

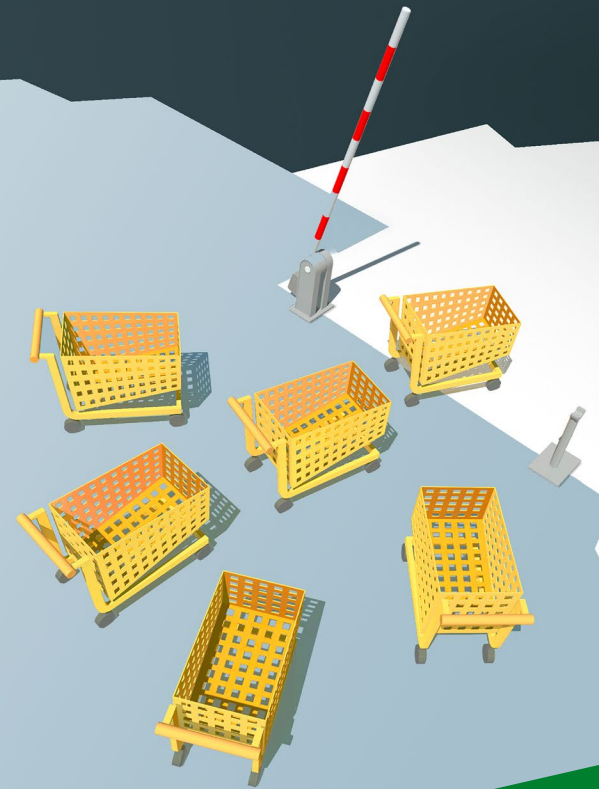


Universität St.Gallen

Forschungszentrum für Handelsmanagement

Einkaufstourismus Schweiz 2022/2023

Prof. Dr. Thomas Rudolph
Christopher Schraml
Christine Otto
Nora Kralle



ISBN 978-3-906057-39-2

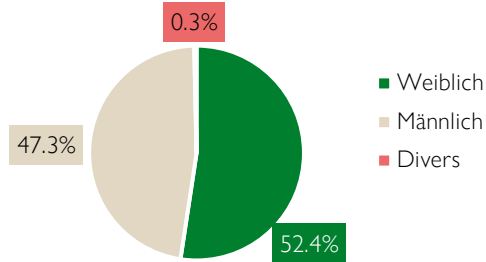
From insight to impact.

Sie lesen die Kurversion unserer Studie „Einkaufstourismus Schweiz 2022/2023“. Die gesamte Studie beschreibt in 19 Thesen und auf 180 Seiten das Einkaufsverhalten von über 3'000 Schweizer Konsumenten im Ausland. Das Ziel der Kurzversion ist es, einige relevante Ergebnisse kurz vorzustellen.

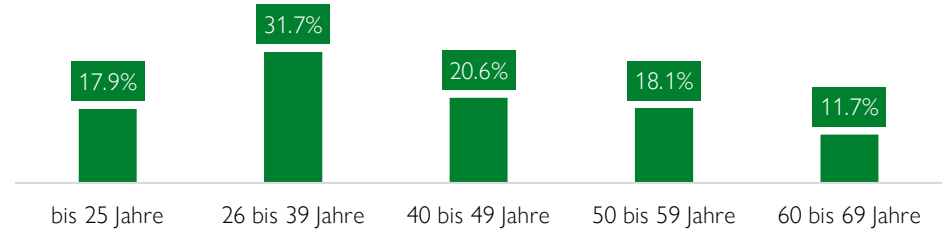
Die gesamte Studie erhalten Sie in unserem Online-Shop (<https://www.handelsliteratur-hsg.ch/>).

Beschreibung der Stichprobe

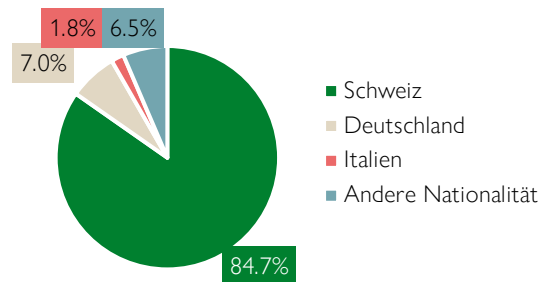
Geschlecht



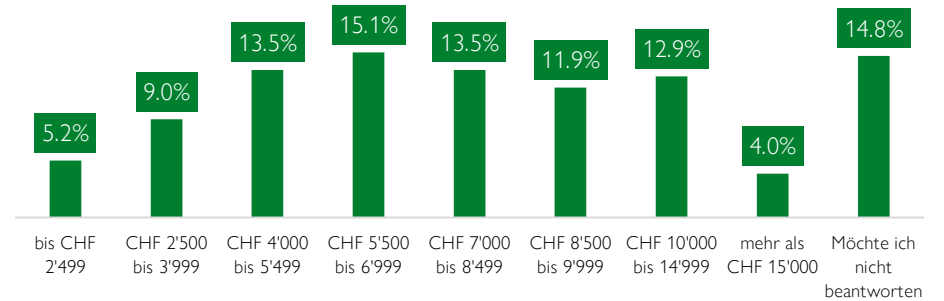
Altersgruppe



Nationalität



Monatliches Nettohaushaltseinkommen



Management Summary

These 1

Der Einkauf in stationären Geschäften im Ausland entwickelt sich rückläufig.

Der durchschnittliche Ausgabebetrag pro Einkauf in stationären Geschäften im Ausland ist von CHF 245.71 (2017) auf CHF 216.06 (2022) über alle Handelsbranchen gesunken. Gleichzeitig kaufen Konsumenten mit durchschnittlich 4.8 Mal pro Jahr seltener in Geschäften im Ausland ein als noch vor 5 Jahren (2017 waren es noch 5.2 Mal). So kaufen Konsumenten aus der Schweiz nicht mehr 35.6% (2017), sondern mit 32.4% (2022) leicht weniger ihres Gesamtbedarfes in stationären Geschäften im Ausland ein. Vor diesem Hintergrund hat sich der Einkaufstourismus in stationären Geschäften im Ausland seit unserer letzten Befragung im Jahr 2017 um mehr als 10% reduziert (siehe Hochrechnung auf Seite 174).

These 2

Konsumenten sind in der Schweiz weiterhin bereit, für die gleichen Produkte, einen höheren Preis zu bezahlen.

