

Forschungszentrum
für Handelsmanagement



Universität St.Gallen

20 Jahre
Gottlieb Duttweiler
Lehrstuhl

Jubiläums-
ausgabe

1999-2019



Thomas Rudolph, Kristina Kleinlercher, Kathrin Neumüller, Benjamin Klink

Der Schweizer Online-Handel Internetnutzung Schweiz 2019

*“From insight
to impact”* 

Studiensponsoren

Wir danken unseren Studiensponsoren *Verband des Schweizerischen Versandhandels (VSV)* und *MS Direct* für die finanzielle Unterstützung zur Datenerhebung bei der elften Ausgabe unserer Internetstudie.



VSV ASVAD

Verband des Schweizerischen Versandhandels
l'Association Suisse de Vente à Distance

msdirect

Vorwort zur Jubiläumsausgabe – 20 Jahre Gottlieb Duttweiler Lehrstuhl

Fast auf den Tag genau, am 1. April 1999, wurde der **Gottlieb Duttweiler Lehrstuhl** an der Universität St. Gallen gegründet. Als junger Lehrstuhlinhaber wurde mir die Frage gestellt, welche zentralen Forschungsthemen im Mittelpunkt unserer Forschungsarbeit stehen sollen. Nach einigem Rätselraten entschieden wir uns für den Online-Handel und planten den ersten Internettag. Eine fragwürdige Entscheidung, denn im Jahr 2001 war der Online-Handel tot. Die hochfliegenden Pläne vieler Anbieter entpuppten sich als Luftschlösser. Doch der Online-Handel kam zurück, zunächst bescheiden, aber dann mit grosser Vehemenz und nach immerhin 20 Jahren – wer hätte das 2001 gedacht – mit disruptiver Wirkung für die gesamte Handelsbranche. Mittlerweile erreicht der Online-Umsatz rund 13% vom gesamten Handelsumsatz in der Schweiz. 12.2 Mrd. CHF sind das nach der Hochrechnung dieser Studie und es könnte in den kommenden Jahren noch einiges an Umsatz hinzukommen.

Doch **manchmal kommt es langsamer** als man denkt, könnte man im Rückblick auf die vergangenen 20 Jahre sagen. Unsere Kühlschränke haben sich noch immer nicht mit dem Lebensmittelhändler vernetzt, unsere Waschmaschinen bestellen nicht auto-

matisch Waschmittel nach und unsere Autos fahren nicht autonom, obwohl wir von diesen Entwicklungen schon ewig sprechen.

Manchmal geht es aber auch schneller. Zum Beispiel der Aufstieg von Zalando in der Schweiz zum beliebtesten Online-Anbieter für Schuhe und Mode. Auch hat kaum einer – ausser wahrscheinlich Sie werter Leser - vor 5 Jahren geglaubt, dass im Jahre 2019 31% aller Schweizer mit dem Smartphone einkaufen. Wir können heute nicht ausschliessen, dass mit dem neuen Mobilfunkstandard 5G und weiteren Technologien wie z.B. Robotics, künstlicher Intelligenz und Augmented Reality, die Handelswelt den nächsten grossen Schub der Veränderung erfahren wird. Mit 5G lassen sich Daten 100mal schneller als mit 4G LTE, dem heutigen Standard, transportieren. Neben der Geschwindigkeit kommen die Möglichkeiten der Vernetzung hinzu. Endlich könnte die Prognose eines vernetzten Kühlschranks, der selbstständig bestellt, Wirklichkeit werden.

Was sich durchsetzen wird, hängt vom Reifegrad neuer Angebote und der gebotenen Servicequalität ab. Während zu Beginn des Online-Handels vor 20 Jahren das Preisargument für Wachstum sorgte, kommt es künftig zunehmend auf Bequemlichkeit

und Service an. Mit der bevorstehenden Vernetzung unserer Computer entstehen neue Handelsleistungen, die auch den Einkauf bequemer, einfacher und besser machen können. Wenn Ihr Chatbot, ähnlich zu Dan Browns Roman «Origin», unter Berücksichtigung Ihres Kalenders und mit dem Wissen der Essgewohnheiten Ihrer Gäste eigenständig die Lebensmittel für ein gemeinsames Essen bestellt, müssen Sie einiges an Daten preisgeben. Auf der anderen Seite sparen Sie wertvolle Zeit, enttäuschen keinen Gast und überzeugen mit Frische.

