



# Onlinehandelsmarkt Schweiz 2021

09. März 2022



# GfK Markt Monitor Schweiz 2021

Die Wahrung im  
Schweizer Detailhandel



# GfK Markt Monitor Universum

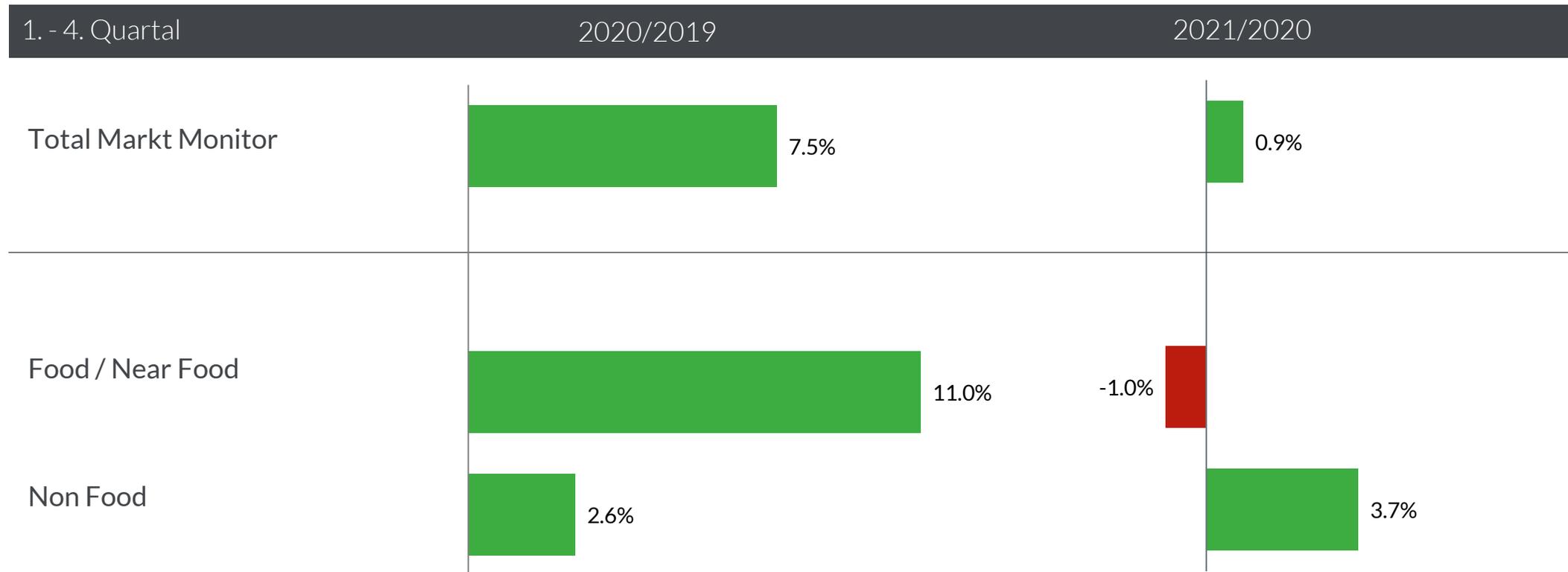
## Integrierte Händler – Stand Januar 2022



Ausgeschlossen: Dienstleistungen, Vermietung, Rabatte / Gutscheine, Recycling, Gastronomie, Tarife, Tabak / Zigaretten / Zigarren, Sonstiges

# GfK Markt Monitor: Detailhandel Schweiz

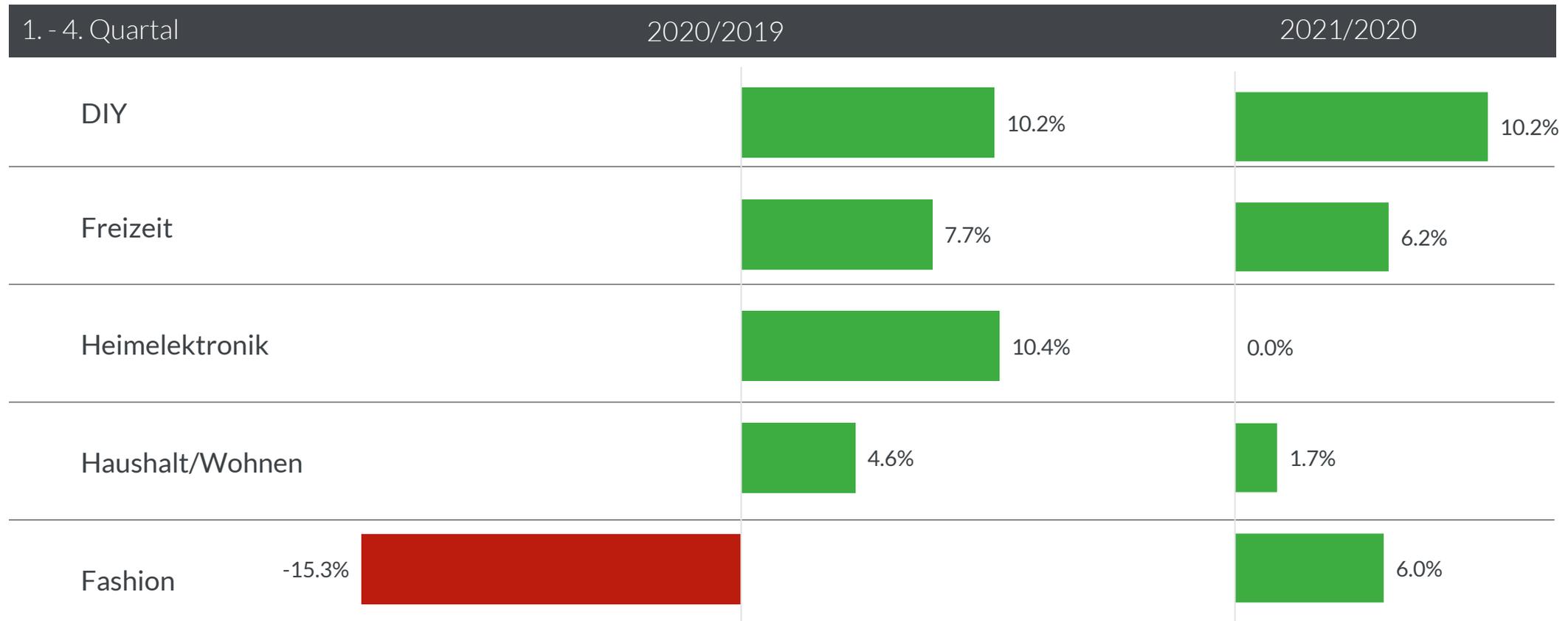
## Wertmässige Entwicklung des Umsatz in %



Quelle: GfK Markt Monitor Schweiz, siehe Universum, ohne Fachhandel, Ergänzung: The Nielsen Company für Food/Nearfood (abweichendes Universum): 2020/2019 +10.9% | 2021/2020 -1.2%

# GfK Markt Monitor: Non-Food Märkte

## Wertmässige Entwicklung des Umsatz in %



Quelle: GfK Markt Monitor Schweiz, siehe Universum, ohne Fachhandel.

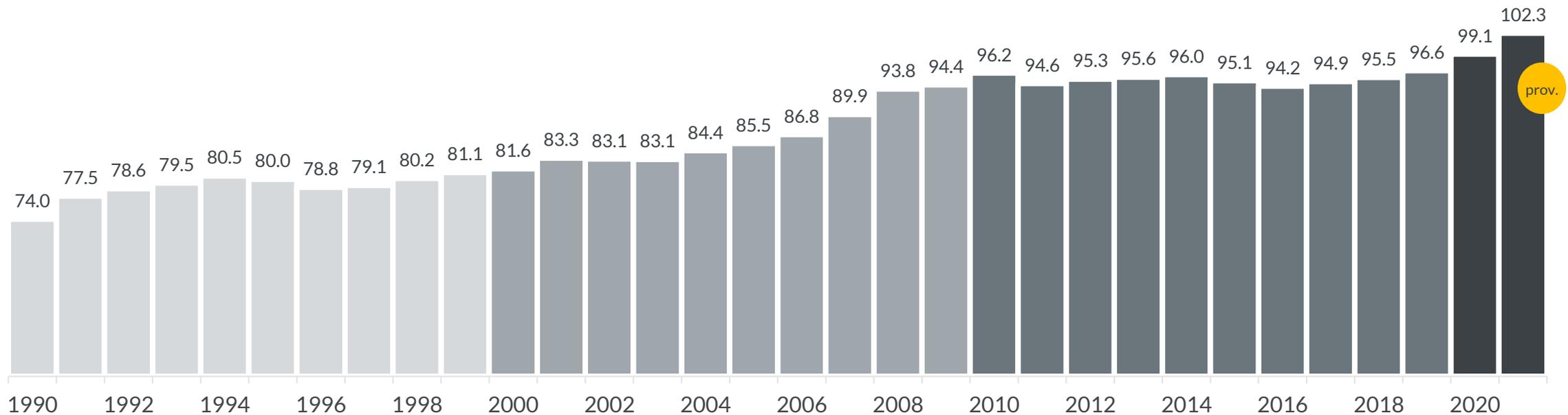
# Bundesamt für Statistik Index 2021

Basis für Hochrechnungen  
einzelner nachfolgender Charts

# Detailhandel Schweiz

## Umsatzentwicklung 1990-2021 / in Mrd. CHF

Ø jährliches Wachstum 1990-1999 <b>1.5%</b>	Ø jährliches Wachstum 2000-2009 <b>1.5%</b>	Ø jährliches Wachstum 2010-2019 <b>0.2%</b>	2020-2021 Ø <b>2.9%</b>
---	---	---	-------------------------------



Grundlegende Revision der Detailhandelsumsatzstatistik durch das BfS in 2021 mit rückwirkenden Korrektur der Detailhandelsumsätze ab Januar 2015 - 2020.

