

Vergleich Angebot und Nachfrage

Gegenüberstellung zwischen Onlinehändler- und
Kundenbefragung 2021 mit Fokus Nachhaltigkeit

Angebot und Nachfrage im Onlineshopping mit Fokus Nachhaltigkeit

Was wünschen sich Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten rund um die Nachhaltigkeit im E-Commerce und wie geht der Onlinehandel auf diese Erwartungen ein? Finden Sie die Antworten in unserer Gegenüberstellung.





Themenübersicht

Versand	4
Verpackung	5
Nachhaltigkeitsaspekte im Überblick	6

Versand

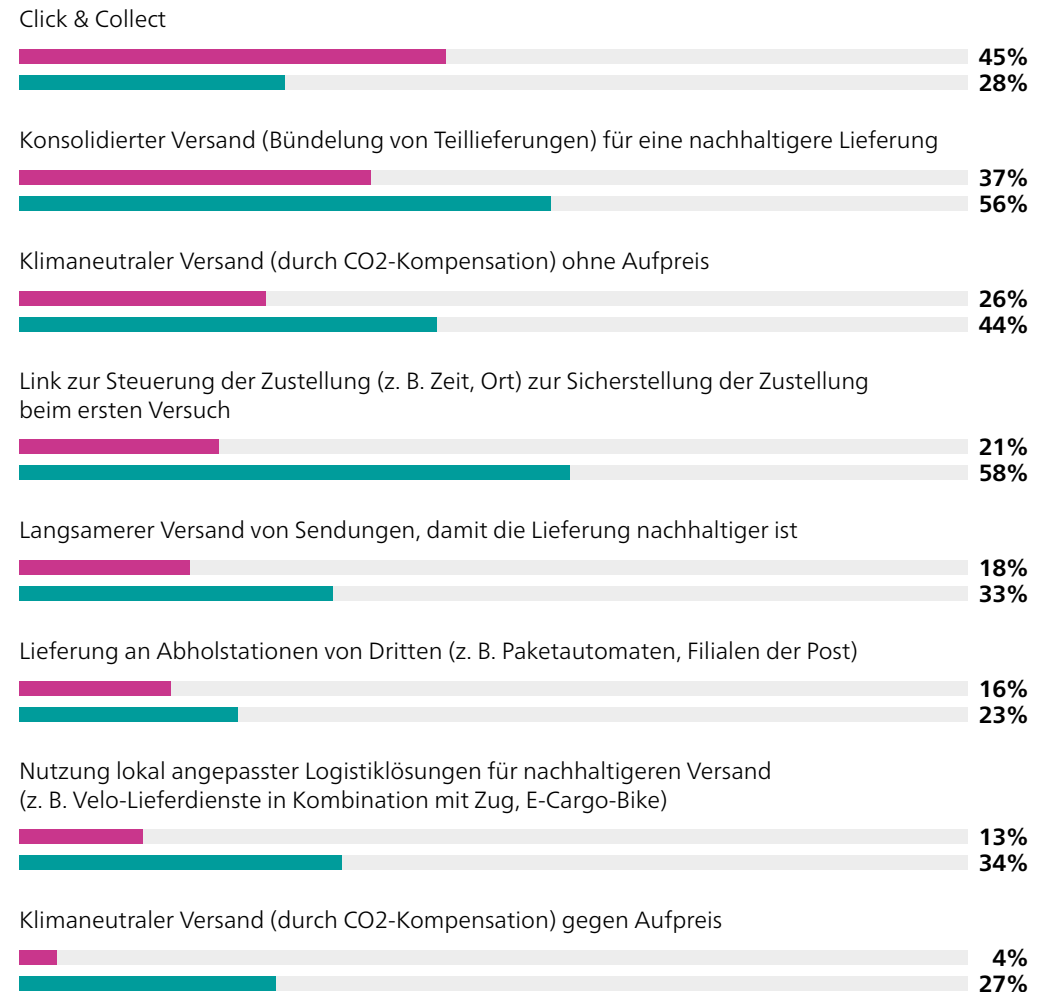
Onlinehändlerbefragung

Welche der folgenden ökologischen Versandoptionen bieten Sie Ihren Kunden an?

