

ONLINE- UND VERSANDHANDELSMARKT SCHWEIZ 2018

Patrick Kessler
VSV

Luca Giuriato
GfK Switzerland AG

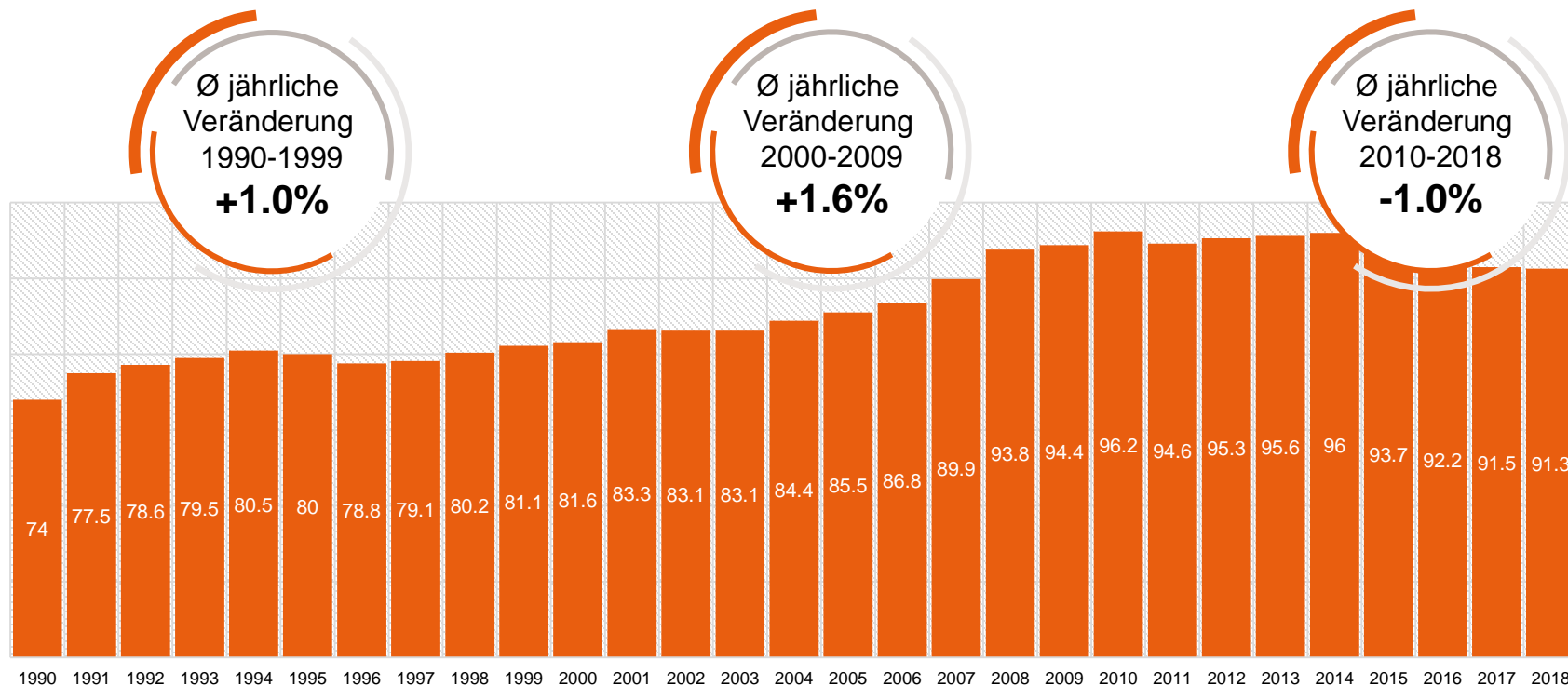
Zürich, 28. Februar 2019

Detailhandel Schweiz 1990 – 2018

Umsatzentwicklung in Mrd. CHF, zu laufenden Preisen

VSV ASVAD

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



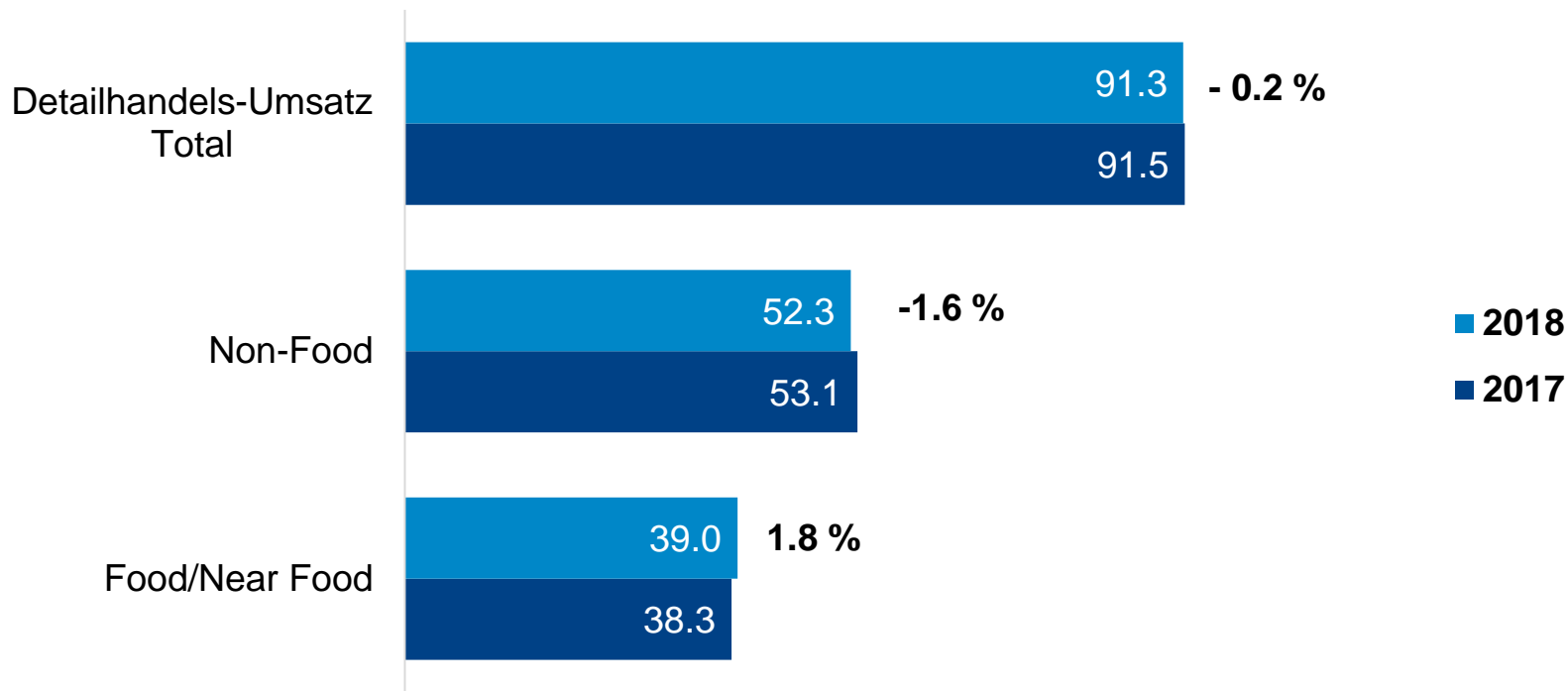
Quelle: Bundesamt für Statistik, BAK Economics, Stand Februar 2019

