

**VSV ASVAD**  
Verband des Schweizerischen Versandhandels  
l'Association Suisse de Vente à Distance



# ONLINE- UND VERSANDHANDELSMARKT SCHWEIZ 2018

Patrick Kessler  
VSV

Luca Giuriato  
GfK Switzerland AG

Zürich, 28. Februar 2019

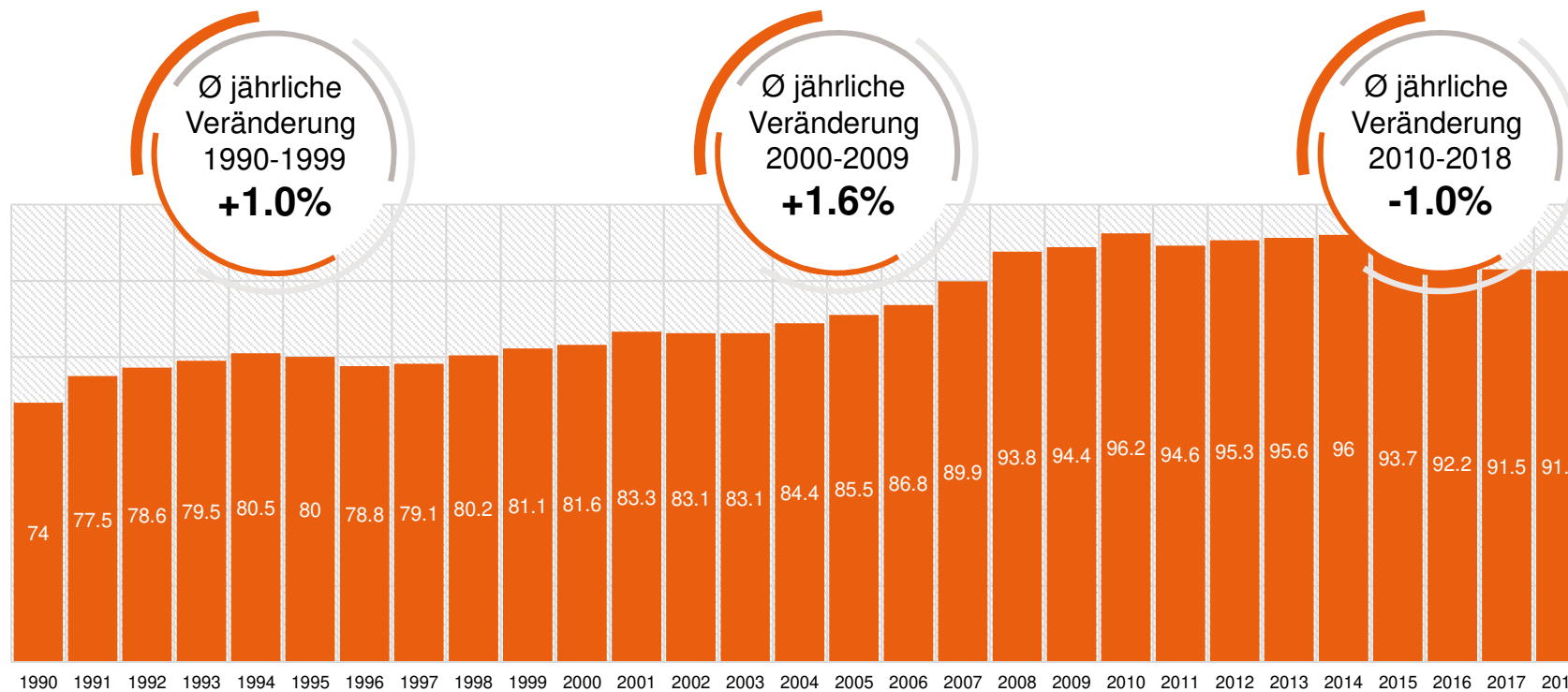
# Detailhandel Schweiz 1990 – 2018

Umsatzentwicklung in Mrd. CHF, zu laufenden Preisen

VSV ASVAD  
Verband des Schweizerischen Versandhandels  
l'Association Suisse de Vente à Distance

DIE POST  
LA POSTE  
LA POSTA

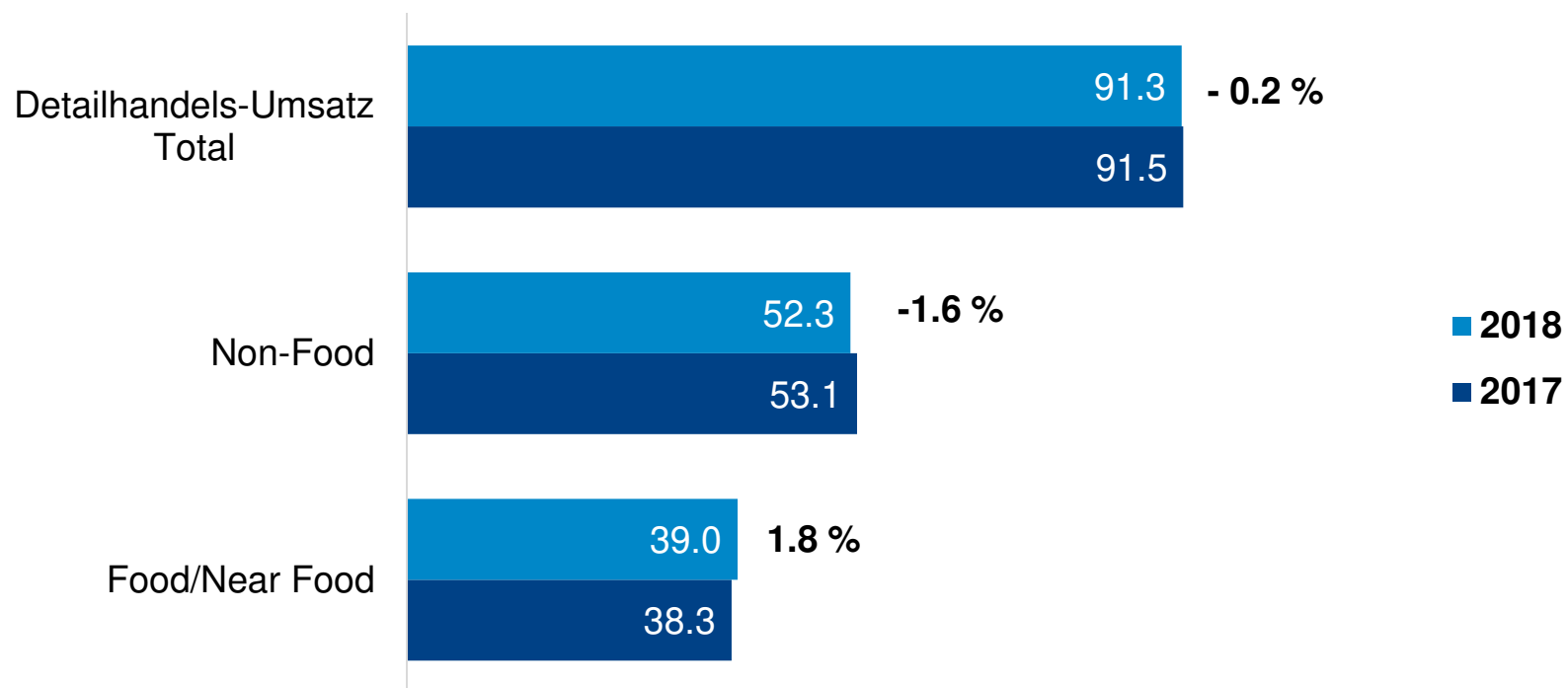
GfK



# Detailhandel Schweiz 2017– 2018

## Umsatzentwicklung in Mrd. CHF

VSV ASVAD  
Verband des Schweizerischen Versandhandels  
l'Association Suisse de Vente à Distance