Kundenbefragung

Wie wichtig sind Ihnen die folgenden ökologischen Versandoptionen?

Bei den ökologischen Versandoptionen entspricht das Angebot der Onlinehändler mehrheitlich nicht dem Kundenbedürfnis.



Verpackung

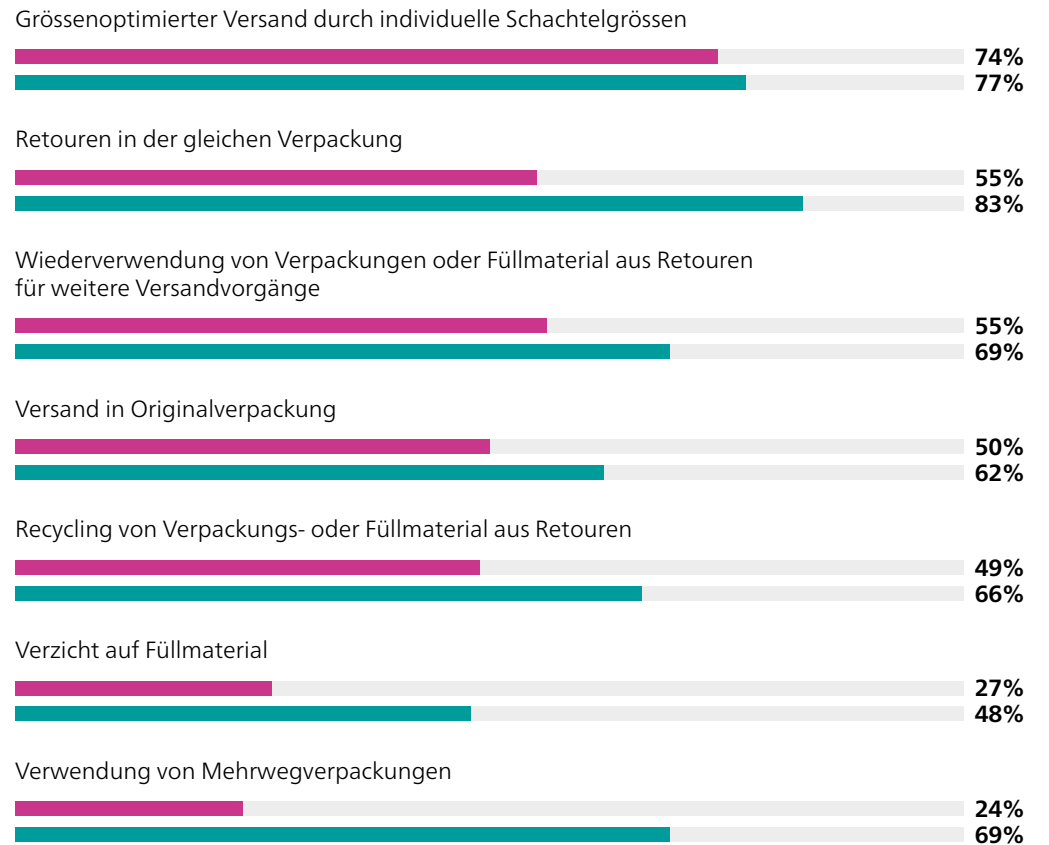
Onlinehändlerbefragung

Welche der nachfolgenden Aspekte setzen Sie im Verpackungssystem bereits um?

Kundenbefragung

Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte in Bezug auf die Verpackung der bestellten Ware?

Die Verwendung von Mehrwegverpackungen ist ein grosses Kundenbedürfnis bei dem seitens der Händler noch Potenzial besteht.



