

Medienmitteilung, 27. Oktober 2021

Online-Handel: Wie die Schweiz in Zeiten der Corona-Pandemie online einkauft HSG-Forschende untersuchen veränderte Internetnutzung in einer Langzeitstudie

Die Corona-Pandemie hat auch in der Schweiz die Lebensumstände und den Alltag verändert. Die Studie gibt Antworten auf die Fragen «Welchen längerfristigen Einfluss hat die Corona-Pandemie auf die Nutzung des Internets in der Schweizer Bevölkerung?», «Kaufen Konsumenten auch nach dem Lockdown häufiger im Internet ein?» und «Inwiefern hat sich das Konsumentenverhalten im Internet zu 2019 verändert?»

Die Autoren Thomas Rudolph, Benjamin Klink und Michael Hoang des Forschungszentrums für Handelsmanagement (IRM-HSG) stellen die zwölfte Auflage ihrer Langzeitstudie vor. Die Datenerhebung Ende Juli 2021, rund ein halbes Jahr nach Ende des zweiten Lockdowns, ermöglicht eine Abschätzung hinsichtlich längerfristig bestehenden Verhaltensänderungen in der Internetnutzung. Die Ergebnisse im Überblick:

Die mobile Internetnutzung nimmt massiv zu

Die Internetnutzung mittels Smartphones hat bei den über 55-Jährigen im Vergleich zu 2019 markant zugenommen. Der Anteil derjenigen, welche das mobile Internet täglich nutzen, stieg von 50% (2019) auf 72% (2021). Ein ähnliches Bild zeigt sich in der Altersgruppe der 35-54-Jährigen; hier stieg die tägliche Nutzung des mobilen Internets von 82% auf 91%. In den jüngeren Bevölkerungsgruppen nutzt praktisch jede und jeder das mobile Internet mindestens täglich.

Die Top-Motive der Internetnutzung bleiben stabil

Die Motive der Internetnutzung haben sich im Vergleich zu 2019 kaum verändert. Die wichtigsten vier Motive: «zu kommunizieren», «News oder Zeitschriften zu lesen», «mich zu amüsieren» sowie «Produktinfos zu beschaffen» gewinnen leicht an Relevanz. Einzig das Motiv «Zeitvertreib» verliert deutlich an Relevanz, wahrscheinlich ein Effekt der Corona-Pandemie. Das Motiv «Produkte und Dienstleistungen zu kaufen» steht nach wie vor an siebter Stelle und wurde von 47.8% als eher häufiges bis sehr häufiges Motiv angegeben.

Starke Marken dominieren den E-Commerce

Die Top-10 Liste der beliebtesten Online-Händler zeigt im Vergleich zu 2019 wenig Veränderung. Einigen Anbietern ist es jedoch gelungen, ihre Position markant zu verbessern. Galaxus, Digitec und Migros gewinnen in den Top 10 deutlich an Beliebtheit.

Die Aufsteiger der beliebtesten Online-Shops kommen aus der Schweiz

Schweizer Händler gewinnen dank der Coronakrise. Diese steigen in der Top-10 Liste markant. Zu den Absteigern gehören insbesondere Anbieter aus dem Ausland. Der Online-Shop von Galaxus ist zum ersten Mal in der Schweiz beliebter als derjenige von Amazon.

Der E-Commerce wächst stark

2021 erreicht der Online-Handel mit 14.9 Milliarden CHF in der Schweiz einen neuen Rekord. Das entspricht einer Wachstumsrate von 22.1% gegenüber dem Jahr 2019. Mittlerweile erfolgen 38.8% aller Online-Einkäufe über das Smartphone.



Mobiles Bezahlen gewinnt stark an Bedeutung

Immer mehr Konsumenten bezahlen mit dem Smartphone. Der Anteil derjenigen, die eher häufig mit dem Mobiltelefon im Laden bezahlen, hat sich von 14.2% (2019) auf 25.1% (2021) fast verdoppelt. Die Altersgruppe der 25- bis 34-Jährigen führt diesen Trend an. 30.6% aus dieser Altersgruppe nutzen das Smartphone eher häufig zum Bezahlen im Laden.

Omni-Channel-Angebote gewinnen an Kundenpräferenz

Die steigende Omni-Channel Präferenz trifft insbesondere auf nicht digitalisierbare Produkte zu. Auch der reine Online-Einkauf – ohne den Besuch von stationären Geschäften – gewinnt zum Teil deutlich. Der Einkauf in stationären Läden verliert besonders stark an Präferenz.

Das Smartphone unterstützt unsere Einkäufe immer stärker

Über 40% kaufen mittlerweile in der Schweiz mit dem Smartphone ein. Besonders beliebt ist die Suche nach Rabatten und Aktionen mit dem Smartphone (52.3%), die Nutzung des Smartphones für Preisvergleiche (45.7%) und die Filial- und Produktsuche (44.2%). Nach der Pandemie soll das Smartphone somit die Suche nach preiswerten Angeboten besonders unterstützen.

Mit den sozialen Medien hat sich ein neuer Einkaufskanal etabliert

Soziale Medien verkörpern einen neuen Einkaufskanal: Bereits 5.8% der Befragten kaufen «häufig» bis «sehr häufig» auf dem Facebook Marketplace ein. Auf Facebook Shops sind es 2.8%, auf Instagram 2.5% und auf WhatsApp 3.4%. Die unter 25-Jährigen nutzen Instagram sogar mit 7.4% aller Nennungen «häufig» bis «sehr häufig» zum Einkauf. Die 25- bis 34-Jährigen kaufen mit 10.3% «häufig» bis «sehr häufig» auf Facebook Marketplace ein. Die Schweizer Bevölkerung über 55 Jahren zeigt bislang noch wenig Interesse.

Die Studie ist für die Schweiz repräsentativ. Insgesamt wurden 1266 Schweizerinnen und Schweizer zu ihrer Internetnutzung befragt. Die Fehlerspanne liegt bei $\pm 3\%$. Die Datenerhebung wurde von der *Swiss Retail Federation* und dem *handelsverband.swiss* finanziell unterstützt.

Die Studie ist ab dem 27. Oktober 2021 unter folgendem Link verfügbar:

<https://www.handelsliteratur-hsg.ch/studien/details/#cc-m-product-12096251297>

Eine kostenlose Kurzversion kann ebenfalls im Webshop heruntergeladen werden.

Kontakt für inhaltliche Rückfragen:

Benjamin Klink, Forschungszentrum für Handelsmanagement (IRM-HSG)

benjamindominique.klink@unisg.ch

Die Studie «Der Schweizer Online-Handel | Internetnutzung Schweiz 2021» ist in einer Kurzversion für Medienschaffende per Download unter oben genanntem Link verfügbar. Die Langversion kann per E-Mail an michael.hoang@unisg.ch kostenlos angefordert werden.

Forschungszentrum für Handelsmanagement (IRM-HSG)

Der Gottlieb Duttweiler Lehrstuhl und das Forschungszentrum für Handelsmanagement stärken die Handelsforschung und -lehre an der Universität St.Gallen (HSG). Prof. Dr. Thomas Rudolph und sein Forschungsteam widmen sich Fragestellungen zum Handelsmanagement und zum Konsumentenverhalten im Handel.

Besuchen Sie uns auf www.irm.unisg.ch und [LinkedIn](#)