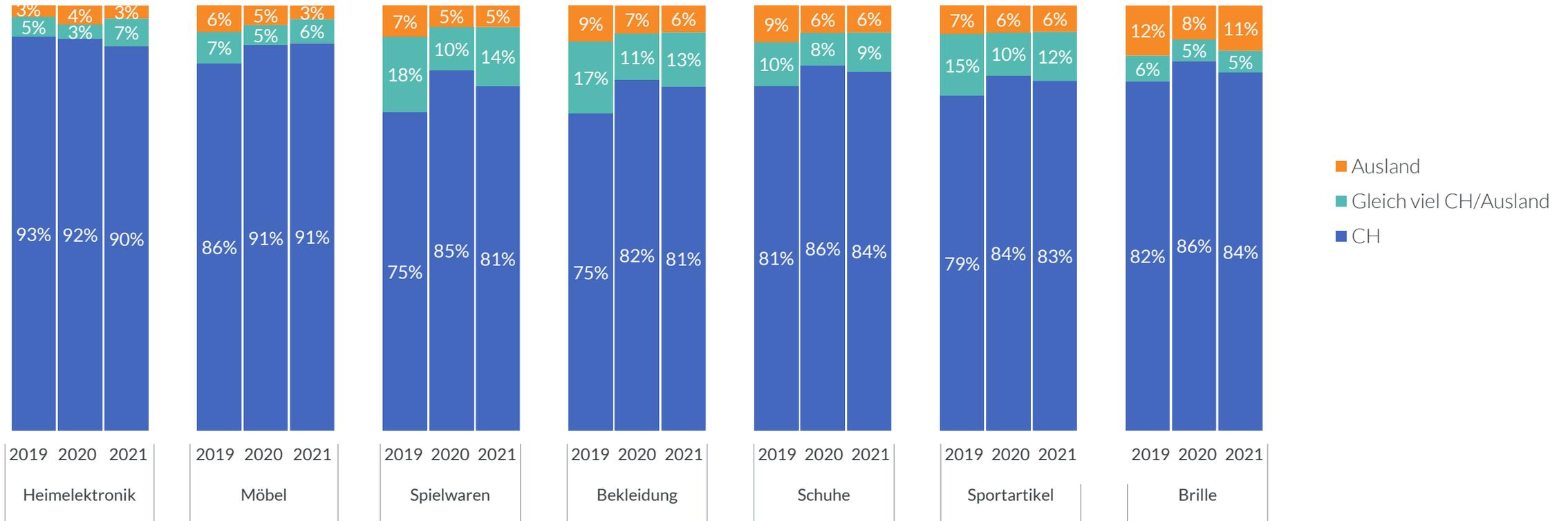
Quelle: BfS (Bundesamt für Statistik, BAK Economics AG)

8-Mar-22 ■ Onlinehandel Schweiz 2021

© GfK

# Kaufort - Schweiz oder Ausland

## Wo haben Sie diese Produkte gekauft?



Basis = 1'003 Personen, Filter: hat Produkt gekauft

Frage: Welche dieser Produkte (nur neue Produkte, keine Occasionsware) haben Sie in den letzten 6 Monaten neu gekauft? Bitte geben Sie an, ob Sie diese in der Schweiz oder im Ausland gekauft haben.

Quelle: GfK Switzerland AG, GfK Switzerland AG - eBus Studie «Kauf Produkte» 2022

# Onlinehandelsmarkt Schweiz 2021



# Studiendesign

## Grund- gesamtheit

Alle Mitglieder des HANDELSVERBAND.swiss sowie weitere Onlinehändler.

Total wurden die Daten von über 300 Unternehmen integriert.  
Grosse Onlinehändler, die keine Daten publizieren, wurden von HANDELSVERBAND.swiss und GfK Switzerland qualifiziert geschätzt.