Detailhandel Schweiz 2017– 2018

Umsatzentwicklung in Mrd. CHF

VSV ASVAD

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

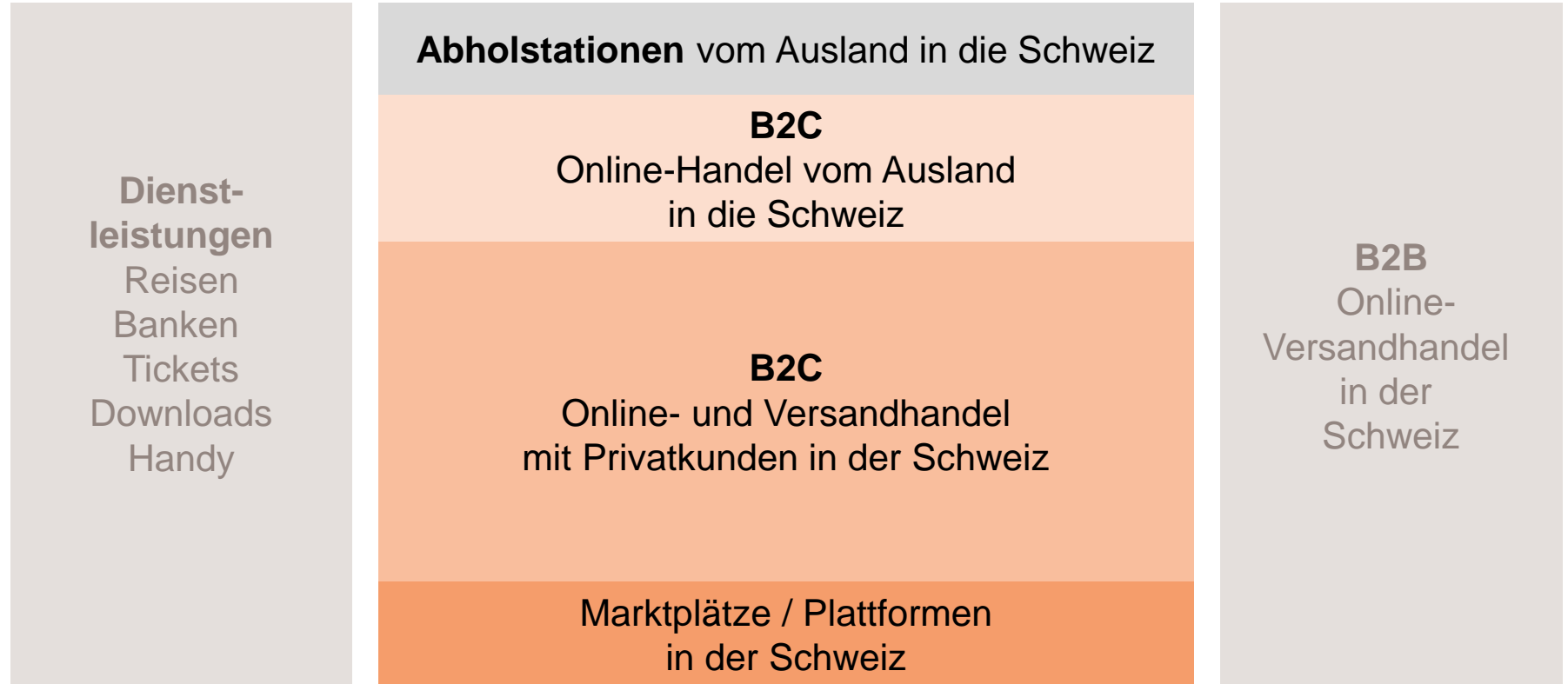


Erhebungsmethode

- 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



250 Mio. CHF* Abholstationen vom Ausland

9.5 (VJ 8.6)

Mrd. CHF

B2C

Dienstleistungen

Reisen

Banken

Tickets

Downloads

Handy

B2B
Online-
Versandhandel
in der
Schweiz

*Quelle «IGHDS-Studie Auslandeinkäufe 2015»

Marktvolumen 2018

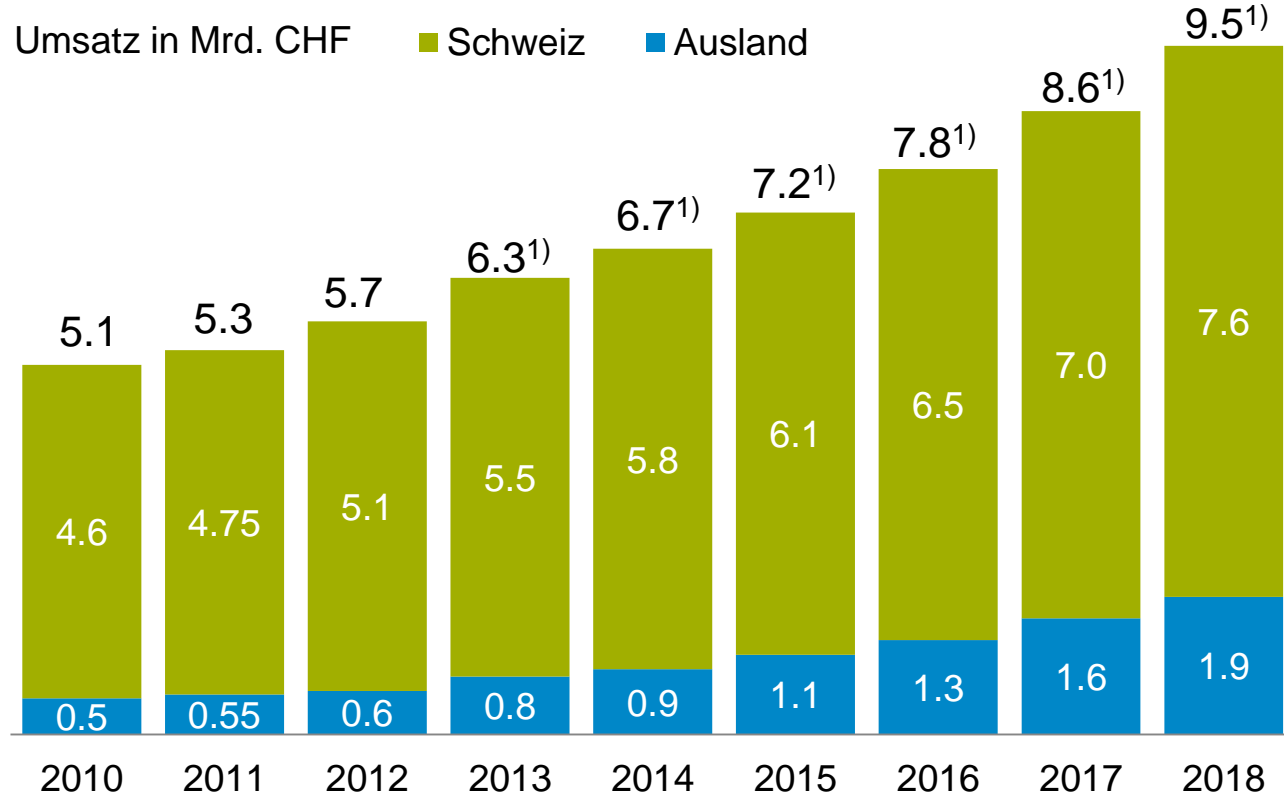
Online-Versandhandel

	2018	Vorjahr 2017
Abholstationen vom Ausland in die Schweiz	250 Mio. CHF*	250 Mio. CHF*
B2C Online-Handel vom Ausland in die Schweiz	1 900 Mio. CHF	1 600 Mio. CHF
B2C 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