Damit kommen wir der **Vision einer zunehmenden Automatisierung** im Handel näher. Was für den reinen Versorgungskauf Sinn macht, muss aber für den Erlebniskauf nicht zutreffen. Was machen wir mit all' der eingesparten Zeit, wenn Einkäufe automatisiert werden? Fehlt uns dann nicht das Einkaufserlebnis und damit auch die Überraschung, Vorfreude und Inspiration beim Einkauf? Wie schon seit der Einführung der Münze vor mehr als 1'000 Jahren, haben diese Entwicklungen immer zwei Seiten. Ihre Abwägung zwischen den Vor- und Nachteilen entscheidet letztlich, ob Ihr Chatbot für Sie einkaufen darf. Überwiegen Datenschutzbedenken und die Befürchtung einer permanenten Überwa-

Vorwort zur Jubiläumsausgabe – 20 Jahre Gottlieb Duttweiler Lehrstuhl

chung, dann dauert es schnell weitere 20 Jahre bis diese Technologien sich durchsetzen. Sollte aber der Wunsch nach bequemeren Einkaufsmöglichkeiten überwiegen, könnten Disruption und Transformation in der Handelsbranche weiter den Takt angeben.

Mit dieser Studie beschreiben wir die Bewertung und Wahrnehmung des Internets aus Konsumentensicht. Mit über 1'000 Befragten und der Möglichkeit des Vergleichs zu den Vorjahren, erhalten Sie mit dieser Studie einen vertiefenden Einblick. Wir liefern mit der elften Auflage Antworten auf alle wichtigen Fragen rund um die Nutzung des Internets und im Besonderen zum Online-Kaufverhalten. So lassen sich zwar nicht Kaufverhaltensänderungen für die kommenden 20 Jahre erkennen, aber für die nächsten zwei sollte das durchaus möglich sein. Wir wünschen Ihnen wertvolle Impulse beim Lesen dieser Studie und danken der Migros, zum 20-jährigen Jubiläum des Gottlieb Duttweiler Lehrstuhls für internationales Handelsmanagement, für die Förderung der Handelsforschung und Handelslehre an der HSG.

St.Gallen, im März 2019,

Prof. Dr. Thomas Rudolph

Zur Studie und Datenerhebung

Zum zehnten Mal hat das Forschungszentrum für Handelsmanagement (IRM-HSG) an der Universität St.Gallen Internetnutzer in einer landesweiten empirischen Untersuchung zu ihrer Internetnutzung und ihrem Einkaufsverhalten online befragt.

Die Studie «Der Schweizer Online-Handel» wurde erstmals im Jahre 1999 erhoben. Während wir bis 2013 die Befragung auf der Strasse durchgeführt haben, handelt es sich bei der neuen Studie zum dritten Mal um eine Online-Befragung. Wir berücksichtigen dabei die demographischen Quoten (Alters- und Geschlechterverteilung) des Bundesamtes für Statistik zur Internetnutzung in der Schweiz. Über Quotenvorgaben konnte eine soziodemographische Struktur hergestellt werden, die mit der demographischen Internetnutzung in der Schweiz übereinstimmt und somit einen repräsentativen Vergleich ermöglicht. Dabei wird unter anderem die aktuelle Internetnutzung der einzelnen Altersgruppen berücksichtigt. Während nahezu 100% der unter 25-Jährigen das Internet nutzen, haben bislang «nur» circa 45% der über 70-Jährigen Internetzugang (Statistisches Bundesamt, 2017).

Die Erhebung aus dem Jahr 2017 zeigte, dass die Stichprobe für die italienische Schweiz zu klein aus-

fällt, sodass keine statistisch signifikanten Resultate gewonnen werden konnten. Wir haben deshalb in diesem Jahr ausschliesslich Konsumenten in der deutsch- und französischsprachigen Schweiz befragt. Insgesamt nahmen 1'320 Schweizer Bürgerinnen und Bürger an unserer Online-Umfrage teil.

Im Vergleich zur Studie aus dem Jahr 2017 ist das Durchschnittsalter bei 43 Jahren konstant geblieben und orientiert sich an den Werten des Bundesamtes für Statistik. Damit wird die Vergleichbarkeit mit der Stichprobe der Vorjahre sowie mit anderen Studien erreicht. Die Stichprobe wurde im Laufe der Jahre kontinuierlich in ihrer Altersstruktur nach oben hin leicht angepasst, indem sie die Internetnutzung von Personen mittleren und höheren Alters stärker berücksichtigt.

Die Studie ist in vier Teile (Internetnutzung, mobile Internetnutzung, E-Commerce und Cross-Channel-Nutzung) gegliedert und zeichnet sich 2019 durch einen stärkeren Fokus auf die Themen mobile Internetnutzung, neue Technologien im Handel und kanalübergreifendes Kundenverhalten aus. Somit tragen wir der Entwicklung hin zum Internet of Things und der immer wichtigeren Rolle mobiler Endgeräte Rechnung.