# Erhebungsmethode

**VSV ASVAD**  
Verband des Schweizerischen Versandhandels  
l'Association Suisse de Vente à Distance

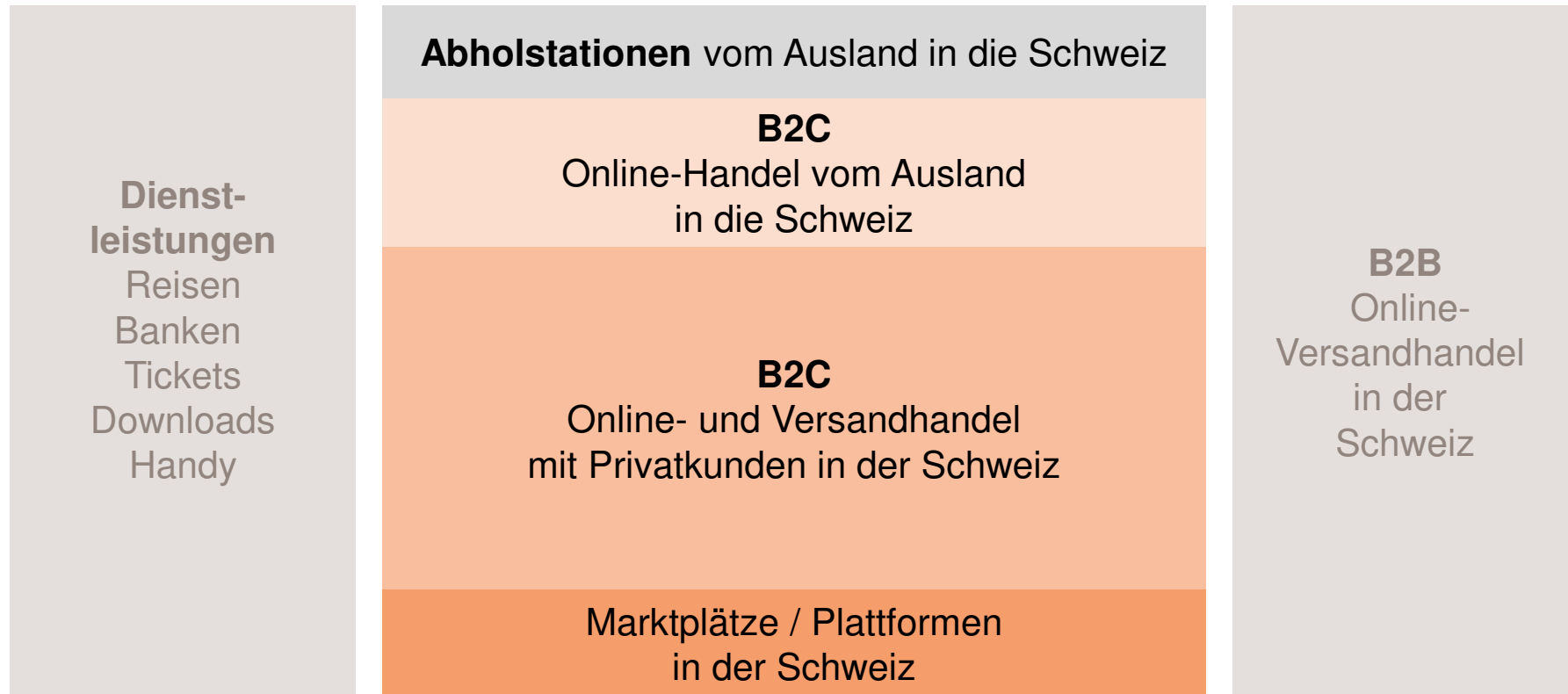
**DIE POST**  
**LA POSTE**  
**LA POSTA**

**GfK**

- Universum** Alle Mitglieder des Verbandes des Schweizerischen Versandhandels sowie weitere Online- und Versandhändler. Total wurden die Daten von über 200 Firmen integriert. Grosse Onlinehändler, die keine Daten publizieren, wurden von VSV und GfK geschätzt.
- Methode** Onlinebefragung
- Zeitpunkt** Erhebung im Januar / Februar 2019 für die Resultate der Jahre 2017 / 2018



# Schematische Definition des Marktes



# Marktvolumen 2018

## Online- und Versandhandel

**VSV ASVAD**  
Verband des Schweizerischen Versandhandels  
l'Association Suisse de Vente à Distance



\*Quelle «IGHDS-Studie Auslandeinkäufe 2015»

# Marktvolumen 2018

## Online-Versandhandel

**VSV ASVAD**  
 Verband des Schweizerischen Versandhandels  
 l'Association Suisse de Vente à Distance



	2018	Vorjahr 2017
<b>Abholstationen</b> vom Ausland in die Schweiz	250 Mio. CHF*	250 Mio. CHF*
<b>B2C</b> Online-Handel vom Ausland in die Schweiz	1 900 Mio. CHF	1 600 Mio. CHF
<b>B2C</b> Online-Versandhandel mit Privatkunden in der Schweiz	6 850 Mio. CHF	6 250 Mio. CHF
Marktplätze / Plattformen in der Schweiz	750 Mio. CHF	750 Mio. CHF

\*Quelle «IGHDS-Studie Auslandeinkäufe 2015»