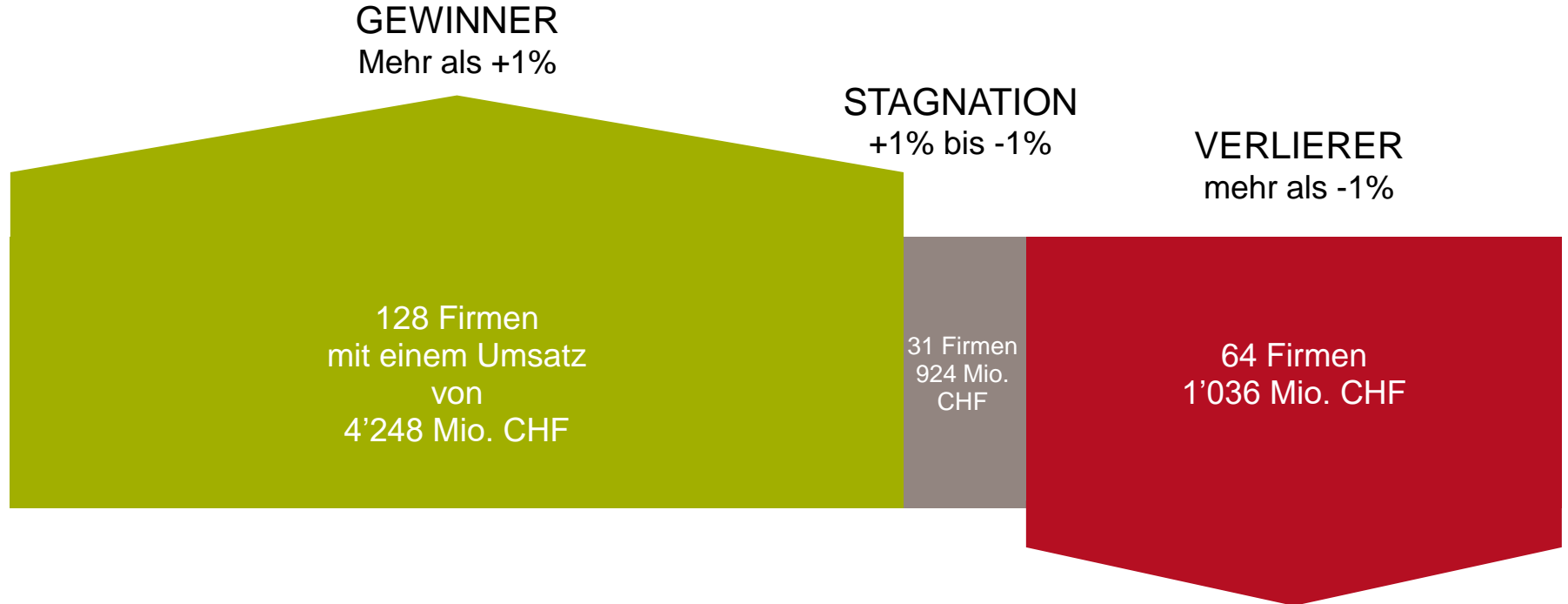
- Online-Versandhandel wächst 2018 um total **10% oder 900 Mio. CHF** (ohne Abholstationen)¹⁾
- Direkte Cross Border Online-Einkäufe mit Lieferung in die Schweiz nehmen mit **fast 20% überproportional** zu