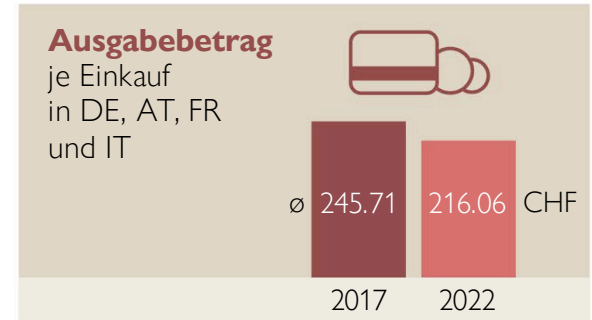
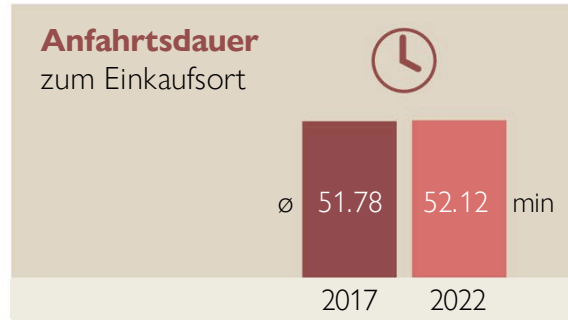
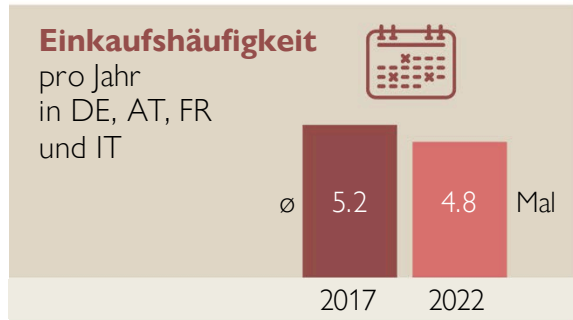
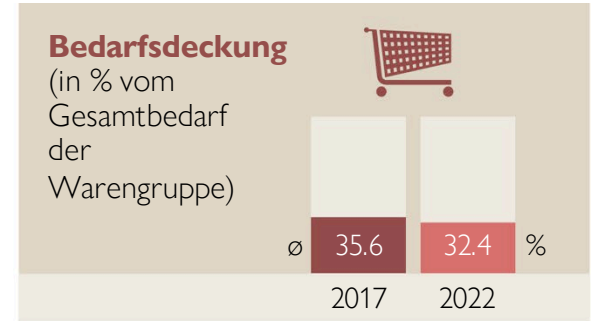
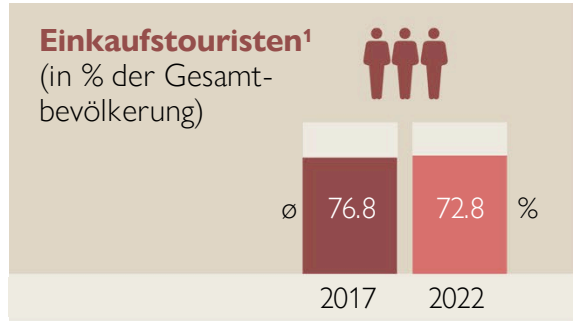
Im Durchschnitt sind Konsumenten in der Schweiz bereit etwas mehr für die gleichen Produkte in der Schweiz zu zahlen als im Ausland. Bei Lebensmitteln ist diese Bereitschaft etwas höher als in den anderen Handelsbranchen. 2022 sind je nach Handelsbranche 40-49% der Konsumenten bereit, 10% mehr für dieselben Produkte in der Schweiz zu zahlen. Etwas unter 25% der Konsumenten möchten keinen höheren Preis für die gleichen Produkte in der Schweiz zahlen. Jedoch sind manche Konsumenten auch bereit, eine Preisdifferenz von 50% und mehr zu akzeptieren. Für Lebensmittel sind 5.6% der Konsumenten bereit in der Schweiz, einen um 50% höheren Preis zu zahlen.

These 3

Die hohe Inflation im benachbarten Ausland bewirkt bei jedem fünften Einkaufstouristen ein Umdenken. Diese kaufen wieder verstärkt in der Schweiz ein.

59% aller Befragten sind die teilweise massiven Preiserhöhungen im Ausland aufgefallen. Immerhin 33.7% gaben an, ihr Einkaufsverhalten in den vergangenen Wochen durch die hohe Inflation im Ausland verändert zu haben. 17.2% berichten seit den hohen Inflationsraten im Ausland dort weniger eingekauft zu haben, auch kaufen 19.7% seit dem wieder häufiger in der Schweiz ein.

Fakten zum Einkaufstourismus in stationären Geschäften



¹ kaufen mindestens eine der betrachteten Warengruppen ab und zu im Ausland ein

Fakten zum Online-Einkaufstourismus



Online-Einkaufstouristen¹

(in % der Einkaufstouristen)



Bedarfsdeckung

(in % vom Gesamtbedarf der Warengruppe)



Einkaufshäufigkeit

pro Jahr in DE, AT, FR und IT



Ausgabebetrag

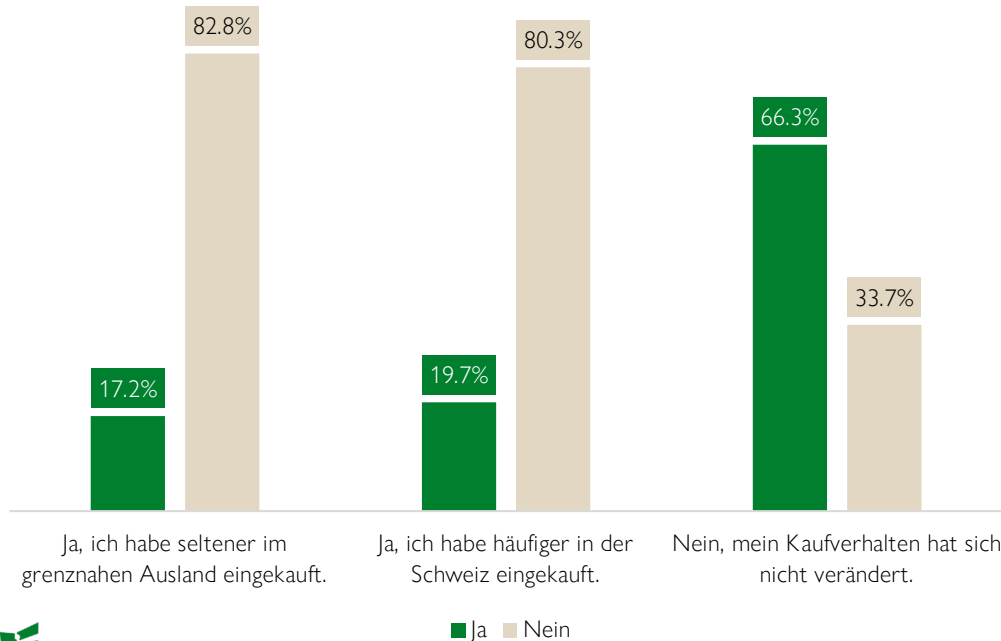
je Einkauf in DE, AT, FR und IT



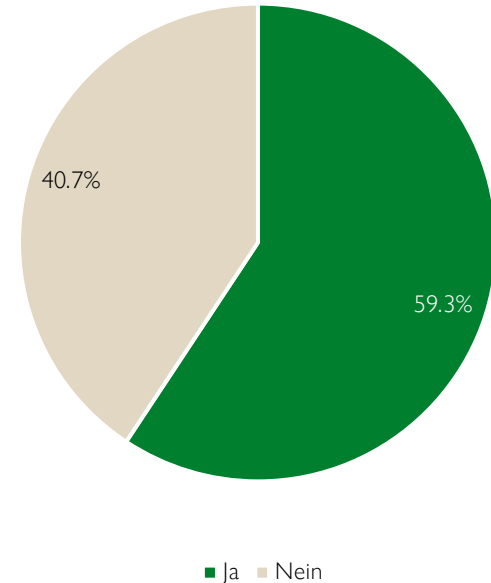
¹ haben eine der betrachteten Warengruppen schon einmal bei ausländischen Anbietern im Internet bestellt

