



Universität St.Gallen

Forschungszentrum für Handelsmanagement

# Der Schweizer Online-Handel

## Internetnutzung Schweiz 2021

# PREVIEW

Thomas Rudolph  
Benjamin Klink  
Michael Hoang

*“From insight  
to impact”* 



ISBN: 978-3-906057-38-5

# Kostenfreie Kurzversion

Diese kostenfreie Preview-Version unserer Studie «Der Schweizer Online-Handel Internetnutzung Schweiz 2021» vermittelt Ihnen einen Einblick in die Inhalte der Studie. Sie können sich somit ein Bild davon machen, welche Insights Sie in der vollständigen Version erwarten.

Die vollständige Studie ist exklusiv im Online-Shop des Forschungszentrums für Handelsmanagement erhältlich: [Klicken Sie hier, um direkt zur Studie zu gelangen!](#)

Schnellnavigation



2



Management Summary	3
Zur Studie und Datenerhebung	10

## **Internetnutzung** 12

1 Die mobile Internetnutzung nimmt massiv zu.	14
2 Die sprachbasierte Kommunikation über das Internet nimmt stark zu.	20
3 Die Top-Motive der Internetnutzung bleiben stabil.	23
4 Das Home-Office hat sich imArbeitsalltag etabliert.	27

## **Top 10 der Schweizer Online-Händler** 32

5 Starke Marken dominieren den E-Commerce.	34
6 Die Aufsteiger der beliebtesten Online-Shops kommen alle aus der Schweiz.	38
7 Schweizer Online-Händler geniessen ein hohes Vertrauen und stellen ihre Kunden besonders zufrieden.	40
8 Die Apps von Migros, Zalando und Coop bleiben die beliebtesten Shopping-Apps der Schweiz.	43

## **Einkaufen im Internet** 51

9 Der E-Commerce wächst stark.	52
10 In der Corona-Pandemie nehmen die wahrgenommenen Hindernisse im Online-Handel ab.	59
11 Mobiles Bezahlen gewinnt stark an Bedeutung.	71
12 Die Attraktivität vieler neuer Shopping-Technologien nimmt leicht ab.	75
13 Während der Pandemie hat der Online-Einkaufstourismus abgenommen.	84

## **Omni-Channel** 94

14 Omni-Channel Angebote gewinnen an Kundenpräferenz.	95
15 Das Smartphone unterstützt unsere Einkäufe immer stärker.	104

## **Einfluss sozialer Medien auf das Einkaufen** 110

16 Mit den sozialen Medien hat sich ein neuer Einkaufskanal etabliert.	111
17 Soziale Medien gewinnen im Marketing für die jüngere Zielgruppe wesentlich an Bedeutung.	117
18 Preise, Produktauswahl, Rabatte und Coupons inspirieren am stärksten beim Online-Shopping.	123

# Management Summary

2020 war ein Jahr grosser Veränderungen. Die Art und Weise wie wir arbeiten, kommunizieren, lernen und leben hat sich schlagartig und grundlegend in der Pandemie verändert. Digitale Kanäle legten zu – und das in einem Tempo, dass vor der Pandemie wohl niemand für möglich gehalten hätte. Doch welche Konsequenzen hatte diese radikale Umstellung unserer Lebensweise auf die Internetnutzung in der Schweiz? Wie nachhaltig haben diese Erfahrungen unsere Gewohnheiten verändert?

Mit dieser Studie untersuchen wir die Bewertung und Wahrnehmung des Internets aus Konsumentensicht. Mit über 1'250 repräsentativ befragten Konsumenten und der Möglichkeit des Vergleichs zu den Vorjahren, erhalten Sie mit dieser Studie tiefgreifende Erkenntnisse zu Entwicklungen rund um die Themen Internetnutzung und Einkaufsverhalten im Internet. Die Datenerhebung fand Ende Juli 2021 statt, zwei Monate nachdem gesetzliche Einschränkungen durch

Corona weitestgehend aufgehoben waren. Dies ermöglicht eine erste Abschätzung, welche Einstellungen und Verhaltensweisen nach dem Abklingen der Pandemie möglicherweise beibehalten werden. Wir liefern mit der zwölften Auflage unsere Studie Antworten auf alle wichtigen Fragen rund um die Nutzung des Internets und im Besonderen zum Online-Kaufverhalten.

Unser Dank gilt an dieser Stelle unseren Sponsoren Swiss Retail Federation und handelsverband.swiss, welche die Datenerhebung finanziell unterstützt und ermöglicht haben.

Nachfolgend fassen wir die zentralen Ergebnisse der Studie zusammen.

## Internetnutzung in der Schweiz

*These 1: Die mobile Internetnutzung nimmt massiv zu.*

Die Internetnutzung mittels Smartphone 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 Jeder das mobile Internet mindestens täglich.

*These 2: Die sprachbasierte Kommunikation über das Internet nimmt stark zu.*

Die Art und Weise wie wir kommunizieren verändert sich grundlegend. Das traditionelle Festnetztelefon muss immer mehr dem mobilen Telefonieren mit dem Smartphone weichen. Dies verdeutlicht der



**Swiss Retail**  
Federation

*Für einen starken Handel. Stationär und digital  
Pour un commerce fort. Stationnaire et connecté*



**HANDELSVERBAND**  
**ASSOCIATION DE COMMERCE**  
**.SWISS**

## Hinweis zum sprachlichen Ausdruck

Beim Verfassen dieser Studie haben wir grossen Wert auf eine geschlechterneutrale Sprache gelegt. Vereinzelt können sich jedoch noch Formulierungen im generischen Maskulinum finden, dort sind selbstverständlich alle Geschlechteridentitäten angesprochen.