## Methode

Onlinebefragung

## Erhebungs- zeitraum

Erhebung im Jan/Feb 2022 für das Jahr 2021

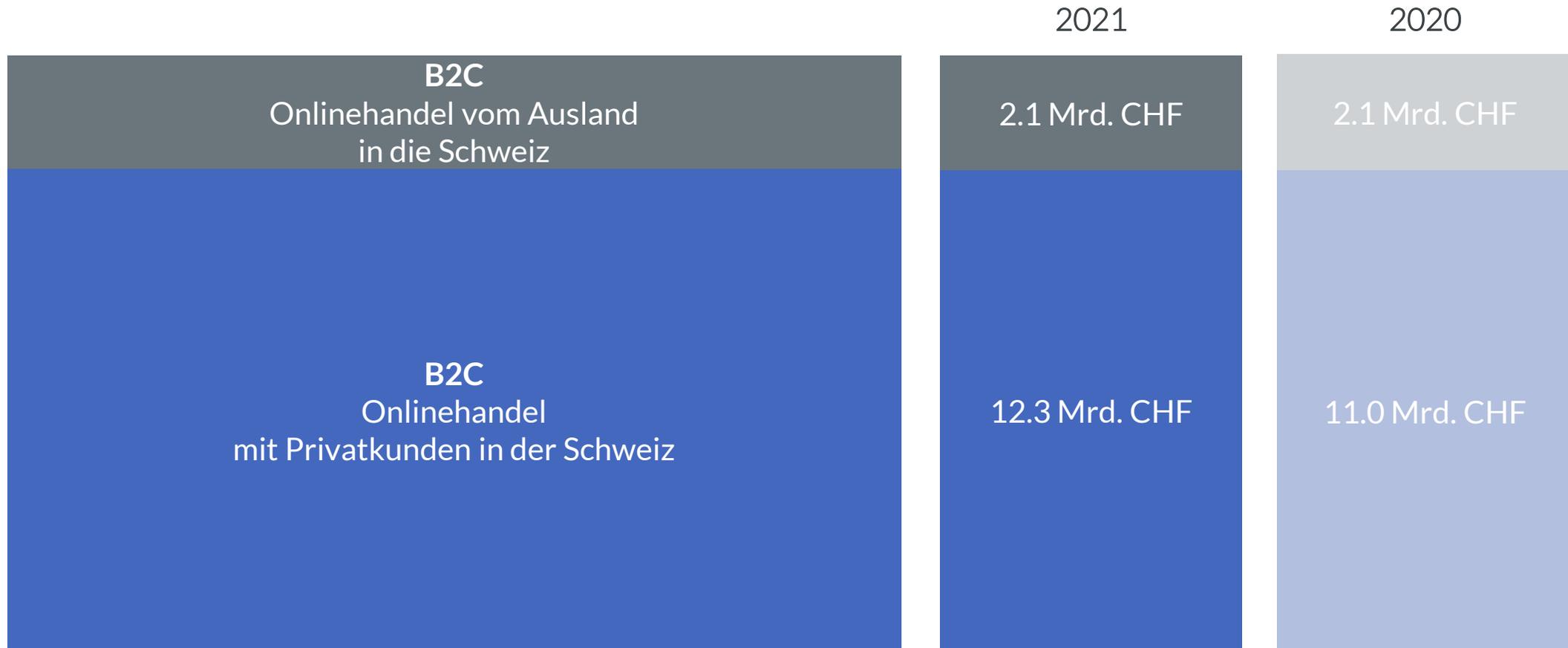
# Onlinehandel-Umsatz 2021

Schweiz inkl. Direktversand aus Ausland



# Onlinehandel-Umsatz 2021

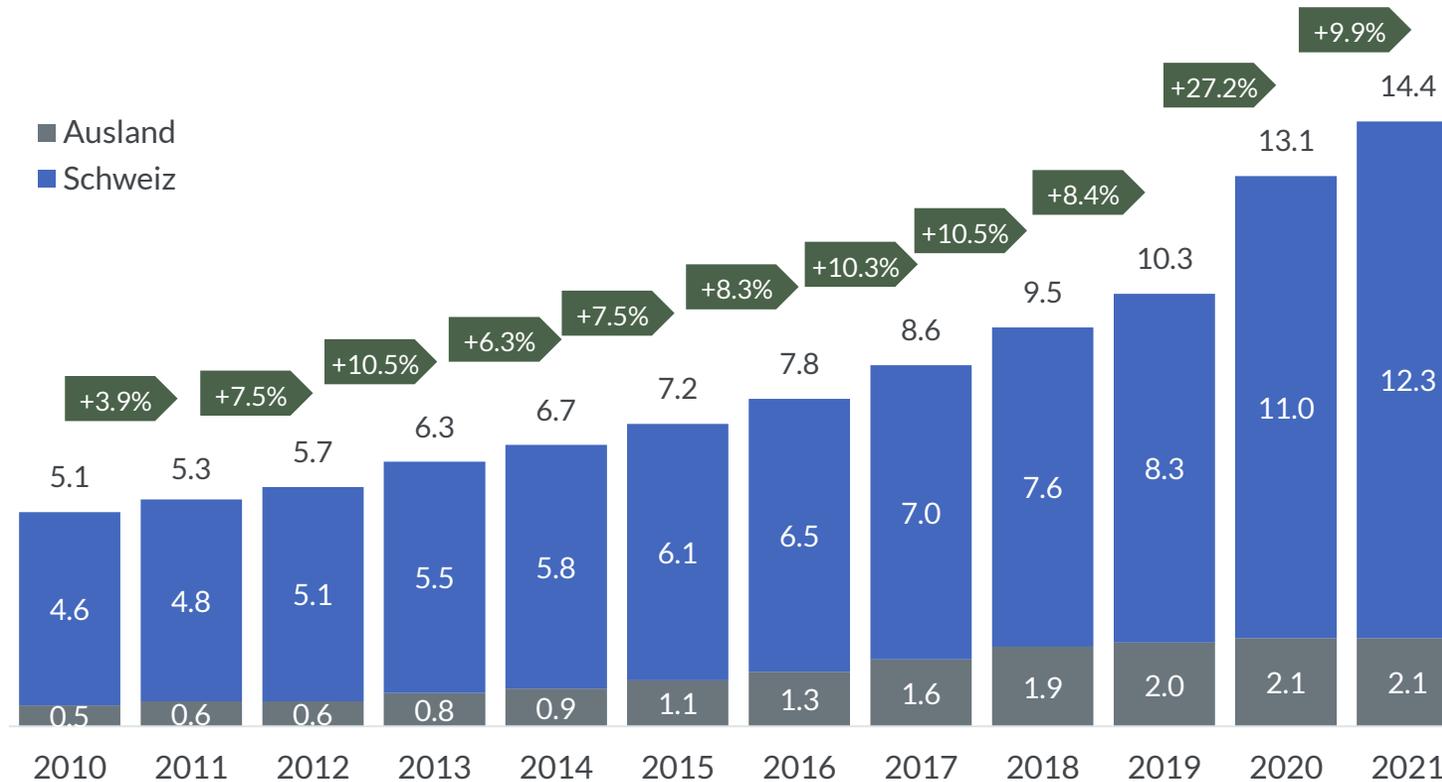
Schweiz inkl. Direktversand aus Ausland / Vergleich Vorjahr



Quelle: GfK Switzerland AG, HANDELSVERBAND.swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2021

# Entwicklung Marktvolumen

Umsatz 2010–2021 / in Mrd. CHF

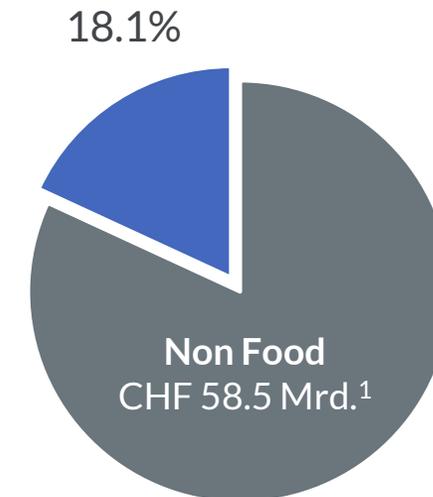
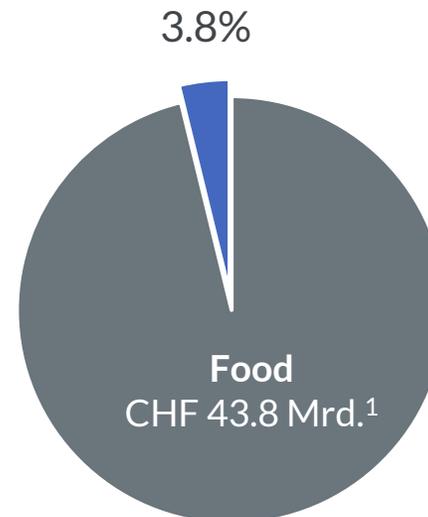
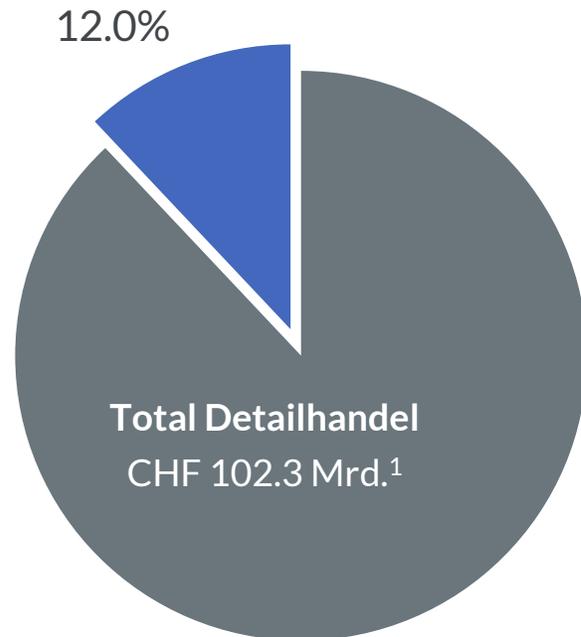


- Konsum im Onlinehandel wächst total um **9.9%** oder **1.3 Mrd. CHF**
- **Inland-Einkäufe** auf .ch-Domains wachsen um **11.8%**
- **Auslandseinkauf stagniert:** Direkte Cross-Border Online-Einkäufe mit Lieferung in die Schweiz wachsen 2021 nicht

Quelle: GfK Switzerland AG, HANDELSVERBAND.swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2021

# Onlinehandel-Anteile

In % des gesamten Schweizer Detailhandels



<sup>1</sup> Provisorische Jahreszahlen hochgerechnet auf Vorjahresbasis mit BfS [Veränderungsquoten](#)

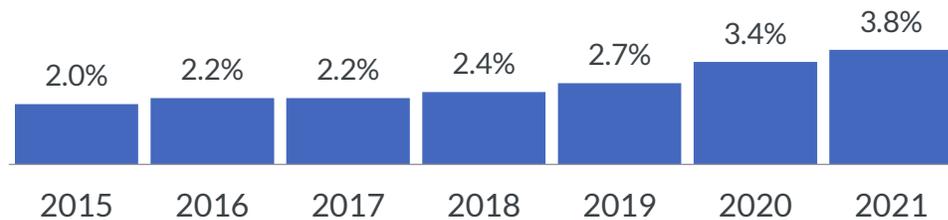
Grundlegende Revision der Detailhandelsumsatzstatistik durch das BfS in 2021 mit rückwirkender Korrektur der Detailhandelsumsätze ab Januar 2015 - 2020. Kein Vergleich mit Vorjahr möglich.

