast die Hälfte der befragten Schweizer:innen (47%) hat bereits in chinesischen Online-Shops eingekauft, im Vorjahr waren es noch 37%.

Bei den Zahlungspräferenzen zeigt die Studie, dass bei den bis 34-Jährigen TWINT mit 81% das beliebteste Zahlungsmittel ist, gefolgt von Kreditkarte (72%) und Rechnung (70%).

### Logistik und Nachhaltigkeit im Fokus

Logistik und Nachhaltigkeit sind nach wie vor zentrale Anliegen der Konsumentinnen und Konsumenten. Die Möglichkeit, Sendungen online zu verfolgen und zu steuern, sowie eine Vorankündigung über den Erhalt der Sendung sind über alle Altersgruppen hinweg die wichtigsten Lieferoptionen. In Bezug auf die nachhaltigen Versandoptionen wünscht sich mehr als die Hälfte der Befragten die Bündelung von Teillieferungen. Für 72% der Befragten ist ein grössenoptimierter Versand wichtig, für 68% die Verwendung von Verpackungen aus Recyclingmaterial.

## Retourenmanagement und Verbraucherverhalten

Die Studie zeigt auch, dass sich 68% der Befragten häufig oder immer über die Rückgabebedingungen informieren, wobei der häufigste Rücksendegrund (88%) ist, dass der Artikel nicht den Erwartungen entspricht.

«Der Onlinemarkt ist in Bewegung. Das sehen wir auch bei der Befragung der Empfängerinnen und Empfänger. Die grossen Plattformen gewinnen weiter an Relevanz, wobei Amazon eine Ausnahme bildet. Auch zeigt sich der Einfluss von Temu und Shein. Bereits 10% geben an, auf Temu zu bestellen, bei den unter 34-Jährigen sind es gar 15%», sagt Philippe Mettler, Digital Commerce Consultant bei der Post.

Ralph Hutter, Head of Product Development & Research am Institute for Digital Business der HWZ ergänzt: «Das Verhalten der Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten ist paradox. Fast die Hälfte der Befragten hat sich durch Tiefpreise zu Einkäufen auf chinesischen Plattformen verlocken lassen, aber gleichzeitig sind nachhaltige Versandoptionen und Verpackungen wie auch sinnvoller Umgang mit Retouren für die Mehrheit wichtige Aspekte. Schweizer E-Commerce-Anbieter stehen damit vor einer dreifachen Herausforderung: Um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen sie nicht nur preislich attraktiv sein, sondern auch in den Bereichen Nachhaltigkeit und weiterhin mit sehr gutem Kundenservice überzeugen.»

Weitere Informationen zur Studie und den detaillierten Ergebnissen lassen sich unter folgendem Link finden: <https://digital-commerce.post.ch/de/studien/stimmungsbarometer-2024>

### Medienkontakt

HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich  
Institute for Digital Business  
Ralph Hutter, Studiengangsleiter HWZ  
Lagerstrasse 5, Postfach  
8021 Zürich  
ralph.hutter@fh-hwz.ch  
www.fh-hwz.ch

Medienstelle Post  
058 341 00 00  
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](http://fh-hwz.ch)

## Institute for Digital Business HWZ

Das Institute for Digital Business wurde 2014 gegründet und hat es sich seither zur Aufgabe gemacht, ein schweizweites Kompetenzzentrum für digitale Transformation und neue Disziplinen in Wirtschaft, Recht und Gesellschaft zu werden. Es liefert relevante, anwendungsorientierte Lernangebote in Form von Weiterbildungen, Schulungen, Publikationen, Beratungen und Studien mit dem Ziel, einen positiven Einfluss auf den digitalen Wandel der Schweiz zu haben. Zum Institute for Digital Business zählen EMBA- und Master-Studiengänge in den Bereichen Digital Leadership, AI Management, Digital Ethics, Digital Marketing, Social Media & Content Marketing, Legal Tech, Disruptive Technologies, New Work und viele mehr. Mit einem engagierten Team von Studiengangsleitenden und Partnerschaften in der Industrie bietet das Institut eine dynamische Lernumgebung, die darauf ausgerichtet ist, Fach- und Führungskräfte für die digitale Wirtschaft weiterzuentwickeln.

---