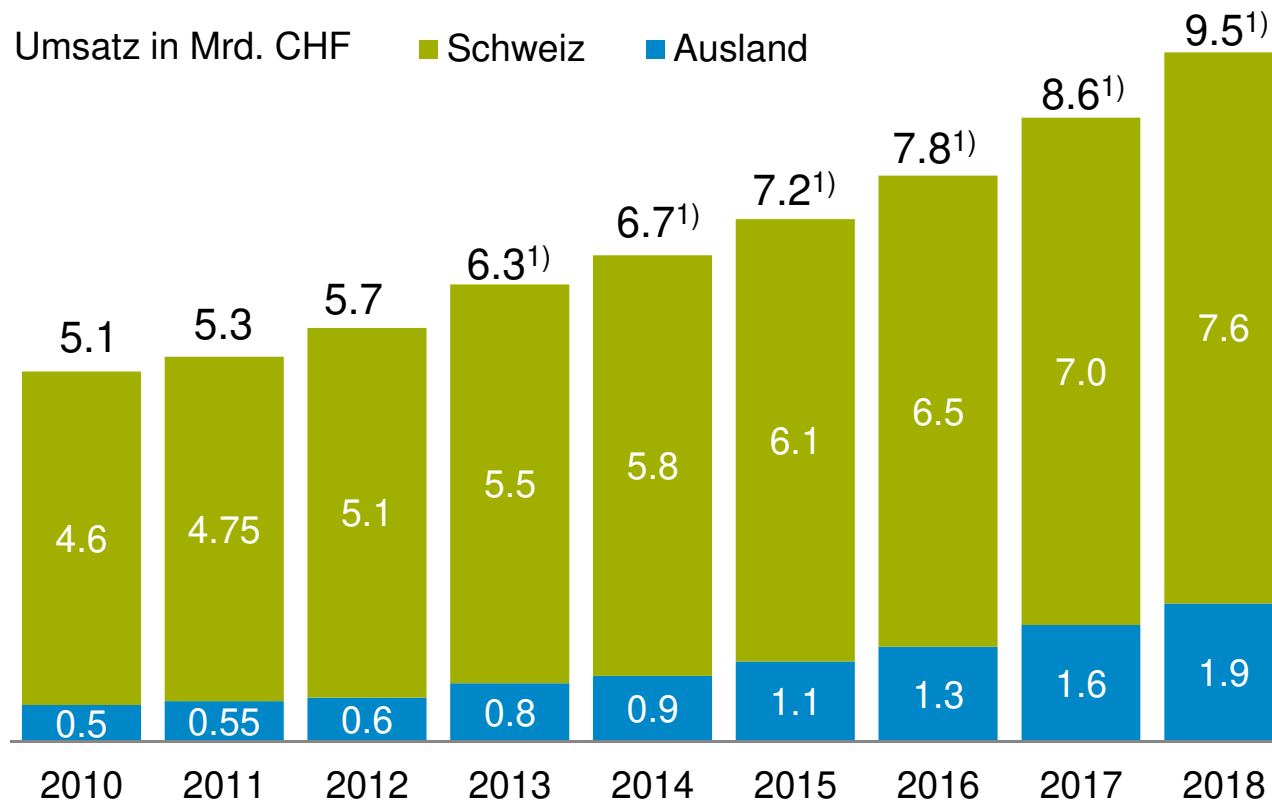
# Entwicklung Marktvolumen

## Online- und Versandhandel 2010 – 2018

VSV ASVAD  
 Verband des Schweizerischen Versandhandels  
 l'Association Suisse de Vente à Distance



Umsatz in Mrd. CHF    ■ Schweiz    ■ Ausland



- Online-Versandhandel wächst 2018 um total **10% oder 900 Mio. CHF** (ohne Abholstationen)<sup>1)</sup>
- Direkte Cross Border Online-Einkäufe mit Lieferung in die Schweiz nehmen mit **fast 20% überproportional** zu

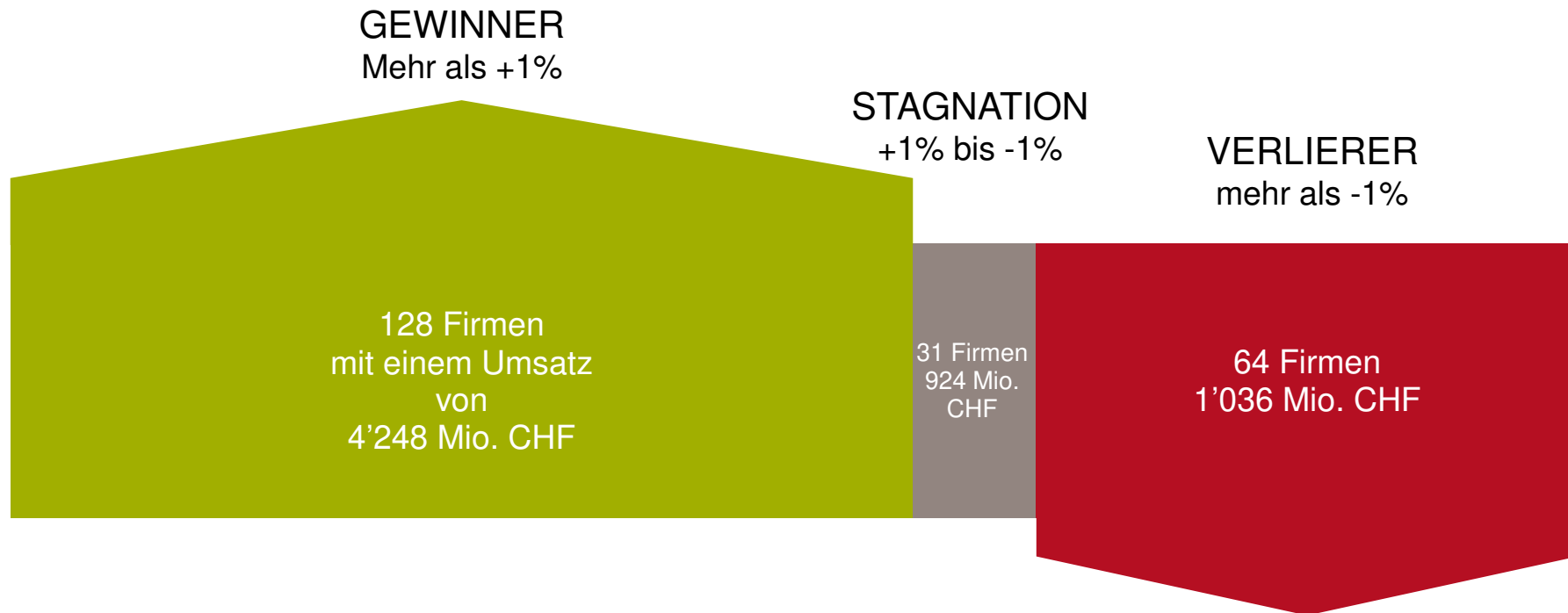
1) **Wichtig:** Abholstationen im benachbarten Ausland wurden in dieser Grafik nicht berücksichtigt.

