

14.03.2013 - 14:00 Uhr

PwC-Studie "Demystifying the Swiss online shopper"

Zürich (ots) -

Online Shopping - so sind die Schweizer

Online einkaufen ist in der Schweiz bereits Alltag. Überraschend selten zum Einsatz kommen dabei Smartphones und Tablets. Eine radikale Veränderung des Einkaufsverhaltens zeigt sich jedoch noch nicht, wie eine Studie des Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmens PwC zeigt.

Die Schweizerinnen und Schweizer gewöhnen sich zunehmend ans "Online Shopping". 24 Prozent der befragten Kunden kaufen mindestens einmal pro Woche online ein. Nur 6 Prozent gaben an, noch nie online eingekauft zu haben. Dies zeigt eine internationale Studie zum Multi-Channel-Shopping, für die das Beratungsunternehmen PwC 11'000 Befragungen in 11 Ländern durchgeführt hat, davon 1'000 in der Schweiz.

Kaum Einkäufe via Social Media

Obwohl 40 Prozent der Online-Einkäufer täglich Social Media Seiten besuchen, lassen sie sich dort erst in geringem Umfang zum Kauf animieren. Nur 5 Prozent gaben an, im letzten Monat direkt auf einer Social Media Seite bestellt zu haben und lediglich 12 Prozent haben sich auf Social Media zum Kauf eines Produkts entschlossen. "Auf dem Smartphone noch schnell den Wocheneinkauf via Facebook erledigen, so sieht Einkaufen auch in Zukunft nicht aus, zumindest in der Schweiz", erklärt Mike Foley, Leiter Branchensektor Detailhandel und Konsumgüter.

Schweizer kaufen am liebsten am heimischen PC online ein. Nur etwa jeder Zehnte nutzt Smartphones oder Tablets für den Online-Einkauf. "Smartphones gewinnen aber an Bedeutung als Zahlungsmittel. Auch Last Minute Schnäppchen oder e-Coupons finden bereits per App guten Absatz", sagt Oz Ozturk, Partner Detailhandel und Konsumgüter.

Komfort vor Qualität

Komfort und Preise sind ausschlaggebend, wenn Schweizerinnen und Schweizer am PC einkaufen: Sie schätzen den 24/7 Zugriff sowie den bequemen Heimlieferdienst. Auch der einfache Preisvergleich und günstigere Angebote im Internet sind ausschlaggebende Gründe. Weiterführende Produktinformationen oder Bewertungen von anderen Kunden spielen nur eine untergeordnete Rolle beim Entscheid, online einzukaufen.

Multichannel-Shopping wird zum Erfolgsfaktor

Die Studie zeigt: Kunden in der Schweiz kaufen die meisten Produkte nach wie vor konventionell ein. Online-Shopping wird das Einkaufserlebnis im Laden nicht ersetzen. Erfolgreiche Verkaufsstrategien setzen auf verschiedene Kanäle, wobei überall nachgebessert werden muss: Online ein besseres Angebot mit kürzeren Wegen, offline neue Shop-Konzepte mit einer starken Verknüpfung in die Online-Welt sowie verbesserte Lieferketten, damit der Kunde das richtige Produkt zur richtigen Zeit am richtigen Ort bekommt.

Kontakt:

Mike Foley
Leiter
Detailhandel & Konsumgüter
Industry
PwC Schweiz
E-Mail: mike.foley@ch.pwc.com

Oz Ozturk
Partner
Detailhandel & Konsumgüter
Industry
PwC Schweiz
E-Mail: oz.ozturk@ch.pwc.com

Claudia Sauter
Communications Director
PwC Schweiz
E-Mail: claudia.sauter@ch.pwc.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008191/100734604> abgerufen werden.