Quelle: GfK Switzerland AG, HANDELSVERBAND.swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2021

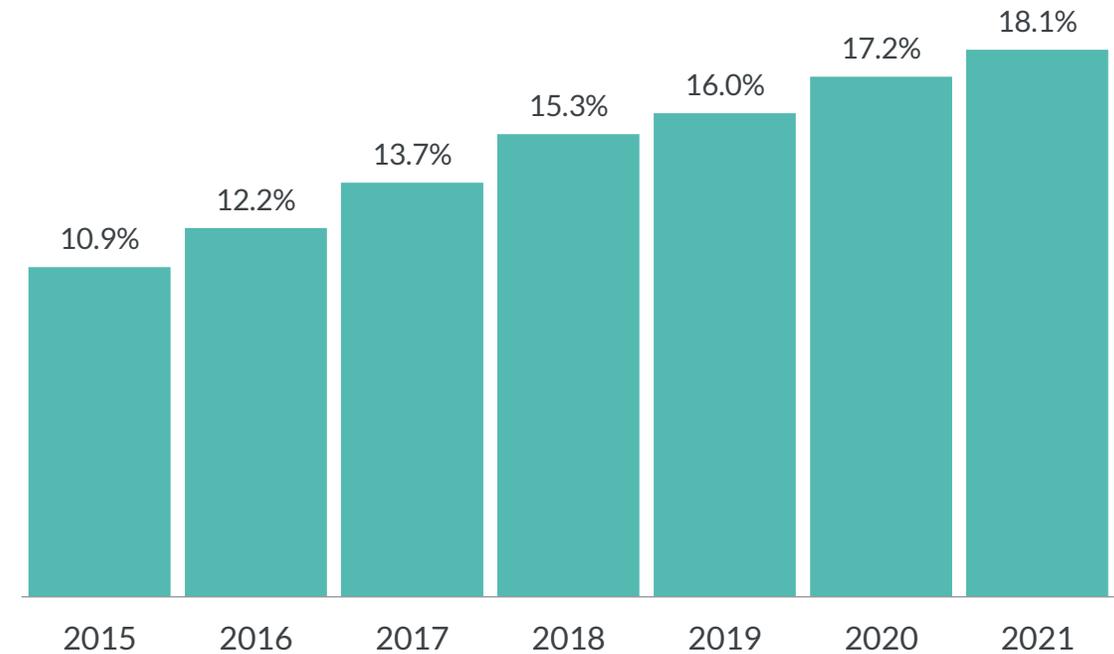
# Entwicklung Onlinehandel-Anteile

## Wertmässige Anteile in % am Detailhandel Schweiz

Food



Non-Food

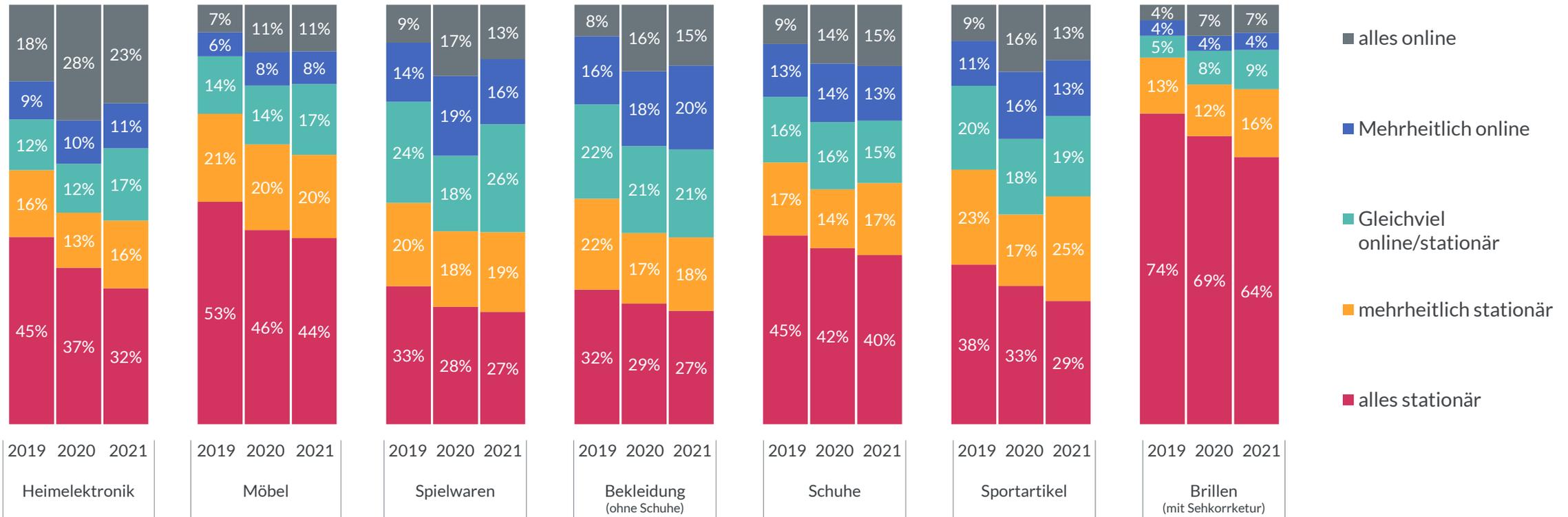


Grundlegende Revision der Detailhandelsumsatzstatistik durch das BfS in 2021 mit rückwirkender Korrektur der Detailhandelsumsätze ab Januar 2015 - 2020. Kein Vergleich mit Vorjahres-Charts möglich.

Quelle: GfK Switzerland AG, HANDELSVERBAND.swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2021

# Bevorzugter Kaufkanal

## Wo haben Sie diese Produkte gekauft?

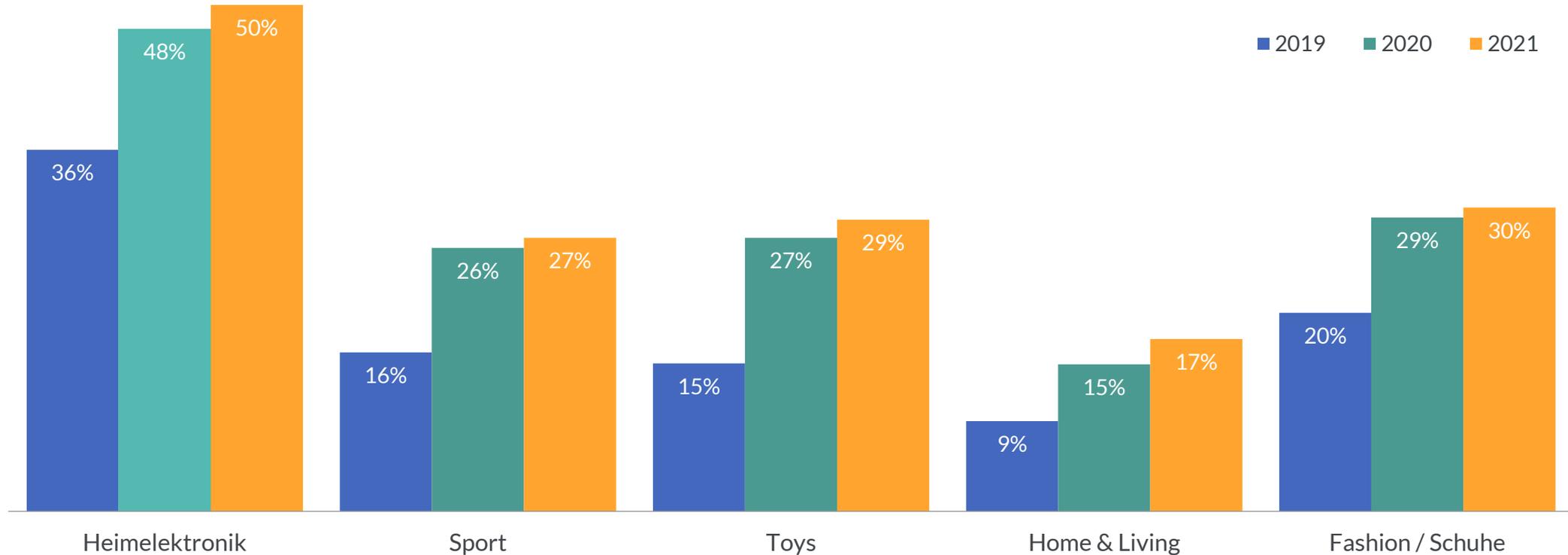


Basis = 1'003 Personen, Filter: hat Produkt gekauft  
 Frage: Wo haben Sie diese Produkte in den letzten 6 Monaten gekauft?

Quelle: GfK Switzerland AG, GfK Switzerland AG – eBus Studie «Kauf Produkte» 2022

