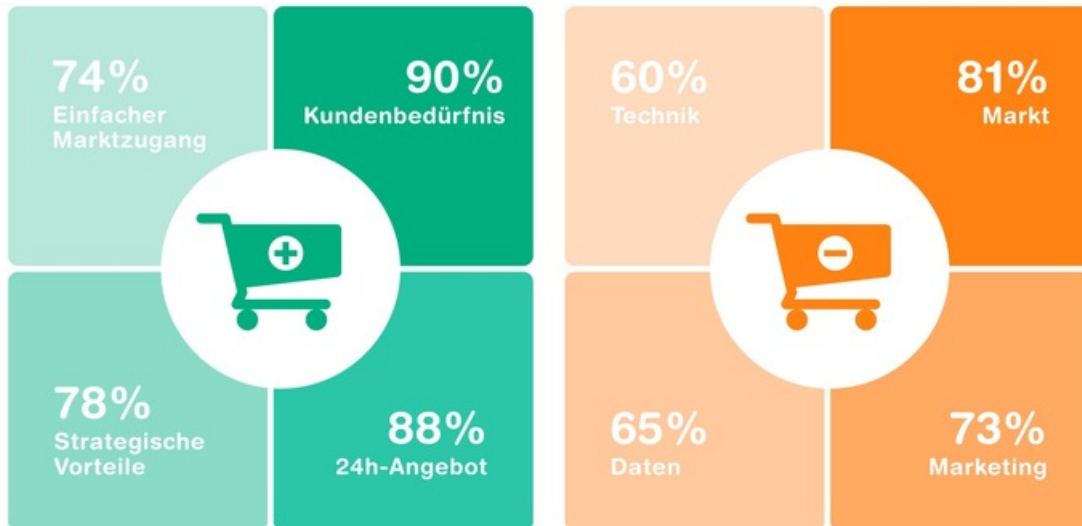


22.10.2019 - 10:12 Uhr

Onlineshopping im Ausland bei Schweizerinnen und Schweizern immer beliebter

Vorteile- und Herausforderungen im Schweizer Onlinehandel



Quelle: Onlinehändlerbefragung 2019

Medienmitteilung vom 22. Oktober 2019

ZHAW School of Management and Law

Onlineshopping im Ausland bei Schweizerinnen und Schweizern immer beliebter

Die ZHAW und die HWZ haben im Auftrag der Schweizerischen Post Anbieter und Kundschaft des Schweizer Onlinehandels befragt. Die Studien zeigen, dass Schweizer Onlinehändler vermehrt Zusatzleistungen anbieten müssen, um gegen die Konkurrenz aus dem Ausland anzukämpfen.

Schweizer Onlinehändler bieten häufig Zusatzleistungen wie Online-Sendungsverfolgung (48 Prozent) oder Vorankündigung des Zustellzeitpunkts der Sendung (34 Prozent) an. Auch der Anteil an Onlinehändlern, die kostenlosen Versand (2019: 54 Prozent; 2018: 51 Prozent) und Gratis-Retoure (2019: 28 Prozent; 2018: 25 Prozent) anbieten, nahm im Vergleich zum Vorjahr leicht zu. Dies zeigt eine Befragung von Schweizer Onlinehändlern, welche 2019 von der ZHAW School of Management and Law im Auftrag der Schweizerischen Post durchgeführt wurde. Damit reagieren die Schweizer Onlinehändler auf die zunehmende Beliebtheit von ausländischen Marktplätzen wie zum Beispiel AliExpress. Auch für Onlinekunden werden diese Zusatzleistungen immer zentraler: Die Sendungsverfolgung (76 Prozent) und die Vorankündigung der Sendung (74 Prozent) sind für Onlineshopper sehr wichtig, hingegen die Zustellung am gleichen Tag eher weniger. Dies zeigt der E-Commerce Stimmungsbarometer der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich.