\*Schätzung  
 Basis: Gesamtmarkt B2C, Einkäufe im Ausland



# Gewinner und Verlierer 2018

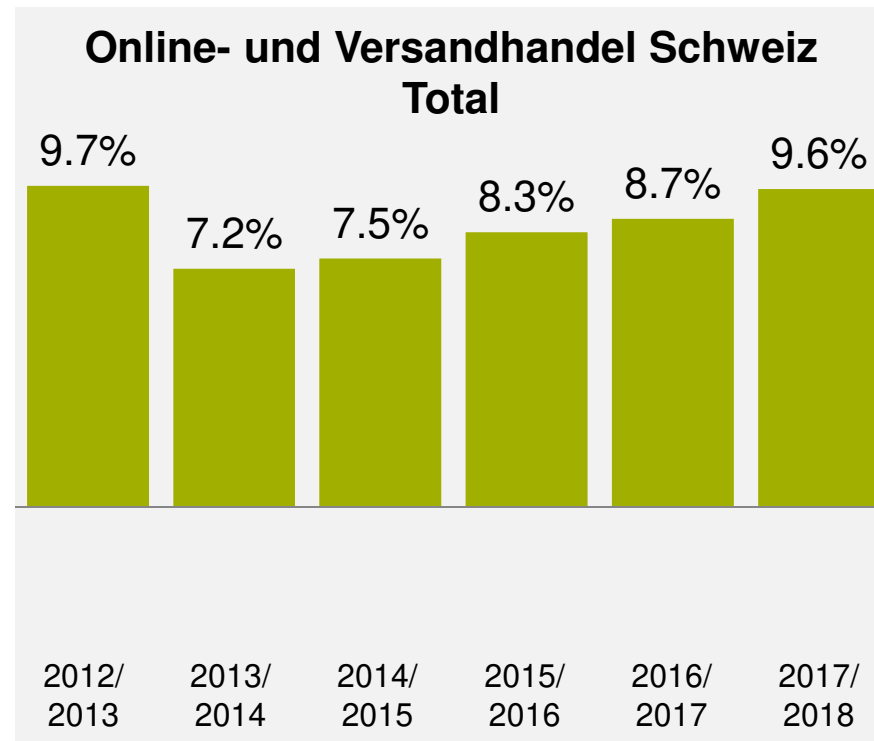
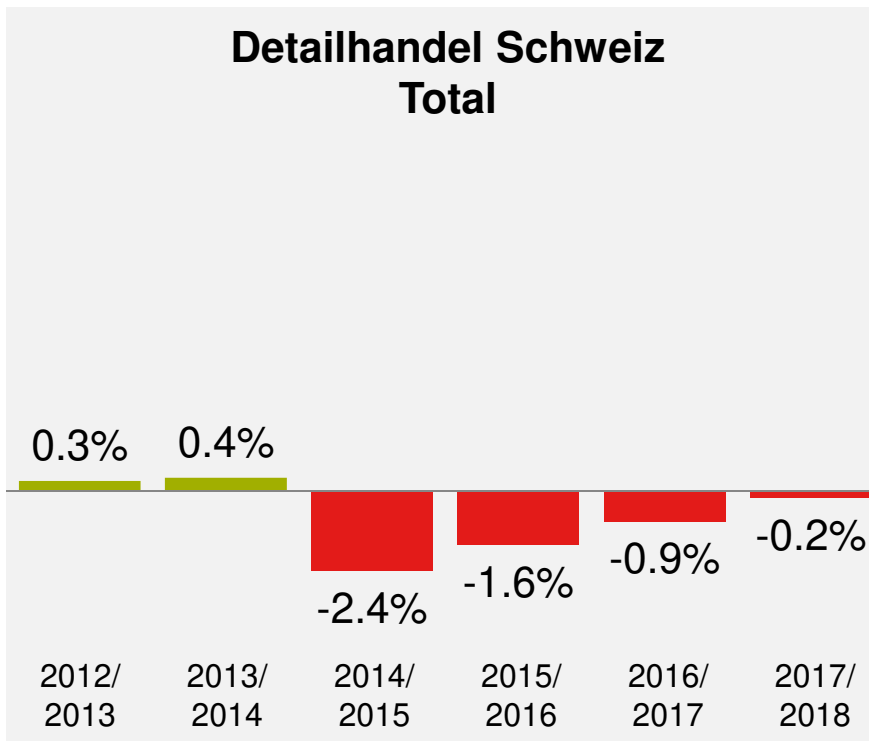
Gewinn/Verlust in Volumen und %



# Online- und Versandhandel

wachsen schneller als der übrige Detailhandel Schweiz

Veränderungen in Prozent



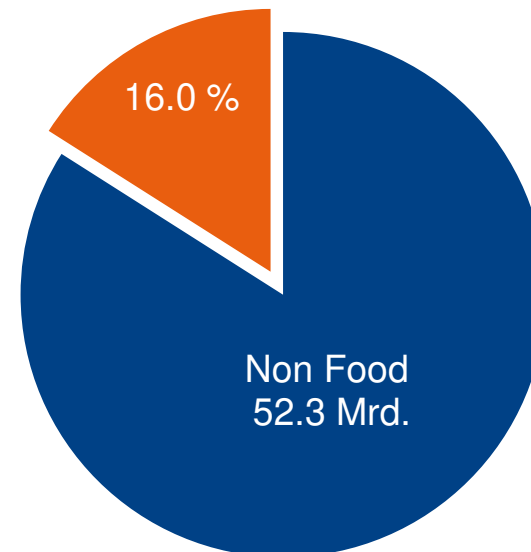
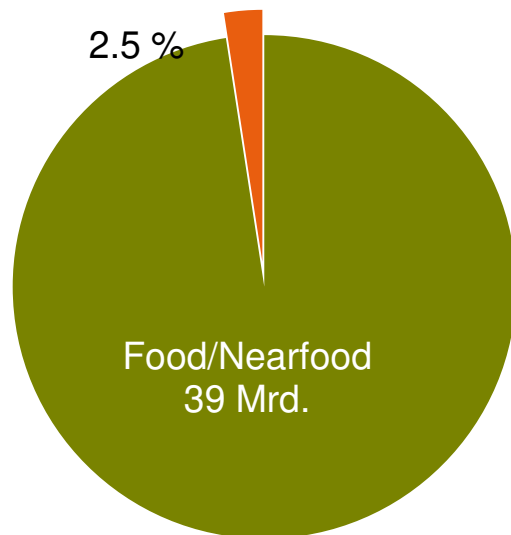
Quelle Detailhandel Schweiz: BAK Basel, Februar 2019  
 Basis: B2C – Volumen von 6.85 Mrd CHF ohne C2C und Auslandseinkäufe

# Wertmässiger Anteil am gesamten Schweizer Detailhandel – Jahr 2018

VSV ASVAD  
Verband des Schweizerischen Versandhandels  
l'Association Suisse de Vente à Distance