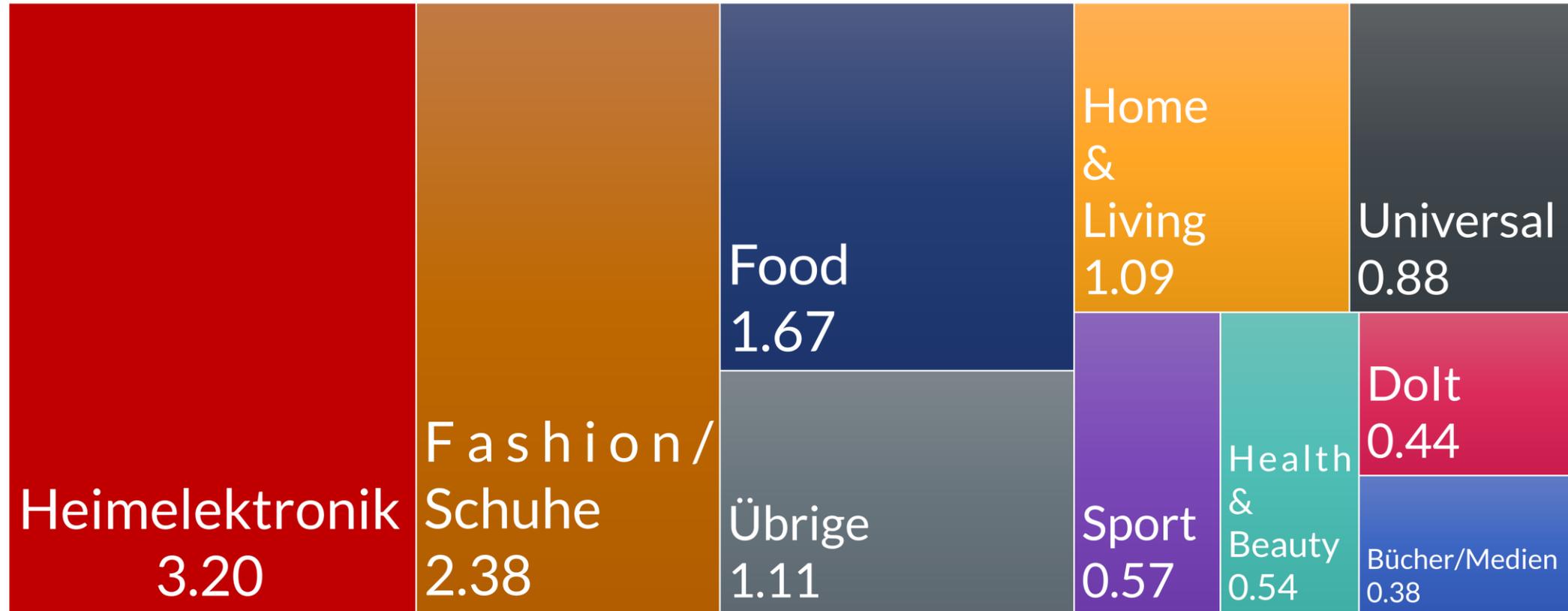
# Online-Anteile Detailmärkte Non-Food

## Wertmässige Anteile



# B2C Online Markt Schweiz

Volumen in Mrd. CHF (Händlerfokus\* ohne Sortimentsbereinigung)



Basis = Basis: B2C – Volumen von 12.3 Mrd. CHF ohne Auslandseinkäufe

\* Händlerzuordnung zu Sortimenten: Wenn ein Händler, keine Sortimentsumsätze einliefert und mehr als 2/3 seines Umsatzes mit einem Sortiment generiert, wird er einer Kategorie zugewiesen, ansonsten als «Universal» eingestuft. **Diese Zahlen sind nicht mit dem Vorjahr vergleichbar.**

Quelle: GfK Switzerland AG, HANDELSVERBAND.swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2021

# Paketmengen

## Ausgesandte Pakete vs. retournierte Pakete in Mio. Stück

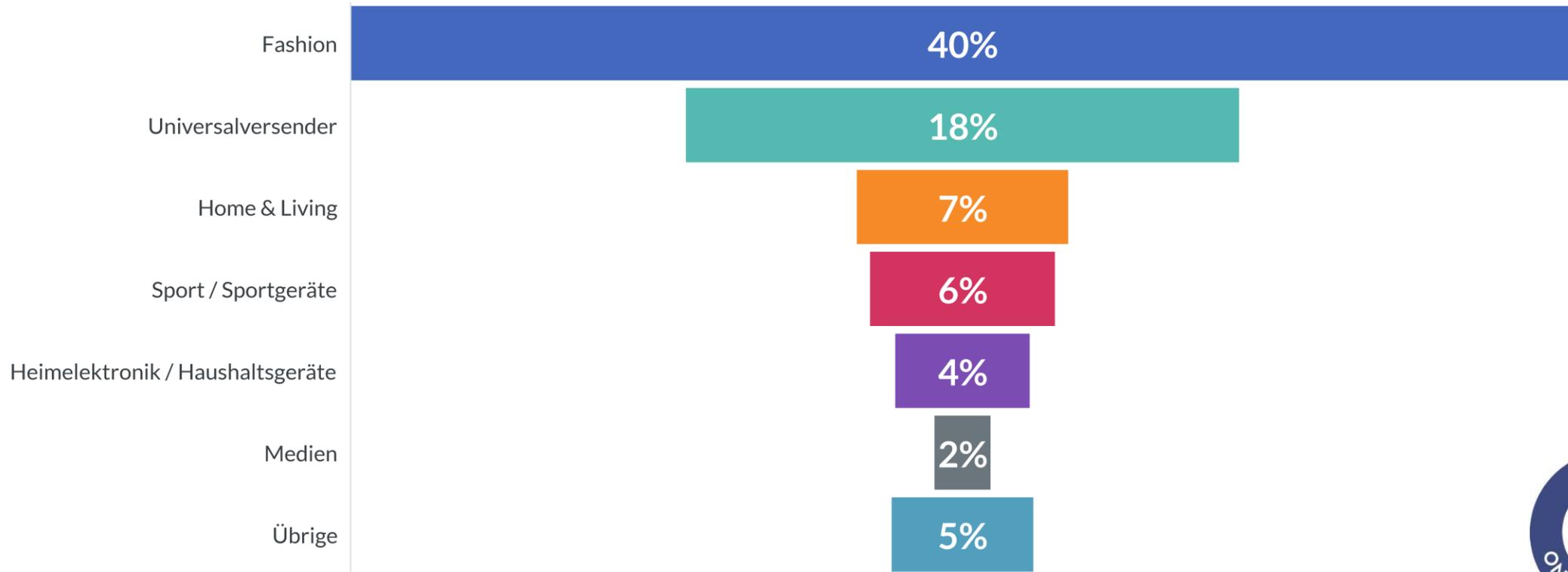


Basis: alle Handelsverband.swiss Mitglieder B2C

Quelle: GfK Switzerland AG, HANDELSVERBAND.swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2021

# Retourenquoten pro Sortiment 2021

## Retourenpakete in Prozent der versandten Pakete

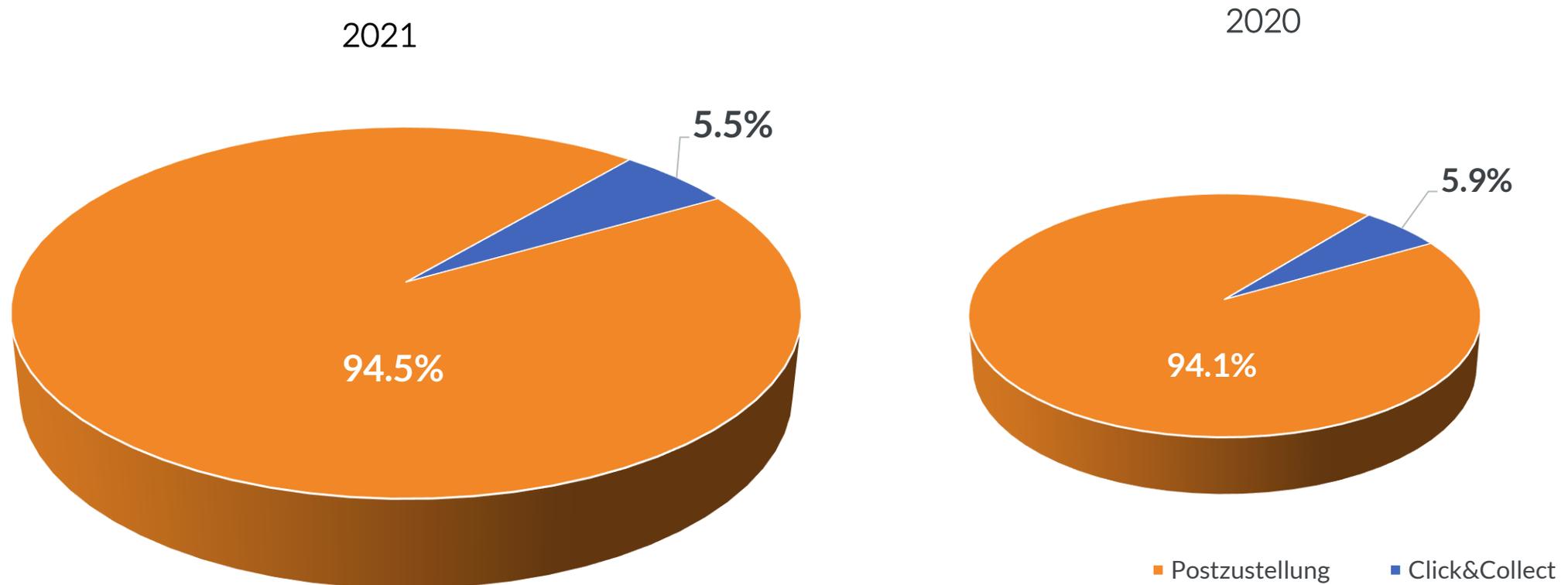


Basis: N = 108 Unternehmen – 34 Mio. Pakete

Quelle: GfK Switzerland AG, HANDELSVERBAND.swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2021

# Click & Collect

## Wieviel wird abgeholt?



Basis: n=22 Unternehmen welche echte Abholalternativen anbieten – ohne Unternehmen mit einem einzigen Abholpunkt – total 25.3 Mio Pakete in 2021