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 %

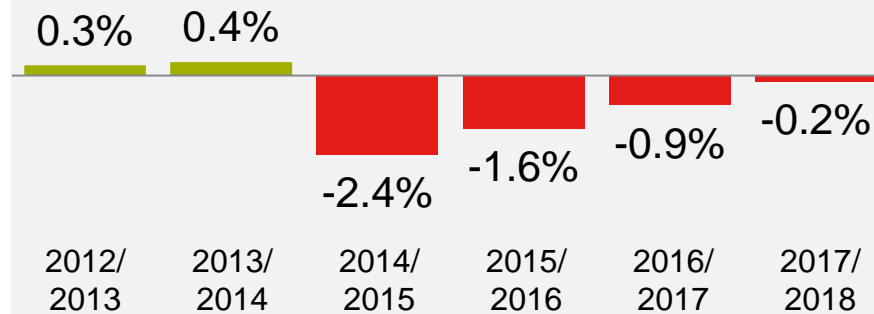


Online- und Versandhandel

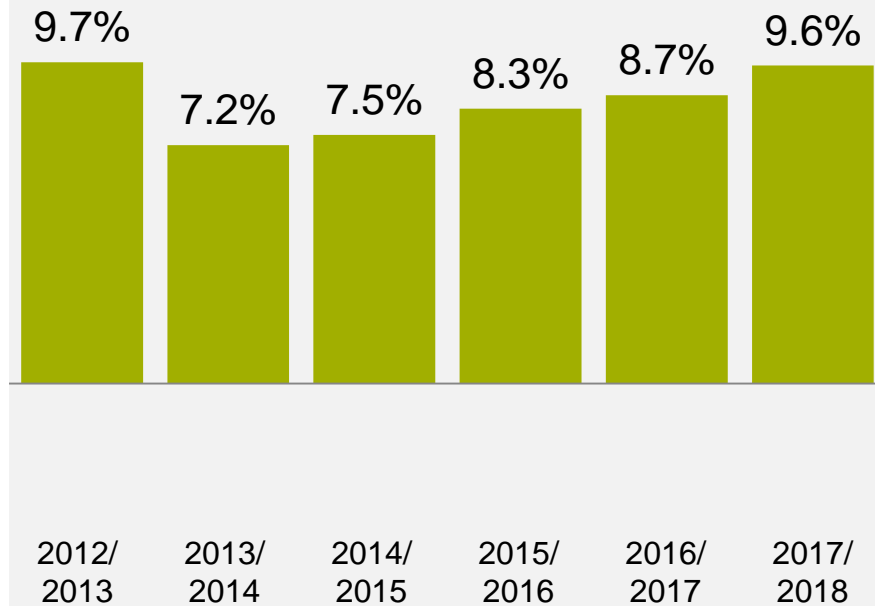
wachsen schneller als der übrige Detailhandel Schweiz

Veränderungen in Prozent

Detailhandel Schweiz Total



Online- und Versandhandel Schweiz Total

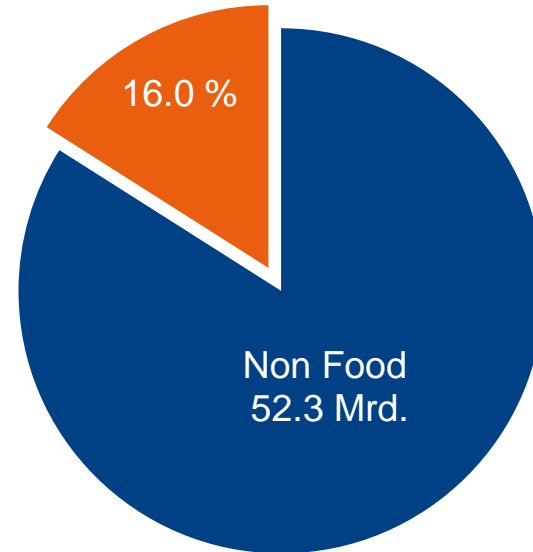
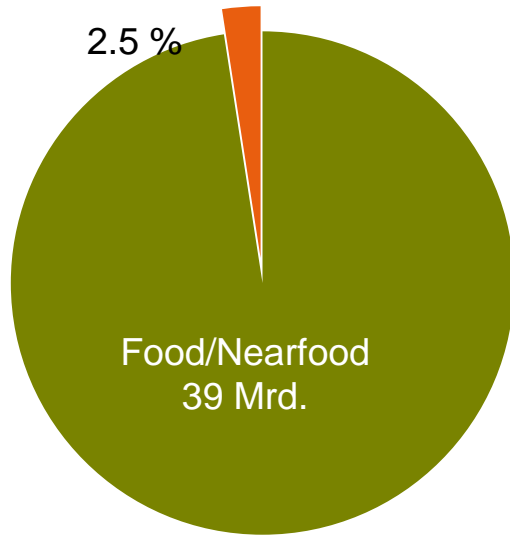