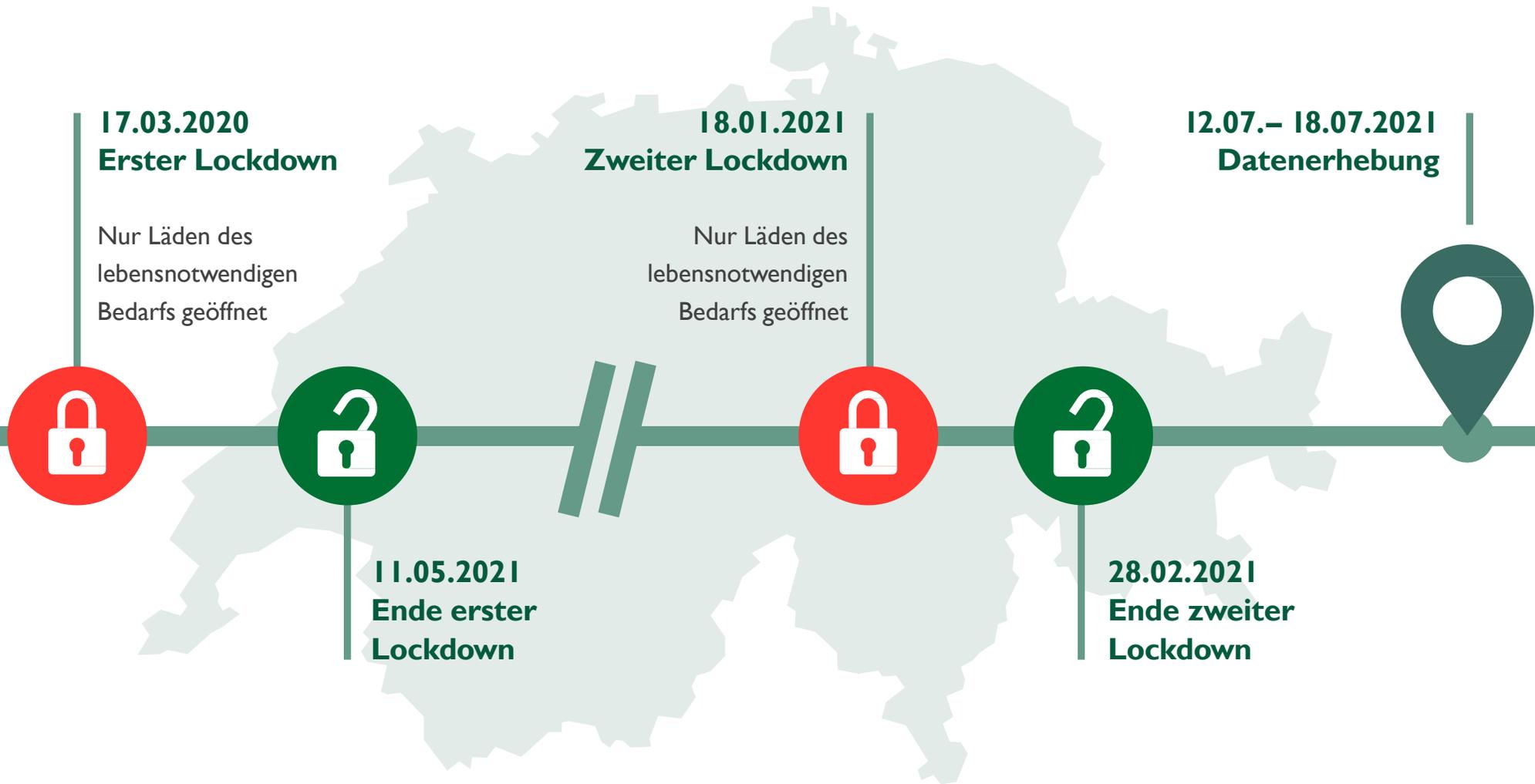
# Überblick:

