

Medienmitteilung

moneyland.ch zu den Einkaufskanälen der Schweizer Bevölkerung

Online- und Mobile-Shopping: So kauft die Schweiz ein

Der unabhängige Online-Vergleichsdienst moneyland.ch hat im Rahmen einer repräsentativen Umfrage untersucht, auf welchen Einkaufskanälen die Schweizer Bevölkerung einkauft. Resultat: Je nach Produkt gibt es riesige Unterschiede bei der Wahl der bevorzugten Kaufkanäle.

Zürich, 28. April 2021 – Die Corona-Krise hat dem Shoppen im Internet einen weiteren Schub verliehen. moneyland.ch hat dieses Jahr 1503 Personen im Rahmen einer repräsentativen Online-Umfrage gefragt, auf welchen Kanälen sie am häufigsten einkaufen.

Zur Auswahl standen die Kaufkanäle Internet via Desktop-Computer, mobiles Internet via Smartphone, mobiles Internet via Tablet, Laden oder Filiale, Makler (Broker) oder per Telefon. Keine Angaben waren ebenfalls möglich (zum Beispiel, wenn die Befragten ein bestimmtes Produkt gar nie kaufen). Auch eine Mehrfachauswahl der Kanäle war möglich – da viele Konsumenten bestimmte Produkte auf unterschiedlichen Kanälen kaufen.

moneyland.ch hat pro Produkt ausgerechnet, wie viele Prozent der Befragten, welche ein Produkt kaufen, die unterschiedlichen Einkaufskanäle nutzen. Die Summe der Prozentzahlen aller Einkaufskanäle pro Produkt beträgt aufgrund der Möglichkeit einer Mehrfachauswahl jeweils mehr als 100%.

Trotz Corona wird weiterhin im Laden eingekauft

Trotz der beschleunigten Digitalisierung gibt es in der Corona-Krise weiterhin viele Produkte, die vorwiegend im Laden und nicht im Internet gekauft werden. Dazu gehören Lebensmittel, die 96% der Bevölkerung im Laden kaufen. Es folgen Brillen (94% im Laden), Möbel (91%), Autos (90%), Velos (90%), Motorräder (87%), Kosmetik (87%), Schuhe (86%), Geschenke (84%), Elektrogeräte (80%) und Kleider (80%).

Trotzdem: «Der Trend der Digitalisierung beim Einkaufen wird sich auch in der Schweiz fortsetzen», so Benjamin Manz, Geschäftsführer von moneyland.ch.

Digitalisierung wird sich auch beim Shoppen durchsetzen

Viele Produkte wie Flüge, Reisen, Zugtickets, Musik und Software werden bereits eher im Internet als wie früher im Offline-Geschäft gekauft. Bei anderen Produkten wird das Internet den Laden als populärster Kaufkanal in der Schweiz nach der Einschätzung von moneyland.ch bald ablösen. Dazu gehören Bankkonten, Computer und Elektrogeräte.

«Eine Frage der Zeit ist es auch, bis das Smartphone den Desktop-Computer zu Hause als wichtigstes Internet-Einkaufsgerät ablösen wird», so Manz. Das sieht man auch daran, dass das Handy als Kaufkanal bei den jüngsten Befragten bereits deutlich populärer ist als bei älteren Konsumenten.

Online-Einkauf am beliebtesten bei Flügen und Reisen

Flüge und Reisen werden in der Schweiz so stark wie keine andere der abgefragten Produkte online eingekauft.

Das Internet ist bei Flügen der dominante Kaufkanal: 88% nutzen das Internet allgemein: 73% kaufen Flüge via Desktop-Computer, 24% via Smartphone und 19% via Tablet.

Ähnlich sieht es bei Reisen aus: 86% nutzen das Internet allgemein: 72% kaufen Reisen via Desktop-Computer, 25% via Smartphone und 18% via Tablet.

Handy am beliebtesten für Zugtickets

Der mit Abstand wichtigste Kaufkanal für Zugtickets ist das Internet mit 82%. Interessant ist die Zusammensetzung der einzelnen Internet-Kanäle. 36% kaufen Zugtickets via Desktop-Computer, 55% via Smartphone und 12% via Tablet.

«Damit sind Zugtickets die einzigen der abgefragten Produkte, welche von der Schweizer Bevölkerung lieber am Handy als am Desktop-Bildschirm gekauft werden. Der Grund dürfte in erster Linie die SBB-App sein, die sehr häufig genutzt wird», so Noé Stemmer, Analyst bei moneyland.ch.

Lebensmittel: Offline-Einkauf bleibt in der Schweiz dominant

Bei Lebensmitteln ist der Offline-Laden als Kaufkanal so stark wie bei keinem anderen der abgefragten Produkte. Trotz Corona gehen noch 96% der Befragten im Laden einkaufen.

Immerhin haben aber bereits fast ein Fünftel der Bevölkerung (18%) das Internet als Kaufkanal entdeckt. 13% nutzen das Internet via Desktop-Computer, 7% das Smartphone und 4% das Tablet als Kaufkanal.