Quelle Detailhandel Schweiz: BAK Basel, Februar 2019

Basis: B2C – Volumen von 6.85 Mrd CHF ohne C2C und Auslandseinkäufe

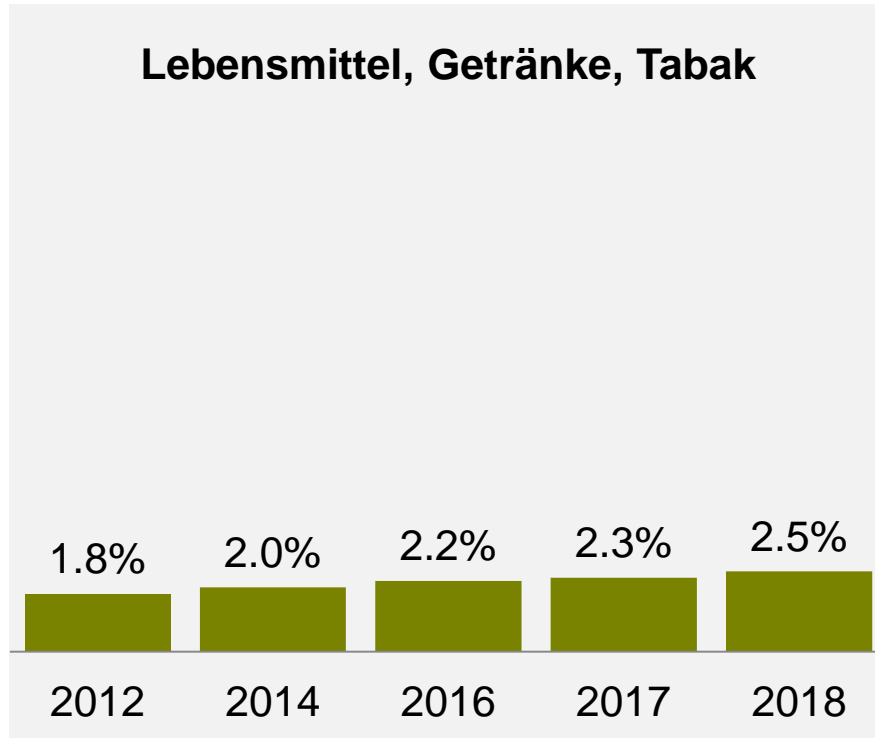
© GfK 2019 | Online- und Versandhandelsmarkt Schweiz 2018 | 28. Februar 2019