DIE POST  
LA POSTE  
LA POSTA

GfK

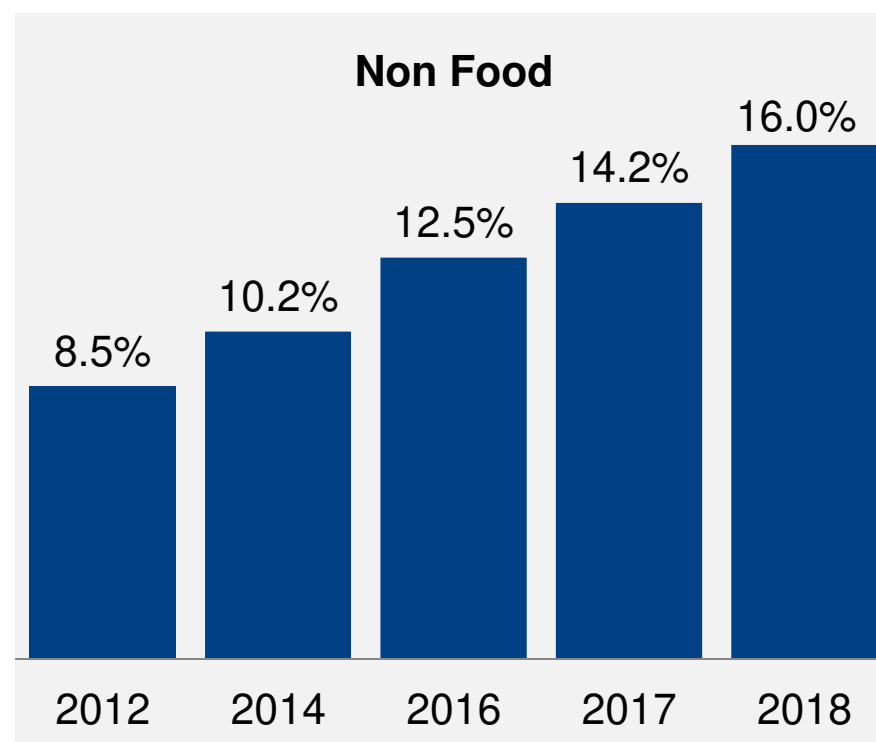
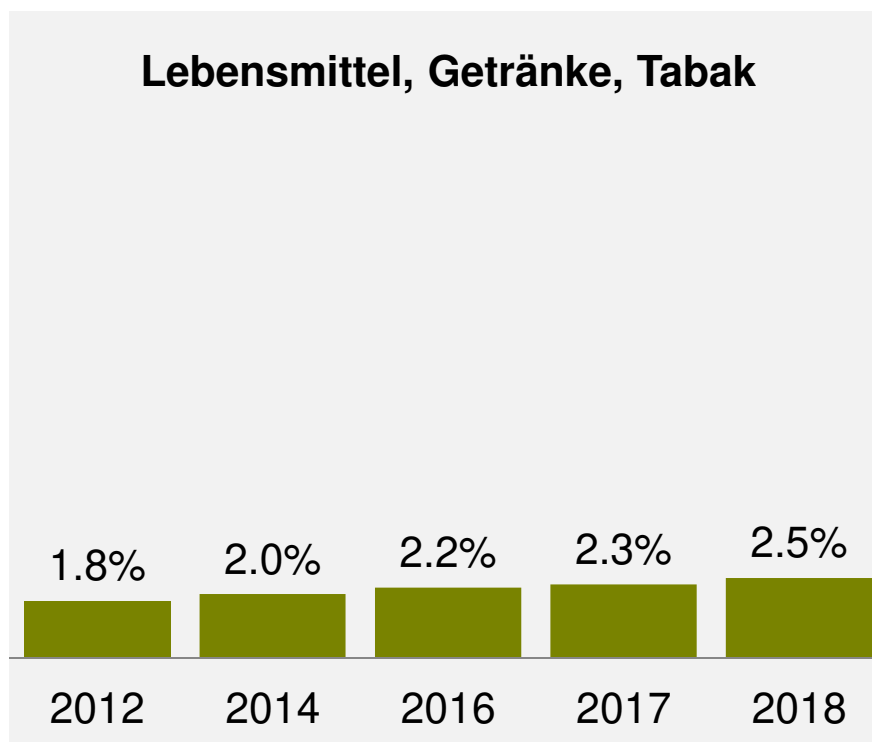


Quelle Detailhandel: BAK Basel, Februar 2019

© GfK 2019 | Online- und Versandhandelsmarkt Schweiz 2018 | 28. Februar 2019

# Wertmässige Anteile des Online-Versandhandels am Schweizer Detailhandel

VSV ASVAD  
Verband des Schweizerischen Versandhandels  
l'Association Suisse de Vente à Distance



BAK Basel hat die Marktvolumen 2017 für Food und Non Food neu errechnet. Die Daten wurden rückwirkend angepasst. Sie sind mit Auswertungen vor 2017 nicht vergleichbar.

© GfK 2019 | Online- und Versandhandelsmarkt Schweiz 2018 | 28. Februar 2019

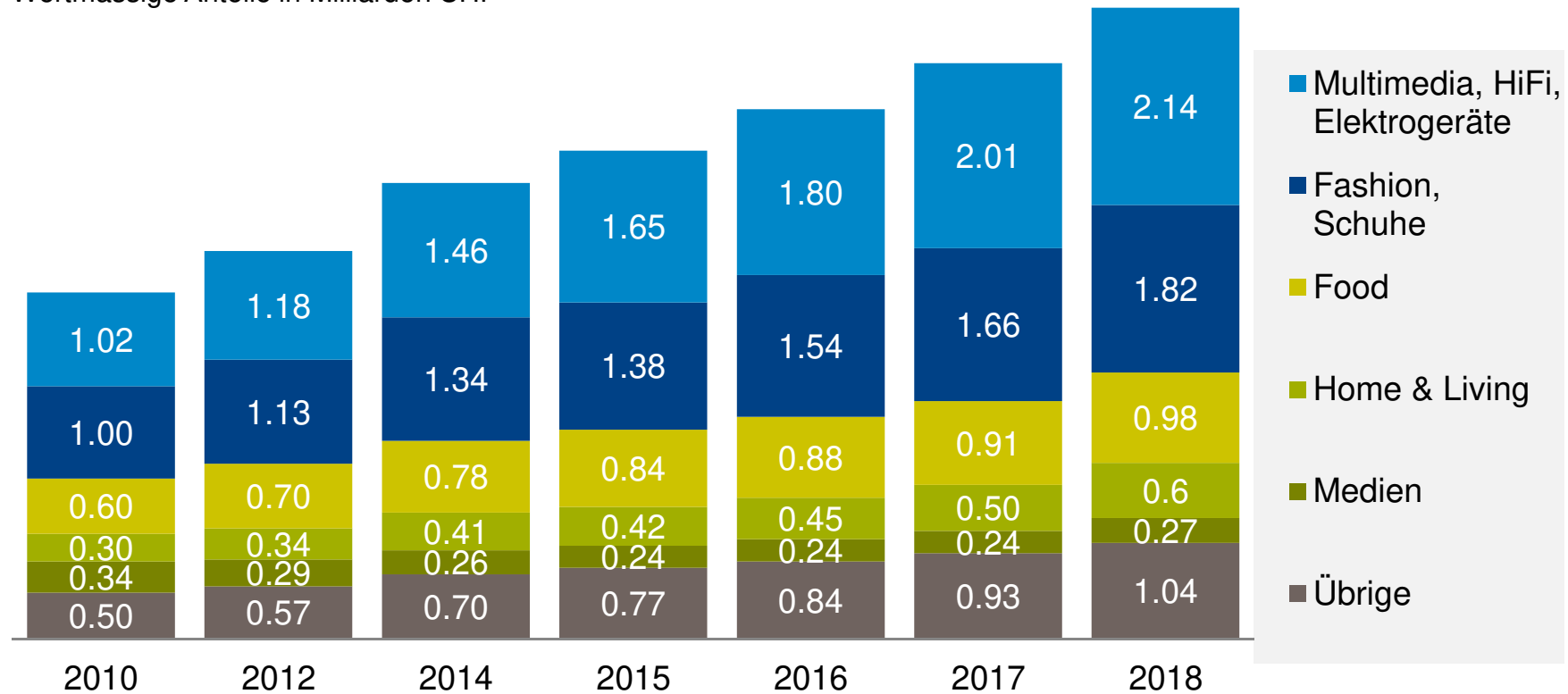
# Gesamtmarkt nach Sortimenten (B2C) im Schweizer Online-Versandhandel