Autos, Motorräder und Velos werden offline gekauft

Autos, Motorräder und Velos werden weiterhin offline gekauft. Der mit Abstand dominanteste Einkaufskanal ist bei Autos der Laden/die Filiale (beziehungsweise die Garage) mit 90%. Nur 15% geben das Internet als Kaufkanal an. Bei Motorrädern sind die Zahlen praktisch dieselben.

Auch bei Velos spielt das Internet als Kaufkanal mit 15% noch eine untergeordnete Rolle: Das Offline-Geschäft hat mit 90% weiterhin die Nase vorn.

Computer, Software und Elektrogeräte

Dank Brack, Digitec & Co. kaufen Schweizerinnen und Schweizer Elektrogeräte und Computer bereits ziemlich häufig online ein. Trotzdem ist der Offline-Kanal weiterhin wichtiger: 80% kaufen Elektrogeräte im Laden, aber erst 56% im Internet. Ähnlich bei Computern: 69% kaufen noch im Laden, während 52% auch bereits im Internet Computer kaufen.

Bei Software hingegen hat der Internet-Kanal endgültig gesiegt: 75% kaufen Software mittlerweile im Internet und nur 38% im Laden.

Kleider, Schuhe, Brillen und Kosmetik

Bei Kleidern ist der Offline-Einkauf weiterhin am wichtigsten: 80% geben an, im Laden Kleider zu kaufen. Allerdings kaufen 59% der Befragten ihre Kleider auch bereits im Internet ein (44% der Befragten auf dem Desktop-Computer, 25% auf dem Handy und 14% auf dem Tablet).

Bei Schuhen ist das Internet als Einkaufskanal mit 45% noch etwas weniger verbreitet als bei Kleidern. 86% kaufen Schuhe weiterhin (auch) im Laden ein. Ähnlich sieht es bei Kosmetika aus, welche erst von 35% (auch) im Internet gekauft werden.

An Brillen ist in der Schweiz die Internet-Revolution noch fast ganz vorbeigegangen, obwohl es schon einige Online-Brillenhändler gibt. 94% kaufen die Brille noch im Geschäft, nur 8% auch im Internet.

Möbel, Geschenke und Bücher

Möbel kaufen Schweizerinnen und Schweizer weiterhin bevorzugterweise direkt im Laden. 91% geben den Laden als Kaufkanal an, nur 35% kaufen Möbel auch im Internet.

Bei Geschenken sieht das schon anders aus. Zwar ist der Offline-Einkauf weiterhin mit Abstand am wichtigsten: 84% geben an, im Laden Geschenke zu kaufen. Allerdings kaufen bereits 66% der Befragten ihre Geschenke auch im Internet ein (52% auf dem Desktop-Computer, 28% auf dem Handy und 17% auf dem Tablet).

Interessant sind Bücher: 69% geben an, Bücher im Laden offline zu kaufen. Das Internet ist – nicht zuletzt aufgrund von Amazon – gleich auf: 69% kaufen Bücher (auch) via Internet.

Banken: Kreditkarten mehrheitlich online gekauft, Hypotheken in der Filiale

Die Mehrheit der Schweizer Bevölkerung eröffnet ein Bankkonto am häufigsten weiterhin in der Filiale – nämlich 63% der Befragten. 33% nutzen das Internet via Desktop-Computer, 13% via Smartphone, 7% via Tablet. Unabhängig von den einzelnen Geräten nutzen 41% das Internet für die Bankkonto-Eröffnung.

Bei Kreditkarten hat das Internet die Filiale bereits überholt – wenn auch nur knapp: 55% beantragen Kreditkarten am häufigsten im Internet (43% via Desktop-Computer, 14% auf dem Smartphone, 9% auf dem Tablet). In der Filiale sind es nur noch 45%.

Bei Hypotheken dominiert weiterhin die Filiale, in der 57% der Befragten die Hypothek abschliessen. Es folgen Makler mit 35%. Im Internet schliessen erst 18% eine Hypothek ab.

Bei den weniger komplexen Privatkrediten ist der Internet-Abschluss mit 33% der Befragten bereits deutlich höher als bei Hypotheken. 50% schliessen den Kredit in einer Filiale ab, 28% beim Kreditmakler.

Krankenversicherungen am häufigsten online abgeschlossen

Bei Versicherungen gibt es interessanterweise ebenfalls grössere Unterschiede je nach Versicherungstyp.

Bei Krankenversicherungen ist das Internet der Kaufkanal mit dem höchsten Wert: 50% der Befragten geben an, dass sie das Internet für den Abschluss einer Krankenkasse nutzen (41% via Desktop-Computer, 9% via Smartphone, 9% via Tablet). 24% gehen in eine Filiale, 27% zum Broker und 20% schliessen die Krankenversicherung telefonisch ab.

Bei Sachversicherungen stehen Makler mit 43% an erster Stelle, gefolgt vom Internet mit 35%, der Filiale mit 28% und dem Telefon mit 16%.