Immer mehr kaufen auf ausländischen Marktplätzen

35 Prozent der Onlinehändler nutzen zusätzliche digitale Marktplätze, um Verkäufe zu generieren, vor allem über Digitec oder Galaxus. Die Digitec Galaxus AG konnte durch das Siroop-Aus im Vergleich zum Vorjahr weiter an Marktanteil gewinnen (2019: 37 Prozent; 2018: 34 Prozent). 33 Prozent der Onlinehändler nutzen digitale Marktplätze, um sich den Eintritt in den ausländischen Markt zu vereinfachen. Neben den eigenen Onlineshops, Marktplätzen und Ladenflächen vertreibt die Hälfte der Händler auch über Google Shopping und Facebook Marketplace. "Auch verkaufen Schweizer Onlinehändler zunehmend über Messenger wie WhatsApp", erklärt Studienautor Darius Zumstein von der ZHAW. Laut Umfrage sind das bereits ein Sechstel der Anbieter. Zudem sind Shopping Days bei Onlinehändlern beliebt: Fast die Hälfte beteiligt sich am Black Friday.

Bei den Konsumentinnen und Konsumenten sind Ricardo (80 Prozent), Amazon (76 Prozent) und Digitec Galaxus (67 Prozent) aktuell noch deutlich beliebter als die Anbieter von asiatischen Waren wie Wish (40 Prozent) und AliExpress (2019: 35 Prozent; 2016: 21 Prozent). Andererseits wird dabei auch sichtbar, dass der Einkauf von asiatischen Waren auf ausländischen Marktplätzen bei den Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten an Akzeptanz gewonnen hat. Auf eBay wird dagegen seltener eingekauft (2019: 49 Prozent; 2016: 58 Prozent).

Benutzerfreundlichkeit stellt für Onlineshopper immer seltener ein Hindernis beim Einkaufsvorgang dar (2019: 53 Prozent; 2016: 66 Prozent). Auch der Einkauf mit dem Smartphone wird immer einfacher. So bieten bereits 45 Prozent der Onlinehändler "Mobile Payment" an wie beispielsweise TWINT (2019: 31 Prozent; 2018: 24 Prozent). Dies entspricht einem steigenden Bedürfnis der Kundschaft, welche die Zahlung mit dem Smartphone immer häufiger bevorzugt: Waren es 2016 lediglich sechs Prozent, sind es 2019 bereits 23 Prozent. Die Auswertungen zeigen, wie die mobilen Zahlungsmöglichkeiten zu Lasten der Rechnung gehen (2019: 75 Prozent; 2016: 85 Prozent). Rechnung und Kreditkarte bleiben aber die Standardzahlungsangebote in Onlineshops (je 83 Prozent). Dies kommt den Bedürfnissen von Konsumentinnen und Konsumenten entgegen, denen eine zweckmässige Zahlungsabwicklung besonders wichtig ist (87 Prozent) und die hauptsächlich per Rechnung oder mit der Kreditkarte bezahlen.

Barrieren des Exports sind hoch

Über 74 Prozent der Schweizer Onlinehändler verkaufen ihre Produkte hauptsächlich in der Schweiz, weil die Barrieren des Exports hoch sind. Als Herausforderung für den internationalen Vertrieb werden vor allem Zölle (69 Prozent), Versand und Logistik (58 Prozent) und hohe Kosten für Lohn und Lager in der Schweiz (57 Prozent) angesehen. "Die Zölle und Zollabwicklung sind im Digital Commerce die grösste Hürde für den Export", so Zumstein. "Zudem hindern ausländische Gesetze die Schweizer Hersteller und Händler am Export." Für die meisten Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten scheint es hingegen keine Rolle zu spielen, ob die Ware in der Schweiz oder im Ausland online eingekauft wird: 70 Prozent der Befragten haben in den letzten zwölf Monaten in deutschen Onlineshops eingekauft, 41 Prozent in China.