Einfluss der Inflation auf das Kaufverhalten in stationären Geschäften im Ausland

Hat sich Ihr Kaufverhalten von ... im grenznahen Ausland durch die inflationsbedingten Preiserhöhungen in den vergangenen Wochen verändert?
(Mehrfachantwort möglich)

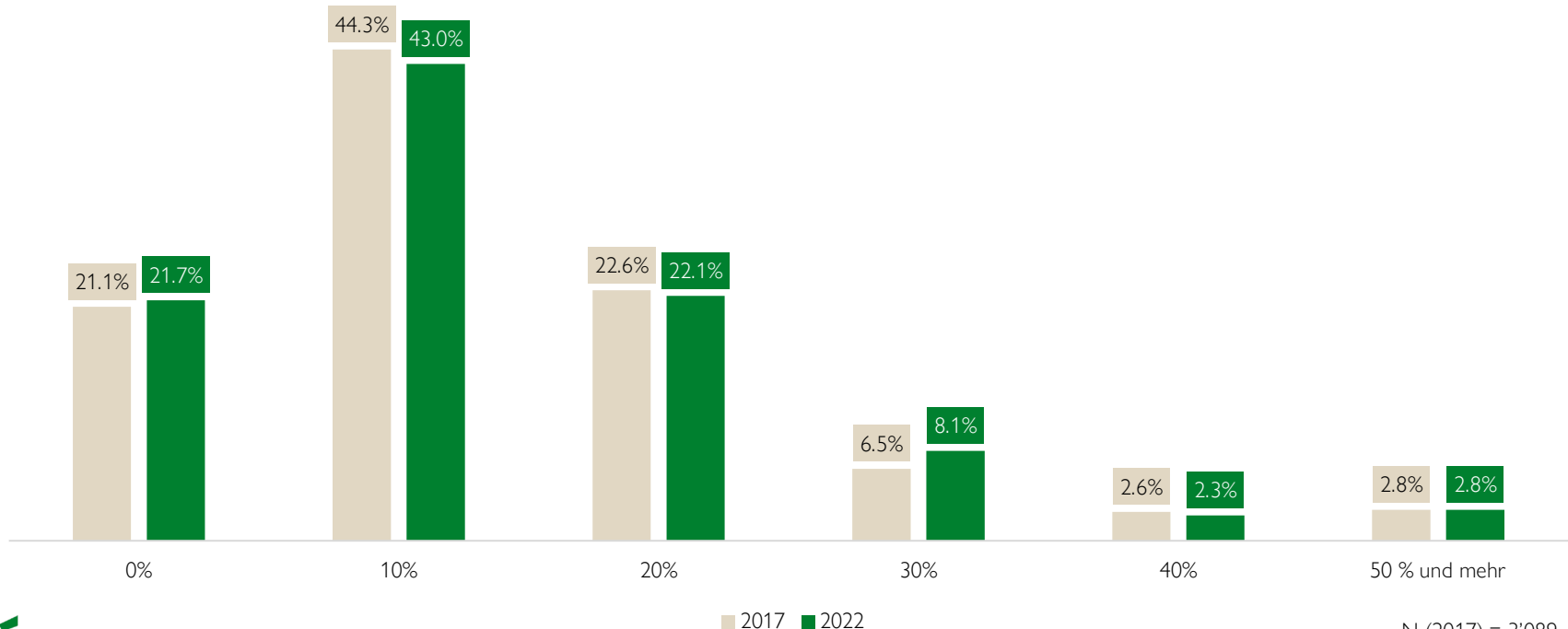


Sind Ihnen beim Einkauf im grenznahen Ausland Preiserhöhungen durch Inflation aufgefallen?



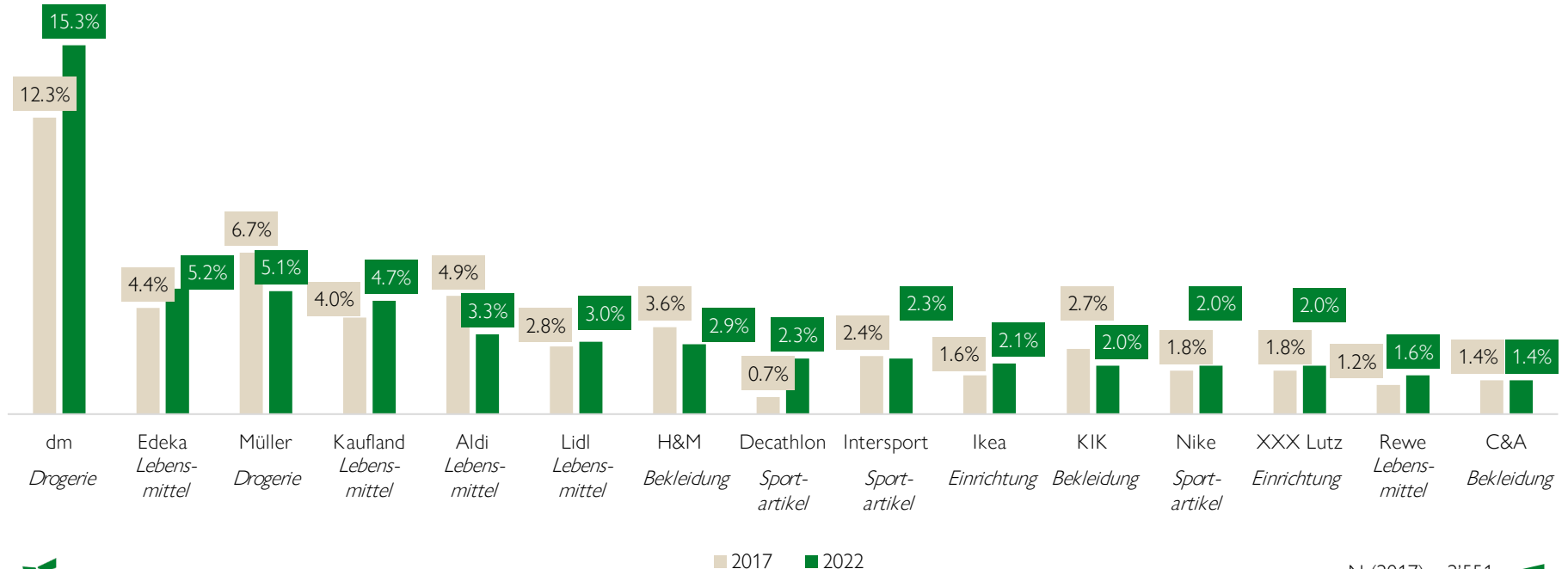
Jahresvergleich der Zahlungsbereitschaft für Produkte in der Schweiz

Ich bin bereit in der Schweiz ... % mehr für die gleichen Produkte zu bezahlen als im grenznahen Ausland.