## COVID-19 Massnahmen und Zeitpunkt der Datenerhebung

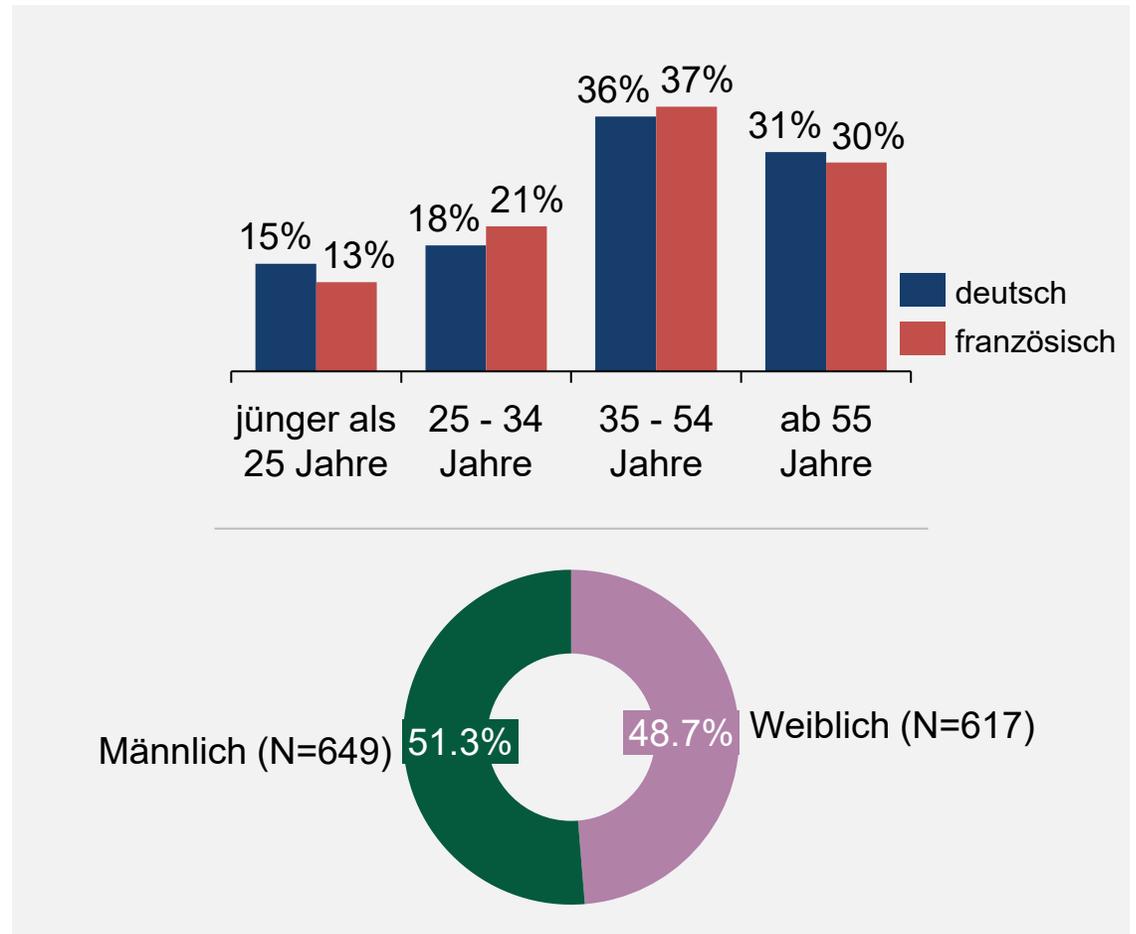
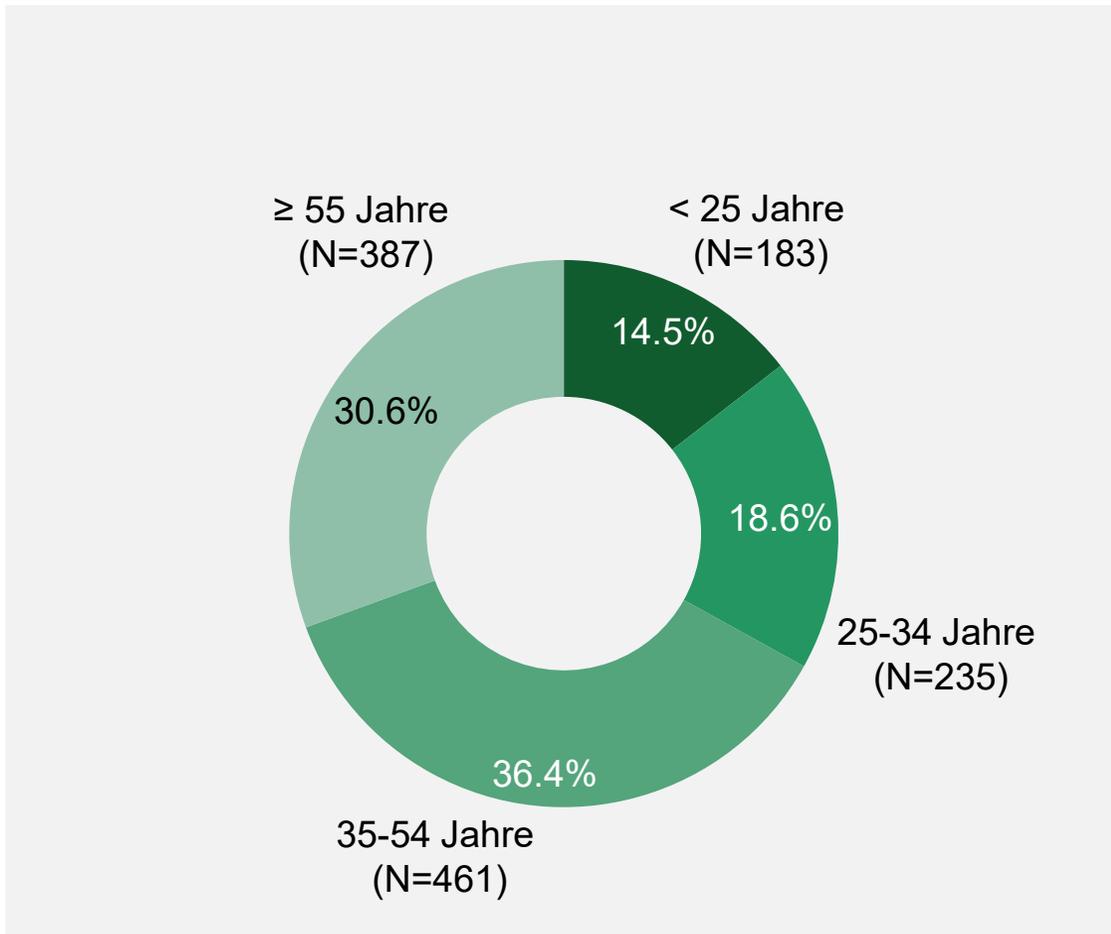
Schnellnavigation