Nachhaltigkeitsaspekte im Überblick

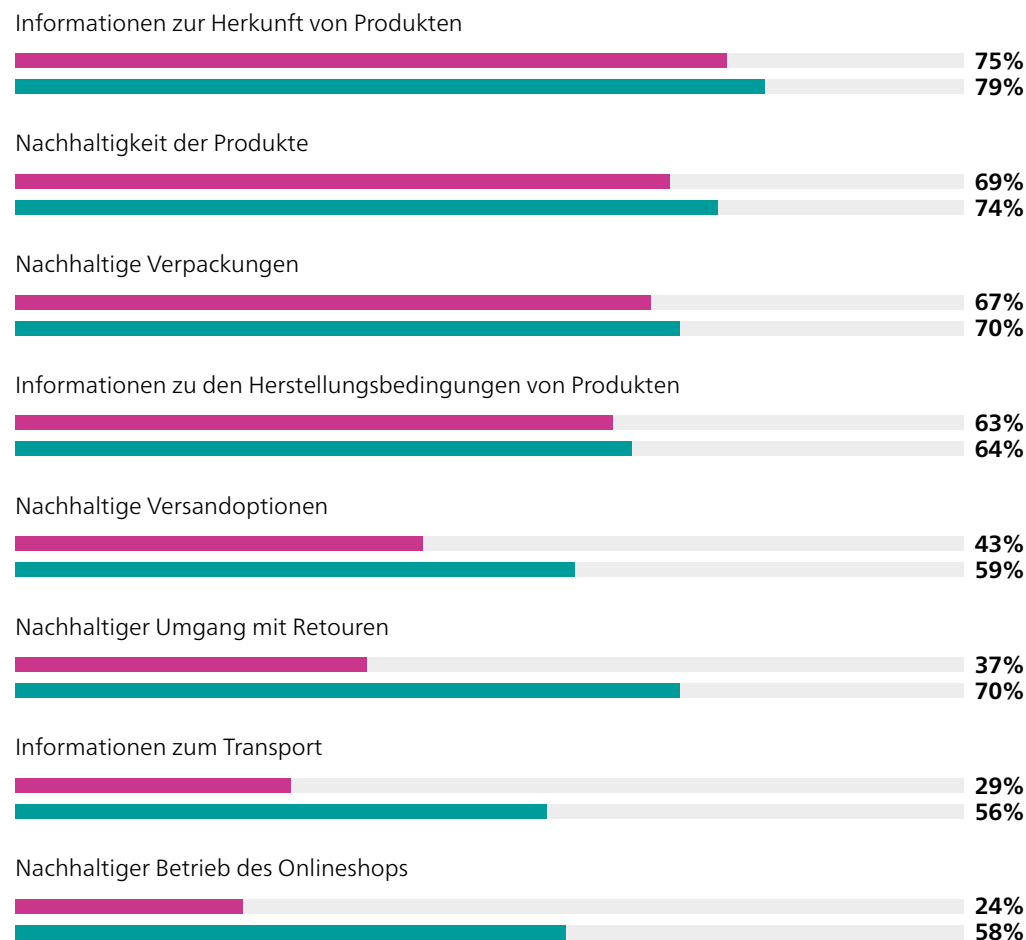
Onlinehändlerbefragung

Wie schätzen Sie die Wichtigkeit der folgenden Nachhaltigkeitsaspekte bei Ihren Kunden ein?

Kundenbefragung

Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Nachhaltigkeitsaspekte beim Onlineshopping?

Onlinehändler unterschätzen, wie wichtig ein nachhaltiger Betrieb des Onlineshops sowie nachhaltiges Retouren-Management den Kunden sind.



Studiendesign

Basis der Resultate

Die Resultate dieses Vergleichs basieren auf den folgenden Studien «Schweizer E-Commerce Stimmungsbarometer 2021» sowie «Onlinehändlerbefragung 2021: Nachhaltigkeit im Schweizer E-Commerce 2021».