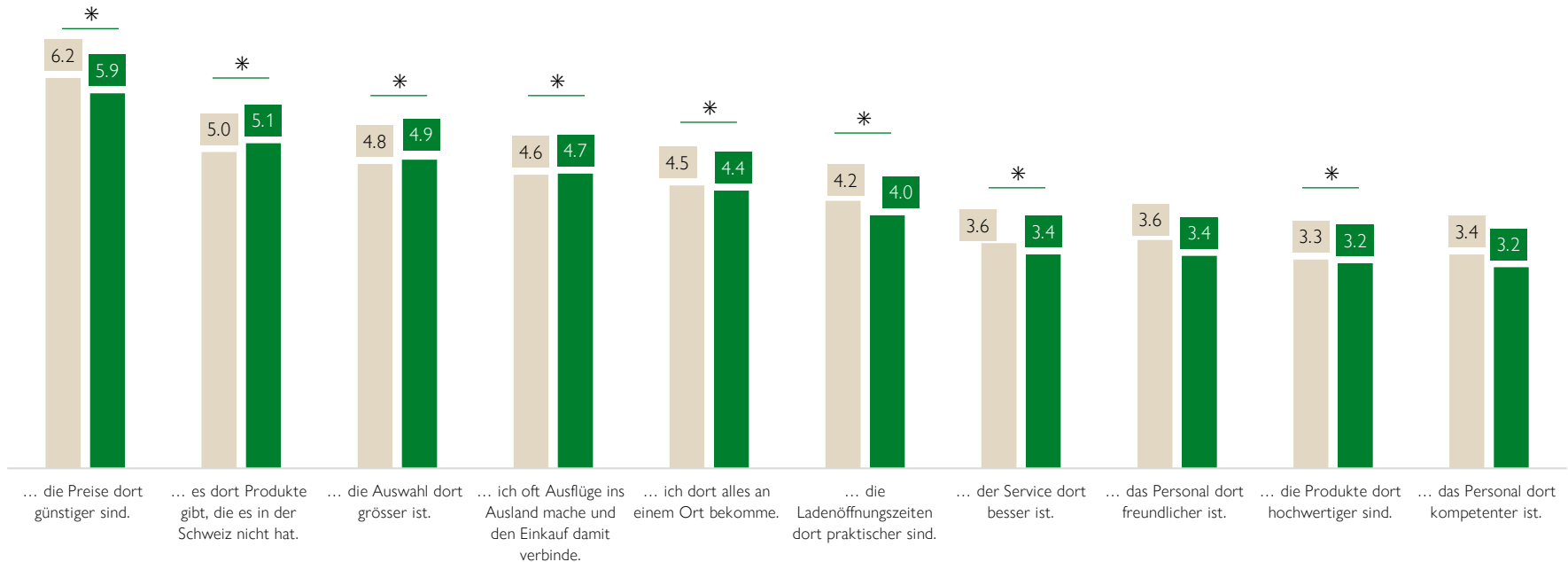
Top 15 der beliebtesten stationären Händler im Ausland

Wer ist Ihr bevorzugter Anbieter für ... im grenznahen Ausland?



Motive für Einkäufe in stationären Geschäften im Ausland

Warum kaufen Sie ... in Geschäften im grenznahen Ausland ein?
(1 = stimme nicht zu; 7 = stimme voll zu)