Auch Lebensversicherungen werden am häufigsten beim Makler abgeschlossen (53%), gefolgt von der Filiale (33%), dem Internet (24%) und dem Telefon (11%).

Wo Handy-Abos und Internet-Abos gekauft werden

Für den Kauf von Handy-Abos und Internet-Abos ist der Internet-Kanal bereits am populärsten.

55% der Befragten geben an, Handy-Abos im Internet zu kaufen (42% via Desktop-Computer, 19% via Handy und 10% via Tablet). Immerhin noch 51% kaufen das Handy-Abo aber in einer Filiale.

Bei Internet-Abos ist der Online-Kanal schon dominanter. 66% der Befragten geben an, Internet-Abos im Internet zu kaufen (52% via Desktop-Computer, 18% via Handy und 12% via Tablet). Nur noch 37%

kaufen das Internet-Abo in einer Filiale.

Junge shoppen besonders oft mit dem Handy

Bei der Wahl der Einkaufskanäle gibt es Generationen-Unterschiede. Am deutlichsten zeigt sich das bei Einkäufen mit dem Smartphone. Für die jüngste Altersgruppe im Alter zwischen 18 und 25 Jahren ist das Handy als Kaufkanal deutlich wichtiger als für die älteren Konsumenten.

Beispiel Flüge: 77% der befragten Altersgruppe zwischen 18 und 25 Jahren kaufen Flüge via Desktop-Computer, 36% via Smartphone. Bei den 26- bis 49-Jährigen kaufen 73% die Flüge via Desktop-Computer und 31% via Smartphone. Bei den 50- bis 74-Jährigen kaufen 72% ihre Flüge via Desktop-Computer und nur 11% via Smartphone.

Unterschiede je nach Region

Auf dem Land ist das Internet als Kaufkanal etwas weniger populär als in den Schweizer Städten. Interessant sind auch die Unterschiede zwischen der Deutsch- und der Westschweiz. In der Deutschschweiz ist das Smartphone als Kaufkanal bereits wichtiger als in der Romandie.

Kontakt für weitere Informationen:

Benjamin Manz
Geschäftsführer
moneyland.ch
Hottingerstrasse 12
CH-8032 Zürich, Schweiz
Telefon: +41 44 576 88 88
E-Mail: media@moneyland.ch

Noé Stemmer
Analyst
moneyland.ch
Hottingerstrasse 12
CH-8032 Zürich, Schweiz
Telefon: +41 44 576 88 88
E-Mail: media@moneyland.ch

Anhang

Über moneyland.ch

moneyland.ch ist der unabhängige Schweizer Online-Vergleichsdienst für Banken, Versicherungen und Telekom. Auf moneyland.ch finden sich umfassende und genaue Kosten- und Leistungsvergleiche in den Bereichen Krankenkassen, Spitalzusatz-, Krankenkassenzusatz-, Rechtsschutz-, Lebens-, Tier- und Reiseversicherungen, Handy-, Internet-, TV- und Festnetz-Angebote, Kreditkarten, Hypotheken, Kredite, Mietkautionen, Trading, Private Banking, Bankpakete, Kassenobligationen, Privat-, Firmen-, Spar-, Säule-3a- und Freizügigkeitskonten. Insgesamt hat moneyland.ch bereits mehr als 100 interaktive Vergleiche und Rechner programmiert.

Alle Rechner finden Sie unter <https://www.moneyland.ch/de/rechner>

Alle interaktiven Vergleiche finden Sie unter <https://www.moneyland.ch/de/vergleiche>

Methodik

Das Marktforschungsinstitut Ipsos hat im Auftrag von moneyland.ch Anfang 2021 eine repräsentative Online-Umfrage zum Thema Einkaufskanäle in der Schweiz durchgeführt. Befragt worden sind 1503 Personen in der Deutsch- und Westschweiz.

Gefragt wurde, über welche Einkaufskanäle die Befragten verschiedene Produkte und Dienstleistungen

am häufigsten einkaufen. Auch eine Mehrfachauswahl der Kanäle war möglich – da viele Konsumenten bestimmte Produkte auf unterschiedlichen Kanälen kaufen. Die Summe der Prozentzahlen der Einkaufskanäle beträgt deshalb über 100%.

Zur Auswahl standen die folgenden Einkaufskanäle: Im Internet auf dem Desktop-Computer, im Internet auf dem Smartphone, im Internet auf dem Tablet, im Laden oder einer Filiale, beim Makler (Broker), telefonisch. Auch konnten die Befragten mitteilen, dass sie die Fragen nicht beurteilen können (weiss nicht).

Zur Auswahl standen die folgenden Produkte und Dienstleistungen: Bankkonto, Kreditkarte, Sachversicherungen, Krankenversicherungen, Lebensversicherungen, Hypothek, Kredit, Handy-Abo, Internet-Abo, Reisen, Flüge, Musik, Videos, Auto, Motorrad, Velo, Zugtickets, Bücher, Brillen, Computer, Software, Elektrogeräte, Geschenke, Kleider, Schuhe, Kosmetik, Möbel, Lebensmittel.