Kundenbefragung 2021: Schweizer E-Commerce Stimmungsbarometer



Stichprobengrösse

11'545 Teilnehmer/innen (bereinigt)



Befragungszeitraum

18. bis 31. Mai 2021



Methodik

Quantitative Onlinebefragung



Fragen

26 geschlossene Fragen

Onlinehändlerbefragung 2021: Nachhaltigkeit im Schweizer E-Commerce



Stichprobengrösse

248 Onlinehändler



Befragungszeitraum

22. März bis 30. Juni 2021



Methodik

Quantitative Onlinebefragung



Fragen

23 geschlossene, 1 halboffene und 4 offene Fragen

Studiendesign

Studie «Schweizer E-Commerce Stimmungsbarometer 2021»

Ziel der Studie ist, die Stimmung und das Verhalten von Kundinnen und Kunden im Schweizer E-Commerce-Markt zu erfassen und zu analysieren. Als Forschungsansatz wurde eine quantitative empirische Studie gewählt. Die Befragung wurde mittels eines Onlinefragebogens durchgeführt. Der Fragebogen enthielt 26 geschlossene Fragen und unterteilte sich gemäss der Wertschöpfungs- bzw. Prozesskette im E-Commerce in die Themen: Vermarktung, Bestellung, Bezahlung, Logistik und Nachhaltigkeit sowie Kundenbetreuung.

Die Fragen zur Vermarktung und Bestellung untersuchten die Häufigkeit von Onlinekäufen, Gründe für Onlineshopping, die im Internet vorzugsweise gekauften Produktkategorien, den Gebrauch von virtuellen Marktplätzen, den Einsatz von Smartphones und Tablets beim Onlineshopping sowie die Gründe für Kaufabbrüche. In Punkto Bezahlung und Logistik bestand das Erkenntnisinteresse in den von den Kunden bevorzugten Zahlungs- und Liefermöglichkeiten sowie in der Verpackung und der Nachhaltigkeit des Transports. Der Abschnitt zur Kundenbetreuung thematisierte die gewünschten Kontaktformen. Als demografische Variablen wurden das Geschlecht, das Alter und die Sprache der Studienteilnehmenden erhoben.

Studiendesign

Studie «Schweizer E-Commerce Stimmungsbarometer 2021»

Die Befragung fand im Mai 2021 statt. Um eine möglichst grosse Anzahl potenzieller Studienteilnehmende zu erreichen und aus forschungsökonomischen Gründen, wurde der Fragebogen über den Privatkunden-Newsletter der Schweizerischen Post kommuniziert. Teil der untersuchten Stichprobe konnte demnach jede/jeder potenzielle E-Commerce-Kunde/in werden, der/die den Link zur Umfrage über den Newsletter oder auf einem anderen Weg (z. B. per Weiterleitung) erhalten hatte.

Die Umfrage ergab ein Gesamtsample von 12'078 Teilnehmenden. Die Beendigungsquote lag bei circa 72%, die median Bearbeitungszeit bei 12 Minuten. Im Anschluss wurden die Daten um abgebrochene Teilnahmen sowie sehr kurze Bearbeitungszeiten bereinigt, um die Einheitlichkeit und Qualität der Daten sicherzustellen. Nach der beschriebenen Bereinigung betrug das Sample schliesslich 11'545 Teilnehmende.

Studiendesign

Studie «Onlinehändlerbefragung 2021: Nachhaltigkeit im Schweizer E-Commerce»

Ziel der Studie war es, zu erfahren, wie Schweizer Onlinehändler mit dem Thema Nachhaltigkeit umgehen, welche Massnahmen sie umsetzen und wo die Herausforderungen liegen. Die Nachhaltigkeit wurde entlang der gesamten Wertschöpfungskette im Onlinehandel erhoben und analysiert. Als Forschungsansatz wurde eine quantitative empirische Studie gewählt. Um eine möglichst grosse Anzahl potenzieller Studienteilnehmende zu erreichen, wurde der Umfragelink gezielt in Schweizer Digital-Commerce-Netzwerken gestreut.