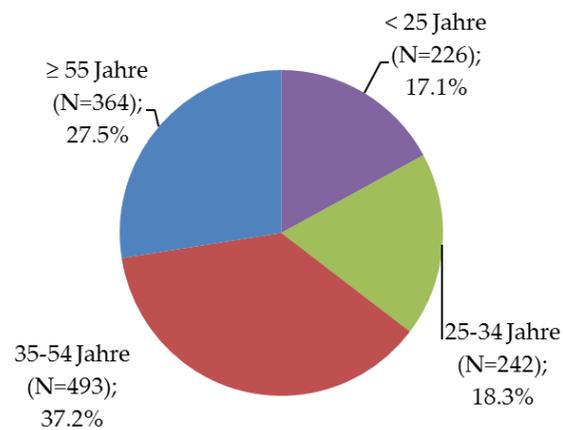
Überall dort wo möglich, vergleichen wir die Ergebnisse unserer Langzeitstudie mit vorangegangenen Ergebnissen. Dies ermöglicht es uns, Veränderungen im Zeitablauf zu behandeln und Trends frühzeitig zu erkennen.

Beschreibung der Stichprobe

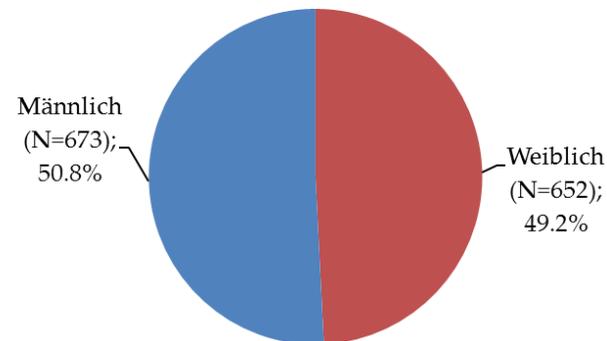
Nach Alter und Geschlecht



Alter



Geschlecht



Unsere Quoten für Alter und Geschlecht stimmen mit denjenigen aus 2017 überein und ermöglichen einen aussagekräftigen Jahresvergleich. Die Stichprobe weicht nur in vernachlässigbarem Masse von der Stichprobenstruktur der Erhebung im Jahre 2017 ab. Somit wird die Vergleichbarkeit sicher gestellt. Das Durchschnittsalter der aktuellen Stichprobe liegt bei 43.3 Jahren und stimmt mit dem Durchschnittsalter der Stichprobe von 2017 überein. Auch bei der Verteilung der Geschlechter ergeben sich nur vernachlässigbare Unterschiede zur Stichprobe 2017.

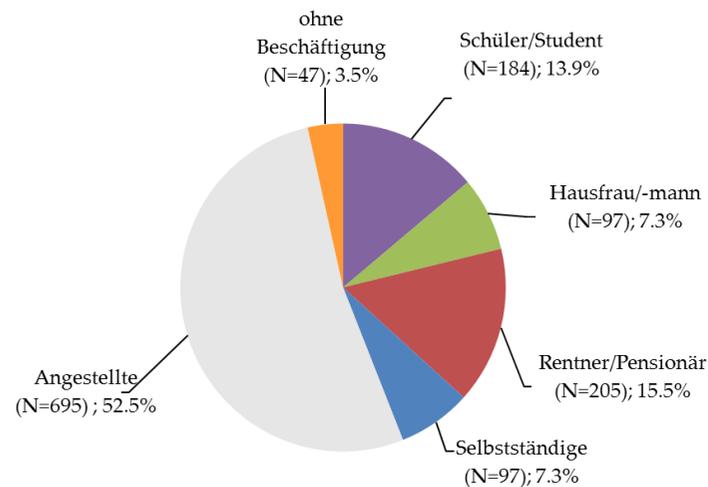
N=1'325

Beschreibung der Stichprobe

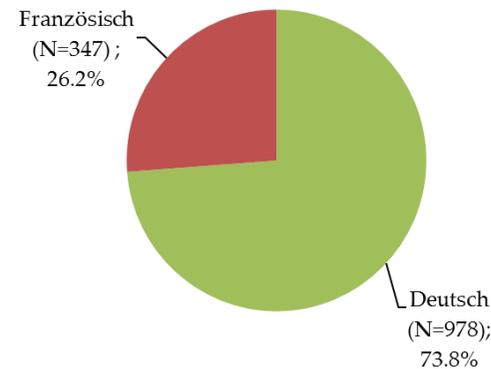
Nach Beschäftigung und Sprachregion



Beschäftigung



Sprache



Bei den Beschäftigungsgruppen haben sich im Vergleich zu 2017 keine nennenswerten Unterschiede ergeben. Dies ermöglicht Vergleiche mit der Stichprobe aus dem Jahr 2017. Dabei sind Angestellte mit einem Anteil von 52.5% an allen Befragten am stärksten vertreten.