Wertmässige Anteile in Milliarden CHF

**VSV ASVAD**  
Verband des Schweizerischen Versandhandels  
l'Association Suisse de Vente à Distance

**DIE POST**  
**LA POSTE**  
**LA POSTA**

**GfK**



Basis: B2C – Volumen von 6.85 Mrd. CHF ohne C2C und Auslandseinkäufe (Jahr 2018)

© GfK 2019 | Online- und Versandhandelsmarkt Schweiz 2018 | 28. Februar 2019

# Heimelektronik\*

Wertmässige Onlineanteile am Gesamtmarkt Schweiz in Prozent

VSV ASVAD  
Verband des Schweizerischen Versandhandels  
l'Association Suisse de Vente à Distance

DIE POST  
LA POSTE  
LA POSTA

GfK



\*Consumer Electronics, IT/Office Equipment, Telecom, Foto, Haushalt-Kleingeräte, Multi Technical Goods

Quelle: Handelspanels GfK Switzerland

© GfK 2019 | Online- und Versandhandelsmarkt Schweiz 2018 | 28. Februar 2019

# Kaufverhalten Heimelektronik Schweiz

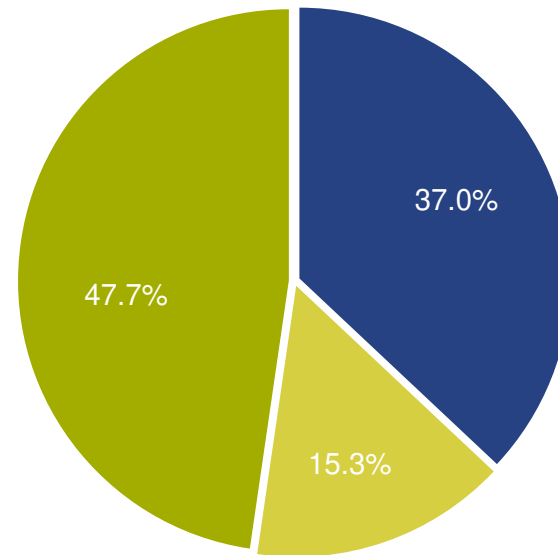
2. Semester 2018



E-Bus Befragung Januar 2019 / n= 1007

# Kaufort Heimelektronik 2. Halbjahr 2018

Frage: "Wo haben Sie das Produkt gekauft?"



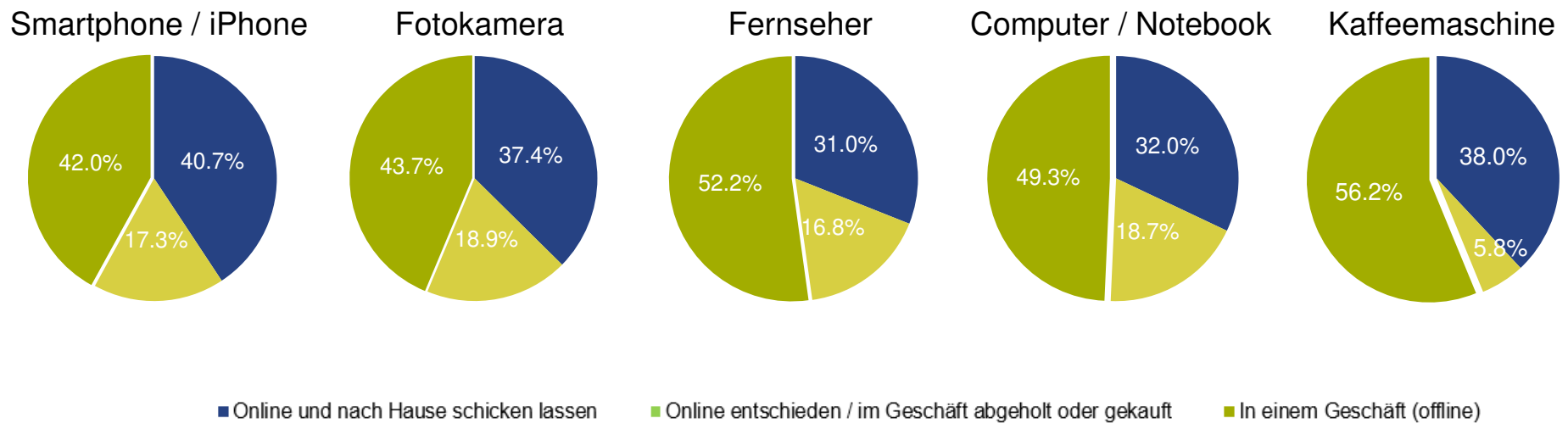
■ Online und nach Hause schicken lassen   ■ Online entschieden / im Geschäft abgeholt oder gekauft   ■ In einem Geschäft (offline)



# Kaufort Heimelektronik 2. Halbjahr 2018



Wo haben Sie das Produkt gekauft? (Basis = hat Produkt gekauft)