■ 2017 ■ 2022

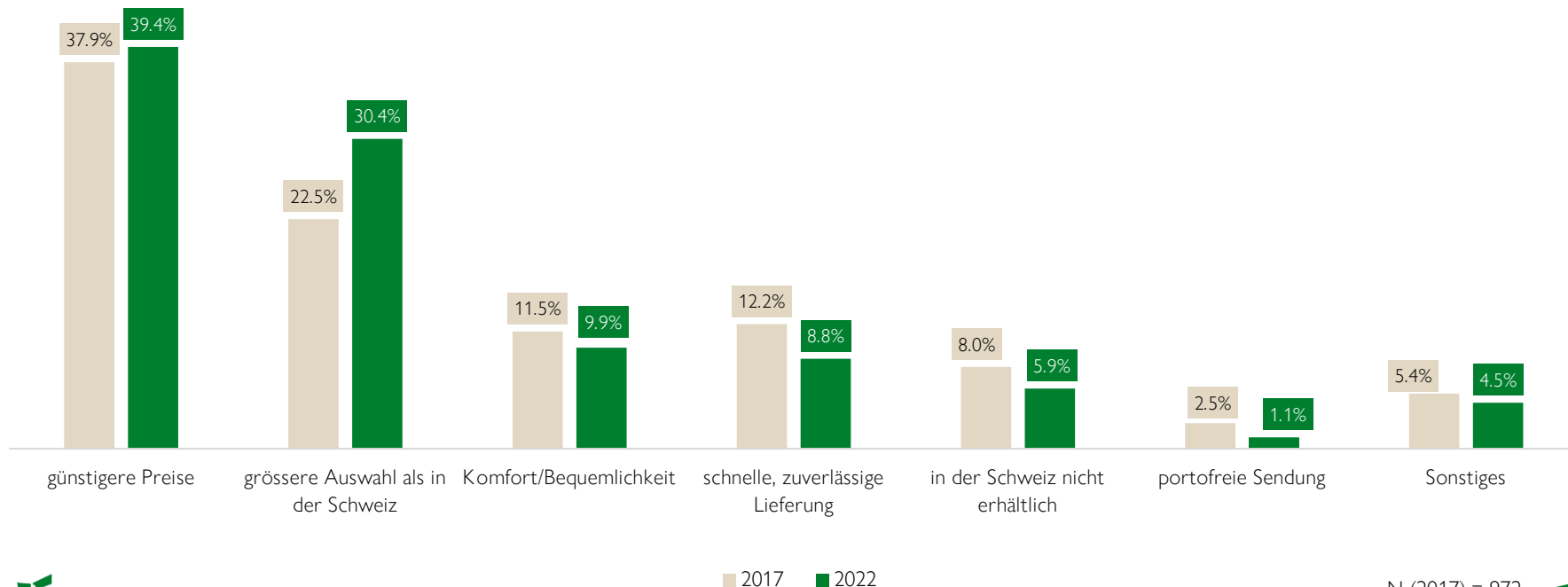
*signifikant

N (2017) = 3'089

N (2022) = 3'147

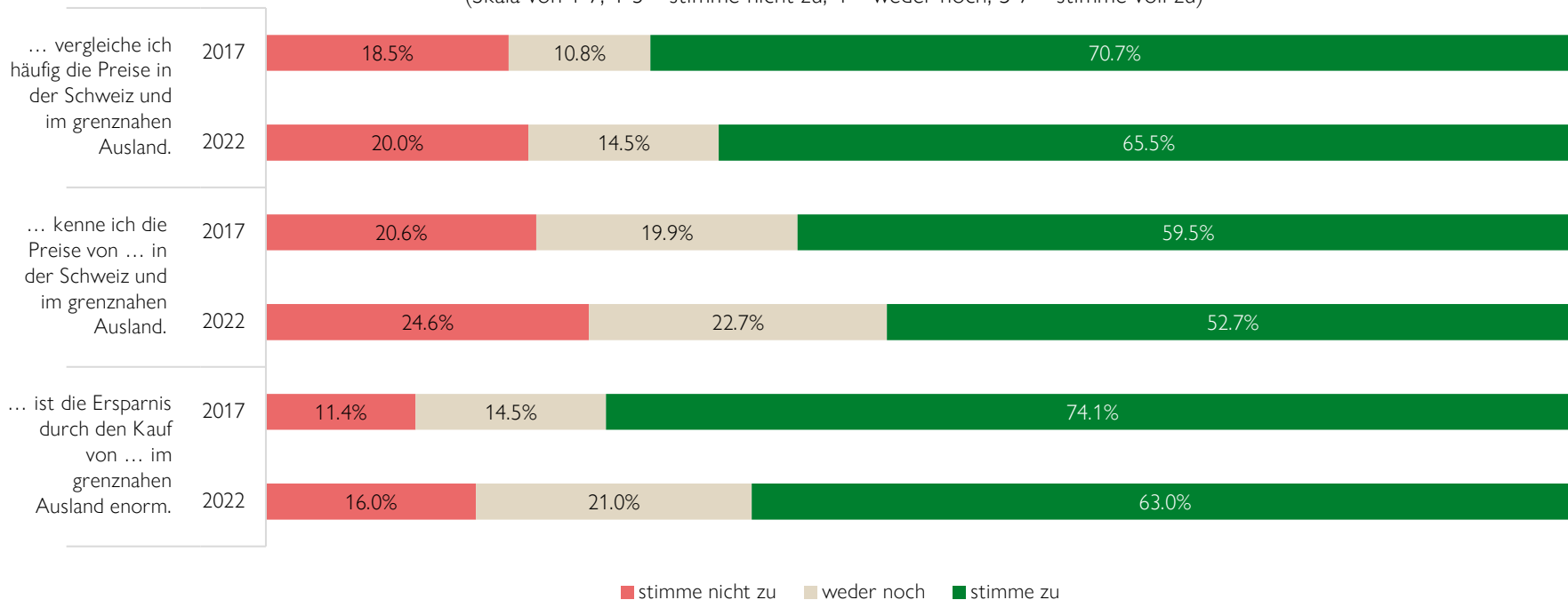
Motive für Online-Einkäufe im Ausland

Was finden Sie bei der Bestellung von ... bei ausländischen Anbietern im Internet besonders gut? (offene Frage)



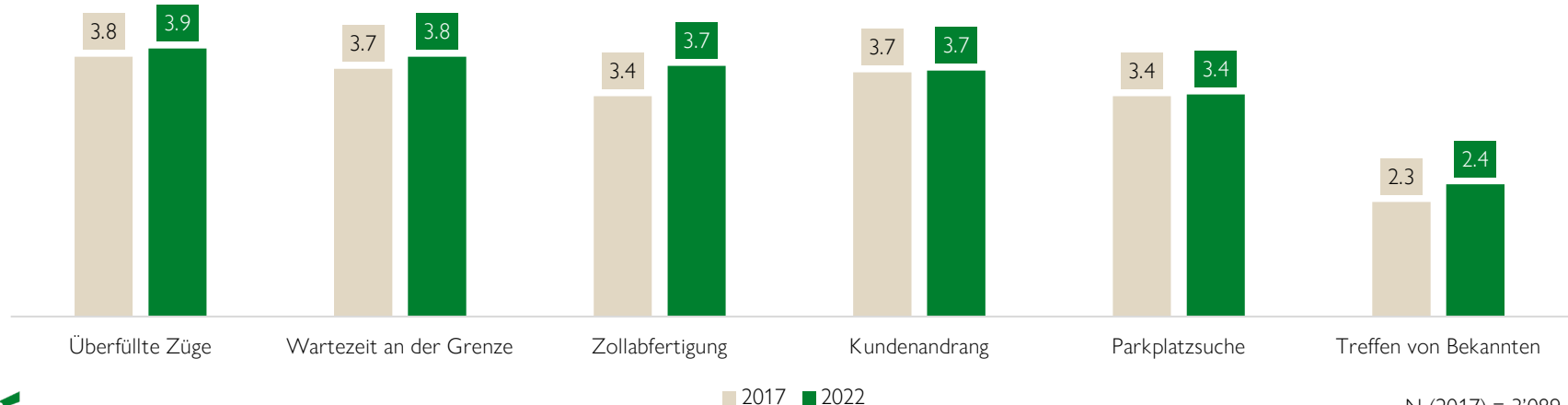
Ersparnis, Preiswissen und Preisvergleiche beim Einkauf in stationären Geschäften im Ausland

Wenn ich ein Produkt einkaufe, ...
(Skala von 1-7; 1-3 = stimme nicht zu, 4 = weder noch, 5-7 = stimme voll zu)



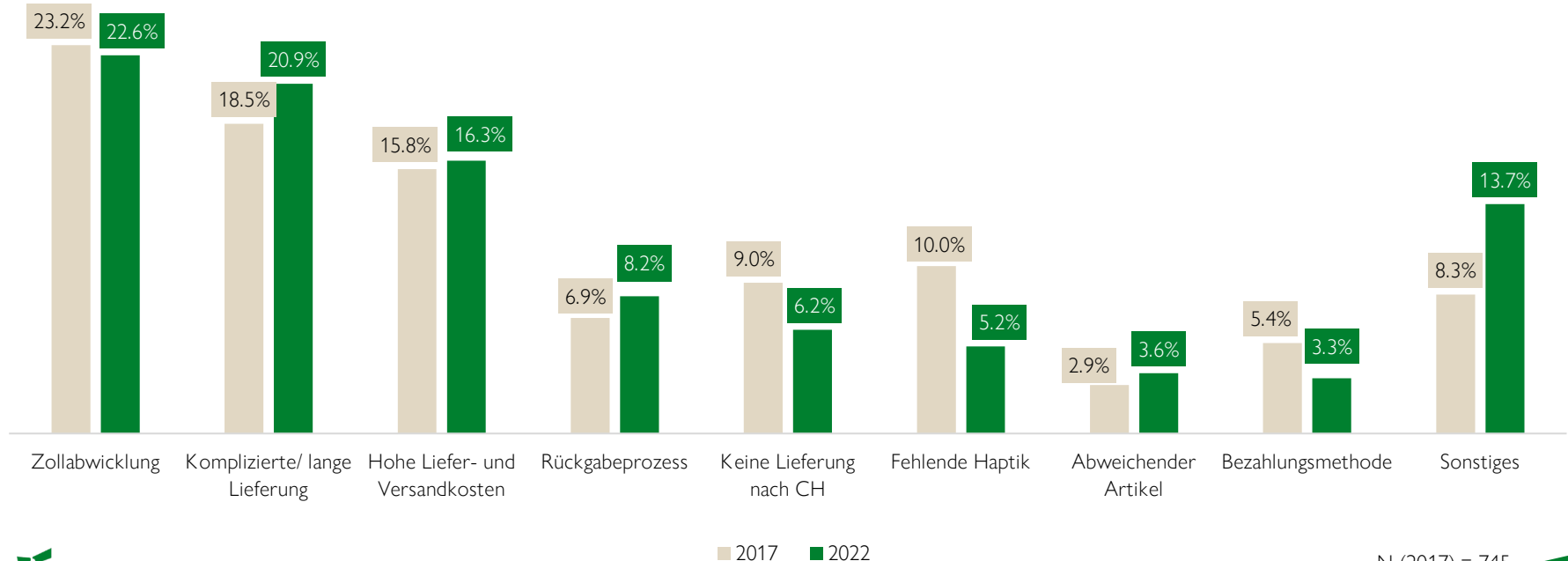
Hindernisse für Einkäufe in stationären Geschäften im Ausland

Wie störend empfinden Sie folgende Situationen, die beim
Einkufen im grenznahen Ausland auftreten können?
(1 = überhaupt nicht störend, 7 = sehr störend)