6

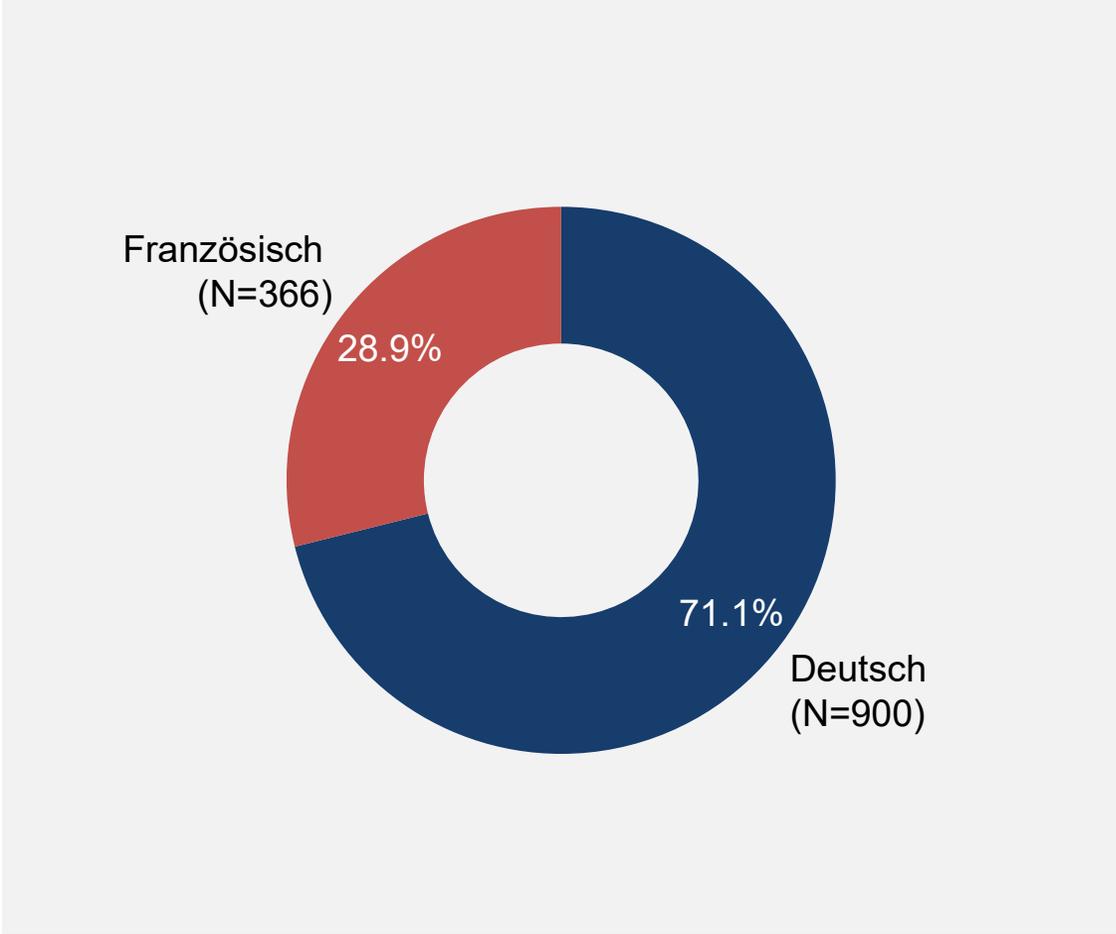
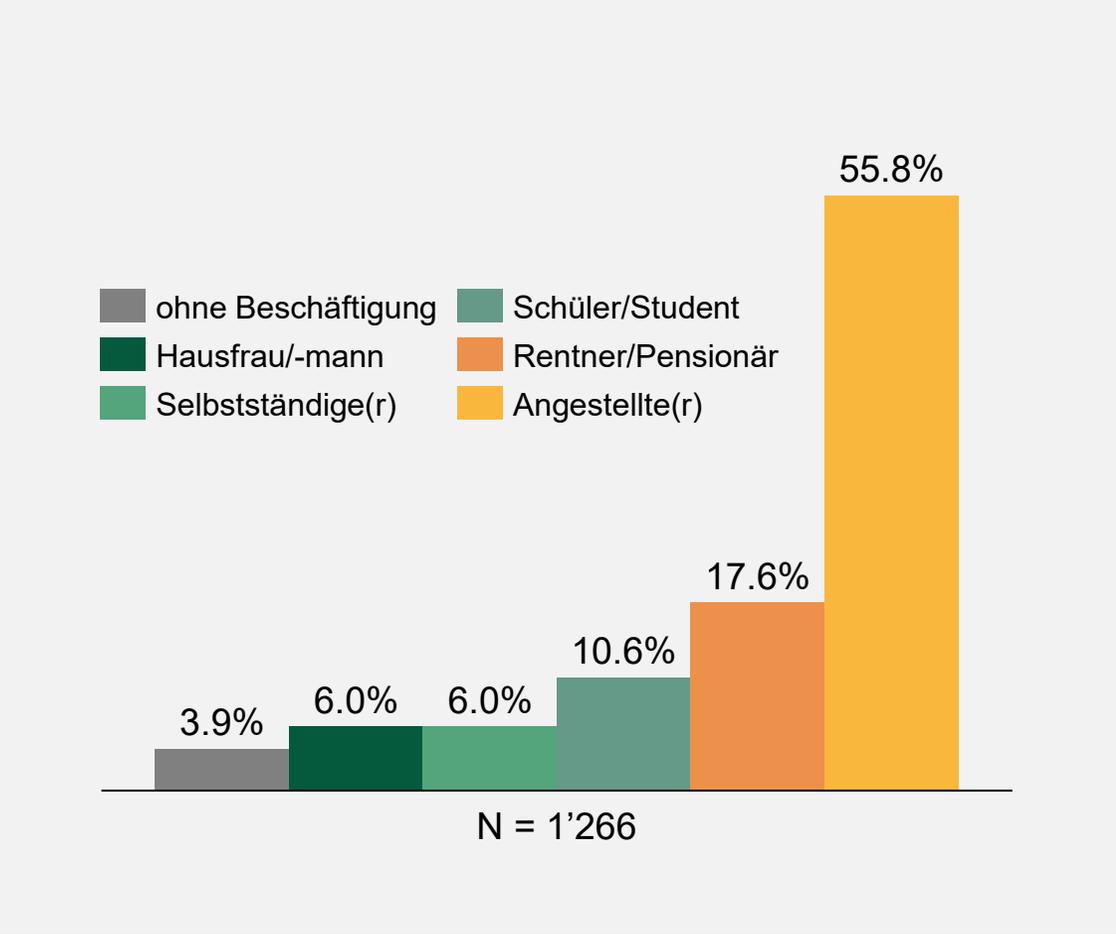


