



# E-Commerce- Bericht Schweiz 2021

nexi

# E-Commerce-Bericht Schweiz 2021

Die Schweiz ist ein grosser Markt für E-Commerce und umfasste einen Umsatz von CHF 32,5 Milliarden im Jahr 2021, mit einer Gesamtsteigerung von 13 % gegenüber dem Vorjahr.

Doch wie geht es dem Schweizer E-Commerce nach der Pandemie?

Das Verbraucherverhalten hat sich verändert. Der stationäre Handel begrüsst die alten Kunden zwar wieder in den Geschäften, aber einige durch die Pandemie bedingten Gewohnheiten werden wohl bleiben. Neue Hobbys, Berufe, Interessen und Freizeitaktivitäten haben das Marktumfeld für immer verändert. E-Commerce-Shops müssen sich darauf einstellen, um relevant zu bleiben.

Genau dieser Herausforderung möchten wir uns mit dem E-Commerce-Bericht Schweiz 2021 stellen. Da sich die Verbrauchervorlieben kontinuierlich ändern und die Erwartungen nach der Pandemie gestiegen sind, war es für den E-Commerce noch nie so wichtig wie heute, informiert und vorbereitet zu sein. Angesichts des sich wandelnden, unberechenbaren geopolitischen Klimas ist klar, dass die Unternehmen, die den Finger am Puls des Verbraucherverhaltens haben, die Nase vorn haben werden.

Die Informationen in diesem E-Commerce-Bericht dienen als Leitfaden für lokale E-Commerce-Shops, die in diesen unsicheren Zeiten erfolgreich sein möchten. Er gibt Aufschluss über die Kaufgewohnheiten der lokalen Verbraucher, die Stärken und Schwächen der internationalen Mitbewerber und die brancheninternen Chancen für mehr Wachstum bzw. Anpassung.

Falls Sie in neue Märkte in Europa expandieren möchten, stellen wir auf unserer Website weitere Berichte für andere Länder zur Verfügung.

Nets ist jederzeit für Sie da und unterstützt Sie, das Beste aus der jeweiligen Region bzw. Chance herauszuholen. Wir hoffen, der Bericht ist für Sie interessant und unsere Erkenntnisse helfen Ihnen, in ein neues Jahr voller Möglichkeiten für Ihr Unternehmen zu starten.



**Marianne Bregenzer**  
Regional Manager CH/AT & Country  
Manager Switzerland

## 01 Der Markt

E-Commerce-Bericht Schweiz 2021	2
E-Commerce in der Schweiz – eine Erfolgsgeschichte	5
E-Commerce-Rückgangszu Diensten	6
Immer in Bewegung	10
	14

## 02 Vorlieben der Verbrau-

Machen Sie die Abläufe einfach, und wir machen Sie reich	19
Empfehlungen für E-Commerce-Shops	20

## 03 Erfahrungen der Ver-

Langsam, zuverlässig, klassisch	22
Zahlung: Die meistgenutzten Zahlungsmethoden des Jahres 2021	23
Die beliebtesten Zahlungsmethoden des Jahres 2021	24
Zahlung: Warum diese Zahlungsmethode?	26
Im Detail: Interessante Aspekte des Zahlungsverkehrs in der Schweiz	27
Voller Warenkorb – kein Kaufabschluss	28
Kaufabbrüche nach Alter	29

## 04 So bauen Sie Ihr Geschäft aus

Die Auswahl ist gross – warum also

tiefstapeln?	32
Darum kaufen Verbraucher international ein	34
Platzhirsch – so halten Ihnen lokale Verbraucher die Treue	35
Keine Grenzen – internationaler Verkauf	36
	37

## 05 Anbieter

Kein Grund, abzuheben	41
Werden Sie zum lokalen Mogul	42

## 06 Fazit

Erfolg auf ganzer Linie für die Schweiz!	44
Methodik	45



<sup>01</sup>  
**Der Markt**

# E-Commerce in der Schweiz – eine Erfolgsgeschichte

Nach zwei erfolgreichen Jahren hatten wir erwartet, dass sich die Konsumausgaben im E-Commerce-Bereich in der Schweiz wieder auf einem normalen Mass einpendeln würden, was einen leichten Rückgang des E-Commerce bedeutet hätte. Es sieht jedoch danach aus, als ob die Schweiz diesbezüglich immer noch einige Überraschungen bereithält. Die Ausgaben der Verbraucher im E-Commerce sind um insgesamt 13 % gestiegen.

Kultur- und Sportveranstaltungen verzeichneten einen Anstieg von 15 %, die Ausgaben für Reisen sind gegenüber 2020 um 61 % gestiegen. Die einzige rückläufige Kategorie sind materielle Waren, die im Vergleich zu 2020 um 5 % zurückgegangen sind.

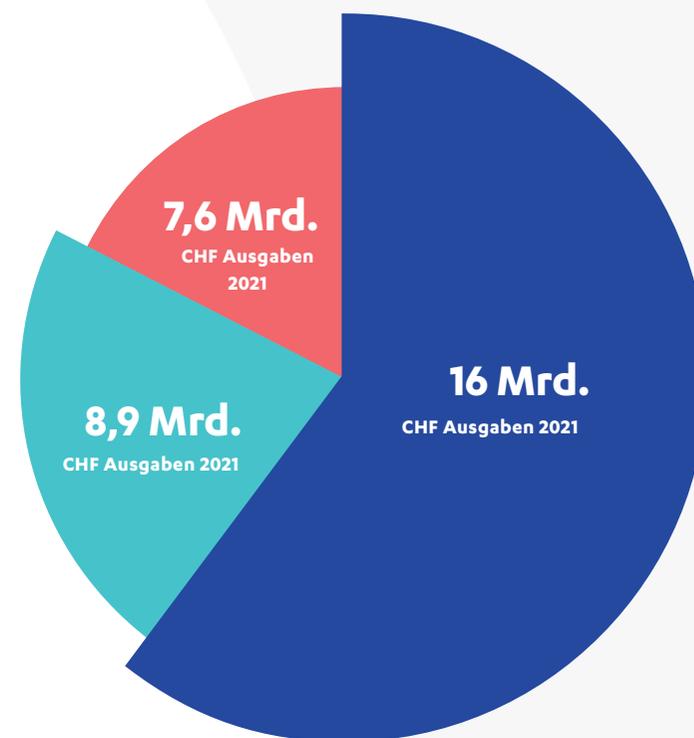
Alles in allem war der Schweizer E-Commerce in diesem Jahr alles andere als neutral und verzeichnete Erfolge in wichtigen Branchen und nur einen leichten Rückgang beim Online-Shopping. Das ist besonders beeindruckend, wenn man bedenkt, dass die Schweiz seit 2019 auf Erfolgskurs ist. Es scheint, als hätten sich die Schweizer an das Online-Shopping gewöhnt – und wir begrüßen diese Entwicklung.

▲ **13 %**  
Gesamter  
E-Commerce,

▲ **61 %**  
Reisebranche,  
Wachstum 2021

▲ **15 %**  
Dienstleistungen,  
Wachstum 2021

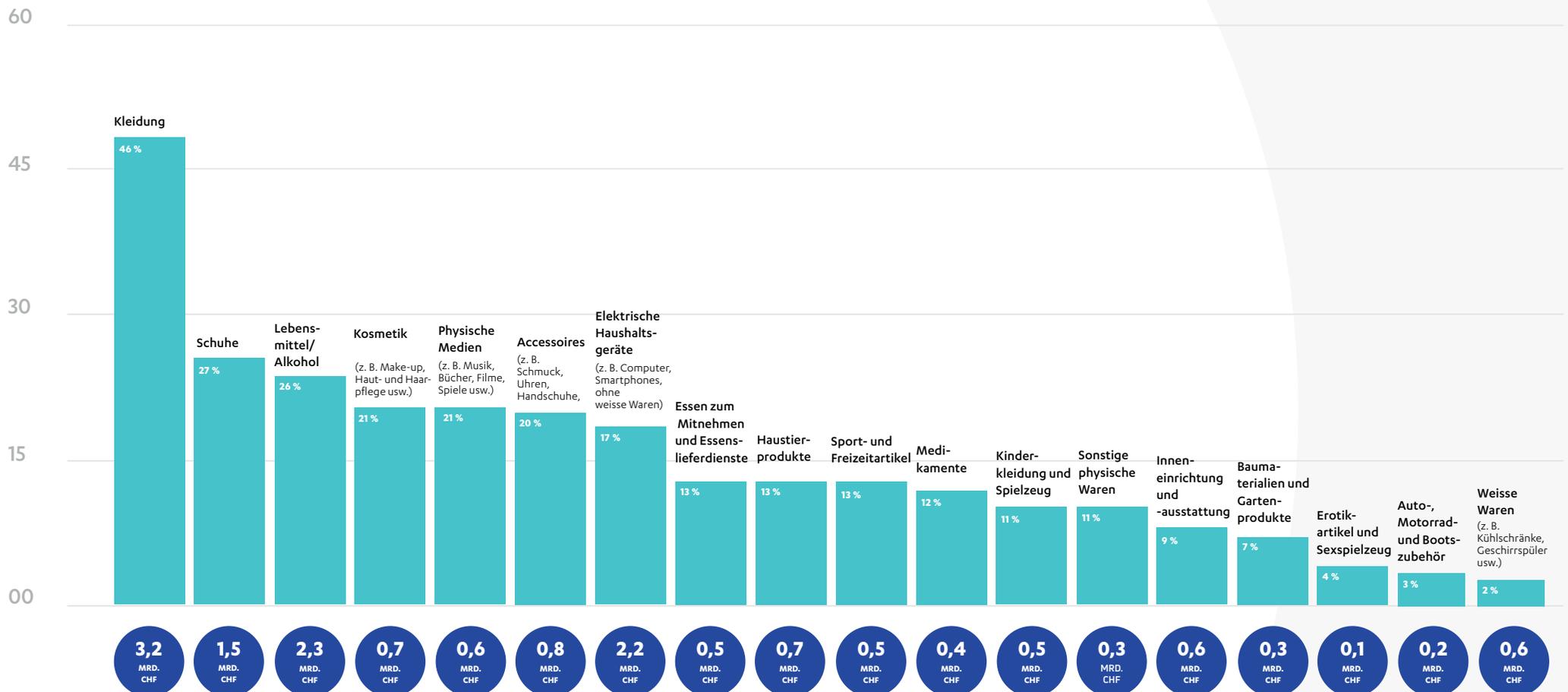
▼ **-5 %**  
Gekaufte Waren,  
Rückgang 2021



# Leichter Rückgang bei Waren

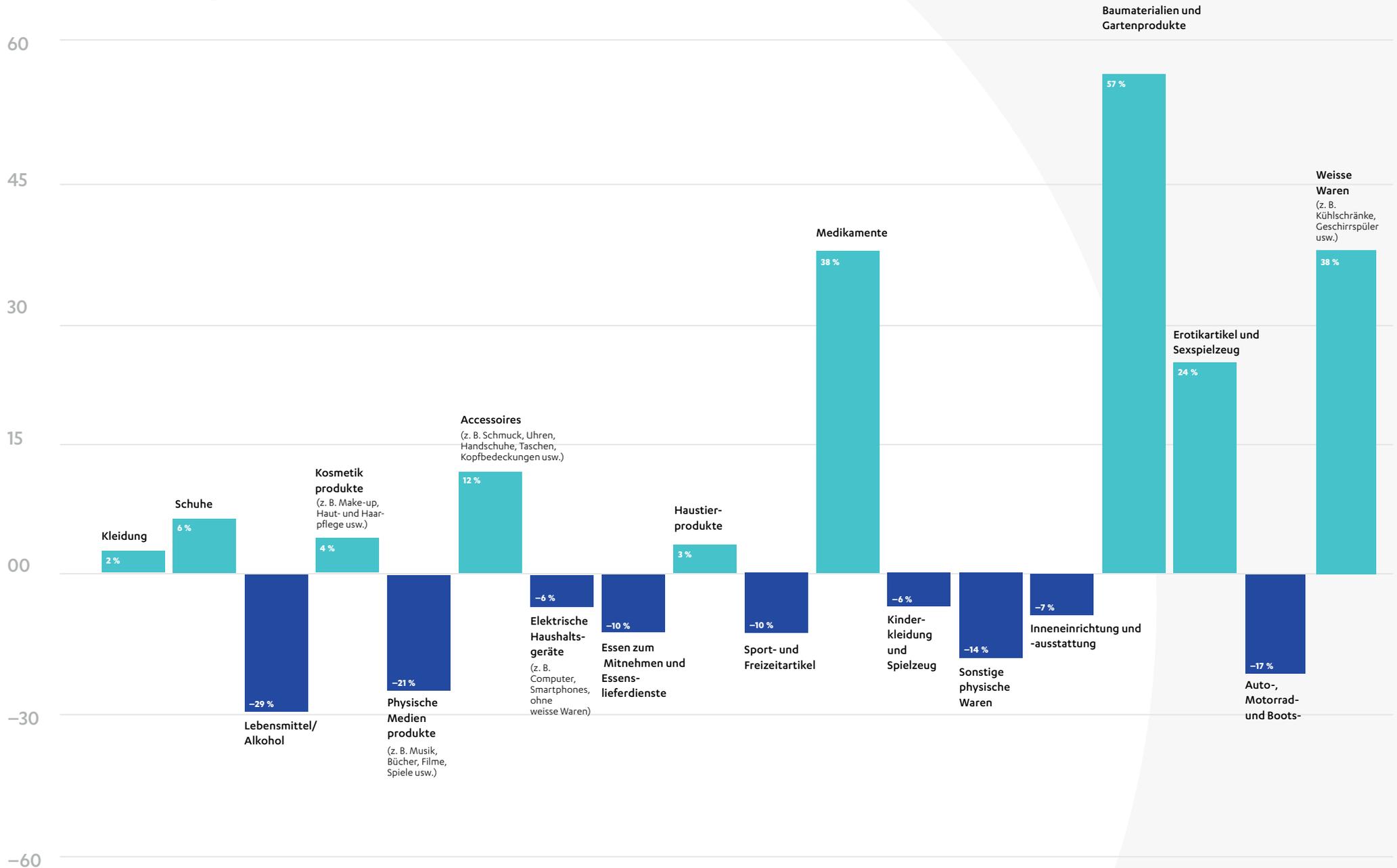
Der Online-Kauf von Waren ist etwas zurückgegangen, und zwar um 5 %. Allerdings müssen E-Commerce-Shops nicht gleich an den Untergang ihrer Welt denken, da immer noch mehr als die Hälfte der Ausgaben in der Schweiz auf Waren entfallen. Es gibt also noch genügend Chancen. Dennoch gibt es im E-Commerce-Bereich in diesem Jahr sowohl Gewinner als auch Verlierer.