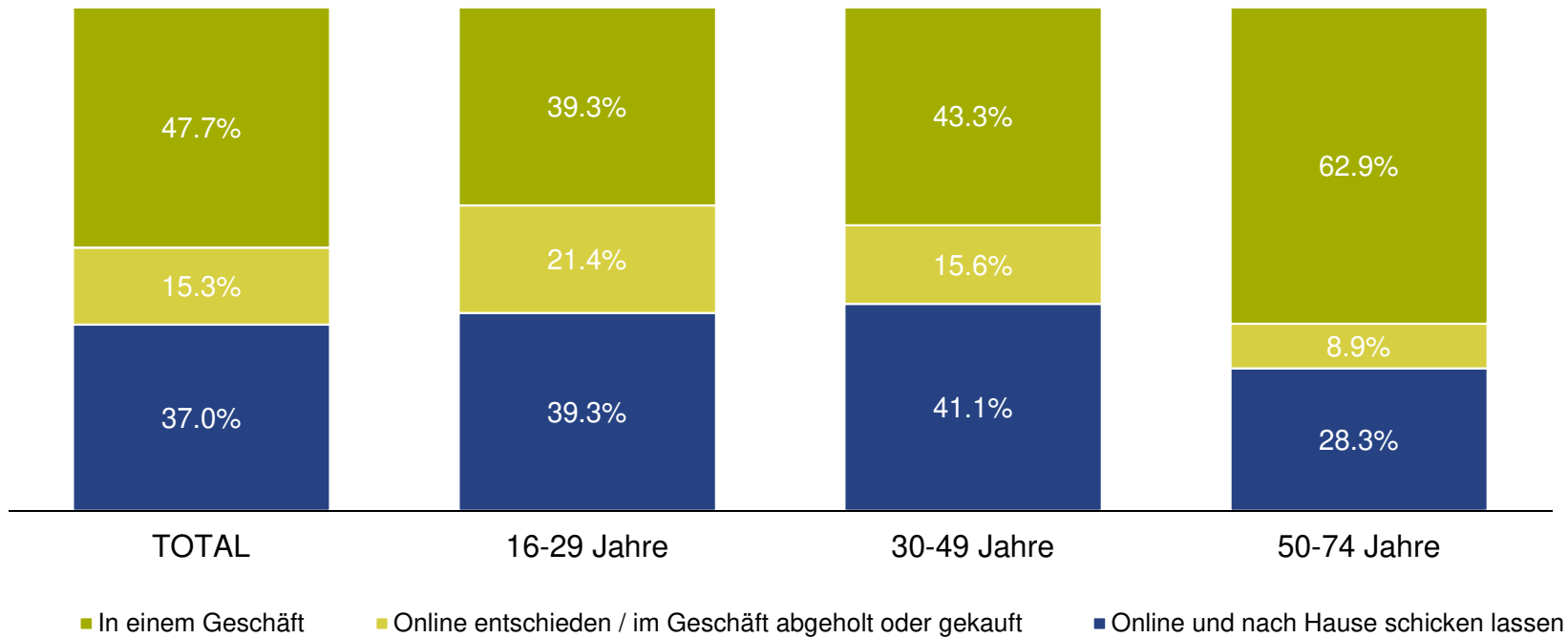


n= 563 Filter = hat Produkt gekauft (Smartphone, Fotokamera, Fernseher, Computer/Notebook, Kaffeemaschine / Mehrfachnennung möglich)  
© GfK February 28, 2019 | ebus Elektroprodukte 2. Semester 2018

# Kaufort Heimelektronik Käufer 2. Halbjahr 2018



Frage: "Wo haben Sie Ihr Heimelektronik Produkt gekauft?"



n= 563   Filter = hat Produkt gekauft (Smartphone, Fotokamera, Fernseher, Computer/Notebook, Kaffeemaschine / Mehrfachnennung möglich)  
© GfK February 28, 2019 | ebus Elektroprodukte 2. Semester 2018

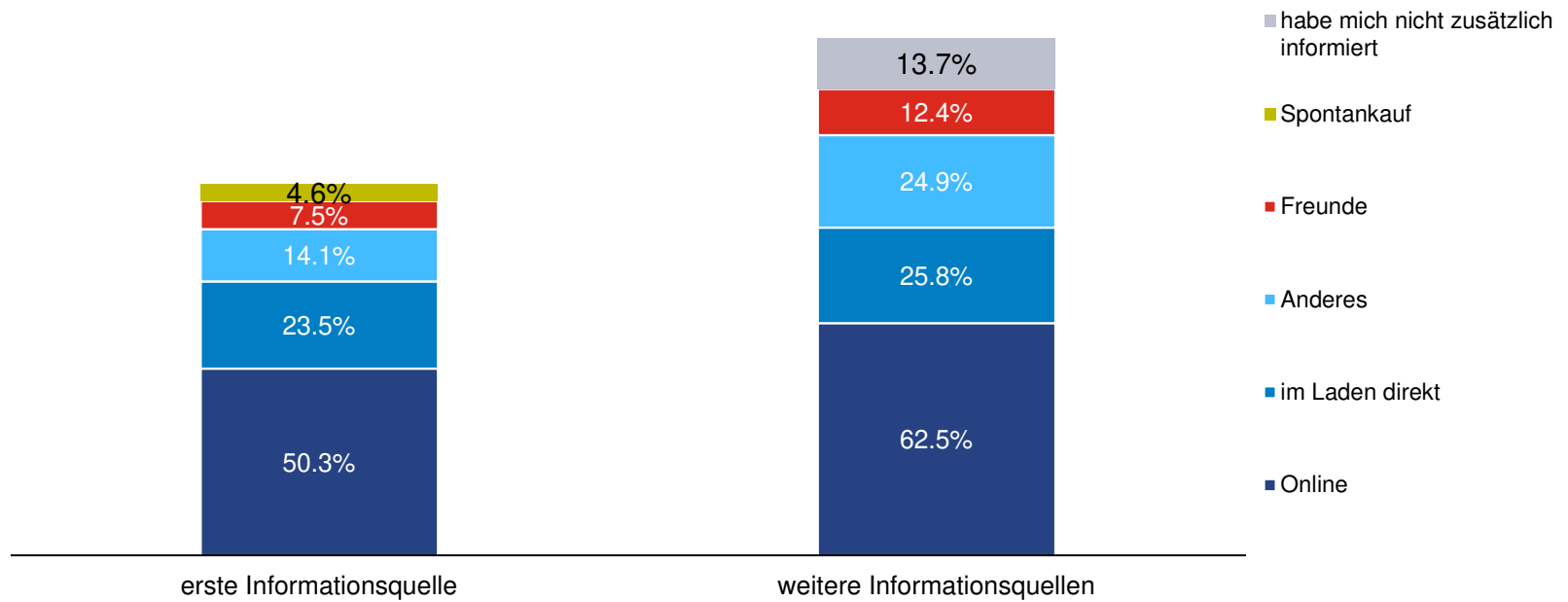
# Informationsverhalten Heimelektronik Käufer 2. Halbjahr 2018

Frage: "Wie / wo haben Sie sich vor dem Kauf im Vorfeld über das Heimelektronik Produkt informiert?"



# Informationsverhalten Heimelektronik Käufer 2. Halbjahr 2018

Frage: "Wie / wo haben Sie sich vor dem Kauf im Vorfeld über das Heimelektronik Produkt informiert?"



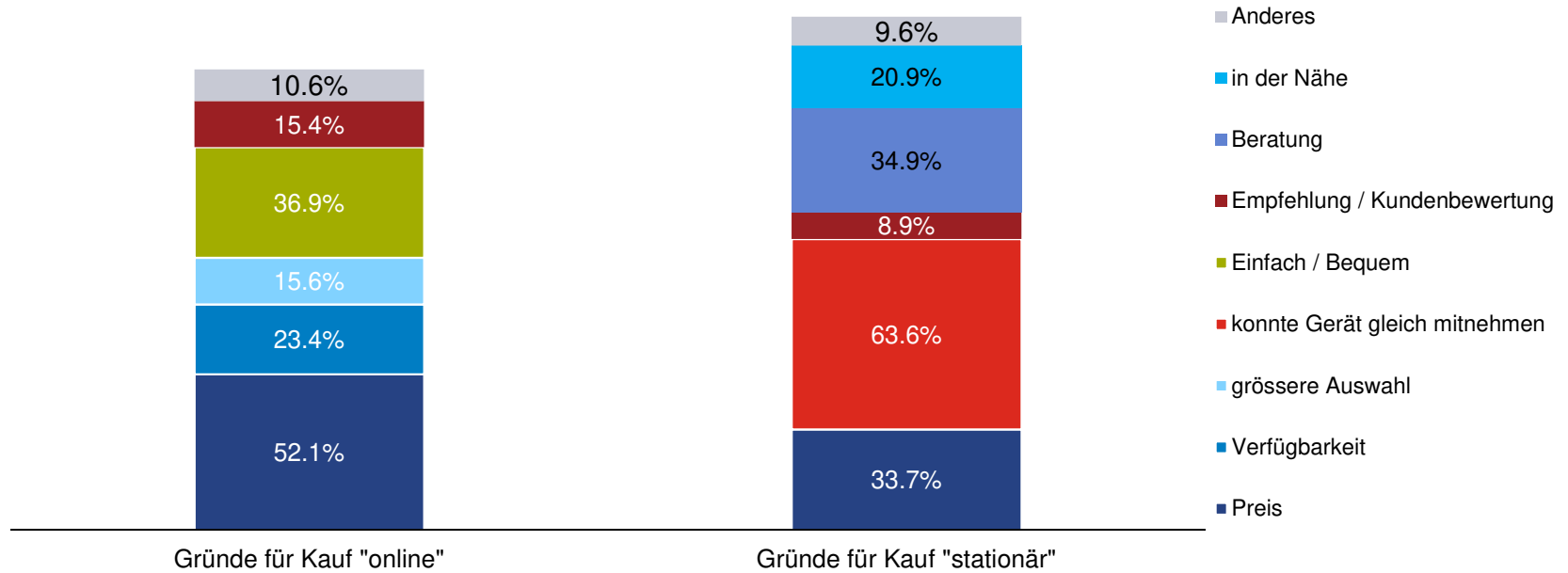
# Kaufverhalten Heimelektronik Käufer 2. Halbjahr 2018

