



Medienmitteilung vom 8. September 2021
ZHAW School of Management and Law

Der Boom des Onlinehandels geht weiter

Neun von zehn Onlineshops in der Schweiz und Österreich sind während der Pandemie gewachsen und die Hälfte hat sehr viele Neukunden gewonnen. Rund 40 Prozent verzeichnen zudem eine höhere Bestellfrequenz. Auch für die Zukunft erwarten die meisten Shops ein zusätzliches Wachstum, wie eine ZHAW-Studie zeigt.

Der starke Zuwachs des Onlinehandels seit Pandemiebeginn setzt sich bis heute fort: Neun von zehn Onlineshop-Betreibern in der Schweiz und Österreich haben in den letzten anderthalb Jahren neue Kundinnen und Kunden gewonnen, 51 Prozent sogar sehr viele. Zudem kaufen die Konsumentinnen und Konsumenten bei rund 40 Prozent der Anbieter häufiger ein, bei jedem zweiten davon zusätzlich auch grössere Mengen. 88 Prozent der Onlinehändler verzeichneten 2020 ein Umsatzwachstum, bei mehr als einem Drittel war es mit über 30 Prozent sehr stark. Zu diesen Resultaten kommt die aktuelle Onlinehändlerbefragung von 365 Onlineshops der ZHAW School of Management and Law.

Rekordumsatz erwartet

«Viele Onlineshops konnten in der jüngsten Vergangenheit also gleich dreifach profitieren: vom Zustrom neuer Kundinnen und Kunden sowie von höheren Einkaufsmengen und -frequenzen», sagt ZHAW-Forscher Darius Zumstein. «Insgesamt schätzen wir, dass der Umsatz im Schweizer Onlinehandel 2021 mindestens 15 Milliarden Franken erreichen wird. Das ist ein Plus von beinahe 50 Prozent im Vergleich zu 2019.» 92 Prozent der Onlinehändler erwarten darüber hinaus auch für die Zeit nach der Pandemie ein nachhaltiges Wachstum: 23 Prozent ein starkes und 69 Prozent ein moderates.

Die befragten Onlineshops verzeichneten 2020 in sämtlichen Produktgruppen einen Anstieg der Bestellungen gegenüber 2019. Besonders stark zugelegt haben sie bei Garten- und Do-it-yourself-Artikeln, Spielwaren, Möbeln und Sportgeräten sowie bei Lebensmitteln. Die sehr starke Nachfrage im Bereich Computer-, Multimedia- und Elektrogeräte im Frühling 2020 ist inzwischen etwas abgeflacht.

Neue Arbeitsplätze

Als Reaktion auf das Wachstum hat die Mehrheit der Onlinehändler zusätzliches Personal eingestellt, beispielsweise im Lager und in der Bestellverarbeitung. Viele soge-



nannte «Omnichannel»-Anbieter, die sowohl stationäre Ladengeschäfte als auch Onlineshops betreiben, haben ausserdem ihre E-Commerce-Abteilungen ausgebaut oder organisatorisch aufgewertet. «Die Coronakrise hat diesbezüglich einen deutlichen Digitalisierungsschub bewirkt», sagt Zumstein. Viele Onlinehändler haben weiter in den Ausbau ihrer Lagerkapazitäten und in ihre IT-Systeme investiert. Inzwischen verkauft mehr als die Hälfte ihre Produkte auch auf virtuellen Marktplätzen wie Digitec Galaxus oder Amazon. Das sind deutlich mehr als noch 2019.

Intensivierter Wettbewerb

Zu den aktuellen Herausforderungen der Onlinehändler gehören unter anderem Probleme bei der Beschaffung: Rund drei von vier Anbietern geben an, dass Lieferanten verzögert oder gar nicht liefern können. Daneben spüren 70 Prozent einen zunehmenden Wettbewerbs- und Preisdruck. Unter den Omnichannel-Anbietern erwartet mehr als die Hälfte, dass es in den kommenden Jahren weniger stationäre Ladengeschäfte geben wird. «Ein Teil der Betreiber wird wohl vermehrt auf neue Ladenformate setzen, beispielsweise Erlebnisgeschäfte oder Showrooms, in denen nur ausgewählte Produkte aus dem Onlinesortiment präsentiert und verkauft werden», meint Zumstein.

Die Standardzahlungsoptionen im Onlinehandel bleiben wie in den Vorjahren Kreditkarte und Rechnung. Nochmals zugenommen hat die Verbreitung mobiler Verfahren: So bieten beispielsweise 52 Prozent der Shops die Zahlung mit TWINT an. Technisch im Hintergrund abgewickelt werden die Überweisungen am häufigsten über PayPal, Post Finance, Worldline und Datatrans.

Vierte Ausgabe der Studie

Durchgeführt hat die «Onlinehändlerbefragung 2021» das Institut für Marketing Management der ZHAW School of Management and Law vom 8. Juni bis 4. September 2021. An der digitalen Umfrage nahmen 365 Onlineshops aus den Bereichen Business-to-Consumer (B2C) und Business-to-Business (B2B) sowie Hersteller-Onlineshops teil. Neben 284 Schweizer Anbietern waren erstmals auch 63 aus Österreich vertreten. Das ermöglicht Vergleiche zwischen den beiden Nachbarländern. Die Untersuchung ist dieses Jahr zum vierten Mal erschienen.

Kontakt

- Darius Zumstein, ZHAW School of Management and Law, Institut für Marketing Management, Telefon 058 934 66 08, E-Mail: darius.zumstein@zhaw.ch
- Frederic Härvelid, ZHAW School of Management and Law, Kommunikation, Telefon 058 934 51 21, E-Mail: frederic.haervelid@zhaw.ch