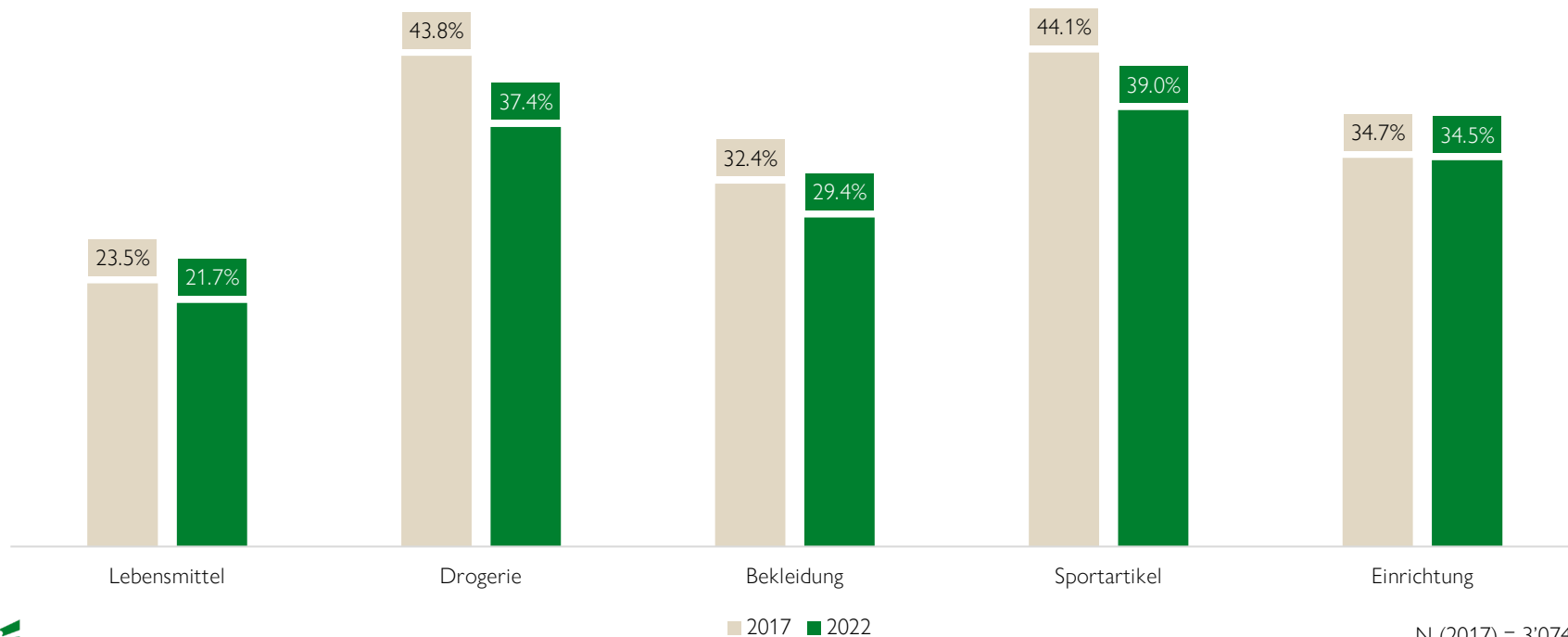
Hindernisse für Online-Einkäufe im Ausland

Was stört Sie bei der Bestellung von ... bei ausländischen Anbietern
im Internet am meisten? (offene Frage) ¹



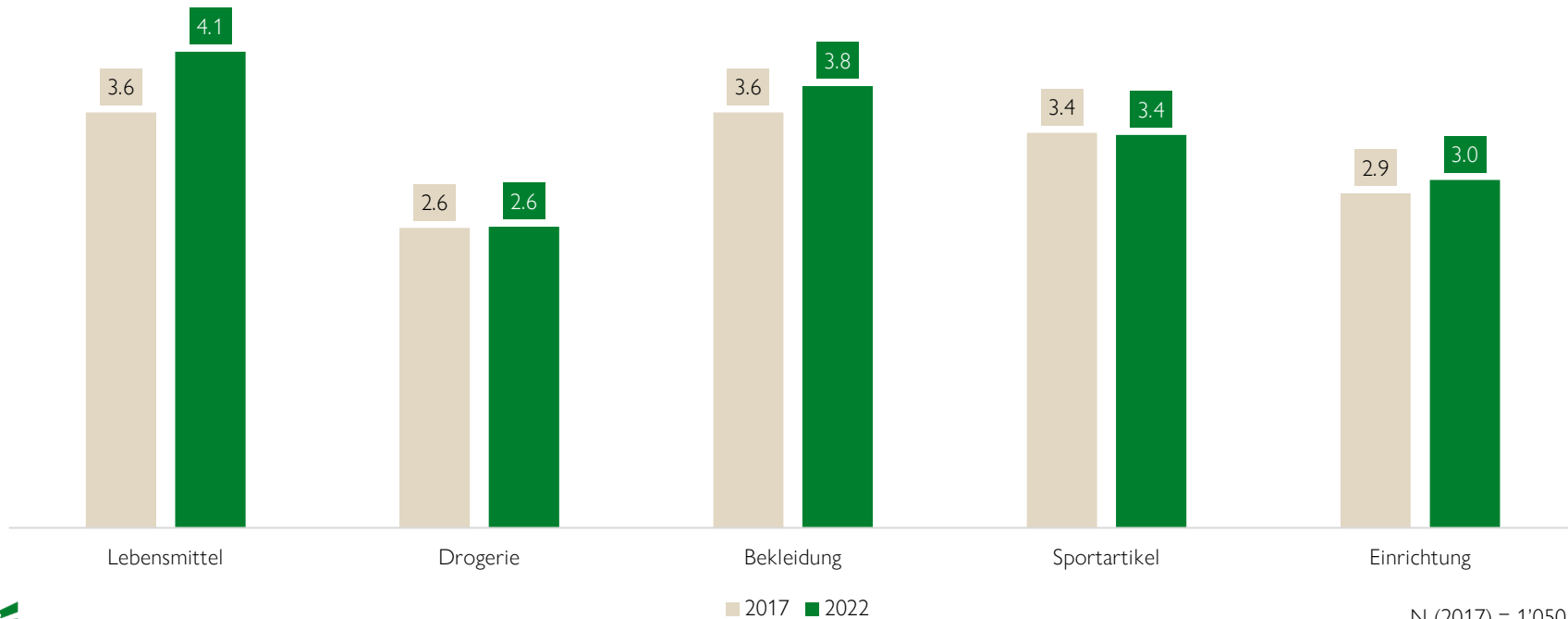
Bedarfsdeckung in stationären Geschäften im Ausland

Wie viel Prozent Ihres Bedarfs an ... decken Sie ungefähr in Geschäften im grenznahen Ausland?