Quelle: GfK Switzerland AG, HANDELSVERBAND.swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2021

# Zusammenfassung 2021

- **Online-Konsum wächst nach 27% im Jahr 2021 erneut um rund 10%**
- **Schweizer Händler** wachsen stärker als «Importeure» und gewinnen Marktanteile
- **Stationäre Händler wachsen Online weiter überdurchschnittlich** (Omni-Channel)
- **Verdoppelung von Onlineumsätzen von Home & Living und Spielwaren in 2 Jahren**
- **Online Non Food Konsum macht rund 18%** des Non Food Retail aus
- **Jeder 2. Heimelektronik Franken wird online ausgegeben**
- **Food wächst kontinuierlich mit dem Markt** – immer noch vgl. kleine Onlineanteile
- **Auslandseinkauf stagniert** – Ali und Wish verlieren (ca. 20% weniger Pakete zum Vorjahr)

# Kristallkugel 2022 – Seitwärtsbewegung?

## Branchenindexentwicklung pro Monat 2021 & Jan 2022



2022

Branche	2021													2022
	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	kumuliert	Jan
Fashion	131.7	140.8	135.2	95.0	81.8	122.1	88.2	104.9	95.5	101.2	113.6	97.6	107.2	89.3
Multimedia / IT	150.9	160.9	108.4	79.9	101.3	103.8	106.2	116.1	110.1	99.0	104.7	90.7	107.9	90.9
Freizeit / Hobby / Spielwaren	181.3	204.3	125.5	73.2	107.7	113.7	103.8	114.9	114.7	102.2	114.3	111.0	115.0	105.8
Home & Living	198.6	249.0	174.9	96.4	93.7	106.7	116.7	125.4	111.5	103.9	106.8	138.6	126.2	94.7
Medien	155.8	175.6	118.3	70.1	105.3	97.4	106.8	116.2	107.2	100.3	103.1	88.6	107.7	84.0
Büro	106.8	102.5	89.7	94.2	82.9	92.9	84.8	98.6	91.3	84.1	97.2	97.8	93.4	85.0
Health & Beauty	126.9	128.2	96.9	100.8	114.1	115.9	107.8	113.3	107.7	99.8	107.8	108.1	109.8	103.5
Uhren & Schmuck	106.3	137.0	212.8	85.1	115.7	123.4	93.9	115.1	114.4	84.0	61.1	89.6	103.5	86.1
Universalversender	147.8	153.1	107.1	68.2	80.9	92.9	84.9	99.0	88.6	88.1	98.2	87.5	96.0	84.1
Übrige / Lebensmittel	177.9	177.2	136.1	102.6	120.7	120.7	128.6	131.2	131.5	117.5	127.9	121.2	130.1	112.1
Sport / Sportgeräte	222.6	267.6	132.9	83.6	86.5	115.5	111.4	124.7	118.8	106.0	107.0	99.5	118.6	85.4
<b>kumuliert</b>	<b>152.8</b>	<b>165.4</b>	<b>118.2</b>	<b>83.5</b>	<b>96.0</b>	<b>106.6</b>	<b>103.7</b>	<b>114.5</b>	<b>106.7</b>	<b>99.4</b>	<b>106.3</b>	<b>98.3</b>	<b>109.5</b>	<b>91.6</b>

Distanzhandel.ch Monatsindex: 113 Firmen – 5.85 Mrd Umsatz

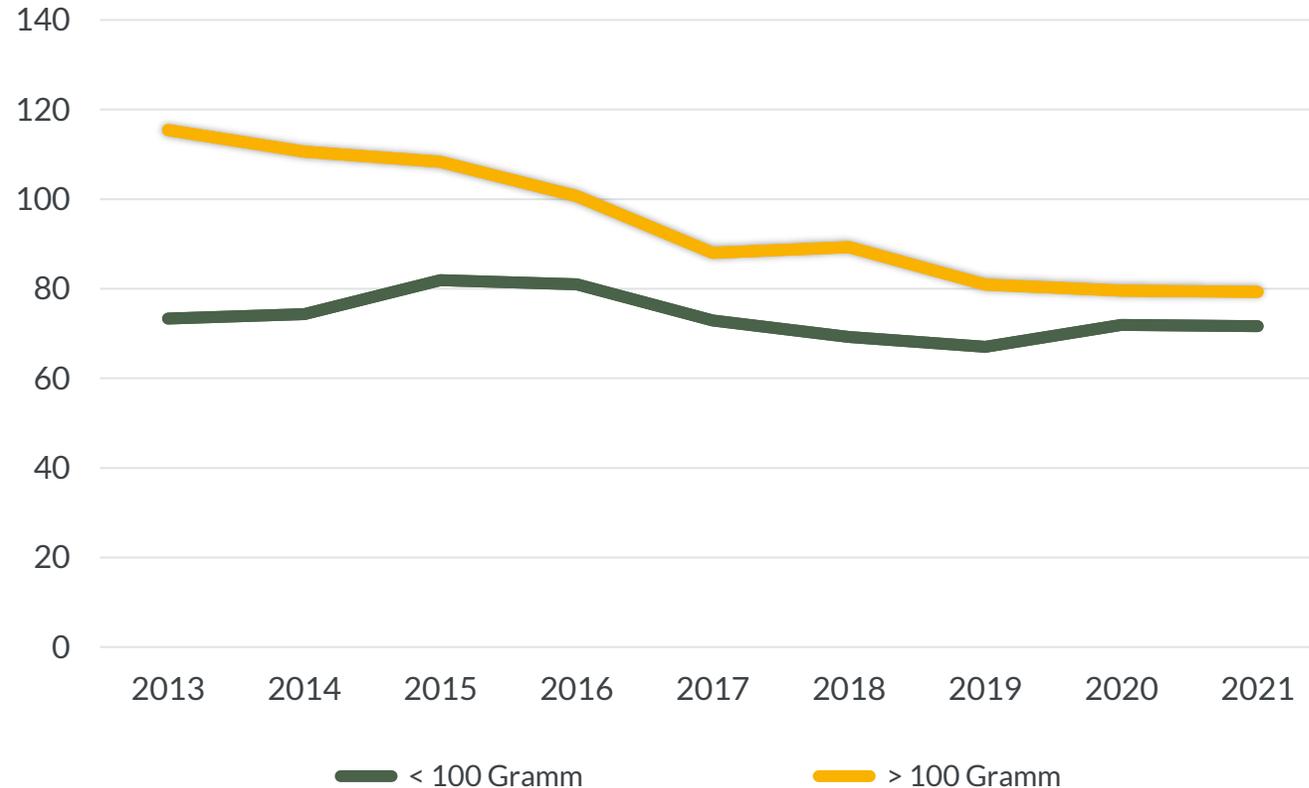
# Blick in die Kristallkugel 2022 - 2024



- **Kompensationseffekte generell: Ausgabenverlagerung von Konsum an Gütern (insb. Dolt oder Home & Living) zu Freizeit / Unterhaltung / Reisen**
- **Onlinehandel bewegt sich 2022 seitwärts bis leichtes Wachstum** (Annahme keine Shutdowns) – ab 2023 wieder 8 – 10%
- **Die Verschmelzung geht weiter:** Omni-Channel Anbieter wachsen auf tieferer Basis überdurchschnittlich
- **Click & Collect** ist ohne Pandemie ein Hygienefaktor
- **Marktplätze** sind auch in der Schweiz die Volumentreiber
- **Polarisierung:** Nische vs. Masse/Marktplatz
- **D2C:** Hersteller / Marken investieren substantiell in **eigene Online-Formate**
- **Die letzte Meile wird zunehmend «grün»** - Nachhaltigkeit bei Verpackung und Angebot steigt kontinuierlich («reusable Packaging»)