Die Verteilung der Sprachregionen folgt ebenfalls einer Quotenvorgabe, welche auf den Angaben des Bundesamtes für Statistik beruht. 26.2% der Befragten stammen aus der französischsprachigen Schweiz und 73.8% aus der deutschsprachigen Schweiz.

N=1'325

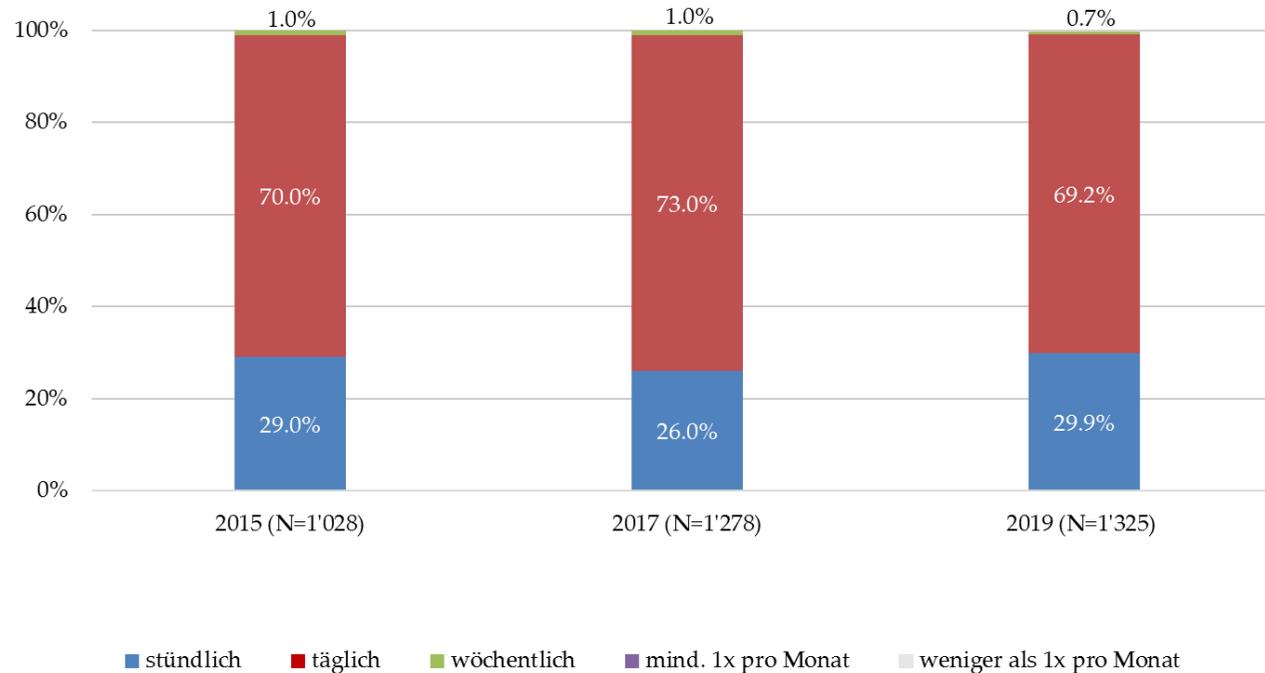
Häufigkeit der Internetnutzung

Jahresvergleich

Navigation



Wie oft greifen Sie auf das Internet zu?



Das Internet ist der ständige Begleiter der Schweizer Bevölkerung im Alltag. Nachdem im Jahr 2017 ein leichter Rückgang der stündlichen Internetnutzung im Vergleich zum Jahr 2015 verzeichnet wurde, hat die Internetnutzung im Jahr 2019 wieder Fahrt aufgenommen. (Der leichte Rückgang von 2015 auf 2017 kann durch die Anpassung der Altersquoten erklärt werden.) Seit 2017 ist die stündliche Nutzung um fast vier Prozentpunkte gestiegen.