Prozentsatz der Verbraucher, die in den letzten 28 Tagen in jeder Kategorie online eingekauft haben/Konsumausgaben nach Kategorie



\* Bei diesen Zahlen handelt es sich um Schätzungen auf der Grundlage von Medianwerten. Sie sollten als Vergleich zwischen den Kategorien betrachtet werden.

Prozentuale Veränderung des Branchenwerts von 2020–2021



\* Bei diesen Zahlen handelt es sich um Schätzungen auf der Grundlage von Medianwerten. Sie sollten als Vergleich zwischen den Kategorien betrachtet werden.

## Die Gewinner

57 %

### Baumaterialien und Gartenprodukte

Man muss seinem Nachbarn immer vor Augen führen, wer die grösste Terrasse hat – und der E-Commerce-Branche gefällt das. Im vergangenen Jahr haben wir 57 % mehr für Baumaterialien und Gartenprodukte ausgegeben als 2020. Dies scheint eines der neuen Hobbys und Interessen zu sein, die seit Beginn der Pandemie geblieben sind.

38 %

### Weisse Waren (Kühlschränke, Geschirrspüler usw.)

Wie lässt sich das Homeoffice verbessern? Mit einem neuen Geschirrspüler. Mit Bluetooth. Klar. Das könnte der Grund sein, warum die Schweizer 2021 38 % mehr für weisse Waren ausgaben.

38 %

### Medikamente

Medikamente machen alles besser – auch den E-Commerce. Die Ausgaben für Medikamente stiegen gegenüber 2020 um 38 % – möglicherweise deshalb, weil die Schweizer auch nach der Pandemie gesund bleiben möchten.

## Die Verlierer

-29 %

### Lebensmittel/Alkohol

Die Neujahrsvorsätze scheinen sich in der Schweiz durchzusetzen, denn 2021 gab es weniger grosse Feiern. Die Folge? Ein Rückgang der Ausgaben um 29 % gegenüber dem mageren Partyjahr 2020.

-21 %

### Physische Medien (Bücher, Spiele, Filme usw.)

Nicht mehr lange und DVDs, Wörterbücher und Monopoly werden in Filmen als Relikte der Vergangenheit wiederzufinden sein. In der Schweiz sanken die Ausgaben für physische Medien gegenüber 2020 um 21 %.

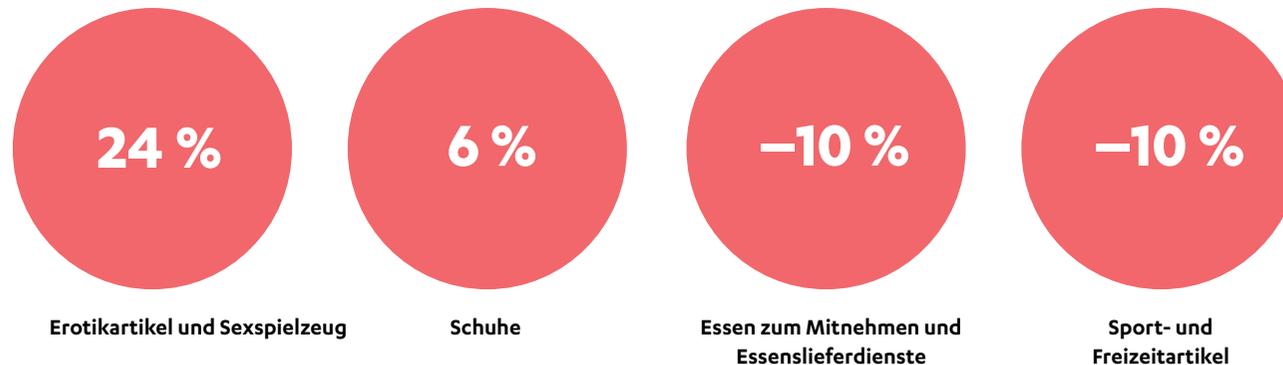
-17 %

### Auto-, Motorrad- und Bootszubehör

Die Schweiz zählt zu den Ländern mit dem besten öffentlichen Verkehr der Welt – warum also in Auto-, Motorrad- und Bootszubehör investieren? Das sehen auch die Verbraucher so, weshalb die Branche 2021 einen Rückgang von 17 % verzeichnete.

## Die Zweitplatzierten

Weitere Kategorien mit grossen prozentualen Veränderungen, die Aufschluss über unser Kaufverhalten 2021 geben:



## Erkenntnisse

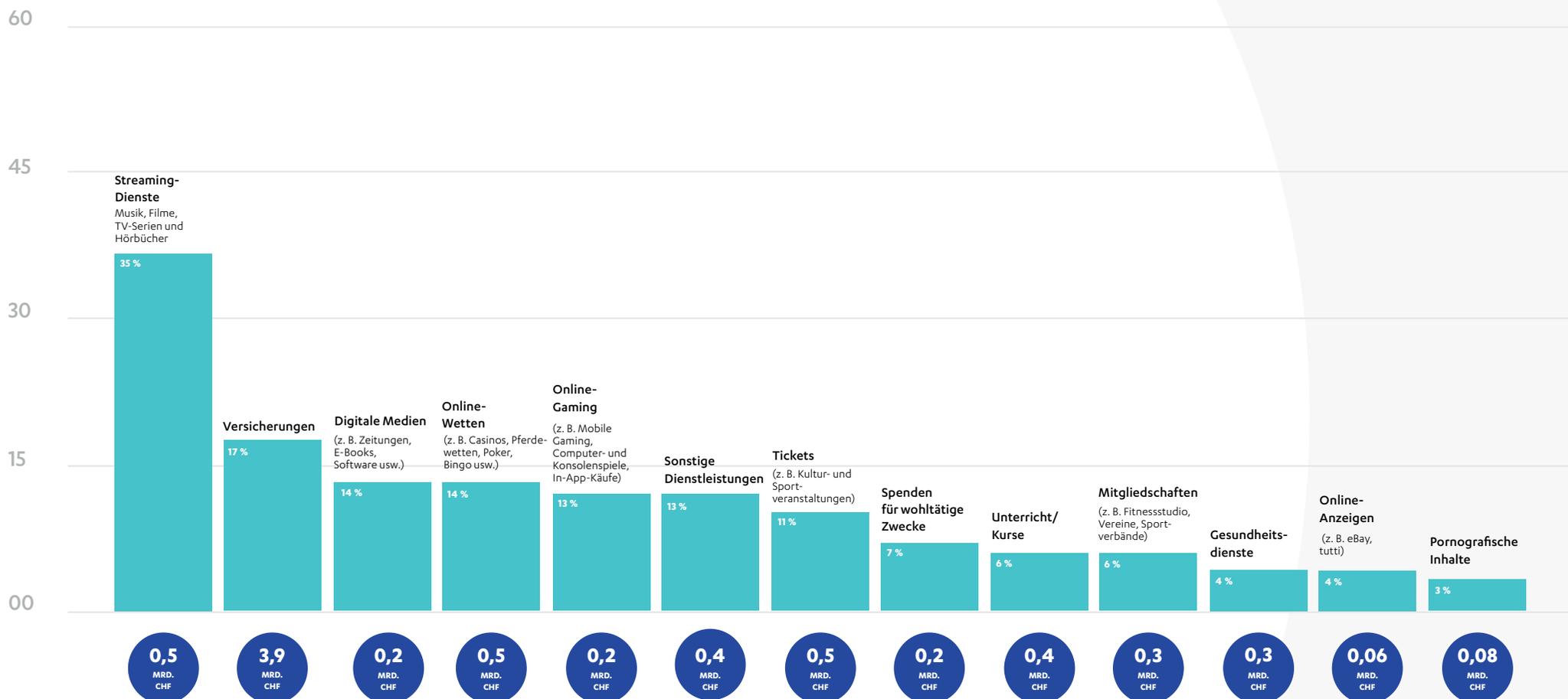
Die Schweizer E-Commerce-Branchen scheinen sich 2021 anzugleichen, wobei die grössten Zuwächse in einigen Branchen mit dem kleinsten Marktanteil zu verzeichnen sind. Die Branchen mit den grössten Marktanteilen verzeichneten dagegen nur geringe Zuwächse, allen voran die Bekleidungsindustrie mit einem Marktwert von CHF 3,2 Mrd.. Trotz des Rückgangs der Ausgaben für physische Waren um 5 % verzeichneten die meisten Branchen tatsächlich einen Zuwachs. Der Gesamtverlust wurde hauptsächlich durch den erheblichen Rückgang bei Lebensmitteln/Alkohol und physischen Medien verursacht.

E-Commerce-Shops, die von den Trends des Jahres 2021 profitieren möchten, sollten nach Chancen Ausschau halten, um von den neuen Hobbys der Schweizer sowie von Produkten, die das Leben zu Hause erleichtern können, zu profitieren. Die Schweizer Bevölkerung hat wohl oder übel neue Gewohnheiten entwickelt. E-Commerce-Anbieter sind daher gut beraten, diese zu berücksichtigen.

# E-Commerce – stets zu Diensten

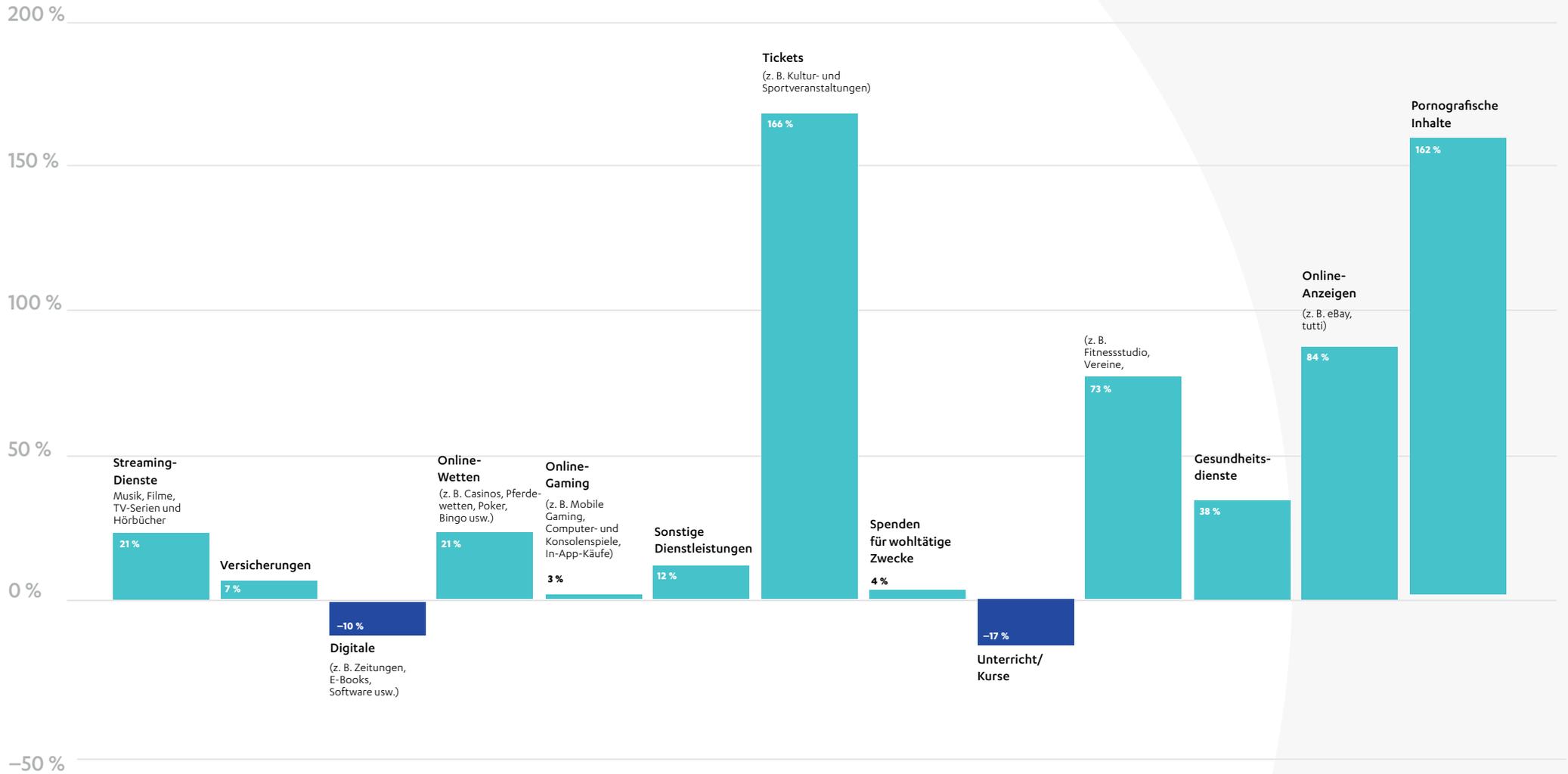
E-Commerce-Dienstleistungen haben in der Schweiz gegenüber 2020 um 15 % zugenommen. Als man nach der Pandemie wieder problemlos nach draussen gehen konnte, erlebten wir eine explosionsartige Zunahme von Veranstaltungen und ein sehr erfolgreiches Jahr für E-Commerce-Dienstleistungsangebote. Mit diesen Zahlen lässt sich wissenschaftlich belegen, dass in der Schweiz wieder gefeiert wird.

Prozentsatz der Verbraucher, die in den letzten 28 Tagen in jeder Kategorie online eingekauft haben/Konsumausgaben nach Kategorie



\* Bei diesen Zahlen handelt es sich um Schätzungen auf der Grundlage von Medianwerten. Sie sollten als Vergleich zwischen den Kategorien betrachtet werden.

## Prozentuale Veränderung des Branchenwerts von 2020–2021



\* Bei diesen Zahlen handelt es sich um Schätzungen auf der Grundlage von Medianwerten. Sie sollten als Vergleich zwischen den Kategorien betrachtet werden.

## Die Gewinner

166 %

### Tickets – Sport- und Kulturveranstaltungen

Viele Dinge weiss man erst dann zu schätzen, wenn sie einem weggenommen werden. Die Schweizer begrüsst die Rückkehr von Veranstaltungen, indem sie mehr als doppelt so viele Eintrittskarten kauften (166 %) wie im Vorjahr. Da die Angst vor Corona langsam aber sicher dem Lagerkoller weicht, gehen wir davon aus, dass dieser Trend weit bis ins Jahr 2022 anhalten wird.

21 %

### Streaming-Dienste

Niemand freut sich auf Werbung. Wirklich niemand. Streaming-Dienste verdrängten auch 2021 weiterhin das traditionelle Fernsehen mit einem Zuwachs von 21 % und einem Umsatzanstieg um CHF 0,5 Mrd. Werden wir jemals wieder Satellitenschüsseln vergleichen? Wohl kaum.