# Push-Werbedruck B2C (Print)

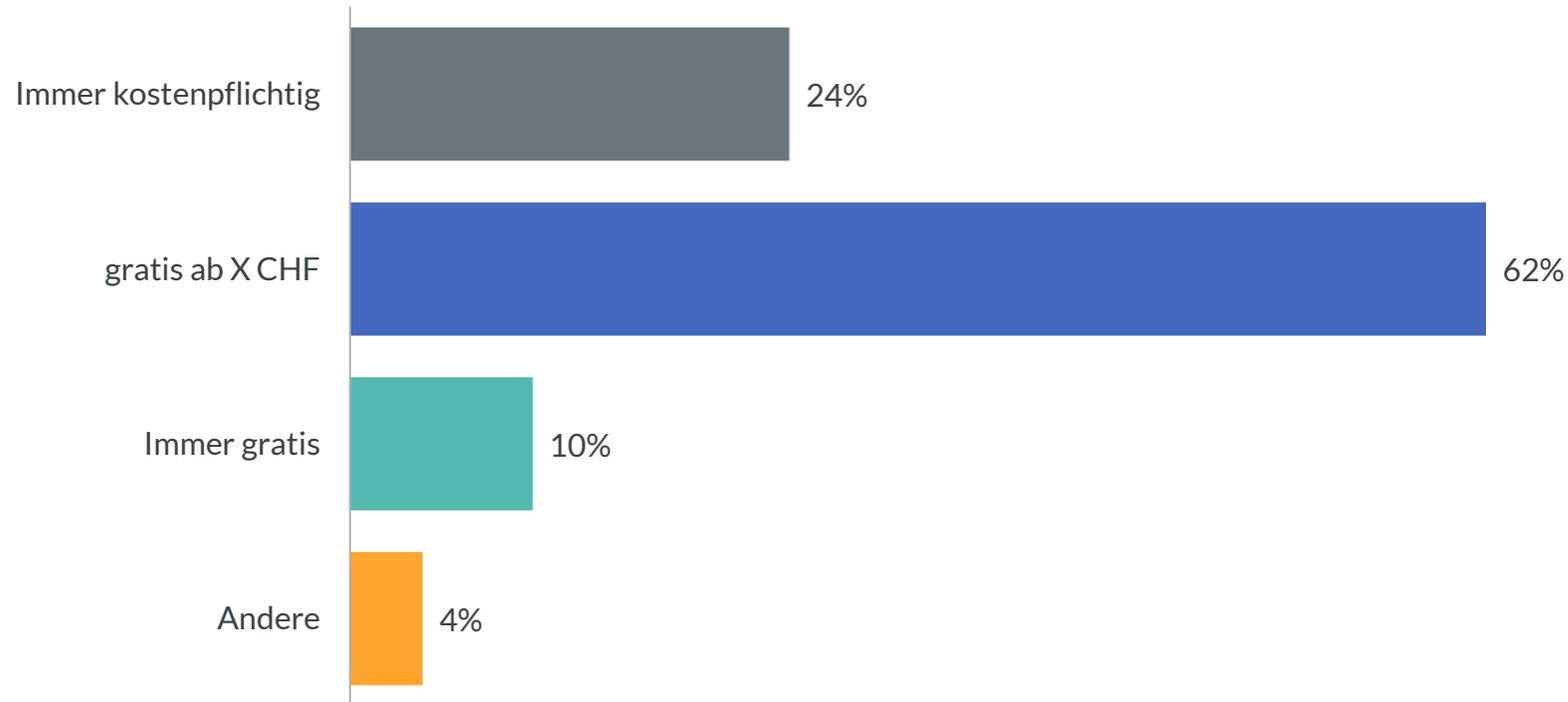
## Printauflagenentwicklung Anzahl Mailings in Mio.



- 2021 stagniert der Gesamtausand von adressierter Printwerbung
- Print gehört nach wie vor für viele Anbieter zum Kommunikationsmix

# Versandkosten

## Gratis oder kostenpflichtig?

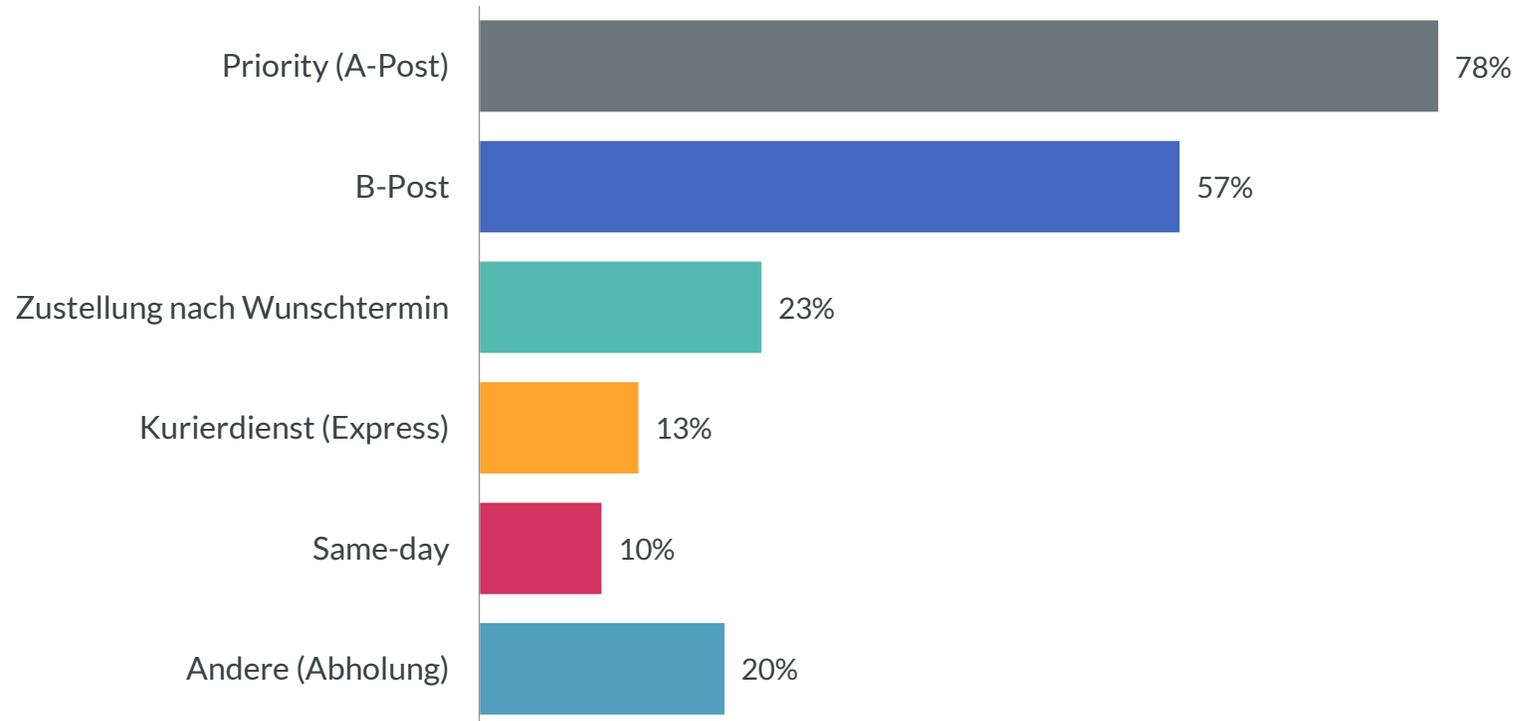


Basis: 2021: n=108 Unternehmen

Quelle: GfK Switzerland AG, HANDELSVERBAND.swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2021

# Angebotene Lieferoptionen

## Langsam oder schnell?



### Leseinterpretation

- 78% der antwortenden Unternehmen bieten Priority Versand an
- 57% der antwortenden Unternehmen bieten auch Eco Versand an

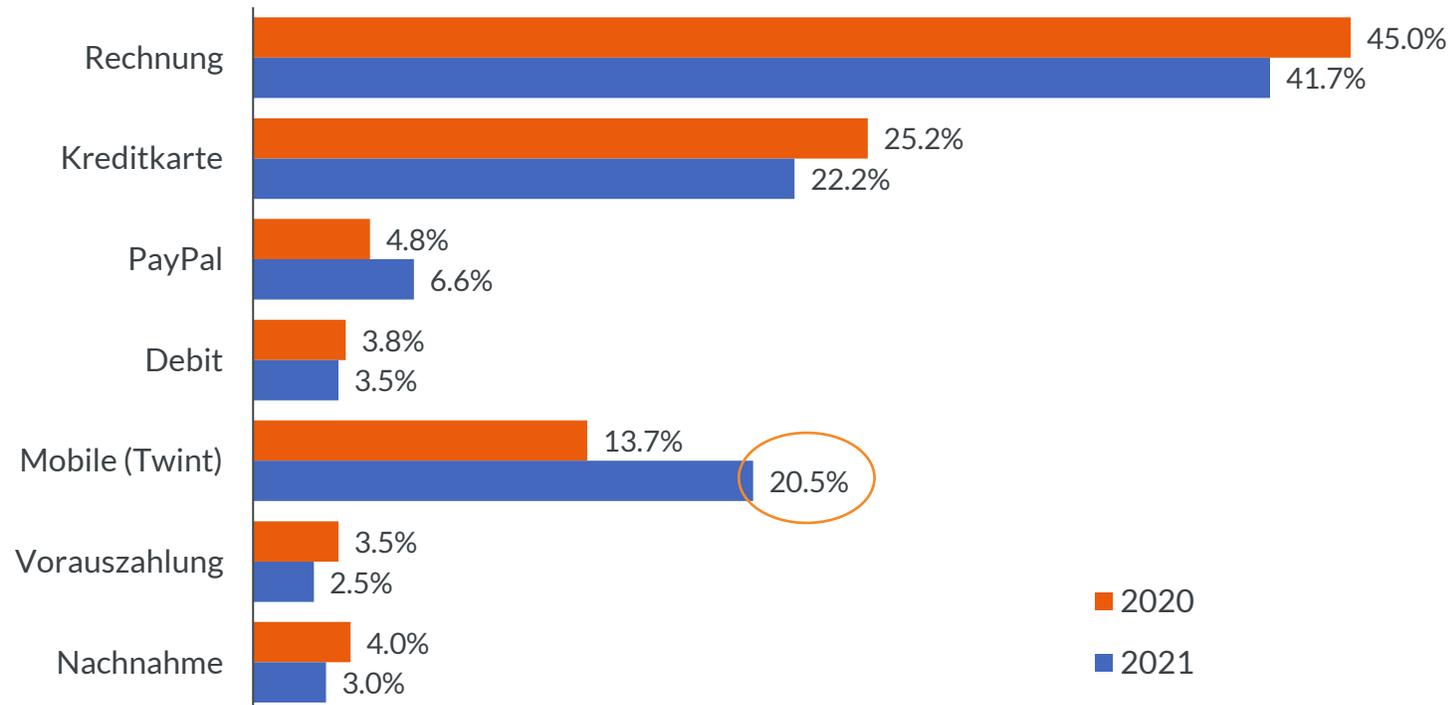
*Das Total der Antworten kann infolge Mehrfachwahl 100% übersteigen*