# Beschreibung der Stichprobe nach Alter und Geschlecht



Lesebeispiel: 30.6% der Umfrageteilnehmer sind älter als 55 Jahre und 48.7% der Umfrageteilnehmer sind Frauen.

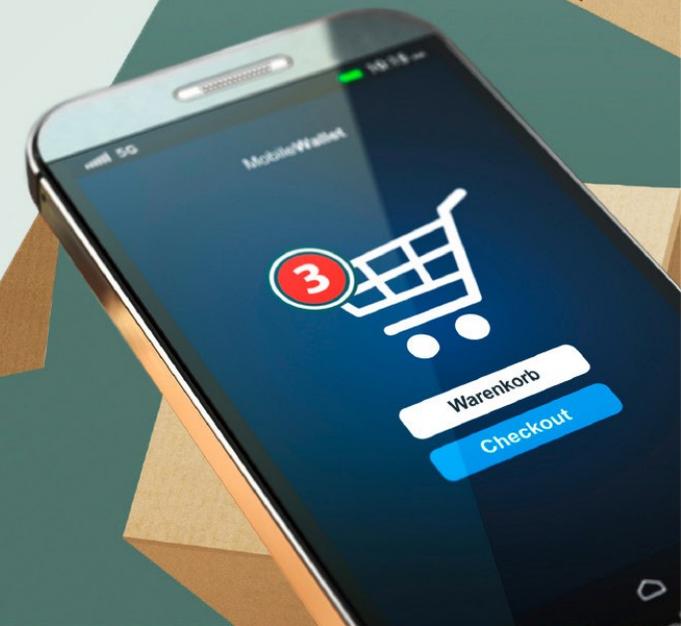
# Beschreibung der Stichprobe nach Beschäftigung und Sprache



Lesebeispiel: Über die Hälfte der Umfrageteilnehmer sind Angestellte. 28.9% der lebten zum Zeitpunkt der Umfrage in der Westschweiz



# Internetnutzung in der Schweiz



## Die wichtigste Stimme des Detailhandels in der Schweiz

Eine Mitgliedschaft zahlt sich aus



Vertretung des Detailhandels gegenüber Politik, Behörden und Öffentlichkeit



Aktuelle Entwicklungen und zukünftige Trends mitverfolgen



In Sachen Regulierungen am Ball bleiben und von kostenloser arbeitsrechtlicher Erstberatung profitieren



Netzwerkgruppen zum Austausch von Informationen, Wissen und Best Practices



Attraktive Rahmenverträge



Werden Sie Mitglied und erfahren Sie mehr





## Die mobile Internetnutzung nimmt massiv zu.

Die Internetnutzung mittels Smartphone 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 Jeder das mobile Internet mindestens täglich.