7 %

### Versicherungen

Mit Versicherungen ist es wie mit dem Spass: Je älter man ist, desto teurer wirds. Der Zuwachs von 7 % bei den Versicherungen in der Schweiz im Jahr 2021 mag zunächst gering erscheinen – bis man sich vergegenwärtigt, dass es sich dabei um den höchsten Ertrag handelt, der in diesem Jahr bei den E-Commerce-Diensten erzielt wurde.

## Die Verlierer

–17 %

### Unterricht/Kurse

Ein Abschluss ist etwas Tolles, wie Schweizer feststellten, die Online-Kurse zur Persönlichkeitsentwicklung absolviert haben. Die Ausgaben für Unterricht und Kurse gingen gegenüber 2020 um 17 % zurück, was möglicherweise darauf zurückzuführen ist, dass die Menschen an ihren Arbeitsplatz zurückkehrten und somit weniger Zeit hatten.

–10 %

### Digitale Medien (z. B. Zeitungen, E-Books, Software)

Niemand lädt den Typen mit dem Kindle zu einem Musikfestival ein. Mit dem Aufschwung der Veranstaltungsbranche haben die digitalen Medien einen Umsatzrückgang von 10 % hinnehmen müssen.

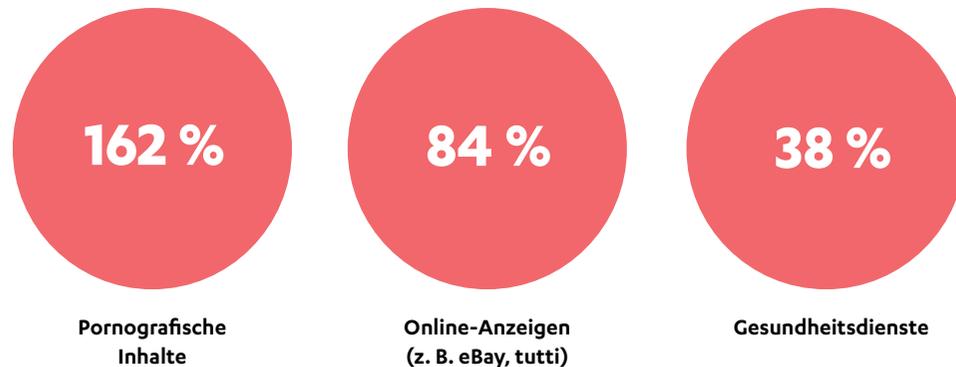
3 %

### Online-Gaming

Den geringsten Zuwachs bei den Dienstleistungen 2021 verzeichnete das Online-Gaming mit einem Zuwachs von 3 %. Doch auch das ist nicht wenig. Eine Switch ist halt immer noch cooler als ein Kindle.

## Die Zweitplatzierten

Weitere Kategorien mit grossen prozentualen Veränderungen, die Aufschluss über unser Kaufverhalten 2021 geben:



## Erkenntnisse

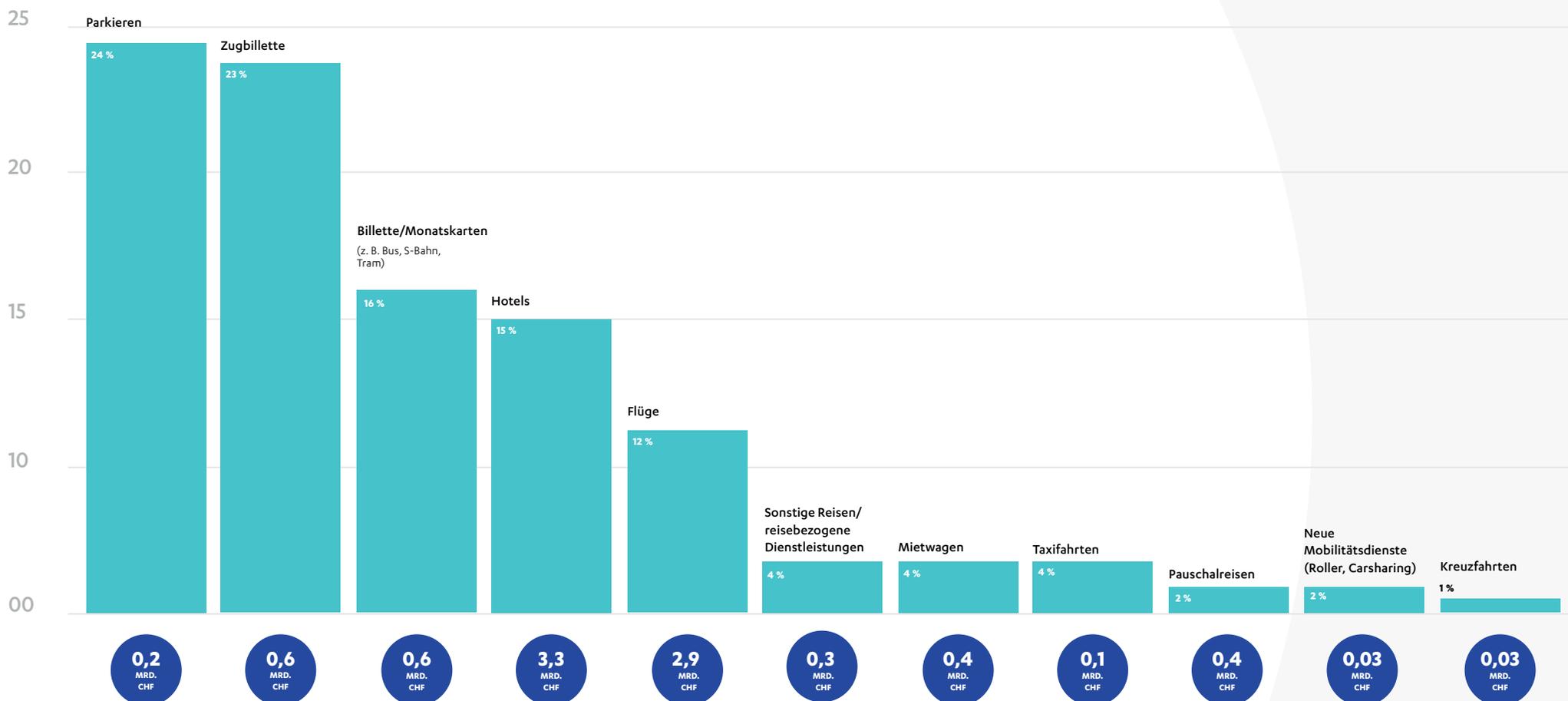
Die Dienstleistungen verzeichneten in diesem Jahr einen Zuwachs von 15 %. Ein klarer Trend ist zu erkennen, der auf ein wachsendes Bedürfnis nach realen Erlebnissen hinweist – was allerdings nicht bedeutet, dass die Ausgaben für Online-Angebote zurückgegangen sind. Die meisten Online-Aktivitäten entwickelten sich parallel zu physischen Dienstleistungen. Dieser Trend ist wahrscheinlich ein Anzeichen dafür, dass die Welt die Pandemie langsam hinter sich lässt, aber dennoch einige der neueren Gewohnheiten geblieben sind.

E-Commerce-Shops, die von den Trends im Dienstleistungsbereich profitieren möchten, sollten auf Angebote setzen, die eine Rückkehr zum Lifestyle vor Corona bieten, bei dem Veranstaltungen im Mittelpunkt stehen. Darüber hinaus bieten Shops, die den Online-Verkauf von Waren oder Investitionen in Gesundheitsdienste erleichtern, eine einzigartige Gelegenheit für den E-Commerce. Interessanterweise ist dieser Trend in Ländern ausserhalb der Schweiz nicht zu beobachten, wo der Erfolg dieser Dienste mit dem Abklingen der Pandemie abnahm.

# Immer in Bewegung

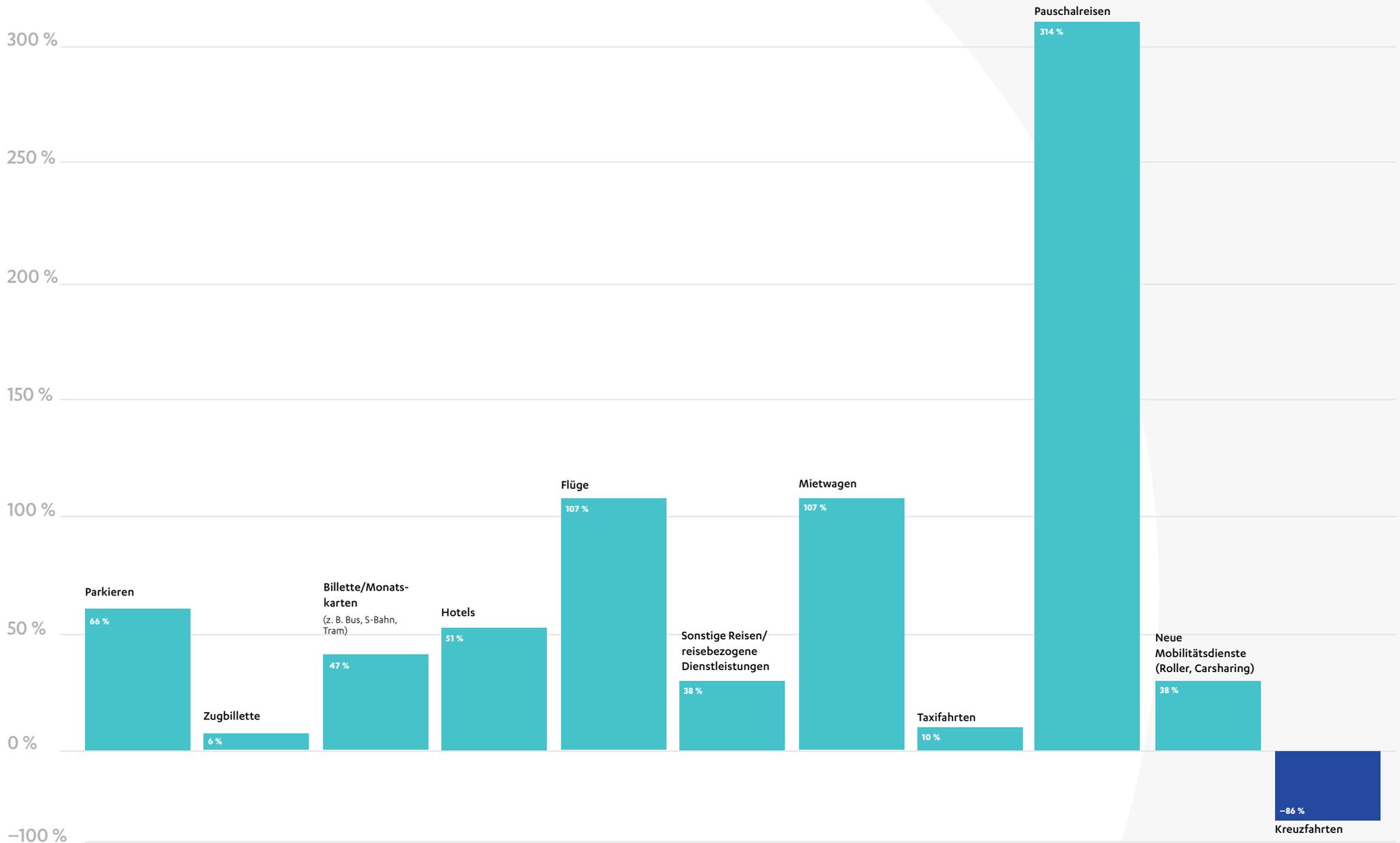
2021 war das chinesische Jahr des Ochsens – wir nennen es aber lieber das Jahr des Reisens. Es war das Jahr des Comebacks für die Reisebranche: Die Ausgaben für Pauschalreisen, Flüge und Mietwagen haben sich 2021 gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppelt.

Prozentsatz der Verbraucher, die in den letzten 28 Tagen in jeder Kategorie online eingekauft haben/Konsumausgaben nach Kategorie



\* Bei diesen Zahlen handelt es sich um Schätzungen auf der Grundlage von Medianwerten. Sie sollten als Vergleich zwischen den Kategorien betrachtet werden.

## Prozentuale Veränderung des Branchenwerts von 2020–2021



\* Bei diesen Zahlen handelt es sich um Schätzungen auf der Grundlage von Medianwerten. Sie sollten als Vergleich zwischen den Kategorien betrachtet werden.

## Die Gewinner

314 %

### Pauschalreisen

Pauschalreisen nahmen um beeindruckende 314 % zu, wobei die meisten Buchungen nach Aufhebung der Coronamassnahmen erfolgten. Es scheint, dass die Schweizer das Abenteuer den Wiederholungen von Serien wie Friends und Scrubs vorziehen – und wir können es ihnen nicht verdenken.

107 %

### Flüge

Wir heben wieder ab! Die Luftfahrtbranche ist wieder auf Kurs, denn die Buchungen stiegen 2021 um 107 %. Aufgrund der schwindenden Reisebeschränkungen freuen sich die Schweizer wieder auf das Reisen.

107 %

### Mietwagen

Abo abschliessen – los gehts! Autoabonnements liegen in der Schweiz voll im Trend. Die Ausgaben für Mietwagen sind in den letzten Jahren zurückgegangen. Die Zunahme von 107 % gegenüber 2020 spiegelt die neuen Ausgaben für eine kleine Nutzerbasis wider.

## Die Verlierer

–86 %

### Kreuzfahrten

Die Schweizer Ausgaben für Schiffsreisen haben 2021 86 % des Umsatzes eingebüsst – ein besonders schlimmer Schuss vor den Bug nach der bereits schlechten Performance der Branche im Jahr 2020. Dies ist wahrscheinlich darauf zurückzuführen, dass Corona-Ausbrüche auf Kreuzfahrtschiffen die Aufmerksamkeit der Medien auf sich zogen und 2020 zu zahlreichen Stornierungen führten.

6 %

### Zugbillette

In einem aussergewöhnlichen Reisejahr waren die Ausgaben für Zugbillette enttäuschend gering und stiegen nur um 6 %. Auch wenn dies keine dramatische Entwicklung ist, so ist die Branche doch eine Verliererin in einem Jahr voller Gewinner.

10 %

### Taxifahrten

Die Schweizer Taxis haben im Jahr 2021 nicht verloren, aber auch nicht gewonnen. 2021 stiegen die Umsätze im Vergleich zum Vorjahr nur um 10 % – und das, obwohl mehr Menschen unterwegs waren als 2020! Die meisten Menschen in der Schweiz meiden das Taxi im Allgemeinen immer mehr. Erschwerend kommt hinzu, dass in Zürich nur noch rund 1000 Taxis verkehren – 500 weniger als vor der Corona-Pandemie. Wenn das so weitergeht, wird der WWF das Schweizer Taxi vielleicht schon 2022 auf seine Rote Liste gefährdeter Arten setzen.