Wertmässiger Anteil am gesamten Schweizer Detailhandel – Jahr 2018

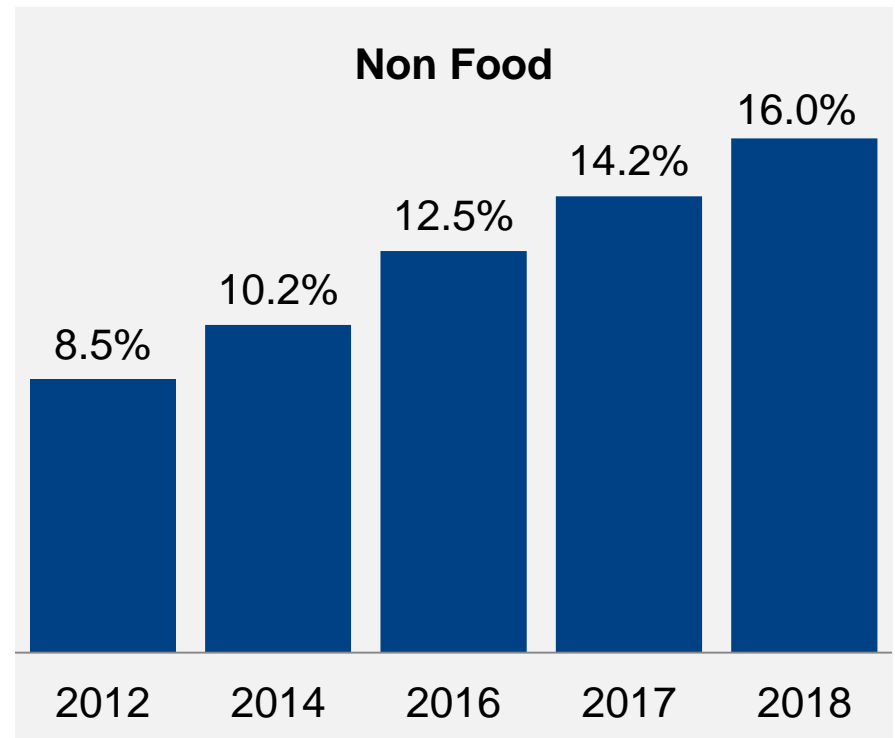


Wertmässige Anteile des Online-Versandhandels am Schweizer Detailhandel

Lebensmittel, Getränke, Tabak



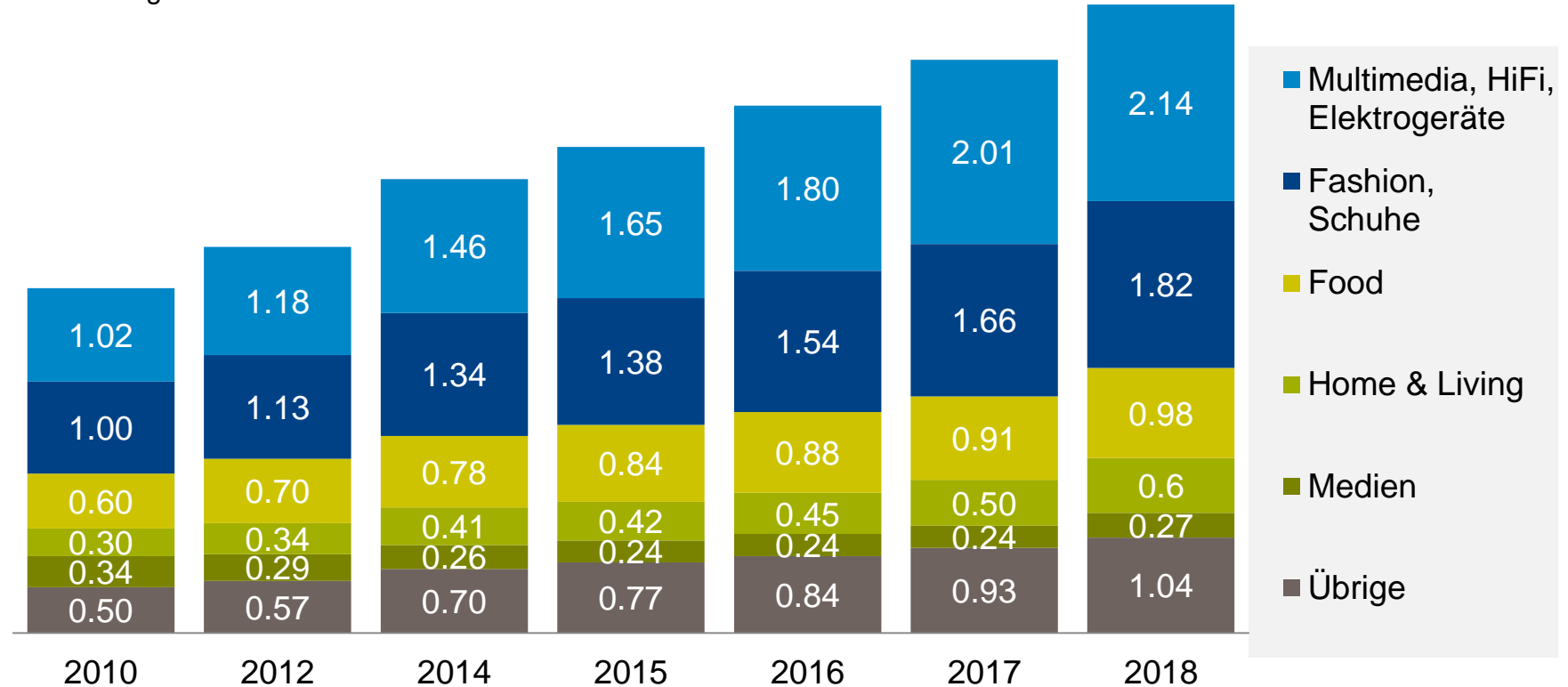
Non Food