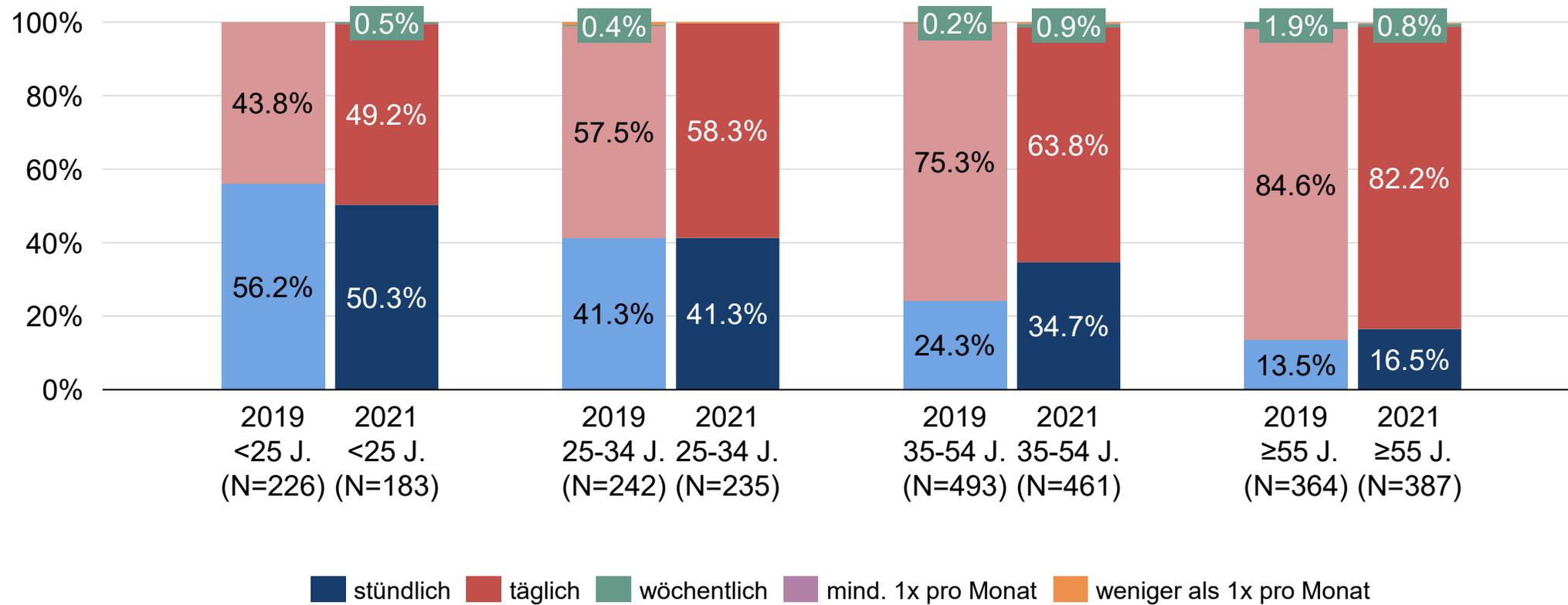
# Häufigkeit der Internetnutzung

## Jahresvergleich nach Alter

Schnellnavigation



Wie oft greifen Sie auf das Internet zu?

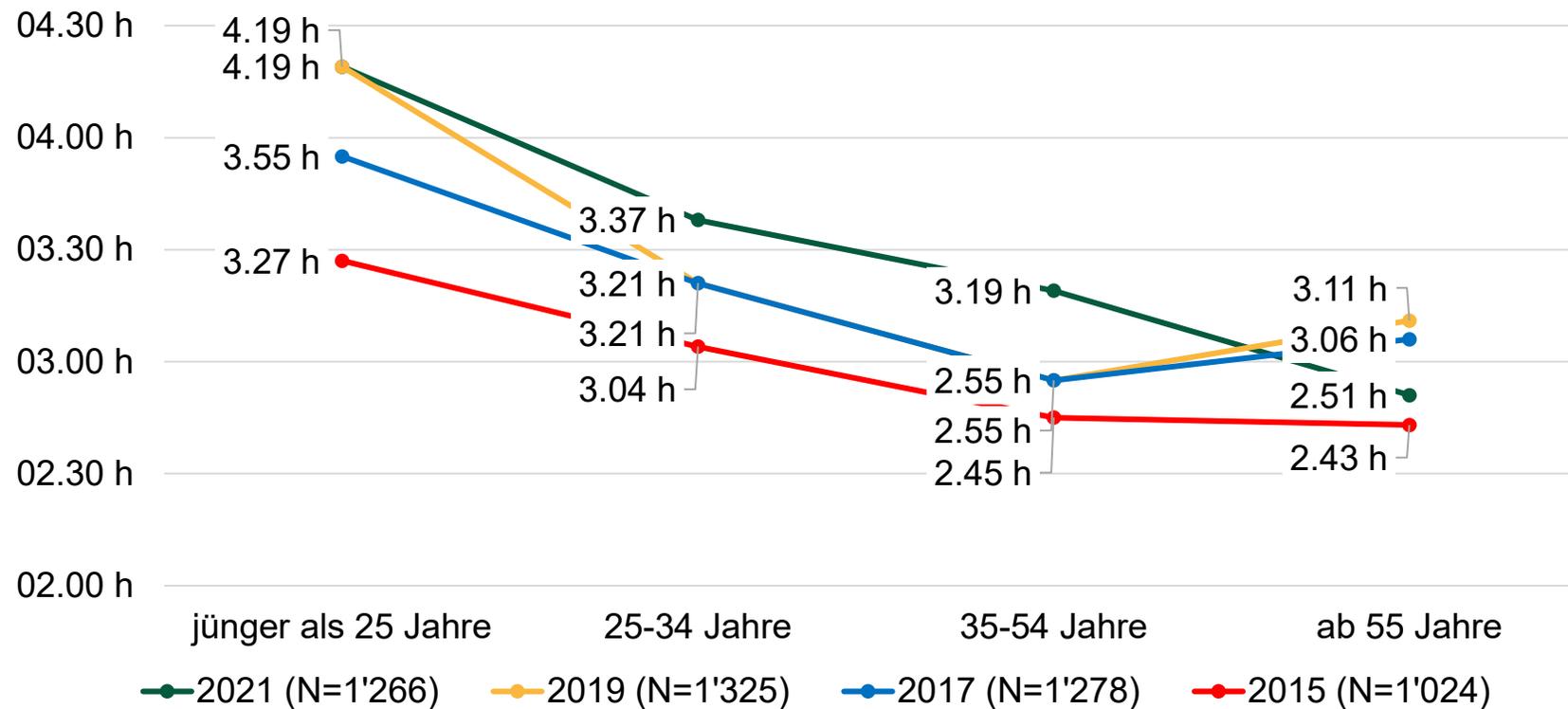


Lesebeispiel: Der Anteil der Umfrageteilnehmer zwischen 35 und 54 Jahren, die stündlich auf das Internet zugreifen, ist im Vergleich zu 2019 um 10%-Punkte gestiegen.

# Dauer der Internetnutzung in der Freizeit

## Nach Alter im Jahresvergleich

Wie viele Stunden pro Tag nutzen Sie das Internet durchschnittlich für Ihre Freizeit?