N=1'325

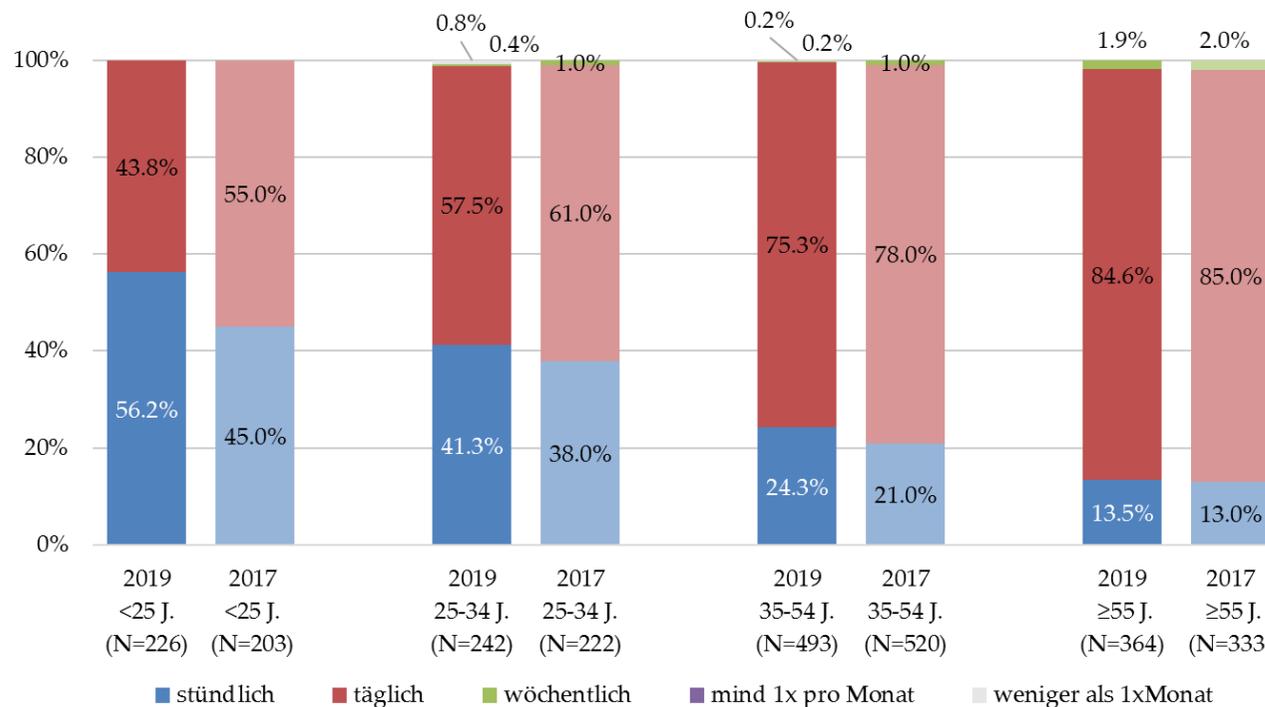
Häufigkeit der Internetnutzung

Nach Alter und Jahr

Navigation



Wie oft greifen Sie auf das Internet zu?



Über alle Altersgruppen hinweg ist die stündliche Nutzung des Internets angestiegen. Wie erwartet führen die unter 25-Jährigen deutlich in der Internetnutzung. Stolze 56% dieser Altersgruppe nutzen inzwischen das Internet stündlich. Dabei konnte diese Altersgruppe einen deutlichen Anstieg im Gegensatz zur Erhebung 2017 verbuchen (+11%). Der Unterschied zwischen den unter 25-Jährigen und den übrigen Altersgruppen ist erheblich: Schon bei den 25-34-Jährigen ist der Anteil derjenigen, die das Internet stündlich nutzen, um circa 15% tiefer als bei der jüngsten Altersgruppe. Damit scheint das Internet in der Schule, aber auch im Studium ein permanenter Begleiter zu sein.