## Die Zweitplatzierten

Weitere Kategorien mit grossen prozentualen Veränderungen, die Aufschluss über unser Kaufverhalten 2021 geben:

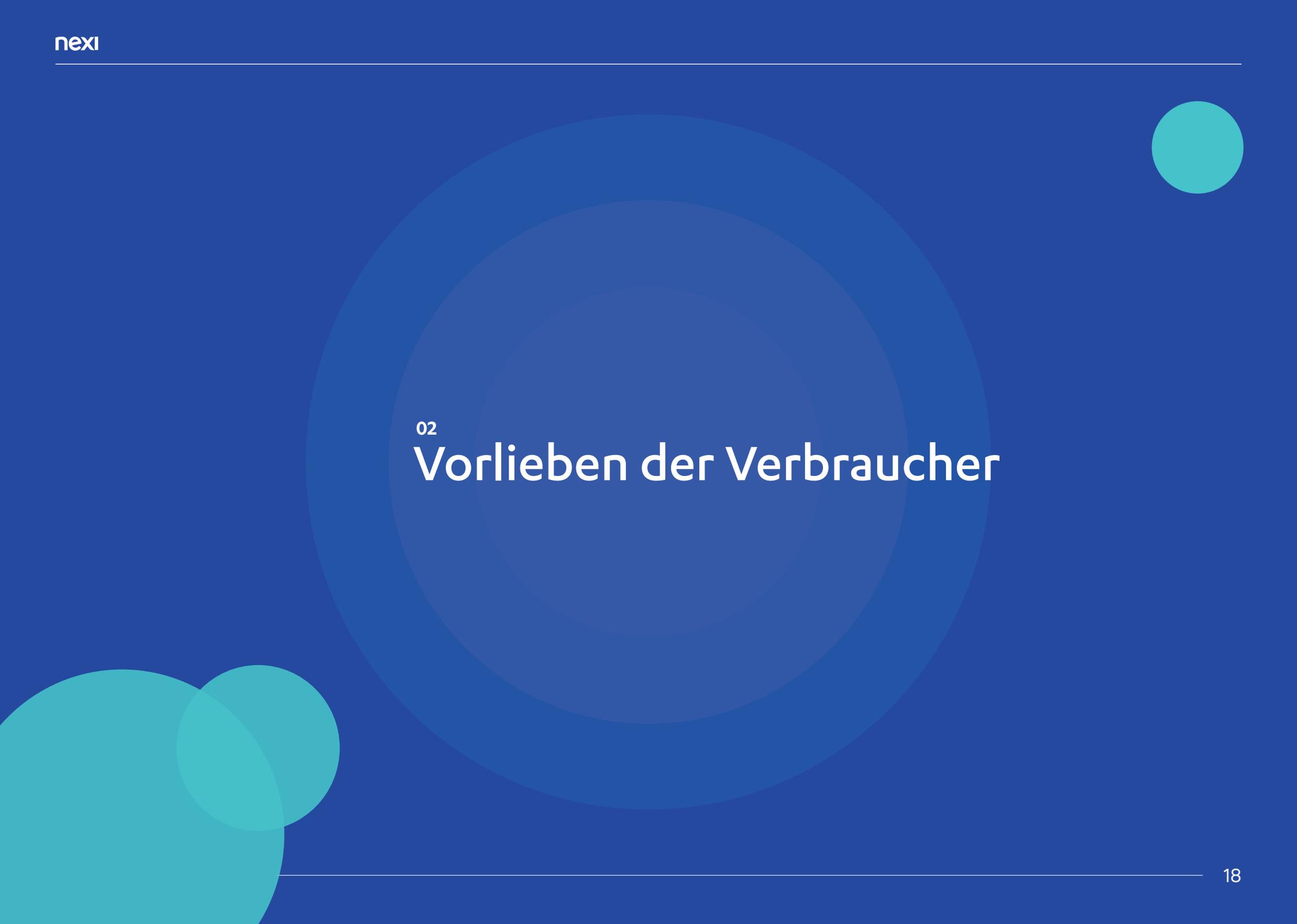


## Erkenntnisse

Die Reisebranche verzeichnete einen erstaunlichen Anstieg von insgesamt 61 %. Flug- und Pauschalreisen verzeichneten den grössten Umsatzzuwachs aller Kategorien dieses Berichts. Es ist jedoch anzumerken, dass die internationale Reisebranche als Ganzes noch weit von ihren Spitzenzahlen aus dem Jahr 2019 entfernt ist.

Alle wichtigen Reisebranchen scheinen zu wachsen – mit Ausnahme der Kreuzfahrtindustrie. Diesen Trend haben wir in den meisten europäischen Regionen beobachtet. Die Medienberichterstattung über die 2020 auf See gestrandeten «Corona-Schiffe» scheint der Branche schweren Schaden zugefügt zu haben. Es bleibt abzuwarten, ob sich die Branche erholen kann – oder wie die Titanic untergeht.

Die vielversprechenden Wachstumssignale zeigen, dass die Schweizer wieder Gefallen am Reisen finden. Dies sollte eine Erleichterung für E-Commerce-Anbieter in der Reisebranche sein, die sich fragen, ob Corona auch in Zukunft Auswirkungen auf die Reiselust haben kann. Das gestiegene Interesse am Reisen zeigt, dass E-Commerce-Anbieter ihren Ansatz nicht von Grund auf ändern müssen, sondern sich vielmehr auf ein vermehrtes Interesse und mehr Kunden einstellen sollten.



02  
Vorlieben der Verbraucher

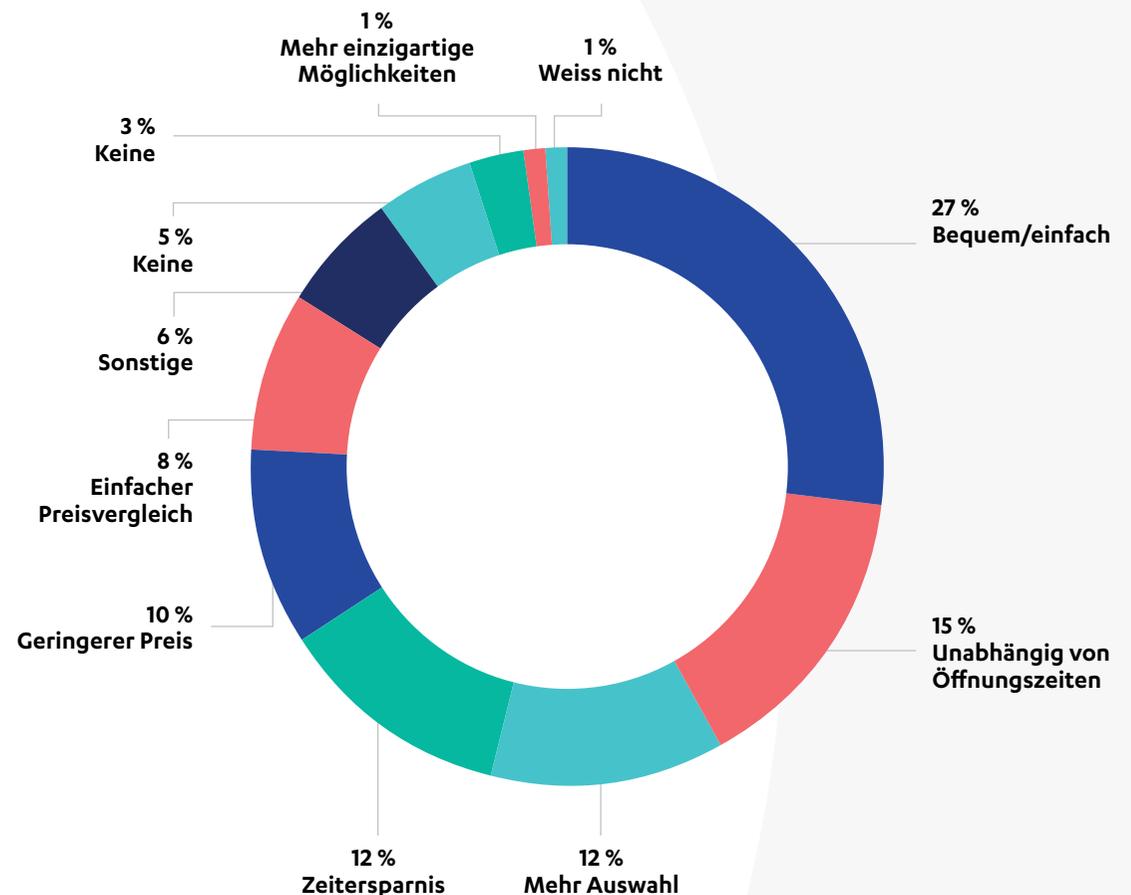
# Machen Sie die Abläufe einfach, und wir machen Sie reich

Man mag glauben, dass der Preis der entscheidende Faktor ist, wenn man online einkauft. Verbraucher können ganz einfach Produkte vergleichen, nach Rabatten suchen und nach Belieben verschiedene Gutscheincodes einlösen – was bisher ein wichtiger Faktor war.

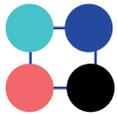
## Gründe der Verbraucher für das Online-Shopping

Die Gründe der Online-Kunden sind heute jedoch andere. Die Suche nach dem günstigsten Preis ist auf den fünften Platz der wichtigsten Faktoren zurückgefallen. Komfort ist jetzt fast dreimal so wichtig wie ein geringerer Preis, gefolgt von anderen Faktoren, die mit dem Komfort zusammenhängen, wie die Möglichkeit, lange Warteschlangen zu vermeiden. Komfort und Bequemlichkeit sind zu den neuen Grundsätzen des E-Commerce geworden und der Hauptgrund, warum Menschen sich für das Online-Shopping entscheiden.

Zugegeben, einige dieser komfortablen Faktoren wurden uns auferlegt, als die Pandemie unsere Bereitschaft, im stationären Handel einzukaufen, beeinträchtigt hat. Aber es scheint dennoch so zu sein, dass der E-Commerce heute ausgereifter ist und beim Online-Shopping nicht mehr einzig der Preis ausschlaggebend ist. Stattdessen haben Verbraucher die Möglichkeit, rund um die Uhr und an jedem Tag der Woche einzukaufen, um Warteschlangen an der Kasse zu vermeiden und Zeit zu sparen, da die Bestellung nach Hause geliefert wird. Schweizer mögen Effizienz, und dazu passt der E-Commerce perfekt.



# Empfehlungen für E-Commerce-Shops



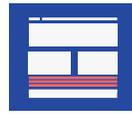
## Unkomplizierter Bezahlvorgang

Jeder Schritt zur Verbesserung Ihres Bezahlvorgangs steigert den Umsatz. Machen Sie es Ihren Kunden leicht, Geld auszugeben, und sie werden mehr ausgeben.



## Vorausgefüllte Formulare

Behindern Sie den Kaufprozess nicht, indem Sie die Kunden dazu nötigen, ihre Kreditkartendaten zu suchen.



## Ansprechende Website

Konzentrieren Sie sich darauf, was Ihre Kunden wollen, und sorgen Sie dafür, dass die Produktsuche und der Kauf so wenig Schritte wie möglich erfordern. Versuchen Sie möglichst, unnötige Schritte oder Ablenkungen zu vermeiden.



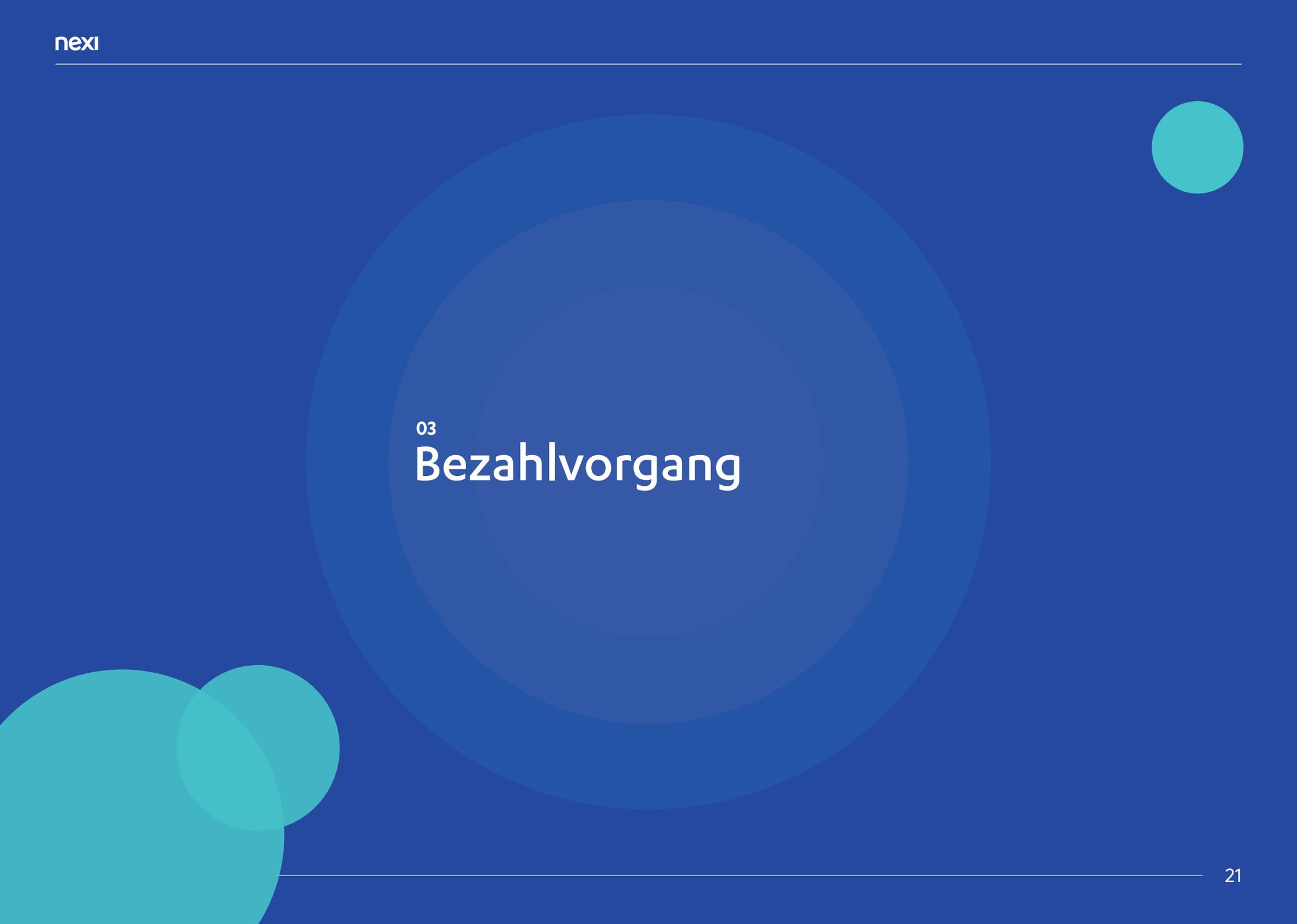
## Für Mobilgeräte optimierte Website

Viele Kunden kaufen auf mobilen Geräten ein. Sie sollten also nicht in vier Richtungen scrollen müssen. Gestalten Sie das Einkaufserlebnis für Besucher auf Mobilgeräten möglichst komfortabel, um Ihren möglichen Umsatz zu steigern.