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.

Gesamtmarkt nach Sortimenten (B2C) im Schweizer Online-Versandhandel

Wertmässige Anteile in Milliarden CHF



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*

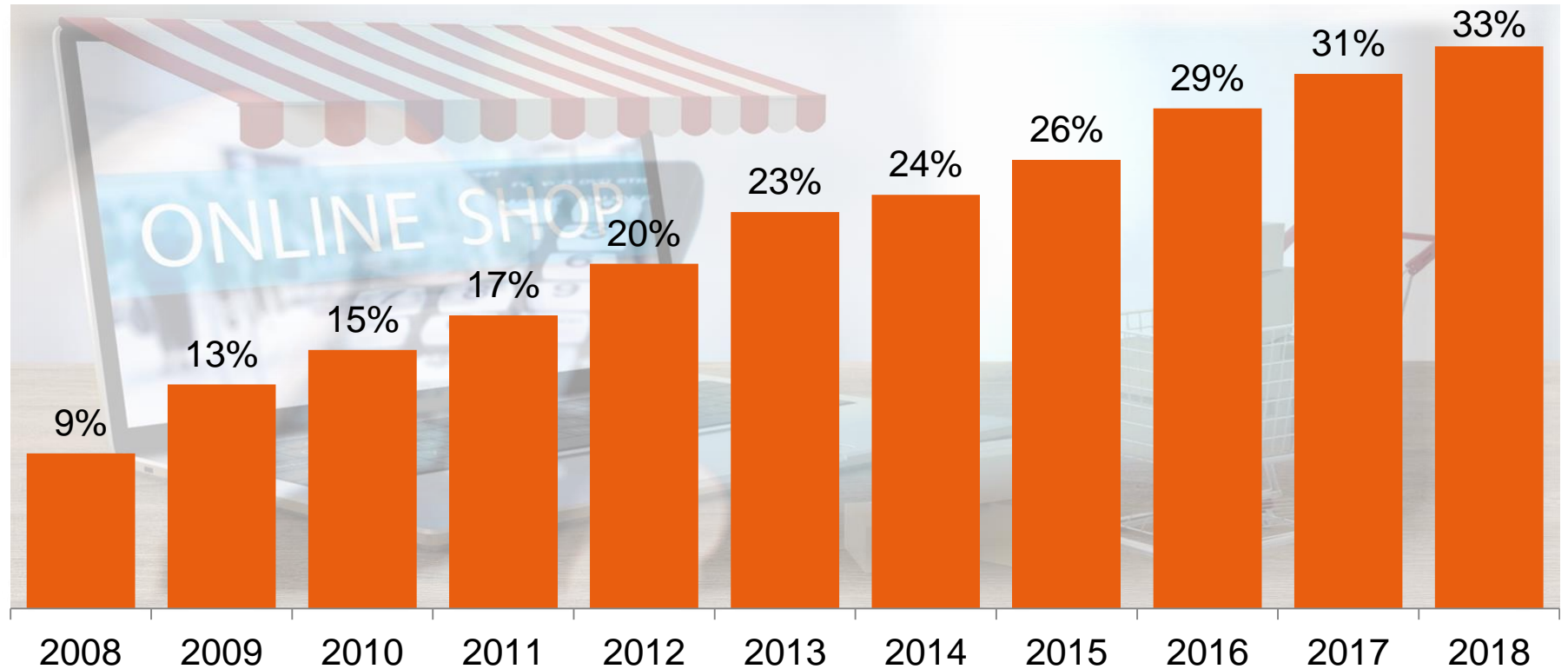
Wertmässige Onlineanteile am Gesamtmarkt Schweiz in Prozent