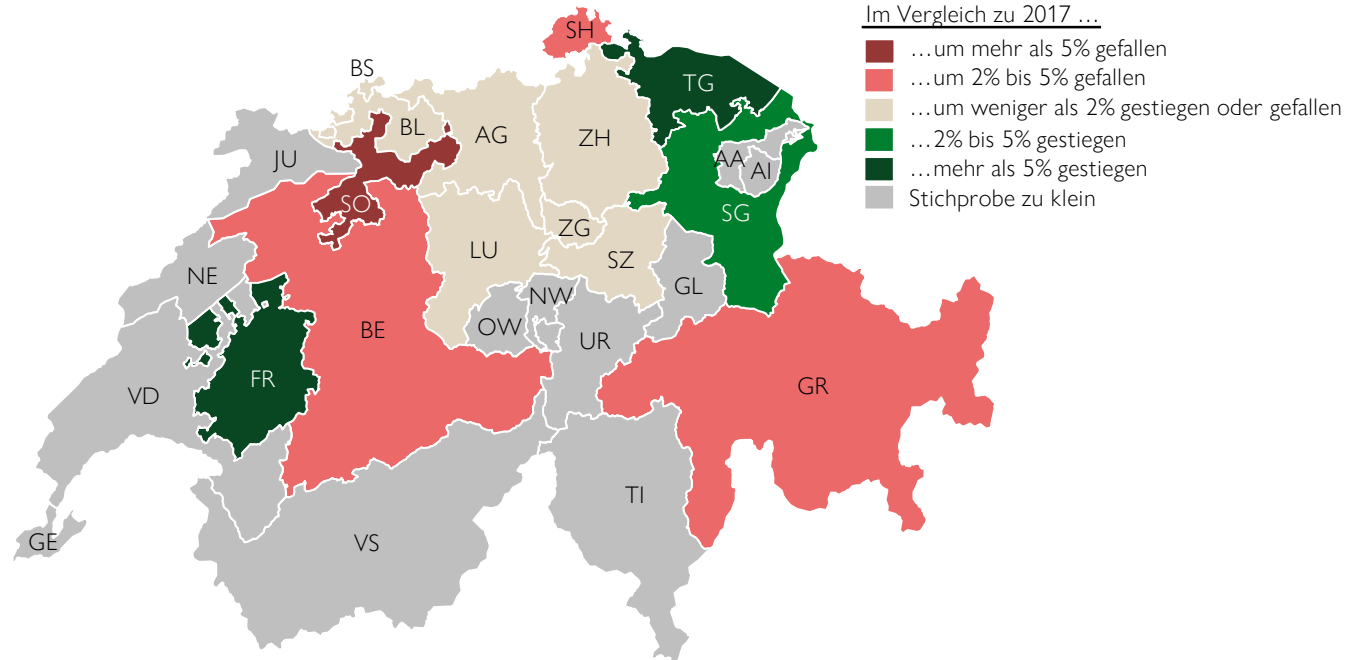
Online-Einkaufshäufigkeit im Ausland

Wie häufig kaufen Sie ungefähr ... bei ausländischen Anbietern im Internet ein? (x-Mal pro Jahr)



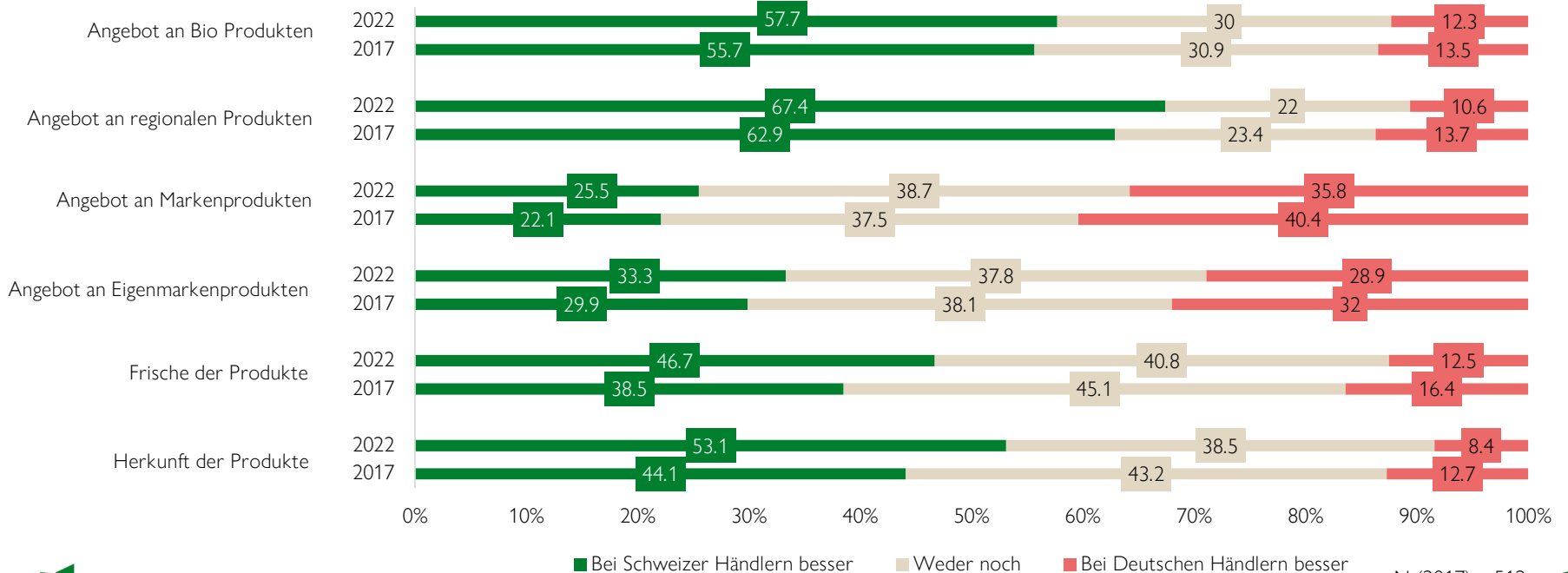
Online-Bedarfsdeckung im Ausland nach Kantonen

Wie viel Prozent Ihres gesamten Bedarfs an ... decken Sie bei ausländischen Anbietern im Internet¹?



Bewertung von Schweizer und deutschen Händlern unabhängig vom Kaufkanal

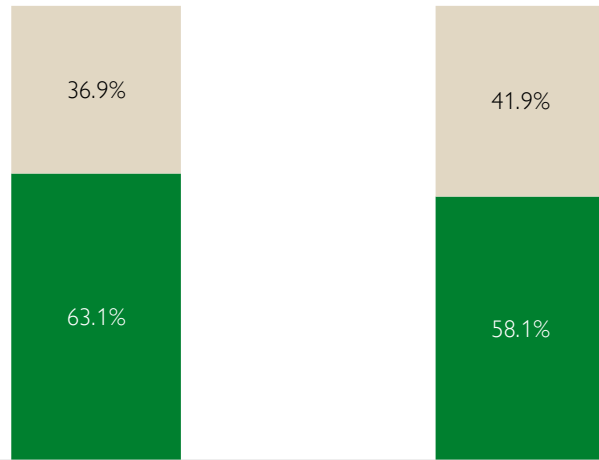
Welche der folgenden Dinge finden Sie bei den Schweizer Händlern besser und welche bei Deutschen Händlern?
(Skala von 1-7; 1-3 = bei Schweizer Händler besser, 4 = weder noch, 5-7 = bei Deutschen Händlern besser)



Ausmass Stationär- und Online-Einkaufstourismus für Drogerieartikel

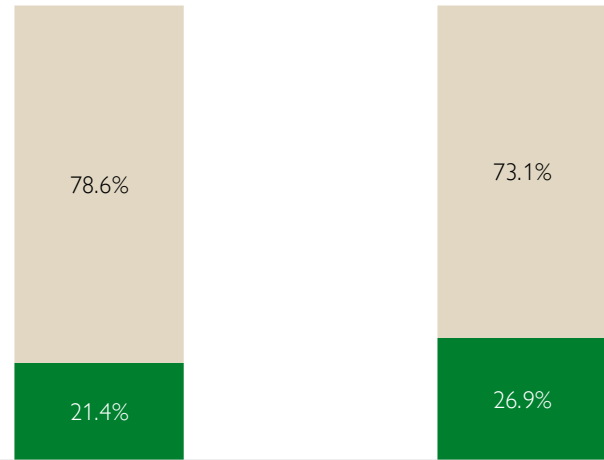
Kaufen Sie ab und zu Drogerieartikel in Geschäften im grenznahen Ausland ein?

