

Pressemitteilung

E-Commerce Schweiz – Wachstum setzt sich auf hohem Niveau fort

- ✓ 2021 haben Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten CHF 32,5 Mrd. für Online-Einkäufe im In- und Ausland ausgegeben – 13% mehr als 2020.
- ✓ Die Reisebranche hat um 61% zugelegt und ihren Umsatz auf CHF 8,9 Mrd. gesteigert. Davon wurden CHF 3,3 Mrd. für Hotelreservierungen ausgegeben, 51% mehr als im Vorjahr und CHF 2,9 Mrd. für Flugtickets (+ 107%).
- ✓ Die Service-Branche zählt mit CHF 7,6 Mrd. und einem Plus von 15% ebenfalls zu den E-Commerce-Gewinnern.
- ✓ Der Warenhandel hat mit CHF 16 Mrd. seine Spitzenposition verteidigt, im Vergleich zum Vorjahr aber 5% an Umsatz eingebüsst.
- ✓ Kleidung zählt mit CHF 3,2 Mrd. Umsatz zu den beliebtesten Online-Warenartikeln, 46% der Schweizer Bevölkerung kleidet sich online ein.
- ✓ Bequem und einfach Einkaufen ist für die Konsumenten fast dreimal so wichtig wie ein tiefer Preis.
- ✓ Für den Nexi E-Commerce Report Schweiz wurden rund 1.250 Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz zu ihren online Einkaufs- und Zahlungsgewohnheiten befragt. Die ausgewiesenen Umsätze beziehen sich auf die Ausgaben im In- und Ausland und sind Schätzungen auf der Grundlage von Medianwerten.

Wallisellen, 18. August 2022. Alles in allem ist der Schweizer E-Commerce auch 2021 gewachsen. Verschiedene Branchen konnten ihren Online-Umsatz nochmals deutlich erhöhen, andere haben auf hohem Niveau nur noch leicht zugelegt und wenige haben aufgrund der sich normalisierenden Gesamtverhältnisse Online-Umsatz verloren. „Die Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten haben während der Pandemie die Vorteile von E-Commerce kennengelernt. Sie schätzen zeitlich und örtlich unabhängiges Einkaufen“, sagt Marianne Bregenzer, Country Director

der Nets Schweiz AG. „Wir gehen davon aus, dass in den kommenden Jahren der Online-Handel weiter an Bedeutung gewinnen wird. Die pandemiebedingten Investitionen der Händler waren folglich nicht umsonst. Die Zukunft ist digital.“

Die E-Commerce-Gewinner

Die Reisebranche hat besonders von der sich normalisierenden Gesamtsituation profitiert und ihren Online-Umsatz um 61% auf CHF 8,9 Mrd. erhöht. CHF 3,3 Mrd. wurden für Hotelreservierungen ausgegeben (+ 51%) und CHF 2,9 Mrd. für Flugtickets (+ 107%). Auch die Bereiche Haus und Garten konnte ihren Online-Umsatz um weitere 57% auf CHF 300 Mio. steigern. Der Umsatz für Weisswaren wie Kühlschränke und Waschmaschinen ist im Vorjahresvergleich um 38% auf CHF 600 Mio. gestiegen. Pharmazeutische Produkte wurden im Umfang von CHF 400 Mio. online bestellt (+ 38%).

„Der Lockdown im Frühling 2020 hat dazu geführt, dass man sich hierzulande mit Online-Einkäufen für das Zuhause und die Gesundheit versorgt hat, dieser Trend hat sich im zweiten Pandemiejahr nochmals akzentuiert und fortgesetzt“, so Marianne Bregenzer.

Zunehmende Mobilität beeinflusst die Online-Umsätze

2021 konnten die Gastrobetriebe und der stationäre Handel ihre Kundinnen und Kunden nahezu durchgehend vor Ort begrüßen. Die Mobilität hat wieder zugenommen, was verschiedene Branchen auch bei ihren Online-Umsätzen gespürt haben. 2021 wurde deutlich weniger Lebensmittel und Alkohol online bestellt als ein Jahr zuvor und der Umsatz ist um 29% von CHF 3,2 Mrd. auf CHF 2,3 Mrd. gesunken. Auch die Media-Anbieter konnten nicht an die Umsatzgewinne im ersten Pandemiejahr anknüpfen, bei online gekauften Büchern, Filmen und Musikangeboten ging der Umsatz um 21% auf CHF 600 Mio. zurück. Der Online-Umsatz mit Waren hat über alle Branchen hinweg um 5% nachgegeben und lag 2021 bei CHF 16 Mrd.

„Pandemiebedingt haben sich viele Einkäufe im ersten Pandemiejahr in den Online-Kanal verschoben. Mit der zunehmenden Mobilität hat das Pendel wieder zurückgeschlagen und der stationäre Handel konnte Umsätze zurückgewinnen“, so Marianne Bregenzer. „Das gilt aber nicht für jede Branche. Es haben sich neue Online-Einkaufsgewohnheiten etabliert, die das Verhalten langfristig prägen werden.“

Kleidung, Lebensmittel und Alkohol sowie Schuhe sind online am beliebtesten

Kleidung zählt nach wie vor zu den beliebtesten Online-Einkäufen – 46% der Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten gaben an, dass sie sich in den letzten 28 Tagen online eingekleidet haben, insgesamt haben sie CHF 3,2 Mrd. dafür ausgegeben. 27% haben im gleichen Zeitraum Schuhe, 26% Lebensmittel und Alkohol und 21% Beauty-Produkte gekauft.