N=1'325

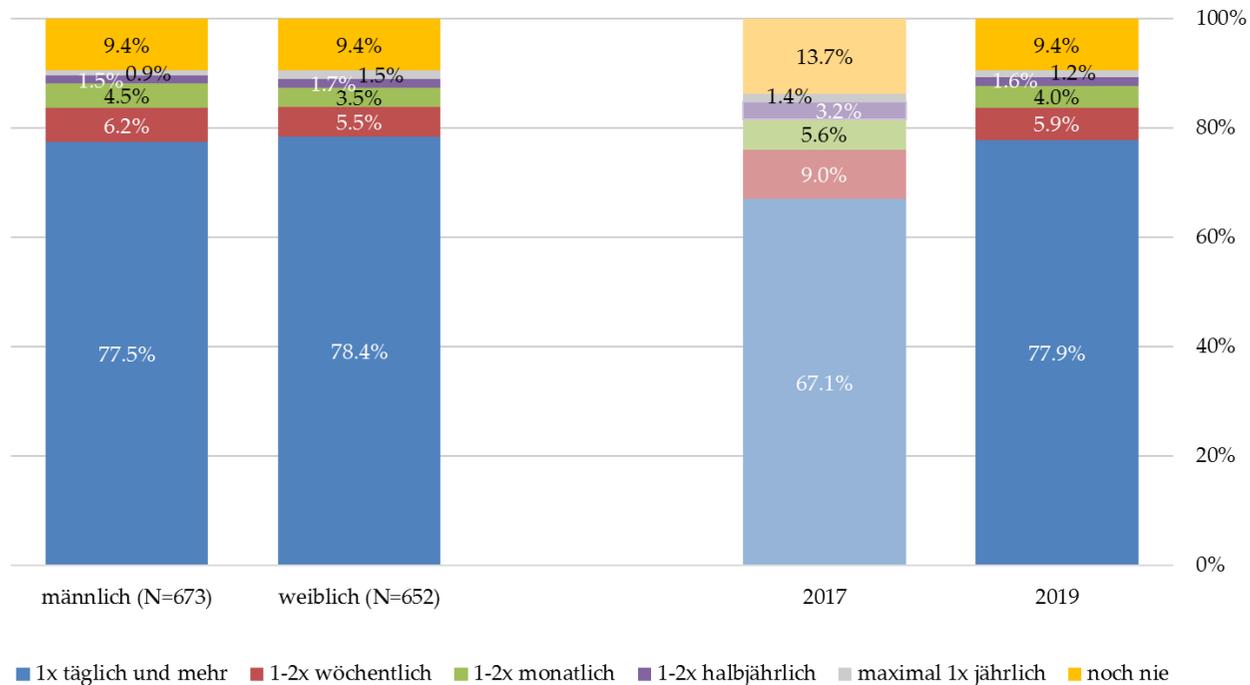
Häufigkeit der mobilen Internetnutzung

Nach Geschlecht im Jahresvergleich

Navigation



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



Die Verbreitung der mobilen Internetnutzung hat in den vergangenen Jahren deutlich zugelegt. 77.9% der Schweizer greifen mindestens einmal täglich über ein mobiles Endgerät auf das Internet zu. Der Anteil derjenigen, die das Internet noch nie über ein Mobiltelefon abgerufen haben nimmt ab. Im Geschlechtervergleich offenbaren sich vernachlässigbare Unterschiede.