## Einfache Vergleichsmöglichkeiten

Die Möglichkeit, Produkte schnell zu vergleichen, verbindet praktischen Komfort mit der Möglichkeit, schnell das beste Angebot zu finden. Je einfacher, desto eher werden Ihre Kunden kaufen.



03  
Bezahlvorgang

# Langsam, zuverlässig, klassisch

Die Nachfrage nach schnellen und unkomplizierten Einkaufserlebnissen erstreckt sich auch auf den Bezahlvorgang beim Online-Shopping. In der Schweiz spiegelt sich dies in der Verwendung von Kreditkarten wider, aber im Gegensatz zu vielen anderen von uns untersuchten Regionen folgt dicht dahinter der Kauf auf Rechnung als eine der am häufigsten genutzten Zahlungsarten.

Die Befragten aus der Schweiz bewerteten den Kauf auf Rechnung als recht effektiv und einfach. Es sei dahingestellt, ob Schweizer einfach nur sicher online einkaufen möchten oder ob Papierkram quasi ein Volkssport ist, aber die Tatsache, dass der Kauf auf Rechnung im Vergleich zu anderen Methoden als unkompliziert angesehen wird, stach im Vergleich zu anderen europäischen Ländern heraus.



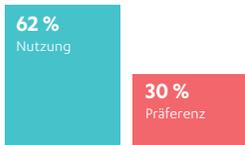
«In der Schweiz spiegelt sich dies in der Verwendung von Kreditkarten wider (...).»

# Zahlung: Die meistgenutzten Zahlungsmethoden des Jahres 2021

Die folgenden Nutzungs- und Präferenzdaten verdeutlichen den grossen Wunsch der Schweizer Bevölkerung nach Komfort und Sicherheit. Dies ist wahrscheinlich der Grund, warum die Kreditkarte auch 2021 die bevorzugte und meistgenutzte Zahlungsmethode war, da sie beides bietet.



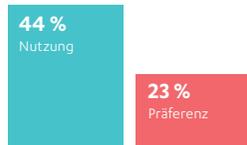
## Kreditkarte



Der eindeutige Sieger bei der Nutzung und Präferenz von Zahlungsmethoden ist die Kreditkarte. Sie scheint dem Wunsch der Schweizer Bevölkerung nach Komfort und Sicherheit zu entsprechen.



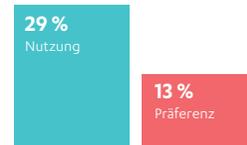
## Rechnung



Einzig der Kauf auf Rechnung kann der Beliebtheit der Kreditkarte in der Schweiz das Wasser reichen. Mit einer ungewöhnlich hohen Nutzung und Präferenz ist diese Art der E-Commerce-Zahlung in der Schweiz sehr beliebt.



## Elektronische Geldbörsen



Elektronische Geldbörsen sind seit ihrer Einführung immer beliebter geworden und haben andere traditionelle Optionen wie Debitkarten als meistgenutzte und bevorzugte Zahlungsmethode abgelöst. Wir gehen davon aus, dass die Beliebtheit elektronischer Geldbörsen in der Schweiz ähnlich wie im übrigen deutschsprachigen Raum zunehmen wird, da die jüngeren Generationen weiterhin Wert auf Komfort legen und weniger Sicherheitsbedenken beim Online-Shopping haben.



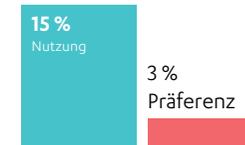
## Debitkarte



Debitkarten stehen an vierter Stelle der meistgenutzten und bevorzugten Zahlungsmethoden. Trotz des überwältigenden Wunsches nach Unkompliziertheit und Schnelligkeit rangieren sie dennoch hinter dem Kauf auf Rechnung. Warum die zögerliche Akzeptanz? Bislang konnten Verbraucher Debitkarten nicht online verwenden. Seit eineinhalb Jahren werben Schweizer Banken für E-Commerce-fähige Debitkarten von Mastercard und Visa. Schweizer nutzen zunehmend Debitkarten für das Online-Shopping. Wir gehen daher davon aus, dass Debitkarten in den kommenden Jahren noch beliebter werden.



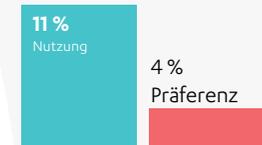
## Online-Überweisung



Darauf zu warten, dass jemand eine Online-Überweisung durchführt, ist in etwa so, als würde Ihnen jemand Familienfotos auf dem Handy zeigen. Sie bleiben höflich, lächeln freundlich und sterben insgeheim vor Langeweile. Aus diesem Grund ist dies die unbeliebteste Zahlungsmethode.



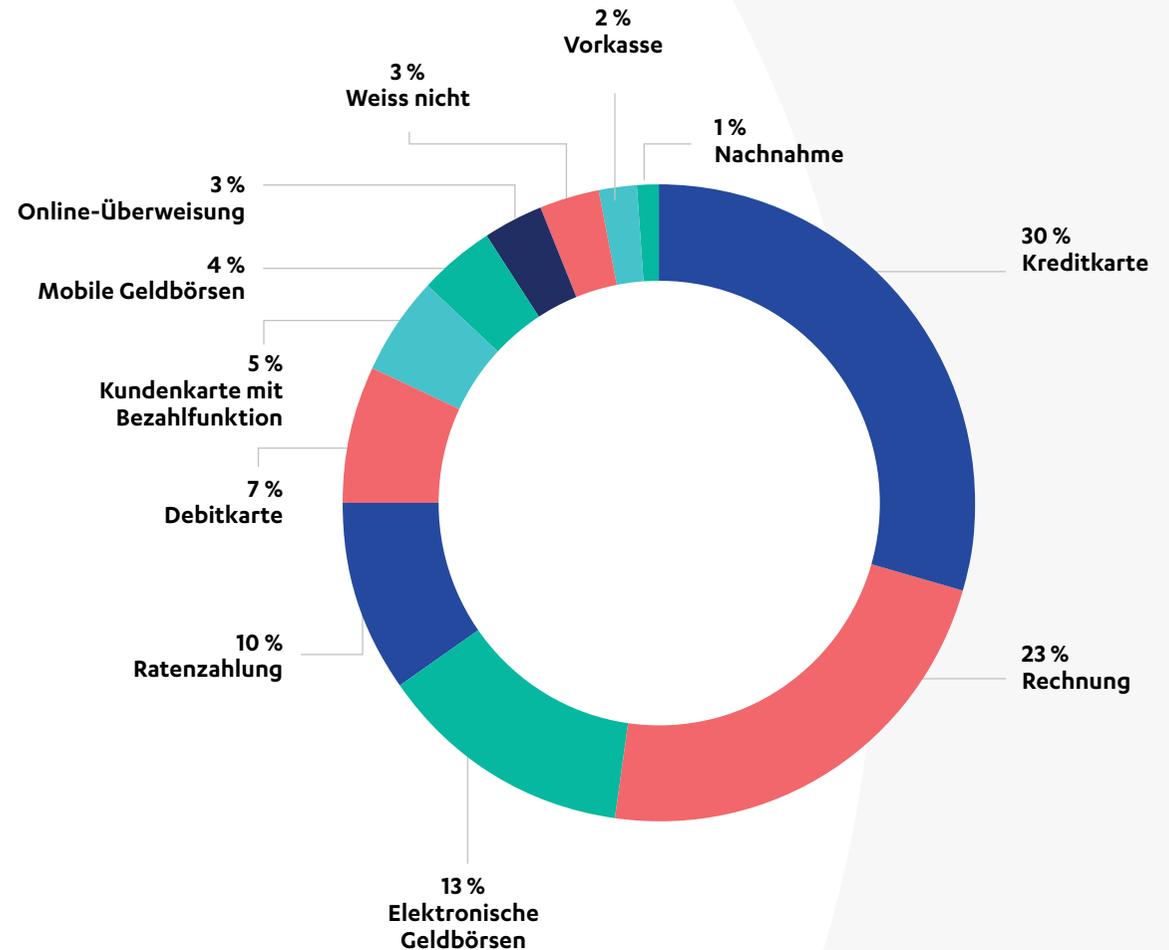
## Mobile Geldbörsen



Die am wenigsten genutzte Zahlungsmethode sind mobile Geldbörsen. Es ist jedoch wichtig zu erwähnen, dass sie noch immer vor der Online-Überweisung rangieren – was wiederum erneut zeigt, wie wichtig Schnelligkeit und Komfort für moderne Kunden sind.

# Die beliebtesten Zahlungsmethoden 2021

Was Menschen sagen und was sie dann wirklich tun, ist oft sehr unterschiedlich. Die verfügbaren Optionen, die vorhandenen Ressourcen und die Präferenz bei einem bestimmten Kauf tragen dazu bei, welche Zahlungsmethode die Menschen verwenden. Während es im vorigen Abschnitt darum ging, wie Verbraucher handeln, geht es nun darum, wie sie denken und fühlen. E-Commerce-Anbieter können den Verbrauchern Wahlmöglichkeiten einräumen oder sich danach richten, was sie tun, statt danach zu gehen, was sie sagen.



# Die beliebtesten Zahlungsmethoden 2021



## Bezahlen mit Karte – für die, die alles wollen

Kreditkarten sind unkompliziert, leicht zu verstehen und stellen einen Kompromiss zwischen Schnelligkeit, Komfort und Sicherheit dar. Damit sind sie die beliebteste und meistgenutzte Zahlungsmethode in der Schweiz, wo die Verbraucher Unkompliziertheit, Schnelligkeit und Sicherheit als wichtigste Faktoren bei der Entscheidung für eine bestimmte Zahlungsmethode nennen.



## Kauf auf Rechnung – für Sicherheitsfanatiker

Fragt man die Verbraucher, welche Zahlungsmethode sie bevorzugen, schwört ein grosser Teil der älteren Generation in der Schweiz immer noch auf den Kauf auf Rechnung. Vielleicht liegt dies daran, dass die Verbraucher damit eine bessere Kontrolle über ihr Geld haben oder sich weigern, sich mit neuen Zahlungsmethoden auseinanderzusetzen.



## Elektronische Geldbörsen – für alle, die es schnell und einfach mögen

An dritter Stelle stehen elektronische Geldbörsen, die sich durch Schnelligkeit und Benutzerfreundlichkeit auszeichnen. Sicherheitsbedenken sind jedoch der Hauptgrund dafür, dass diese Methode nicht öfter zum Einsatz kommt.



## Debitkarten – die Kreditkarte für Kunden ohne Kreditkarte

Debitkarten sind für ihre Unkompliziertheit, Schnelligkeit und Sicherheit bekannt, werden aber in jeder dieser Kategorien von Kreditkarten übertriften (ausser Unkompliziertheit mit einer Differenz von 1 %). Da die Kreditkarte an erster Stelle steht, vermuten wir, dass Debitkarten schlicht die erste Wahl sind, wenn die Leute ihre Kreditkarte vergessen.



## Online-Überweisung – für die Geschichtslehrer unter uns

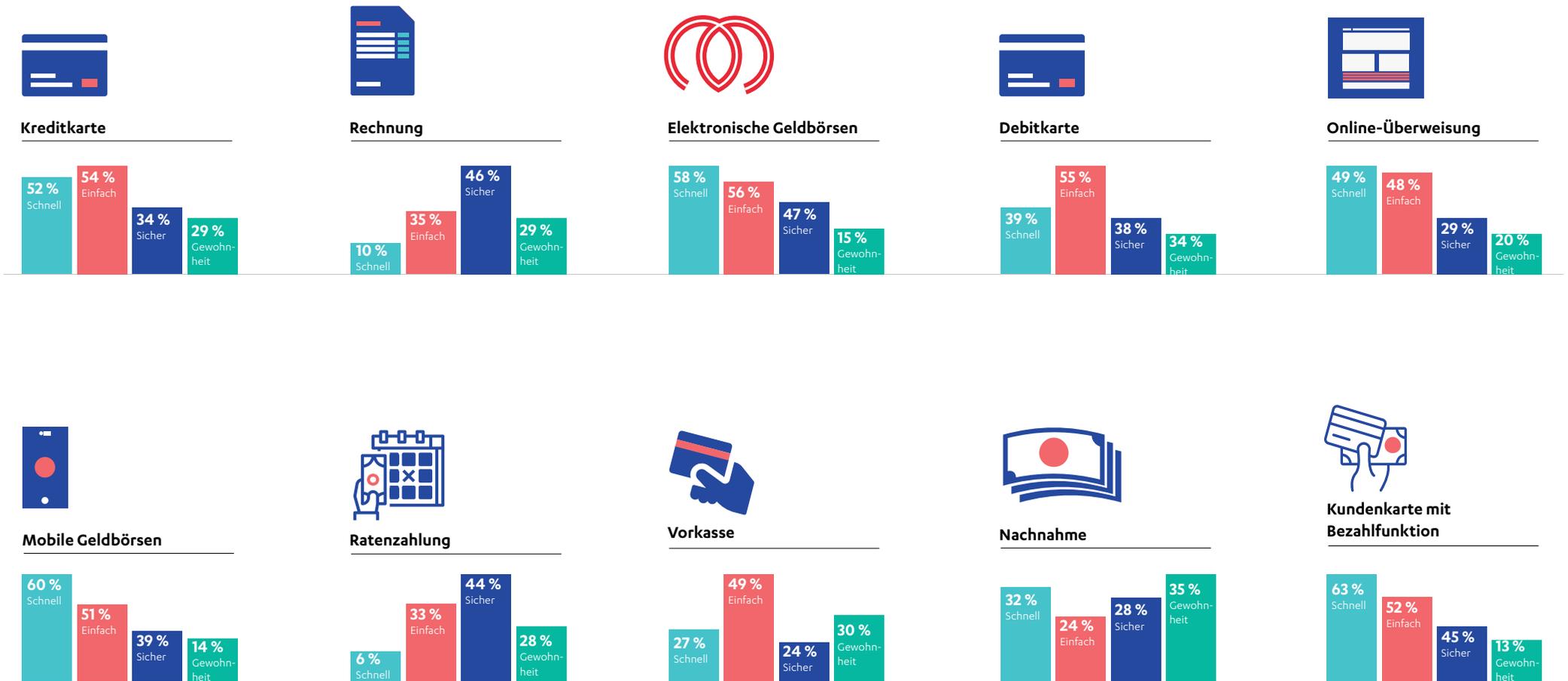
Online-Überweisungen kosten Zeit, sind kompliziert und mühsam – so wie Ihr Geschichtslehrer in der vierten Klasse. So sollte man nicht durchs Leben gehen. Diese Zahlungsmethode erreicht in keiner Kategorie mehr als 50 %.