Ergebnisse unter www.post.ch/digital-commerce/onlinehandel

Informationen zu den Studien

Schweizer Onlinehändlerbefragung 2019

Die Studie wurde von der ZHAW School of Management and Law (Institut für Marketing Management) im Auftrag der Schweizerischen Post durchgeführt. Ziel der Studie ist, die Sichtweise der Onlinehändler und deren Einschätzung bezüglich Digital Commerce zu erheben und zu analysieren. Als Forschungsansatz wurde eine quantitative empirische Studie gewählt. Die Onlinebefragung fand Mitte 2019 statt. Es haben sich über 279 Schweizer Onlinehändler an der Umfrage beteiligt.

Schweizer E-Commerce Stimmungsbarometer 2019

Die Studie wurde vom Institute for Digital Business der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich in Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Post erstellt und wird seit 2015 jährlich durchgeführt. Ziel der Studie ist, die Stimmung und das Verhalten von Kundinnen und Kunden im Schweizer E-Commerce-Markt zu erfassen und zu analysieren. Als Forschungsansatz wurde eine quantitative empirische Studie gewählt. Die Befragung wurde mittels eines Onlinefragebogens erhoben und fand im Juni 2019 statt. Nach der Bereinigung betrug das Sample 14 326 Teilnehmende.

Kontakt

Darius Zumstein, ZHAW School of Management and Law, Institut für Marketing Management, Telefon 058 934 66 08, E-Mail: darius.zumstein@zhaw.ch

Manuel P. Nappo, Leiter Institute for Digital Business, HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich, Telefon 043 322 26 30, E-Mail: manuel.nappo@fh-hwz.ch

Jacqueline Bühlmann, Medienstelle Schweizerische Post, Telefon, 058 341 37 80, E-Mail: presse@post.ch

ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften
Corporate Communications
Gertrudstrasse 15
CH-8401 Winterthur
Tel. +41 58 934 75 75
medien@zhaw.ch
www.zhaw.ch/medien

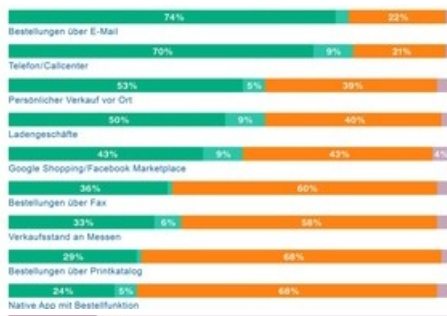
Medieninhalte

Vorteile- und Herausforderungen im Schweizer Onlinehandel

Vorteile- und Herausforderungen im Schweizer Onlinehandel



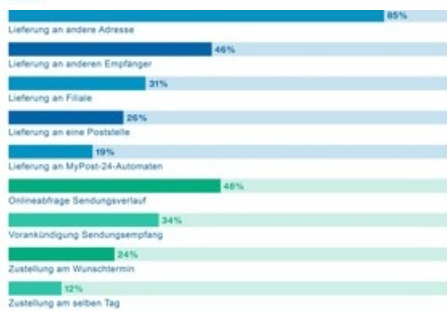
Quelle: Onlinehändlerbefragung 2019



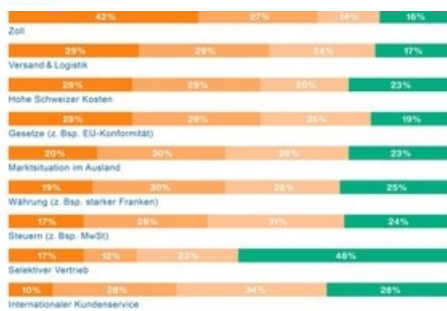
Vertriebskanäle der Schweizer Onlinehändler



Digitale Marktplätze der Schweizer Händler



Liefer- und Lieferzusatzoptionen der Schweizer Onlinehändler



Exportbarrieren der Schweizer Onlinehändler

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018827/100834424> abgerufen werden.