Bequem und einfach zählt – der Preis ist sekundär

Bei den wichtigsten Beweggründen für den Online-Einkauf ist der Preis auf Platz fünf zurückgefallen. Bequemlichkeit ist fast dreimal so wichtig wie ein günstiger Preis. 27% nennen

einfach und bequem als wichtigsten Beweggrund, um online einzukaufen, 15% schätzen zeitlich flexibles Einkaufen, 12% das breite Sortiment und 12% die Zeitersparnis. Nur gerade 10% gaben an, dass ihnen beim Einkaufen der tiefste Preis wichtig ist. Dass trotzdem 56% der befragten Konsumentinnen und Konsumenten wegen des tiefen Preises einen Online-Einkaufskanal im Ausland wählen, ist kein Widerspruch. Es reflektiert das, was wir auch im stationären Handel erleben: Wer im Grenzgebiet wohnt, kauft häufiger in einem der Nachbarländer ein. Einfach und bequem muss es sein und dazu braucht es im digitalen Zeitalter keine Filiale im Ausland. Ein attraktiver, bequemer Online-Shop in Kombination mit vertrauensbildender regionaler Nähe und einem schnellen Service sind Schlüsselfaktoren, mit denen auch kleine Händler punkten können.

Wunsch nach einfacher Kaufabwicklung

Der Wunsch nach einem schnellen und einfachen Einkaufserlebnis erstreckt sich auch auf die ganze Kaufabwicklung. In der Schweiz ist die Kreditkarte das beliebteste Zahlungsmittel im E-Commerce, 62% bezahlen damit ihre Einkäufe, 30% sogar präferiert. 44% bestellen auf Rechnung, 23% von ihnen präferiert.

E-Wallets und Debitkarten am Durchstarten

Bereits 18% haben 2021 ihre Debitkarte für Online-Einkäufe eingesetzt. Der Anteil dürfte sich mit der zunehmenden Verbreitung der neuen Debitkarten von Mastercard und Visa schnell erhöhen. Bargeld und Debitkarten sind das beliebteste Zahlungsmittel in der Schweiz. Mit dem Rückenwind werden die neuen Debitkarten insbesondere auch bei jüngeren Konsumentinnen und Konsumenten, die noch keine Kreditkarte besitzen, im E-Commerce punkten. Genau wie E-Wallets wie beispielsweise PayPal oder Twint. Sie wurden von 29% der Konsumenten und Konsumentinnen genutzt und von 13% präferiert. „Die Zahlungsmittel sind der letzte wichtige Kontaktpunkt im Einkaufsprozess und tragen wesentlich zum Einkaufserlebnis bei“, so Marianne Bregenzer. „Im Grundsatz gilt: Je einfacher und digitaler, desto beliebter.“

Europäische E-Commerce Trends für den Schweizer Markt nutzen

Der E-Commerce Report wird bereits seit einigen Jahren vom zur Nexi Group gehörenden europäischen Zahlungsdienstleister Nets Group für die skandinavischen Länder erstellt. Mit der Ausdehnung auf weitere Länder wie die Schweiz, Österreich und Deutschland ist ein paneuropäischer E-Commerce Report entstanden, der die frühzeitige Erfassung von Trends sicherstellt und Händler bei der lokalen Umsetzung unterstützt. Erhoben wurden die Daten für den E-Commerce Report vom Marktforschungsunternehmen Kantar Sifo, das dafür in der Schweiz von Januar bis Dezember 2021 rund 1.250 Konsumentinnen und Konsumenten befragte. Die ausgewiesenen Umsätze beziehen sich auf die Ausgaben im In- und Ausland und sind Schätzungen auf der Grundlage von Medianwerten.

Über Nets Schweiz AG

Nets Schweiz AG ist ein unabhängiger Zahlungsanbieter und Marktpartner für den Schweizer Handel. Wir eröffnen Händlern den Zugang zu allen etablierten lokalen und globalen Bezahlstandards und unterstützen sie bei der Schaffung eines durchgehend digitalen Kundenerlebnisses. Als Teil der Nexi Group, einem führenden europäischen PayTech, agieren wir aus einer Position der Stärke und unterstützen lokale Händler beim Ausbau ihrer digitalen, auf Kundenbindung und Wertschöpfung ausgerichteten Geschäftsbeziehung. Wir bringen internationale Innovationen in die Schweiz, zu Preisen, die zur Marktstruktur und den Bedürfnissen der lokalen Händler passen. Weitere Informationen zu Netz Schweiz AG unter <https://www.nets.eu/de-CH/payments/press-and-media>

Medienkontakt Nets

Christian Drixler

Head of Media Relations DACH

Tel.: +49 170 310 8978

E-Mail: christian.drixler@nexigroup.com