

Medienmitteilung

Luzern/Bern/Zürich, 24. Oktober 2018

So ticken Schweizer Onlineshopper

Die Mehrheit der Konsumentinnen und Konsumenten bevorzugt Onlineshops, die eine kostenlose Rücksendung der Ware anbieten, doch nur ein Viertel der befragten Onlinehändler kommen diesem Wunsch nach. Dies und weitere Ergebnisse zeigen das neueste Schweizer E-Commerce Stimmungsbarometer und die erstmals durchgeführte Schweizer Onlinehändlerbefragung 2018.

Es gibt viele gute Gründe, online einzukaufen – beispielsweise die Einfachheit, Schnelligkeit und die Unabhängigkeit von Öffnungszeiten sowie die Lieferung nach Hause. Doch decken sich die Angebote der Onlinehändler mit den Bedürfnissen der Konsumentinnen und Konsumenten? Das Schweizer E-Commerce Stimmungsbarometer 2018 und die erstmals durchgeführte Schweizer Onlinehändlerbefragung 2018 geben Auskunft über Angebot und Nachfrage im Onlinehandel.

Gratisversand als Kaufkriterium

Für 80 Prozent der Konsumentinnen und Konsumenten ist der Gratisversand beim Onlinekauf ein wichtiges Kriterium. Bereits die Hälfte der befragten Shopbetreiber kommt diesem Kundenwunsch nach und liefert kostenlos. Bei der kostenlosen Rücksendung sieht es etwas anders aus: 77 Prozent der Kundinnen und Kunden wünschen sich diesen Service, angeboten wird er lediglich von einem Viertel der befragten Onlinehändler.

Beliebte Marktplätze

Virtuelle Marktplätze – also Plattformen, auf denen verschiedene Händler ihre Produkte anbieten – sind bei den Konsumenten beliebt und werden entsprechend genutzt: ricardo.ch (82 Prozent), Amazon (77 Prozent), Zalando (65 Prozent), Galaxus (63 Prozent) oder eBay (54 Prozent). Die Onlinehändlerbefragung zeigt auf, dass nur 38 Prozent der Schweizer Onlinehändler virtuelle Marktplätze für den Verkauf ihrer Produkte nutzen. Die Abgabe von Margen und der Schutz des eigenen Onlineshops sind Gründe, nicht auf virtuellen Marktplätzen zu verkaufen.

Rechnung- und Kreditkartenzahlung bevorzugt

Die beiden Befragungen zeigen auch, welche Bedürfnisse der befragten Konsumentinnen und Konsumenten gedeckt werden: Wenn es um das Bezahlen geht, setzen die Onlineshopper am liebsten auf altbewährte Methoden wie Rechnung- oder Kreditkartenzahlung (77 resp. 73 Prozent). Auf der Händlerseite sind das mit 81 resp. 76 Prozent die am häufigsten angebotenen Zahlungsmöglichkeiten.

Omnichannel ist in der Schweiz angekommen

Händler müssen heute online wie offline auf verschiedenen Verkaufskanälen präsent sein. Die meisten Schweizer Onlinehändler bieten ihren Kundinnen und Kunden ein Einkaufserlebnis über verschiedene Kanäle wie die Bestellung per E-Mail bis hin zur Auswahl im Printkatalog. Ein Wunsch der Kundschaft ist damit erfüllt. Und obwohl 82 Prozent der Befragten rund um die Uhr einkaufen wollen, ist die persönliche Beratung im Geschäft weiterhin für die Hälfte der Konsumentinnen und Konsumenten wichtig.

Weitere und detailliertere Ergebnisse unter www.post.ch/e-commerce/studien



Zu den Studien

Schweizer Onlinehändlerbefragung 2018

Die B2B-Studie wurde in Zusammenarbeit mit dem Institut für Kommunikation und Marketing IKM der Hochschule Luzern, der Fachhochschule Nordwestschweiz und 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 2018 statt. Es haben sich über 360 Schweizer Onlinehändler an der Umfrage beteiligt.

Schweizer E-Commerce Stimmungsbarometer 2018

Die B2C-Studie wurde in Zusammenarbeit mit dem Institute for Digital Business der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich und der Schweizerischen Post durchgeführt. Ziel der Studie ist, die Stimmung und das Verhalten von 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 2018 statt. Nach der Bereinigung betrug das Sample 12 508 Teilnehmende.

Kontakt für Medienschaffende:

Hochschule Luzern

Mirjam Aregger, Projektleiterin Unternehmenskommunikation, Tel. 041 228 24 37,
mirjam.aregger@hslu.ch

HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich

Aline Theiler, Verantwortliche Medienarbeit, Tel. 043 322 91 35, aline.theiler@fh-hwz.ch

Schweizerische Post

Medienstelle, Tel. 058 341 00 00, presse@post.ch