## Mobile Geldbörsen – für alle, die 2001 stehengeblieben sind

Joghurt, 80er-Jahre-Frisuren und die Jugendliebe – manche Dinge altern einfach nicht gut. Für Schweizer gehören auch mobile Geldbörsen dazu. Leider ist diese Zahlungsmethode aus der Mode gekommen und wird nur noch von 14 % der Menschen gewohnheitsmässig genutzt.

# Zahlung: Warum diese Zahlungsmethode?



# Im Detail: Interessante Aspekte des Zahlungsverkehrs in der Schweiz

Bankkarten sind die gängige Methode, um Waren im Internet zu bezahlen – und doch werden sie heute auf vielen Märkten erstaunlich selten genutzt und bevorzugt. Wir wissen bereits, dass Kunden Zahlungsmethoden verwenden möchten, die schnell, einfach und sicher sind – und die Speicherung von Kreditkartendaten in Online-Shops erfüllt mindestens zwei dieser Kriterien.

- Die wichtigsten Faktoren für die Wahl der Zahlungsmethode sind Unkompliziertheit, Sicherheit und Schnelligkeit.
- Elektronische Geldbörsen wurden als die einfachste Methode bewertet.
- Der Kauf auf Rechnung wurde als die sicherste Methode bewertet.
- Kundenkarten mit Bezahlfunktion wurden als die schnellste Methode bewertet.

# Voller Warenkorb – kein Kaufabschluss

## Einfach. Flexibel. Guter Service. Was braucht man mehr?

Volle Warenkörbe ohne Kaufabschluss zählen zu den traurigsten Ereignissen im E-Commerce. Die verpasste Chance, für die sie stehen, hat einfach etwas Einsames an sich. Wir wollen das nicht, Sie wollen das nicht, und – ob Sie es glauben oder nicht – die meisten Kunden wollen das auch nicht.

Als wir Verbraucher gefragt haben, wann sie das letzte Mal einen Online-Einkauf abgebrochen haben und was der Hauptgrund dafür war, fanden wir heraus, welche drei Dinge dafür sorgen, dass Ihr Warenkorb nie wieder links liegen gelassen wird: Unkompliziertheit, Schnelligkeit und Versand.



24 %

### Versand

Der häufigste Grund für den fehlenden Kaufabschluss war, dass der Preis einschliesslich der Versandkosten zu hoch war. Hier ist sowohl die Logistik als auch die Transparenz im Spiel, da E-Commerce-Shops die Versandkosten oft bis zum letzten Schritt des Kaufvorgangs nicht preisgeben. Leider kann man bei den Versandkosten nicht viel machen – aber E-Commerce-Shops sollten schon früh im Kaufprozess Informationen zu den Versandkosten angeben, um potenziellen Kunden später eine böse Überraschung zu ersparen.



19 %

### Schnelligkeit

Viele Verbraucher gaben an, dass sie den Kauf nicht abgeschlossen haben, weil sie das Gefühl hatten, dass sie das Produkt im Warenkorb nicht so dringend benötigten. Dies bedeutet, dass die Vorzüge der angebotenen E-Commerce-Produkte und -Dienstleistungen möglicherweise nicht wirksam hervorgehoben werden oder keine Produkte vorrätig sind, die Schweizer wirklich brauchen. Entweder das, oder die Schweizer Verbraucher wollen ein kleines bisschen Drama beim Online-Shopping.



18 %

### Unkompliziertheit

Kunden, die bei der Bestellung auf E-Commerce-Websites Probleme hatten, entscheiden sich eher kurz vor Abschluss dazu, den Kaufvorgang abzuberechnen. 18 % der Befragten gaben an, dass sie ihren Kauf aufgrund von technischen Schwierigkeiten, Problemen bei der Angabe persönlicher Daten, mangelndem Verständnis des Prozesses oder einfach weil sie nicht in der Lage waren, den Prozess abzuschliessen, abgebrochen haben. E-Commerce-Websites sollten den Prozess für Kunden so einfach und reibungslos wie möglich gestalten, damit sie nicht gross nachdenken müssen, sondern einfach nur kaufen können.



28 %

### Sonstige Gründe

Nicht verfügbare Zahlungsmethoden – 15 %  
Fehlende Versandoptionen – 8 %  
Mangelndes Vertrauen in den Online-Shop – 5 %

# Kaufabbrüche nach Alter

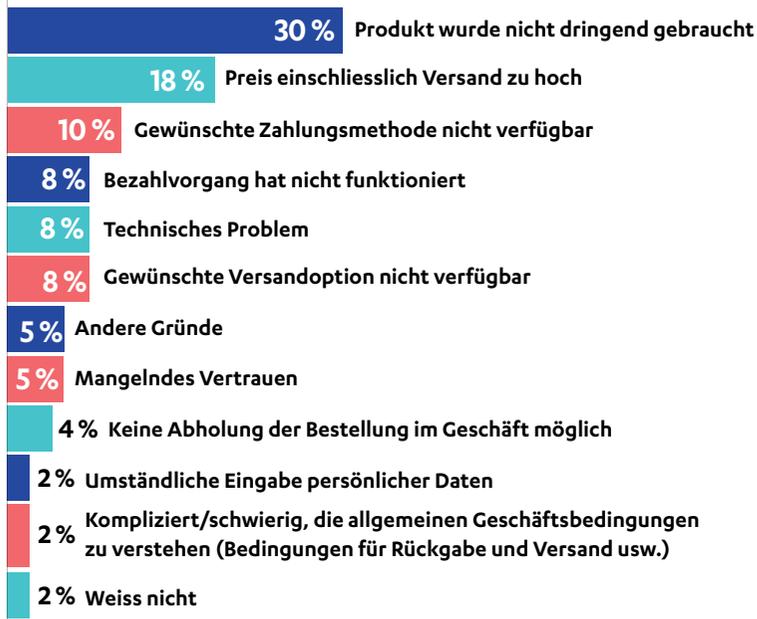
Über alle Generationen hinweg sind sich die Schweizer ziemlich einig darin, warum sie sich bisweilen entscheiden, den Inhalt des Warenkorbts schlussendlich doch nicht zu kaufen. Die jüngeren Generationen sind jedoch in der Regel flexibler, wenn es darum geht, wann sie Produkte benötigen und wie sie bezahlen können. Interessant ist: Je älter die Generation, desto empfindlicher die Reaktion auf Preisschwankungen und fehlende Versandoptionen.



«Die Schweizer sind sich ziemlich einig darin, warum sie sich bisweilen entscheiden, den Inhalt ihres Warenkorbts schlussendlich doch nicht zu kaufen.»

## Gründe für den Kaufabbruch

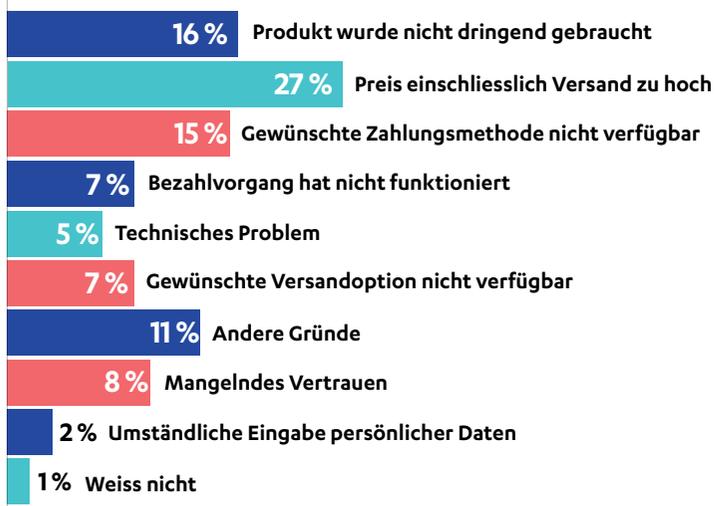
## Altersgruppe 18–29



## Altersgruppe 30–49



## Altersgruppe 50–64



## Altersgruppe 65–79





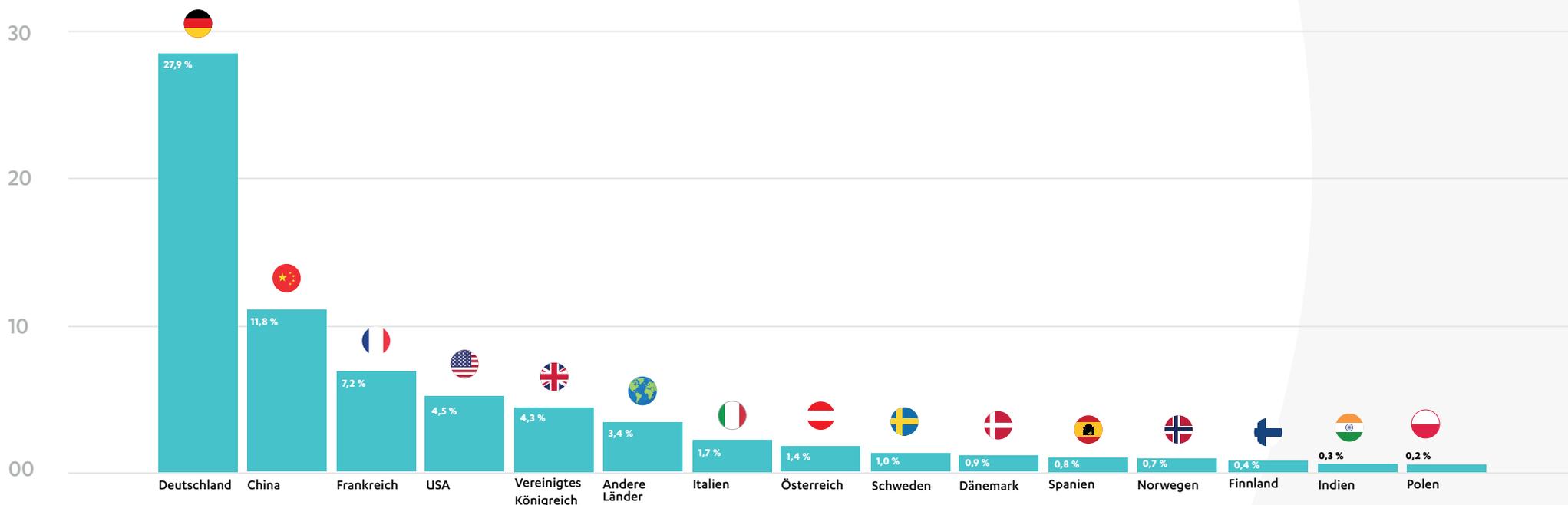
04  
So bauen Sie Ihr  
Geschäft aus

# Die Auswahl ist gross – warum also tiefstapeln?

Einer der grossen Vorteile des E-Commerce ist die Möglichkeit, völlig neue Märkte zu erschliessen. Für manche mag dies eine Chance sein, aber für jedes lokale Unternehmen kommt das einer Bedrohung gleich. Ausländische Unternehmen gewinnen immer wieder Schweizer Kunden aus verschiedenen Gründen hinzu – was Sie aber nicht daran hindern sollte, deren Versuche zu vereiteln und sogar selber in deren Bereich vorzudringen. In der Liebe und im E-Commerce ist alles erlaubt!

55 % der Schweizer kaufen nicht regelmässig auf ausländischen Websites ein. Für die, die es doch tun, sind Deutschland, China, Frankreich, die USA und das Vereinigte Königreich – in dieser Reihenfolge – die attraktivsten Länder zum Online-Shopping. Die Hauptgründe dafür sind, dass in diesen Ländern Produkte verkauft werden, die günstiger sind, in ihrem Land nicht erhältlich sind und das Produktangebot grösser ist.

**Prozentsatz der Verbraucher, die in den folgenden Ländern in Online-Shops eingekauft haben**



# Neue Märkte im Ausland: Internationaler Wettbewerb

---

Derzeit ist der internationale Handel ein zunehmendes Problem für den lokalen E-Commerce in der Schweiz. Die internationale Konkurrenz hat ihre Bemühungen verstärkt, um mehr lokale Kunden zu gewinnen, indem sie sich auf ihre Stärken verlässt. Es ist auch erwähnenswert, dass schätzungsweise 41 % der Schweizer Verbraucher, die international einkaufen, eher konservativ sind.

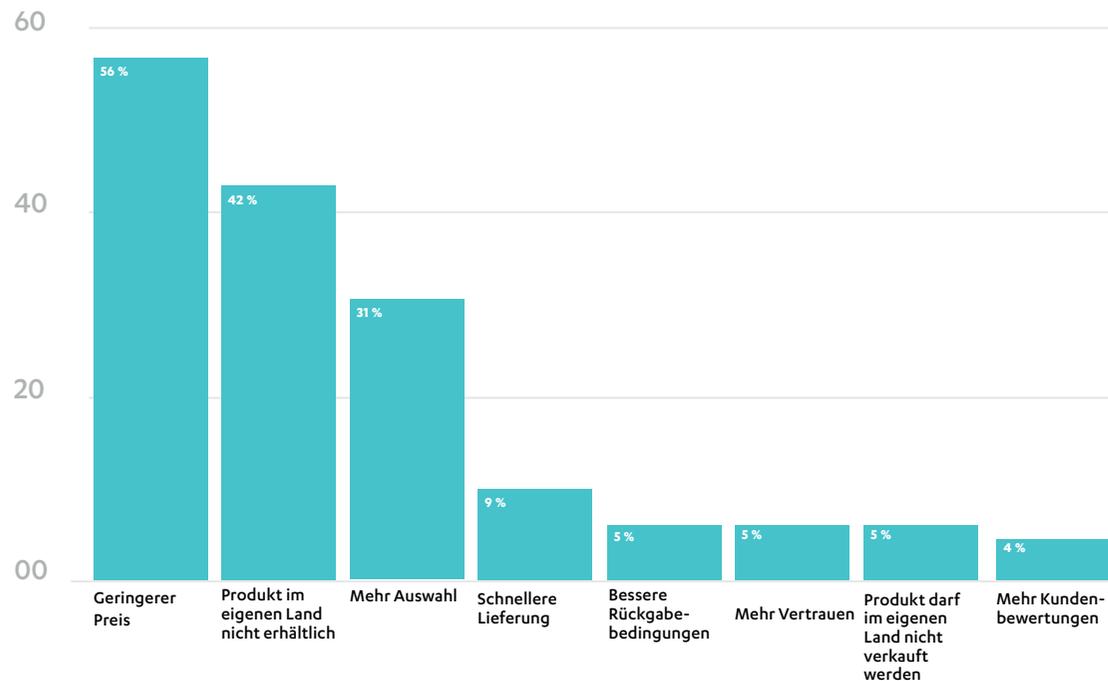
Vielen Verbrauchern ist oft nicht bewusst, dass sie in einem ausländischen Online-Shop einkaufen, weil er den Anschein erweckt, schweizerisch zu sein. Gute Übersetzungen, gängige lokale Zahlungsmethoden und Versandoptionen sowie kulturelle Anpassungen können überzeugend wirken.