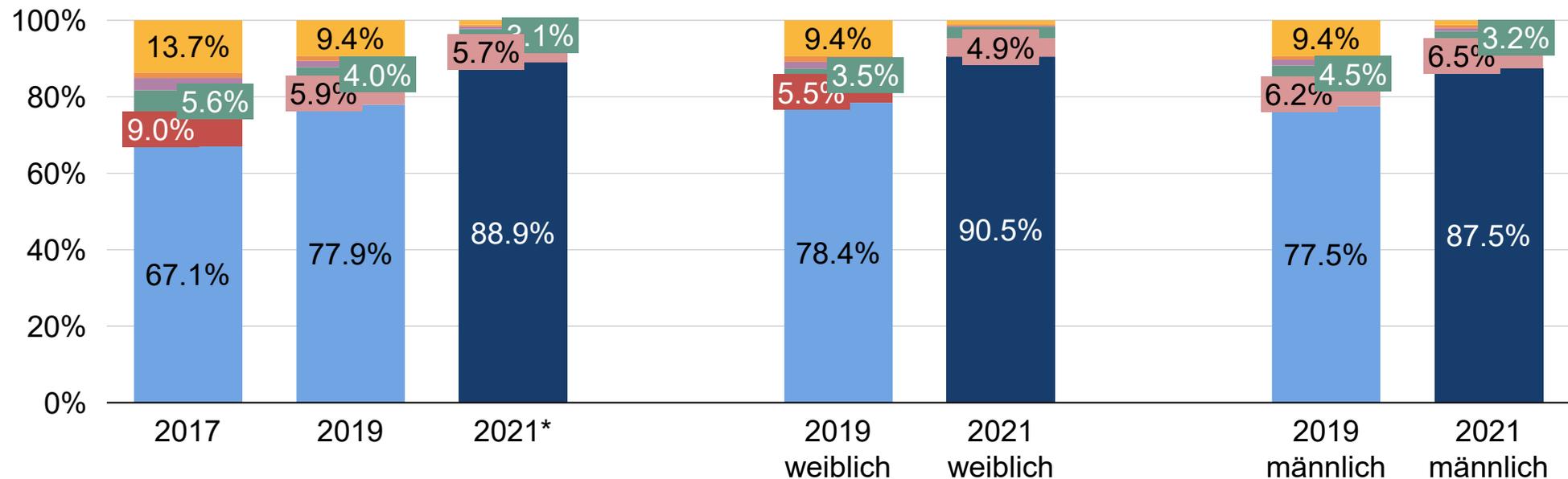


Lesebeispiel: Die unter 25-jährigen verbringen 2021 im Schnitt 4 Stunden 19 Minuten im Internet. Dies sind 52 Minuten mehr als 2015.

# Häufigkeit der mobilen Internetnutzung

## Vergleich nach Jahr und Geschlecht

Wie oft greifen Sie über Ihr Mobiltelefon auf das Internet zu?



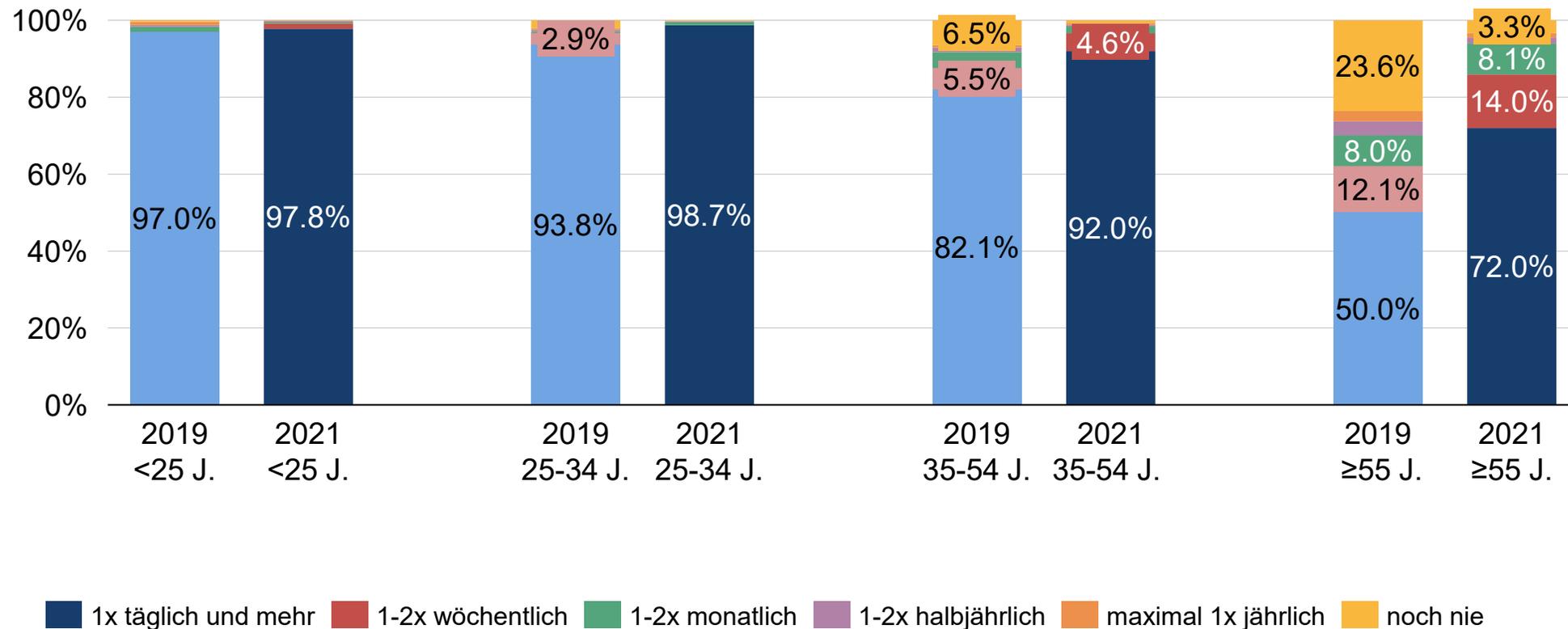
■ 1x täglich und mehr 
 ■ 1-2x wöchentlich 
 ■ 1-2x monatlich 
 ■ 1-2x halbjährlich 
 ■ maximal 1x jährlich 
 ■ noch nie

\*Signifikanter Unterschied zum Vorjahr ( $p < 0.05$ )

# Häufigkeit der mobilen Internetnutzung

## Jahresvergleich nach Alter

Wie oft greifen Sie über Ihr Mobiltelefon auf das Internet zu?