N=1'325

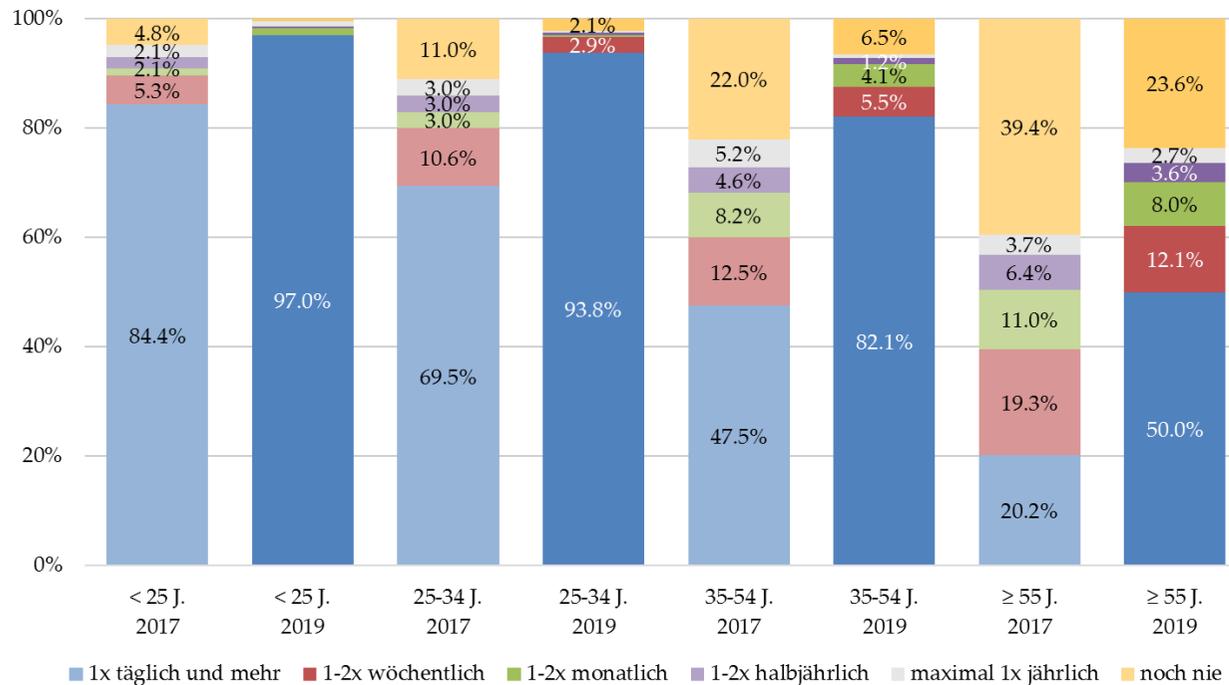
Häufigkeit der mobilen Internetnutzung

Jahresvergleich nach Alter

Navigation



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



Während Bürger unter 35 Jahren (die beiden jüngsten Altersgruppen) zu über 90% (97.0% und 93.8%) täglich mit dem Mobiltelefon auf das Internet zugreifen, sind es in der ältesten Gruppe nur 50%. Bemerkenswert ist die rapide Änderung im Nutzungsverhalten innerhalb von nur zwei Jahren: So hat sich in den Altersgruppen 35-54 und über 55 Jahre die tägliche mobile Internetnutzung verdoppelt. Auch ist der Anteil jener, die nie über ihr Mobiltelefon auf das Internet zugreifen seit 2017 in allen Altersgruppen gesunken.

N=1'325

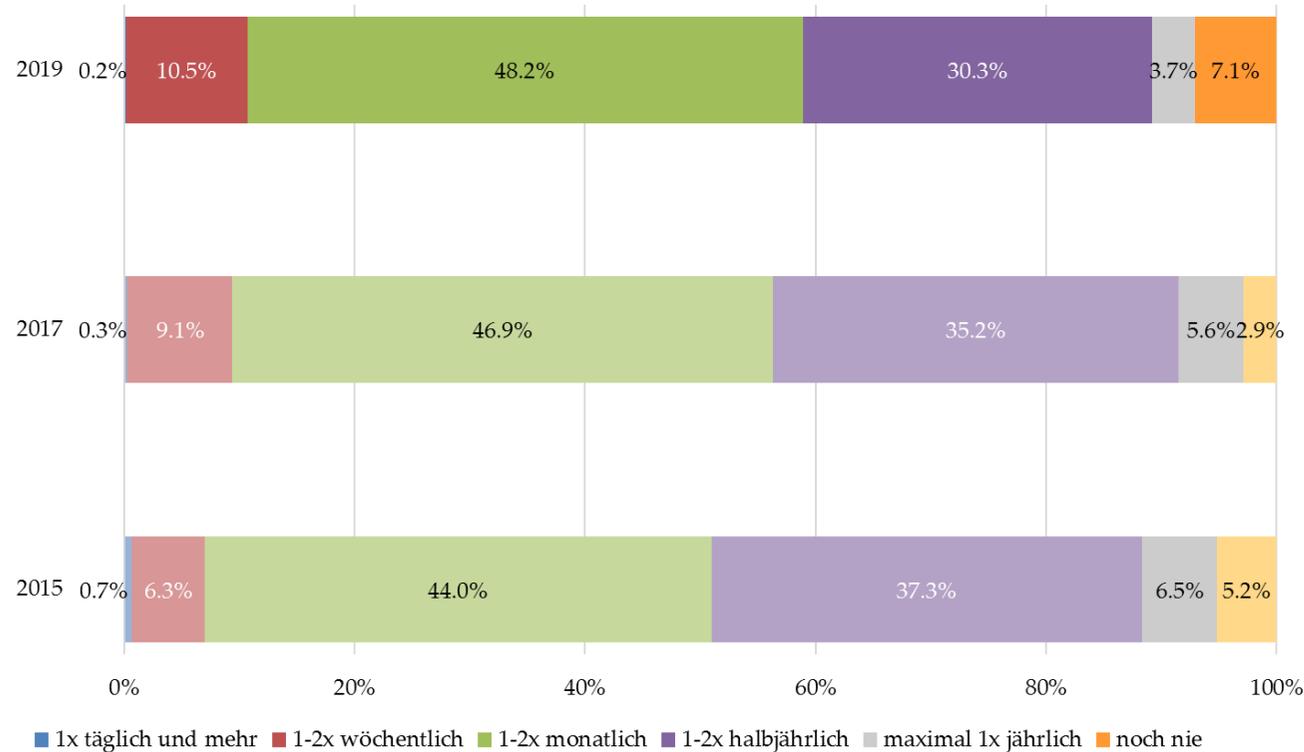
Einkaufshäufigkeit im Internet

Jahresvergleich

Navigation



Wie oft kaufen Sie im Internet Produkte / Dienstleistungen für Ihren persönlichen Bedarf?