Haben Sie schon einmal Drogerieartikel bei ausländischen Anbietern im Internet bestellt?¹



■ Ja ■ Nein

N (2017) = 4'022
N (2022) = 4'322



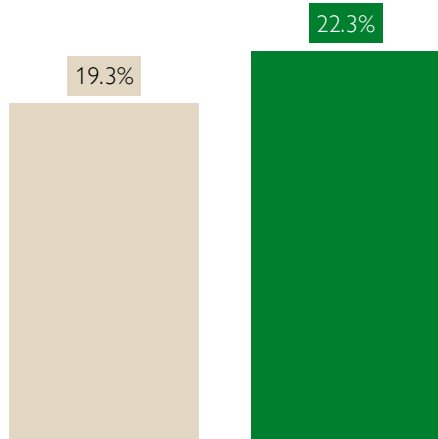
■ Ja ■ Nein

N (2017) = 622
N (2022) = 633

¹ Frage wurde nur den Befragten gestellt, welche den Fragebogen zu Drogerie beantwortet haben.

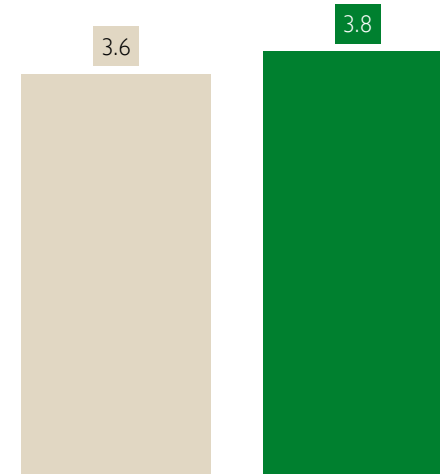
Bedarfsdeckung und Häufigkeit des Online-Einkaufstourismus für Bekleidung

Wieviel Prozent Ihres gesamten Bedarfs an Bekleidung decken sie ungefähr bei ausländischen Anbietern im Internet?



■ 2017 ■ 2022
N (2017) = 336
N (2022) = 351

Wie häufig kaufen Sie ungefähr Bekleidung bei ausländischen Anbietern im Internet ein? (x-Mal pro Jahr)



■ 2017 ■ 2022
N (2017) = 326
N (2022) = 344

Preiseinschätzung ausgewählter Sportartikel

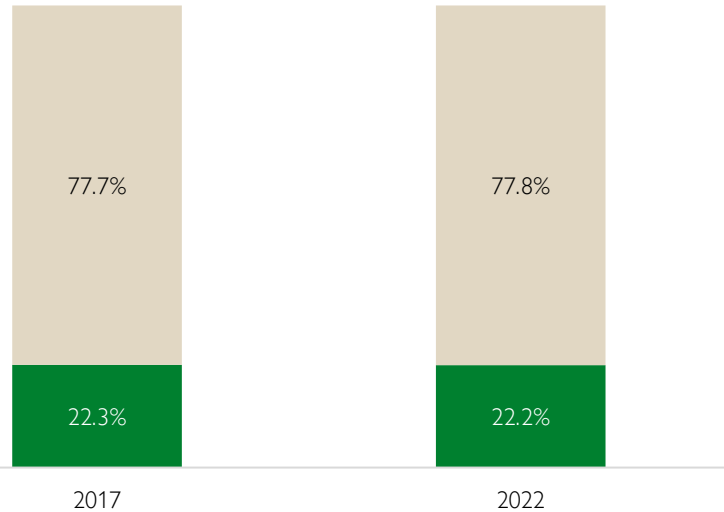
Artikel	Realer Preisunterschied 2022 ¹	Geschätzter Preisunterschied 2022 ¹	Geschätzter Preisunterschied 2017
Skihelm GIRO S NINE	+ 34.7 %	+ 57.9 %	+ 63 %
Wanderschuhe von MEINDL mit GoreTex	+ 21.8 %	+ 50.0 %	+ 67 %
Fitness Funktionsshirt Climacool von Adidas	+ 43.9 %	+ 60.4 %	+ 55 %
Durchschnitt	+ 33.5 %	+ 56.1 %	+ 61.7 %

*Lesebeispiel **realer Preisunterschied**: Im Jahr 2022 lag der reale Preis von einem Skihelm GIRO S NINE in der Schweiz um 34.7 % höher als in Deutschland.*

*Lesebeispiel zu **geschätztem Preisunterschied**: Im Jahr 2022 schätzen Konsumenten den Preis für einen Skihelm GIRO S NINE in der Schweiz um 57.9 % höher ein als in Deutschland. 2017 betrug der geschätzte Preisunterschied 63%.*

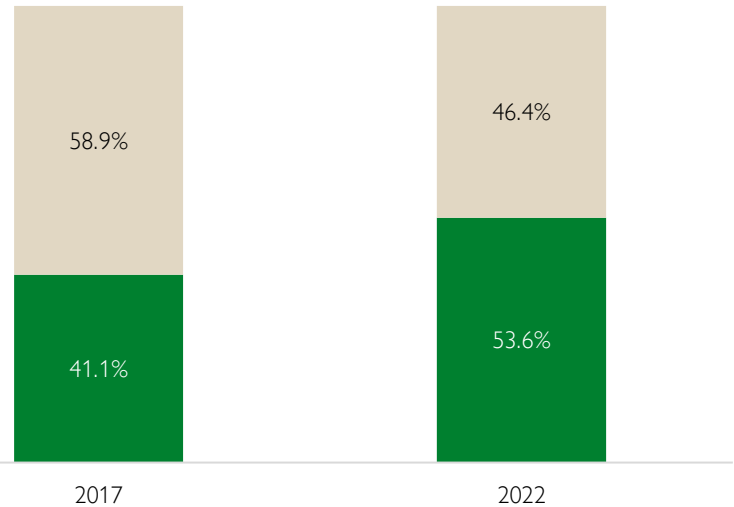
Ausmass Stationär- und Online-Einkaufstourismus für Einrichtung

Kaufen Sie ab und zu Einrichtung in Geschäften im grenznahen Ausland ein?



■ Ja ■ Nein
 N (2017) = 4'022
 N (2022) = 4'322

Haben Sie schon einmal Einrichtung bei ausländischen Anbietern im Internet bestellt?¹



■ Ja ■ Nein
 N (2017) = 618
 N (2022) = 625

¹ Frage wurde nur den Befragten gestellt, welche den Fragebogen zu Einrichtung beantwortet haben.