«Es ist auch erwähnenswert, dass schätzungsweise 41 % der Schweizer Verbraucher, die international einkaufen, eher konservativ sind.»

# Darum kaufen Verbraucher international ein

Es gibt viele Hürden beim internationalen Einkauf, z. B. höhere Steuern und Produkte mit unbekannter Qualität. Es gibt jedoch triftige Gründe, welche die Verbraucher für ihre Abkehr vom lokalen E-Commerce angeben.

## Darum kaufen Schweizer im Ausland



## Die Top 3:



### Geringerer Preis

56 % der Schweizer Kunden greifen auf internationale Märkte zurück, um Geld zu sparen. Bei teuren, aber hochwertigen Schweizer Produkten ist die Verlockung, hier und da etwas zu sparen, immer reizvoll.



### Zugang zu Produkten, die in der Schweiz nicht erhältlich sind

42 % der Schweizer Kunden suchen in internationalen Geschäften nach Produkten, die im eigenen Land nicht erhältlich sind. Da die Schweiz ein relativ kleines Land ist, ist dies nachvollziehbar, aber E-Commerce-Shops sollten sich um eine Erweiterung ihrer Produktpalette bemühen.



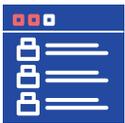
### Mehr Auswahl

31 % der Schweizer Kunden geben an, dass der Hauptgrund für den Einkauf bei internationalen Anbietern die grössere Auswahl ist. Auch hier ist Flexibilität der Schlüssel zur Wettbewerbsfähigkeit der lokalen Geschäfte.

# Platzhirsch – so halten Ihnen lokale Verbraucher die Treue

Wenn die internationale Konkurrenz Ihnen einheimische Kunden streitig macht, heisst das nicht, dass Sie sich das gefallen lassen müssen. Das ist einfach nicht schweizerisch.

**Hier sind einige Möglichkeiten, wie lokale E-Commerce-Shops die internationale Konkurrenz abschrecken können.**



## **Diversifizierung des Produktangebots**

Ein vielfältiges Produktangebot ist das beste Mittel, um der internationalen Konkurrenz zu begegnen. Schauen Sie, welche Produkte Ihre Kunden bei internationalen Mitbewerbern kaufen, und bieten Sie diese selbst an.



## **Besseres Einkaufserlebnis**

Die bisherigen Erkenntnisse haben gezeigt, dass die meisten Verbraucher durch ein einfacheres und bequemeres Einkaufserlebnis überzeugt werden können. Wenn der Einkauf bei Ihnen einfacher, schneller und besser funktioniert als auf ausländischen Websites, steigt die Wahrscheinlichkeit, dass Sie einheimische Kunden an sich binden.



## **Schwächen von Mitbewerbern ausnutzen**

Nicht einmal Unternehmen, die nach dem grössten Regenwald der Welt benannt sind, sind perfekt. Die meisten ausländischen Unternehmen haben lange Lieferzeiten, bieten gängige Produkte an, nehmen das Risiko einer Beschädigung beim Versand in Kauf und verlangen hohe Versandkosten. Sie können dies zu Ihrem Vorteil nutzen, indem Sie das genaue Gegenteil tun – nämlich schnell liefern, besondere Produkte anbieten und gewährleisten, dass der Versand sicher und günstig ist.

# Keine Grenzen – internationaler Verkauf

E-Commerce-Shops haben die Möglichkeit, international zu verkaufen.

**Wenn Sie dies in Erwägung ziehen, sollten Sie die folgenden Aspekte im Hinterkopf behalten:**



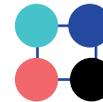
## **Andere Zahlungsgewohnheiten**

Wer in andere Länder liefern will, muss bedenken, dass die meisten Länder andere Zahlungsgewohnheiten haben als die Schweiz. Wir brauchen nur nach Österreich oder Dänemark zu schauen, um ganz deutliche Unterschiede zu sehen.



## **Individuelles Bezahlen**

Es gibt auch lokale Zahlungsmethoden, die in vielen Ländern wichtig sind. Für Ihre Kunden ist es wichtig, dass Sie genau die Zahlungsmethoden anbieten, die sie nutzen möchten. Während Deutschland und Österreich beispielsweise mit elektronischen Geldbörsen gut zurecht kommen, ist MobilePay in Dänemark ein Muss. Um Kaufabbrüche zu vermeiden, empfehlen wir Ihnen, die Zahlungsmöglichkeiten an diese lokalen Präferenzen anzupassen.



## **Vertraute Prozesse**

Je wohler sich die internationalen Kunden fühlen, desto wahrscheinlicher ist es, dass Sie auch international Umsätze erzielen. Gute Übersetzungen, lokale Zahlungsmethoden und Versandoptionen sowie kulturelle Anpassungen sind enorm wichtig.

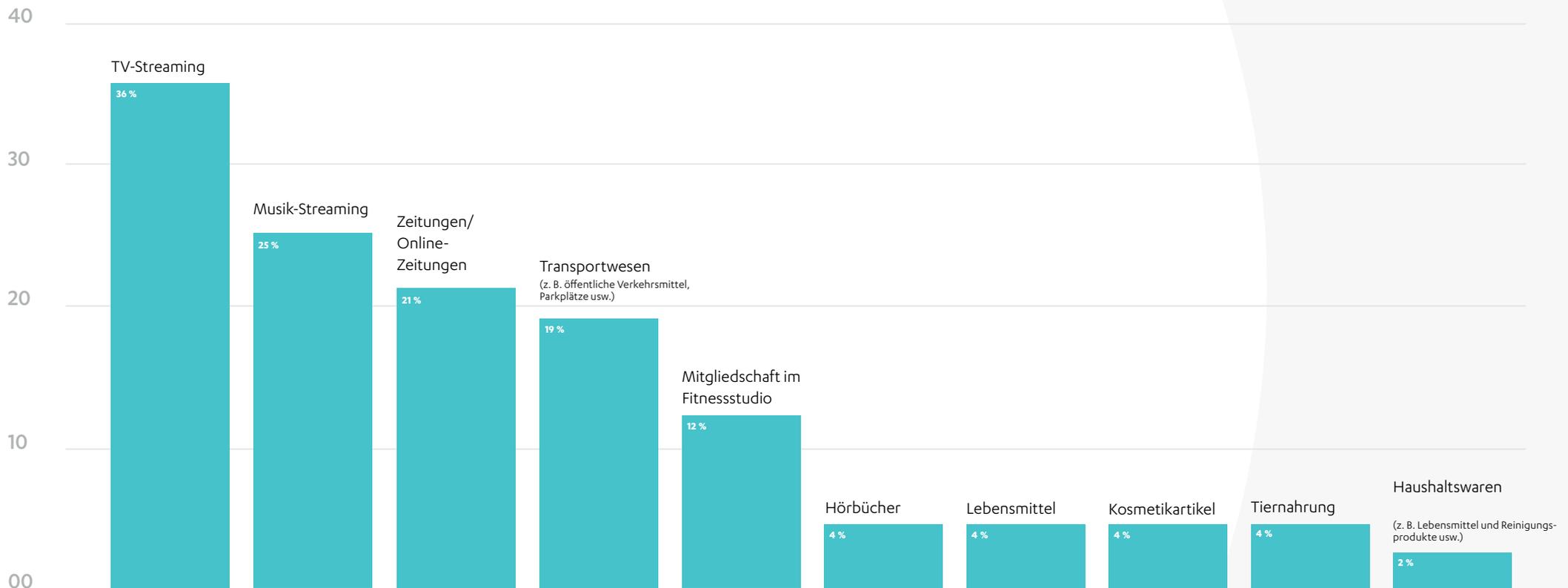
# Abonnements – das neue Geschäftsmodell

## Nicht vergessen: liken und abonnieren

Heutzutage scheint es für alles einen Abonnementservice zu geben – und das aus gutem Grund. Abonnements sind ein wichtiger Bestandteil des E-Commerce-Ökosystems und in vielerlei Hinsicht ein Beispiel für die Stärken des E-Commerce. Sie sind bequem, flexibel und – je nachdem, was man kauft – schnell verfügbar. Alles, was Sie tun müssen, ist, die Seite zu liken, zu abonnieren und die Glocke zu aktivieren.

Wir haben untersucht, was die Schweizer Kunden 2021 abonniert haben und welche Branchen und Dienstleistungen ein Nachsehen hatten.

## Prozentsatz der Personen mit Abonnement



## Die Gewinner

35 %

### Hörbücher

Die Abonnements von Hörbüchern stiegen gegenüber 2020 um 35 %. Allerdings geschieht dies auf relativ niedrigem Niveau, da Hörbücher in der Schweiz nur das sechstgrösste Abonnementsegment darstellen.

34 %

### Lebensmittel

Die Zahl der Lebensmittelabonnements stieg 2021 um 34 %. Angesichts der Tatsache, dass Komfort für die Schweizer Verbraucher immer wichtiger wird, ist dies nicht weiter verwunderlich. Wenn Sie sich für ein Abonnement entscheiden, sparen Sie Zeit für wichtigere Dinge wie Wellness oder Skifahren.

25 %

### Tiernahrung

Auch ein Haustier muss fressen – und zwar nicht wenig, wenn man bedenkt, dass die Zahl der Online-Tiernahrungsabonnements in der Schweiz dieses Jahr um 25 % gestiegen ist. Aufgrund des Welpen- und Kätzchen-Booms in der Pandemie müssen seit 2020 in Europa deutlich mehr Fellknäuel versorgt werden.

## Die Verlierer

-7 %

### Zeitungen

Es gibt leider keine guten Nachrichten für Zeitungsabonnements. Der Abschluss von Zeitungsabonnements ging um 7 % zurück, da die meisten Menschen eine Nachrichtenpause brauchten.

-17 %

### Mitgliedschaft im Fitnessstudio

Bauchmuskeln entstehen in der Küche – aber die Schweizer scheinen das ein bisschen zu wörtlich zu nehmen. Fitnessstudios verloren 17 % ihrer monatlich wiederkehrenden Einnahmen im Vergleich zu 2020.

-23 %

### Haushaltswaren

Brauchen Sie wirklich jeden Monat eine neue Lieferung bestimmter Haushaltswaren? Nicht in der Schweiz, wo die entsprechenden Abonnements um 23 % zurückgingen.

## Die Zweitplatzierten



9 %

### TV-Streaming

TV-Streaming-Dienste bleiben trotz des relativ geringen Wachstums von 9 % an der Spitze. Folglich hat das TV-Streaming immer noch den höchsten Marktanteil.



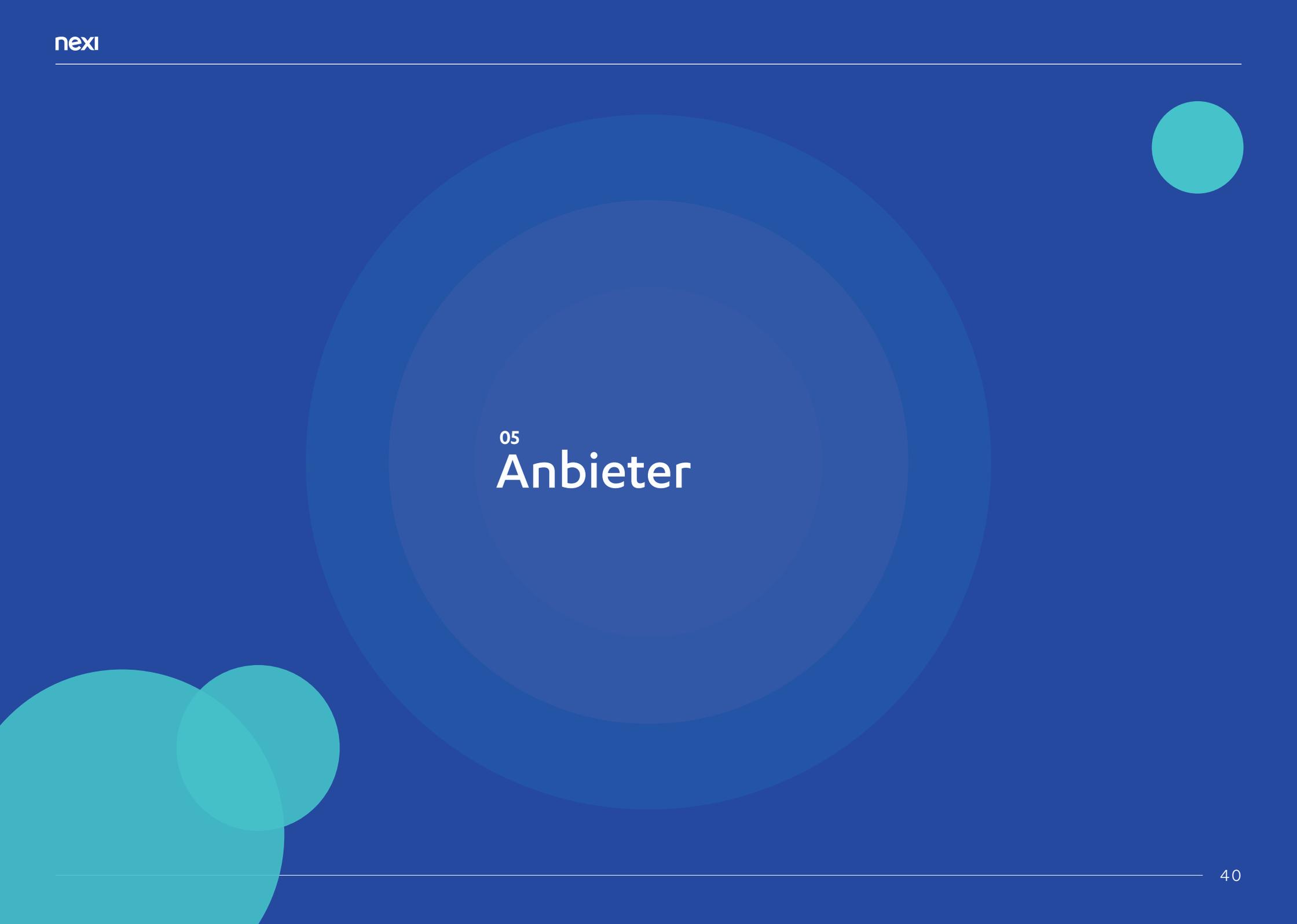
14 %

### Musik-Streaming

Mit einem beachtlichen Zuwachs der Abonnements von 14 % im Jahr 2021 hat das Musik-Streaming auch nach 2020 noch einen grossen Stellenwert, bleibt aber hinter dem TV-Streaming als zweitlukrativster Markt zurück.