Die Einkaufshäufigkeit im Internet hat auch in den vergangenen Jahren zugenommen. Mehr als 58% der Bevölkerung kauft ein Mal im Monat Waren und Dienstleistungen im Internet ein. Der Anteil derjenigen, die mindestens wöchentlich im Internet einkaufen hat sich ebenfalls erhöht.

N=1'325

Durchschnittlicher Online-Ausgabebetrag

E-Commerce Umsatz 2018

Navigation



Bitte schätzen Sie: Wie viel geben Sie durchschnittlich im Monat für sämtliche Online-Einkäufe aus?



Für das Jahr 2018 berechnen wir einen Umsatzrekord im Online-Handel. Der Schweizer Online-Handel hat unserer Schätzung nach ein Volumen von 12.2 Mrd. CHF in 2018 erreicht und liegt damit rund 9.5% höher als der Wert, den wir für das Jahr 2016 berechnet hatten. Unsere Wachstumsrate ist ähnlich zu jener vom VSV, die für 2018 10% beträgt (VSV, 2019). Getrieben wird dieser erneute Rekord vom gestiegenen durchschnittlichen Ausgabebetrag (+6.68 CHF) sowie von der etwas höheren Zahl der Internetnutzenden in der Schweiz. Unsere Berechnung bezieht sämtliche Ausgaben der Konsumenten im Internet ein (Waren und Dienstleistungen) und berücksichtigt auch Ausgaben, die von Schweizer bei ausländischen Online-Händlern getätigt wurden. Ebenso schliessen wir neue Bestellformen, wie Click & Collect, nicht aus.

N=1'325

Hochrechnung: Online Umsatz Schweiz 2018

Durchschnittlicher Ausgabebetrag	CHF 164,68 pro Monat
X Anzahl Monate	12 Monate
X Anzahl Internetnutzer (über 16 Jahren) ^a	6'173'075 Nutzende
= Prognose Onlineumsatz Schweiz	CHF 12.2 Mrd.

^aAuf Basis des Bundesamtes für Statistik (BFS)

Quellenverzeichnis

Bundesamt für Statistik (2019a). *Mobile Internetnutzung*. Abgerufen von: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/informationsgesellschaft/gesamtindikatoren/haushalte-bevoelkerung/mobile-internetnutzung.html#accordion1550142359921>.

Bundesamt für Statistik (2019b). *Internetzugang der Haushalte, nach Sprachregion und Grossregion*. Abgerufen von: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/informationsgesellschaft/gesamtindikatoren/haushalte-bevoelkerung/internetzugang-haushalte.assetdetail.5326201.html>.

SRF (2018). *Günstige China-Päckli boomen*. Abgerufen von: <https://www.srf.ch/news/wirtschaft/rekord-dank-online-handel-guenstige-china-paeckli-boomen>.

Schweizer Buchhändler- und Verleger-Verband [sbvv] (2018). *Deutschschweizer Buchmarkt: Marktreport 2018*. Abgerufen von: https://www.sbvv.ch/userfiles/Downloadbereich_Vaira_Dokumente/Marktreport_2018_Buchhandel.pdf.

NZZ (2017). *Netflix boomt weiter - Nutzer-Wachstum übertrifft Erwartungen*. Abgerufen von: <https://www.nzz.ch/wirtschaft/netflix-boomt-weiter-nutzer-wachstum-uebertrifft-erwartungen-ld.1322313>.

Rudolph, Nagengast & Nitsch (2017). *Einkaufstourismus Schweiz 2017/2018*. St.Gallen: Forschungszentrum für Handelsmanagement.

VSV (2019). *Schweizer Online-Konsum wächst 2018 um 10%*. Abgerufen von: https://www.vsv-versandhandel.ch/wp-content/uploads/2019/02/DE-2019.02.28.Medienmitteilung_VSV-GfK_Online_und_Versandhandel-Sperrfrist.pdf.

Bildverweise

Alle Icons gestaltet von Chanut (<https://www.flaticon.com/authors/chanut>)

Forschungszentrum
für Handelsmanagement



Universität St.Gallen

Dufourstrasse 40a
9000 St.Gallen

+41 (0)71 224 28 56

irm.unisg.ch

handelsmanagement@unisg.ch



AKKREDITIERUNGEN



ISBN 978-3-906057-29-3