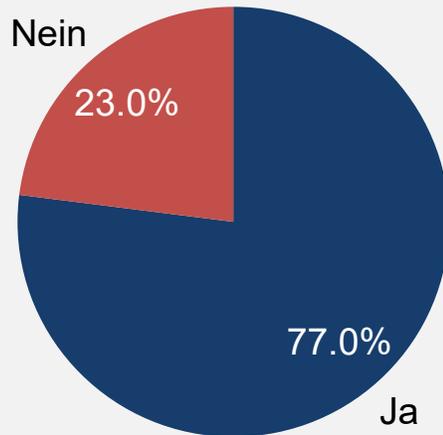


# Mobile Internetnutzung

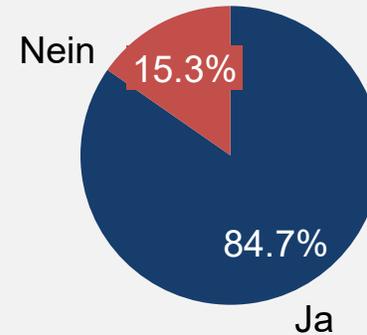
## Verbreitung von Internetflats nach Alter



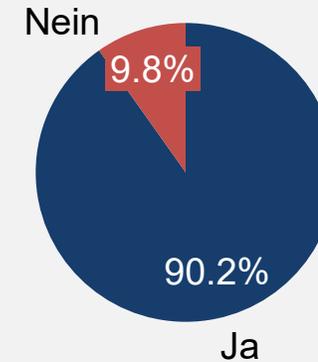
### Gesamtpopulation



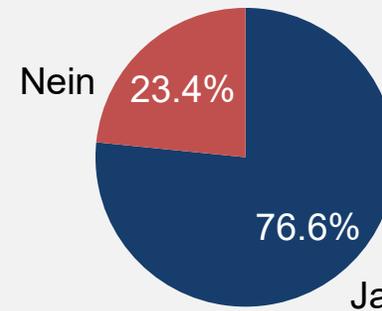
### < 25 Jahre



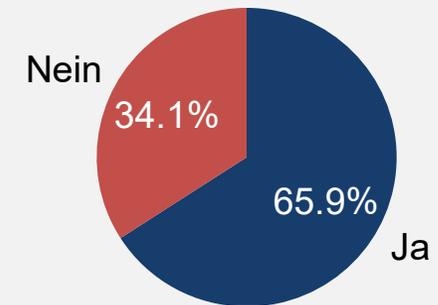
### 25 – 34 Jahre



### 35 – 54 Jahre



### > 55 Jahre





**HANDELSVERBAND**  
**ASSOCIATION DE COMMERCE**  
**.SWISS**

## Eine Mitgliedschaft – viele Vorteile

- 👍 Zugang zu Rahmenverträgen
- 👍 Gratis Veranstaltungen
- 👍 Gütesiegel Swiss Online Garantie und Quick Check Ihres Onlineshops
- 👍 Verlässliche Marktzahlen und Studien
- 👍 Netzwerk und Kooperationsprojekte
- 👍 Kostenlose rechtliche Standarddokumente
- 👍 Newsletter-Service mit Updates aus dem Handel



**Jetzt Mitglied werden und von Kostenvorteilen und Netzwerk profitieren.  
Gemeinsam den digitalen Wandel im Handel gestalten!**

[www.handelsverband.swiss](http://www.handelsverband.swiss)

# Die Autoren

Schnellnavigation



18



Prof. Dr.  
Thomas Rudolph

---

Institutsleiter



Benjamin D. Klink

---

Wissenschaftlicher  
Mitarbeiter  
Doktorand



Michael Hoang

---

Wissenschaftlicher  
Mitarbeiter  
Doktorand



## Food Consumption 2021



Während Corona haben die Schweizer 3.3 Kilogramm zugenommen. Den Konsumenten fehlt vor allem die Disziplin, aber aufgrund des drohenden Einkommensverlustes auch immer mehr das Geld für eine gesündere Ernährung. Auch verändert das Home-Office von etlichen Jobs das Ess- und Verzehrverhalten massiv. Dies hat einschneidende Konsequenzen für Industrie und Handel. Welche Ernährungsbedürfnisse gewinnen an Bedeutung? Welche Motive steuern das Essverhalten? Wie erfüllen die angebotenen Lebensmittel die Erwartungen der Konsumenten? Diese auf einer empirischen Konsumentenbefragung beruhende Langzeitstudie liefert Antworten auf diese und weitere Fragen zum Ess- und Verzehrverhalten der Deutschen, Österreicher und Schweizer.

Zur Studie

## Whitepaper - Lehren aus der Corona-Krise für das Handelsmanagement



Dieses Whitepaper befasst sich mit den Auswirkungen der Corona-Krise auf den Einzel- bzw. Detailhandel. Die lang andauernde Corona-Pandemie sowie deren grosse Tragweite für die Wirtschaft lassen die Auswirkungen nur allmählich abschätzen. Etwas mehr als ein Jahr nach dem ersten Lockdown im März 2020 nehmen wir eine erste Beurteilung mit diesem Whitepaper vor.

Zum Whitepaper