## Erkenntnisse

Abonnements eignen sich besonders gut für immaterielle Güter, die eine Vielzahl von Verwendungsmöglichkeiten oder Produkten bieten. Schliesst man ein Musik-Streaming-Abonnement ab, erhält man Zugang zu Tausenden von Songs. Bei TV-Abonnements erhält man regelmässig und täglich neue Inhalte. Allerdings scheinen sich in der Schweiz neue Modelle durchzusetzen. Abonnements für Lebensmittel, Tiernahrung und andere materielle Produkte wachsen stärker. Es ist anzumerken, dass diese Branchen im Vergleich zu den grossen Anbietern von TV- und Musik-Streaming noch in den Kinderschuhen stecken, aber es ist dennoch ein vielversprechendes Zeichen für den E-Commerce.



05  
Anbieter

# Kein Grund, abzuheben

In der Schweiz gibt es schon seit langem E-Commerce-Anbieter, weshalb die hiesigen Verbraucher recht gut mit dem Konzept vertraut sind. Die Verbraucher, die sie nutzen, tun dies, um Zugang zu einer breiten Palette von Produkten zu kostengünstigen Preisen zu erhalten.

Das Vorpreschen bestimmter internationaler Konzerne bedroht jedoch die lokalen E-Commerce-Shops. Wie ist ihre Expansion in der Schweiz verlaufen und wie wirkt sie sich auf die lokalen Geschäfte aus?

## Amazon

Amazon hat bei den Schweizer Verbrauchern deutliche Spuren hinterlassen – zumindest bei denen, die es ausprobiert haben. 31 % geben an, dass sie in den letzten sechs Monaten mindestens einmal bei Amazon eingekauft haben, und 85 % davon werden es laut eigenen Angaben wahrscheinlich wieder tun. Natürlich gibt es auch Menschen, die Anbietern wie Amazon skeptisch gegenüberstehen. Sie sind unsicher, was die Qualität der Produkte betrifft, haben kein Vertrauen in das Einkaufserlebnis und zudem ethische Bedenken, Amazon zu unterstützen.

### **69 % der Schweizer Verbraucher haben in den letzten sechs Monaten *nicht* bei Amazon eingekauft.**

Dies spricht eindeutig für den lokalen E-Commerce. Mit einem soliden und treuen Kundenstamm müssen sich E-Commerce-Shops keine Sorgen machen, dass Amazon und andere Anbieter ihnen die Kunden wegnehmen. Solange sie ein besseres Einkaufserlebnis bieten, auf ethische Bedenken eingehen und eine unverändert hohe Qualität liefern, können sie Anbieter wie Amazon in Schach halten.

### **Die beiden grössten Vorteile von Online-Shops sind die Produktvielfalt und die niedrigen Preise.**

Wenn sich Kunden für einen Anbieter entscheiden, nennen sie die Produktvielfalt und die geringen Preise als wichtigste Vorteile. Die meisten Anbieter setzen auf günstige Produkte, die mit hohen Gewinnspannen verkauft werden müssen, um die Kosten zu decken. Da die Mehrheit der Schweizer Verbraucher nicht international einkauft, geht es u. U. nur darum, darauf zu warten, bis die lokalen E-Commerce-Shops Alternativen anbieten.

### **Die Qualität und das Fehlen eines Ansprechpartners sind die Hauptgründe, die Kunden beim Online-Shopping abschrecken.**

Qualität ist den Schweizern wichtig. Ausserdem möchten sie einen Ansprechpartner haben, wenn etwas schief läuft. Bei allen Gruppen – mit Ausnahme der Gruppe der 18- bis 29-Jährigen, die ethische Bedenken anführten – folgte auf Bedenken hinsichtlich der Qualität das Fehlen eines Ansprechpartners. Es sieht so aus, als ob die Generation Z die Welt doch noch retten wird!

Lokale E-Commerce-Shops können sich diese Aspekte zunutze machen, indem sie einen persönlichen Service und Qualitätsprodukte anbieten, um ihre Kunden von anderen Anbietern fernzuhalten. Um die jüngere Generation für sich zu gewinnen, wären nachhaltige Verpackungen, die Unterstützung wohltätiger Zwecke und eine gute Bezahlung der Mitarbeitenden von zentraler Bedeutung.

# Werden Sie zum lokalen Mogul

Man sagt, Nächstenliebe beginnt in den eigenen vier Wänden – und das sollte auch für den E-Commerce gelten. Niemand verdreht die Augen, wenn er einen Aufkleber «Made in Switzerland» erspät, und kein anderes Land bzw. kein anderer Markt kann mit diesem Schweizer Gütesiegel mithalten. Kein Wunder also, dass die Schweizer Verbraucher sehr gute Gründe haben, um lokal einzukaufen.

Nachfolgend präsentieren wir Ihnen einige interessante Fakten, die wir herausgefunden haben, als wir untersuchten, was die Schweizer Käufer dazu bringt, lokal zu kaufen, und was die lokalen Geschäfte ihrer Ansicht nach besser machen könnten:

## Die drei wichtigsten Vorteile des lokalen E-Commerce

40 %

**Es fühlt sich richtig an, lokal einzukaufen.**

40 % der Schweizer Befragten gaben an, dass es sich einfach gut anfühlt, lokal einzukaufen. Darüber hinaus gaben 21 % der Schweizer Verbraucher an, dass sie sich weigern, «grosse, internationale Anbieter wie Amazon» zu unterstützen. Dies zeigt, dass lokale Geschäfte sich auf lokale Aspekte konzentrieren sollten, um das Einkaufserlebnis persönlicher, freundlicher und – nun ja – lokaler zu gestalten.

30 %

**Es fühlt sich individueller und vertrauter an.**

Auch der zweite Grund, warum sich die Kunden für lokale Produkte entscheiden, ist sehr erfreulich. Der zweitwichtigste Grund für den lokalen Einkauf ist, dass 30 % der Schweizer angaben, dass sie sich dadurch persönlicher angesprochen fühlen. Dies zeigt, dass internationale Anbieter vielleicht Ihre Produkte anbieten, aber niemals Ihr Herz erobern werden.

23 %

**Versandoptionen**

Der dritt wichtigste Grund für die Entscheidung für einen lokalen Anbieter sind die Versandoptionen, obwohl dieser Aspekt weniger emotional behaftet ist. Wie bei Yogakursen ist die Flexibilität auch bei Zahlungsmethoden äusserst wichtig für lokale E-Commerce-Shops.

## Die drei wichtigsten Nachteile des lokalen E-Commerce

39 %

**Höherer Preis**

Sie zahlen für das, was Sie bekommen, aber brauchen Sie wirklich goldfarbene Taschentücher? 39 % der Verbraucher beklagten, dass die lokalen Preise im Vergleich zu internationalen Anbietern zu hoch seien. Wir würden Ihnen zwar nie raten, Ihre Preise zu senken, aber lokale E-Commerce-Shops können eine Reihe von Produkten zu unterschiedlichen Preisen anbieten. Ausserdem könnten Sie einfach die Qualität Ihrer Produkte so weit verbessern, dass sie in einer eigenen Liga spielen, die mit ähnlichen Angeboten nicht vergleichbar ist.

34 %

**Begrenzte Auswahl**

34 % der Schweizer waren von der begrenzten Auswahl lokaler E-Commerce-Shops enttäuscht. Experte zu sein ist eine Sache, aber ein Experte ohne Kunden – das ist etwas ganz anderes. Achten Sie darauf, Ihr Produktangebot zu diversifizieren und auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden einzugehen.

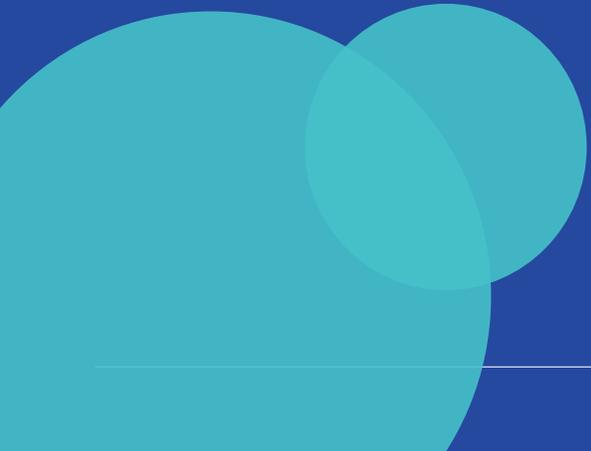
27 %

**Hohe Versandkosten**

27 % der Schweizer gaben an, dass der Versand bei lokalen Geschäften zu teuer sei. Dies ist erstaunlich, wenn man bedenkt, dass die Lieferungen vieler internationaler Anbieter erst durch den Zoll müssen, um zu Ihnen zu gelangen. Lokale Anbieter sollten sich daher bemühen, ihre Versandkosten transparent darzustellen, um böse Überraschungen zu vermeiden. Wenn Sie zudem auf ethisch korrekte Verpackungen und Versandmethoden hinweisen, können Sie sich einen Vorteil verschaffen, wenn Sie Ihre Versandkosten nicht senken können.



06  
Fazit



# Erfolg auf ganzer Linie für die Schweiz!

Die Schweiz hat 2021 eine herausragende Leistung im E-Commerce erbracht. Die meisten Branchen verzeichneten Zuwächse, und selbst der Rückgang von 5 % bei den Käufen physischer Produkte war darauf zurückzuführen, dass kleinere Branchen gegenüber grösseren aufholten. Der Schweizer E-Commerce kam 2021 nach dem unberechenbaren Corona-Jahr 2020 langsam wieder auf die Beine. Angesichts der Tatsache, dass die meisten Branchen langsam mehr Umsatz machen und Marktanteile gewinnen, ist dies ein sehr gutes und gesundes Zeichen für den E-Commerce.

Es lässt sich jedoch noch nicht abschätzen, ob dies auf Dauer so bleiben wird. Das unberechenbare geopolitische Klima wirft viele Fragen auf, und niemand weiss, wie sich dies auf die Lust am Online-Shopping auswirken wird. Trotzdem hat sich der Schweizer E-Commerce über die Jahre hinweg gut entwickelt, ist sehr gut aufgestellt und auf mögliche Probleme vorbereitet.

Es reicht jedoch nicht aus, nur zu wissen, was zu tun ist – man muss auch entsprechend handeln. Andernfalls gleicht dies einem Fahrrad ohne Räder oder dem Versuch, beim ersten Date NFTs zu verkaufen. Das würde nicht klappen. Sie müssen also aktiv werden und Ihren derzeitigen Ansatz ändern. Als E-Commerce-Anbieter sollten Sie prüfen, inwieweit die oben genannten Erkenntnisse auf Sie zutreffen, und sich von einem Experten beraten lassen. Und – Sie ahnen es – wir sind genau der richtige Ansprechpartner!

Kontaktieren Sie uns noch heute, damit wir gemeinsam an Ihrem Online-Erfolg arbeiten können.



# Methodik



Der E-Commerce-Bericht von Nexi analysiert die Herausforderungen, Konditionen und Chancen im E-Commerce in acht europäischen Ländern. Er zeigt Trends, Statistiken und Kaufgewohnheiten darüber auf, wie verschiedene Zielgruppen online einkaufen, und beleuchtet ihre Vorlieben.

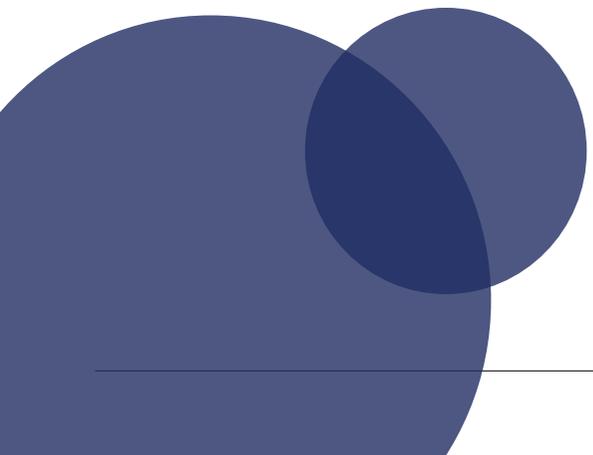
Der Bericht basiert auf den Ergebnissen von Umfragen, die von Kantar/Sifo im Auftrag von Nets (Teil der Nexi Group) in Form von 50 wöchentlichen Interviews unter 15 000 Internetnutzern durchgeführt wurden. Die Befragten kamen aus Norwegen, Dänemark, Finnland, Schweden, der Schweiz,

Deutschland, Österreich und Italien. Die Schätzungen des gesamten Online-Konsums basieren auf dem Medianwert multipliziert mit der Anzahl der Online-Kunden in jeder Kategorie. Der Vorteil dieser Methode besteht darin, dass der Median weniger empfindlich auf extreme Schwankungen reagiert und somit ein genaueres Bild des typischen Konsumverhaltens vermittelt.

Die Befragten wurden aus der lokalen Bevölkerung jeder Region in der Altersgruppe der 18- bis 79-Jährigen mit Internetzugang ausgewählt.

Sie wurden mit den gleichen Altersgruppen auf der Grundlage der Daten von internetworldstats.com von Juni 2021 verglichen. Jede Antwort wurde nach Alter, Geschlecht und Region gewichtet und berücksichtigt die kumulierte Zusammensetzung. Die Gewohnheiten der einzelnen Befragten wurden anhand ihrer Aktivitäten in den letzten 28 Tagen ermittelt.

Die in diesem Bericht enthaltenen Daten lassen sich nicht direkt mit Daten vergleichen, die mit einer anderen Methode erhoben wurden.



---

**nexi**

Nets Switzerland AG  
Richtstrasse 17  
8304 Wallisellen ZH

Website: [www.nets.eu/de-CH/payments](http://www.nets.eu/de-CH/payments)