Basis: n=108 Unternehmen

Quelle: GfK Switzerland AG, HANDELSVERBAND.swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2021

# Nutzung B2C Zahlungsmittel

## Bezahlung mittels ...



Basis: n=108 Unternehmen – 3.5 Mrd. Umsatz

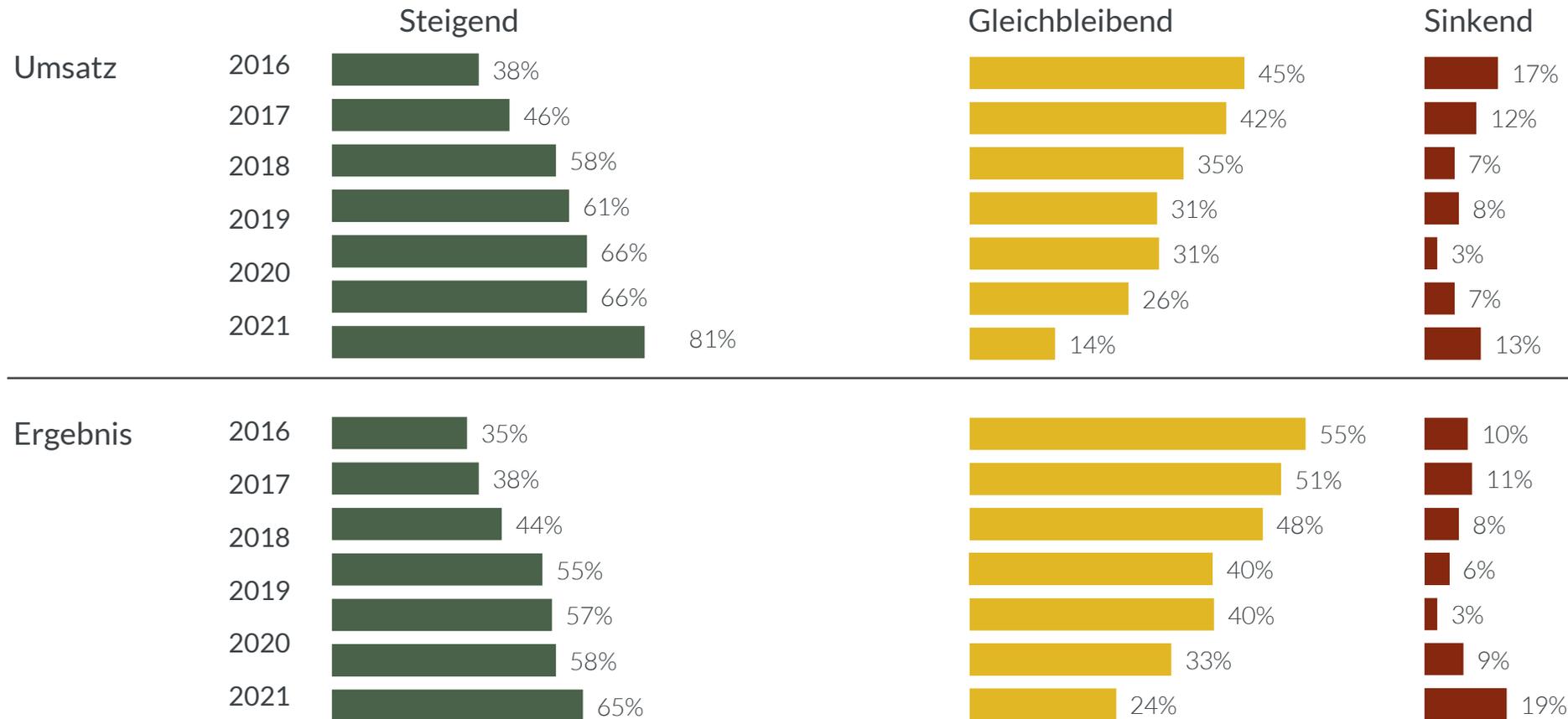
Quelle: GfK Switzerland AG, HANDELSVERBAND.swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2021



- **Rechnung bleibt** innerhalb der Schweiz nach wie vor **dominant**, verliert aber an **Mobile**
- **grösstes Wachstum bei Mobile** – Twint auf dem Vormarsch
- **Kreditkarte und Rechnung verlieren** zu Gunsten Mobile (Twint) und Paypal
- Debitkarte wartet noch immer auf den Durchbruch

# Erwartungen für 2022

## Umsatz und Ergebnis

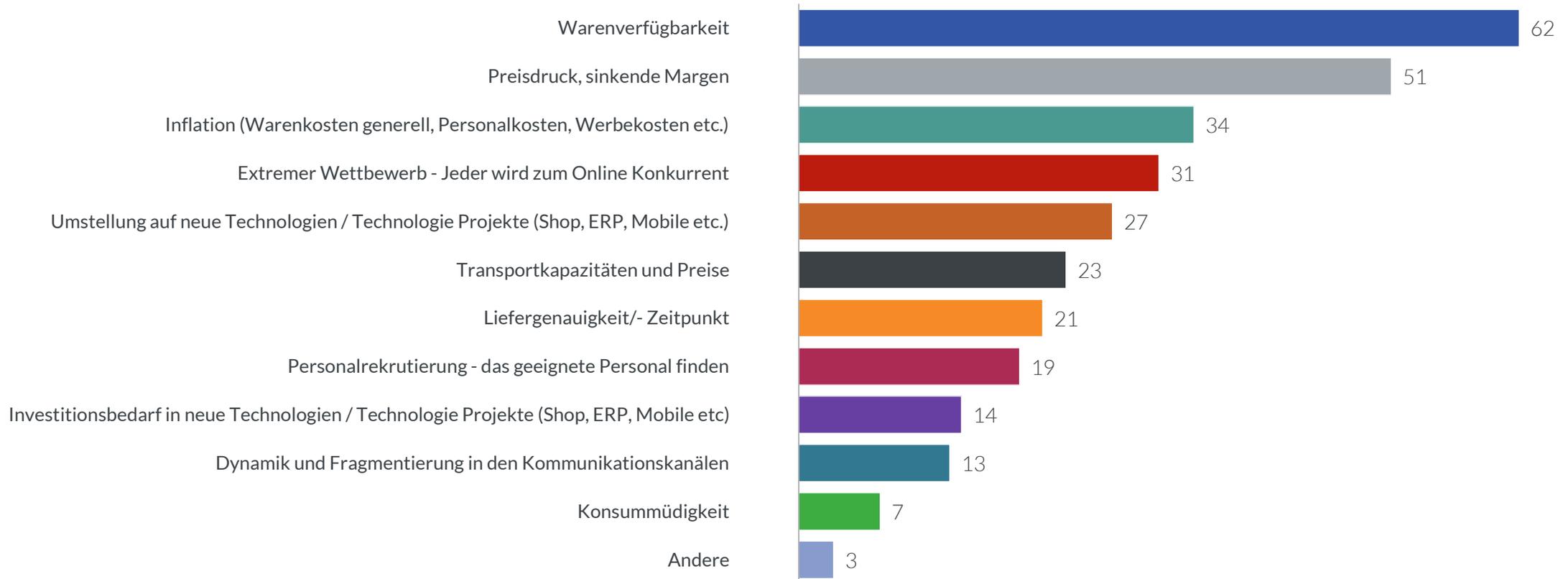


Basis: n=108 Unternehmen

Quelle: GfK Switzerland AG, HANDELSVERBAND.swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2021

# Grösste Herausforderungen für 2022

## Anzahl Nennungen



Frage F9: «Wo sehen Sie in 2022 die drei grössten Herausforderungen»  
Basis: n=108 Unternehmen

Quelle: GfK Switzerland AG, HANDELSVERBAND.swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2021