Der Fragebogen enthielt insgesamt 23 geschlossene, 1 halboffene und 4 offene Fragen zu den folgenden Themenblöcken: Produktsortiment, Betrieb Onlineshop, Intra-Logistik und Lager, Versand und Verpackung, Retouren, Zusammenarbeit mit Partnern, Bedürfnisse der Verbraucher, prioritäre Themen, Wettbewerbsfähigkeit, Kommunikation und Marketing sowie Typ und Grösse des Onlineshops.

Die Daten wurden von März bis Juni 2021 in einer quantitativen Onlinebefragung erhoben. Es haben 248 Onlinehändler an der Befragung teilgenommen.

Institut für Kommunikation und Marketing IKM

Hochschule Luzern – Wirtschaft

Das IKM vertritt an der Hochschule Luzern die Kompetenzfelder Kommunikation und Marketing und entwickelt diese Bereiche laufend weiter. Besonderes Augenmerk gilt den Anforderungen, die sich aus der Digitalisierung ergeben.

Als kompetenter Partner für lebenslanges Lernen (Lifelong Learning, LLL) bietet das IKM in den Bereichen Kommunikation und Marketing Ausbildungsformate auf den Stufen Bachelor und Master sowie Weiterbildungskurse auf den Stufen CAS und MAS an.

In der anwendungsorientierten Forschung und Entwicklung ist das IKM engagierter Partner von Unternehmen und anderen Hochschulen bei der gemeinsamen Entwicklung wissenschaftsbasierter Innovationen, der Durchführung wissenschaftlicher Studien und der Nutzbarmachung von wissenschaftlichen Erkenntnissen für Wirtschaft und Gesellschaft.

Mehr Informationen unter: www.hslu.ch/ikm

Hochschule Luzern – Wirtschaft
Institut für Kommunikation und Marketing IKM
Zentralstrasse 9
Postfach 2940
6002 Luzern

Dr. Thomas Wozniak
thomas.wozniak@hslu.ch
www.hslu.ch/ikm



Institute for Digital Business

Hochschule für Wirtschaft Zürich

Das Institute for Digital Business an der HWZ ist Anlaufstelle für anwendungsorientiertes digitales Wissen. Es betreibt Forschungsprojekte, bietet Studiengänge an, unterstützt KMU mit Beratungs- und Projektdienstleistungen und stellt Wissen über digitale Themen zur Verfügung. Geleitet wird das Institut von Manuel P. Nappo. Das E-Commerce Stimmungsbarometer wird vom Institut für Strategisches Management: Stakeholder View methodisch durchgeführt und begleitet.

Mehr Informationen unter:

www.fh-hwz.ch/idb

www.hwzdigital.ch

HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich

Institute for Digital Business

Manuel P. Nappo

Lagerstrasse 5

8021 Zürich

manuel.nappo@fh-hwz.ch

www.fh-hwz.ch

Hochschule für Wirtschaft Zürich

Die HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich ist Mitglied der Zürcher Fachhochschule (ZFH). Mit rund 2200 Studierenden und 500 Dozierenden ist die HWZ die grösste ausschliesslich berufsbegleitende Hochschule im Bereich Wirtschaft der Schweiz. Sie offeriert ein breites Angebot an Studiengängen auf Bachelor- und Masterstufe sowie die Möglichkeit zum Doktorat.

Mehr Informationen unter:

www.fh-hwz.ch

www.facebook.com/fhhwz

www.twitter.com/fhhwz

HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich

Lagerstrasse 5

8021 Zürich

www.fh-hwz.ch/ism

Die Schweizerische Post

Die Schweizerische Post begleitet Unternehmen im digitalen Handel. Als Partnerin des Institute for Digital Business der HWZ unterstützt sie aktiv den Wandel im digitalen Business sowie die Wissensvermittlung und -generierung.

Mehr Informationen unter: www.post.ch/digital-commerce

Post CH AG
Logistik-Services
Wankdorffallee 4
3030 Bern
digital-commerce@post.ch

Post CH AG
Logistik-Services
Wankdorffallee 4
3030 Bern

digital-commerce@post.ch
www.post.ch/digital-commerce

DIE POST 