Frage: "Wieso haben Sie das Produkt **online** oder **stationär** gekauft?" (Mehrfachnennung möglich)



# Kaufverhalten Heimelektronik Käufer 2. Halbjahr 2018

Frage: "Wieso haben Sie das Produkt **online** oder **stationär** gekauft?" (Mehrfachnennung möglich)



Filter = hat Produkt gekauft (TV, Smartphones, Fotokameras, Kaffeemaschinen, Computer/Notebooks)  
 © GfK February 28, 2019 | ebus Elektroprodukte 2. Semester 2018

n=563

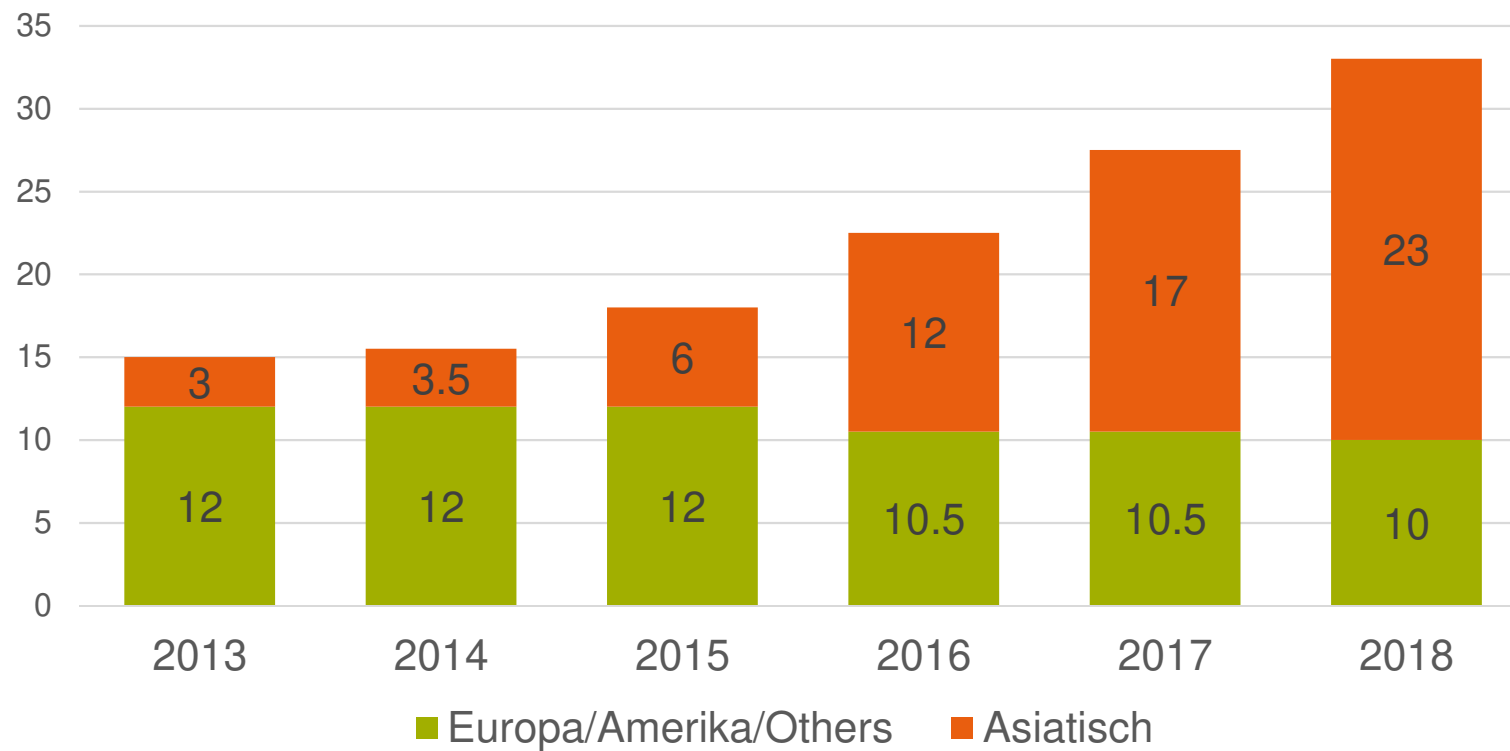
# Zusammenfassung 2018

## Der Schweizer Online-Versandhandel wächst 10 % bei stagnierenden Retailumsätzen

- **Non Food-Einkäufe** treiben Schweizer Online-Entwicklung – **Food wächst leicht unterdurchschnittlich**
- **1/3 der Heimelektronik** Umsätze sind online Umsätze
- Jeder **5. Fashion Franken ist online**
- **Cross Border** Online-Einkauf wächst **überproportional um fast 20 %**
- **Elektronik und Food** weiterhin in Schweizer Hand, ansonsten viele starke internationale Anbieter
- **Medien** (Bücher/CD/DVD) legen erstmals seit 3 Jahren wieder an Umsatz zu
- **Home and Living**: + 20 %
- + 8 Mio Inlandpakete / + 5.5 Mio Direktimporte aus dem Ausland

# Ein Wermutstropfen für den Schweizer Handel

Kleinwarensendungen in Mio Stück aus ...





## Blick in die Kristallkugel 2019 – 2022

- Weiteres Online-Wachstum **um 10 % pro Jahr** in der Schweiz
- **Online-Auslandseinkauf** wächst erneut um 5 Mio Sendungen – Asien treibt dieses Wachstum
- **Marktplatz Schweiz:** Galaxus (Migros) und Microspot (Coop) erobern Terrain zurück
- **Logistik:** Tempo, Tempo – der Anteil same day delivery wird sich verdoppeln
- **D2C:** Hersteller / Marken investieren substantiell in eigene Online-Formate
- **Online-Preisdruck** eliminiert Preisdifferenzen
- **MWST Verantwortung für Marktplatzanbieter** / Plattformen muss kommen
- **Webrooming** and **not** showrooming!
- **Chance stationärer Handel Omnichanneling**

BESTEN DANK