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 Versandhandelmarkt Schweiz 2018 | 28. Februar 2019

Kaufverhalten Heimelektronik Schweiz

2. Semester 2018

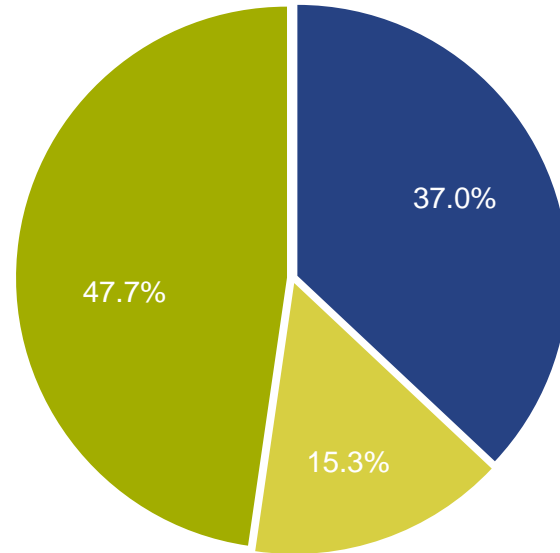


E-Bus Befragung Januar 2019 / n= 1007

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)

n= 563 Filter = hat Produkt gekauft (Smartphone, Fotokamera, Fernseher, Computer/Notebook, Kaffeemaschine / Mehrfachnennung möglich)

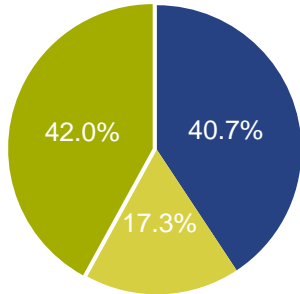
© GfK February 28, 2019 | ebus Elektroprodukte 2. Semester 2018

Kaufort Heimelektronik 2. Halbjahr 2018

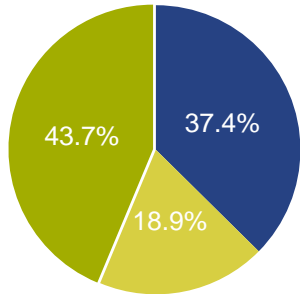


Wo haben Sie das Produkt gekauft? (Basis = hat Produkt gekauft)

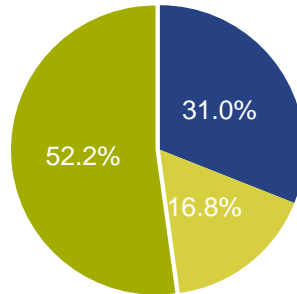
Smartphone / iPhone



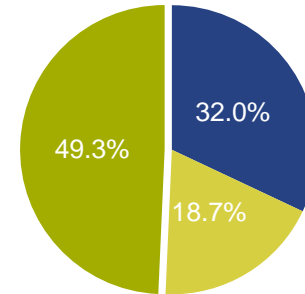
Fotokamera



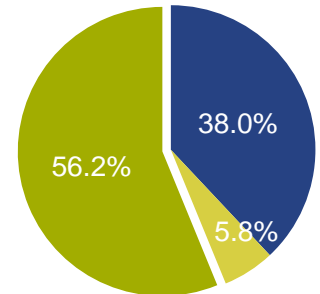
Fernseher



Computer / Notebook



Kaffeemaschine



■ Online und nach Hause schicken lassen

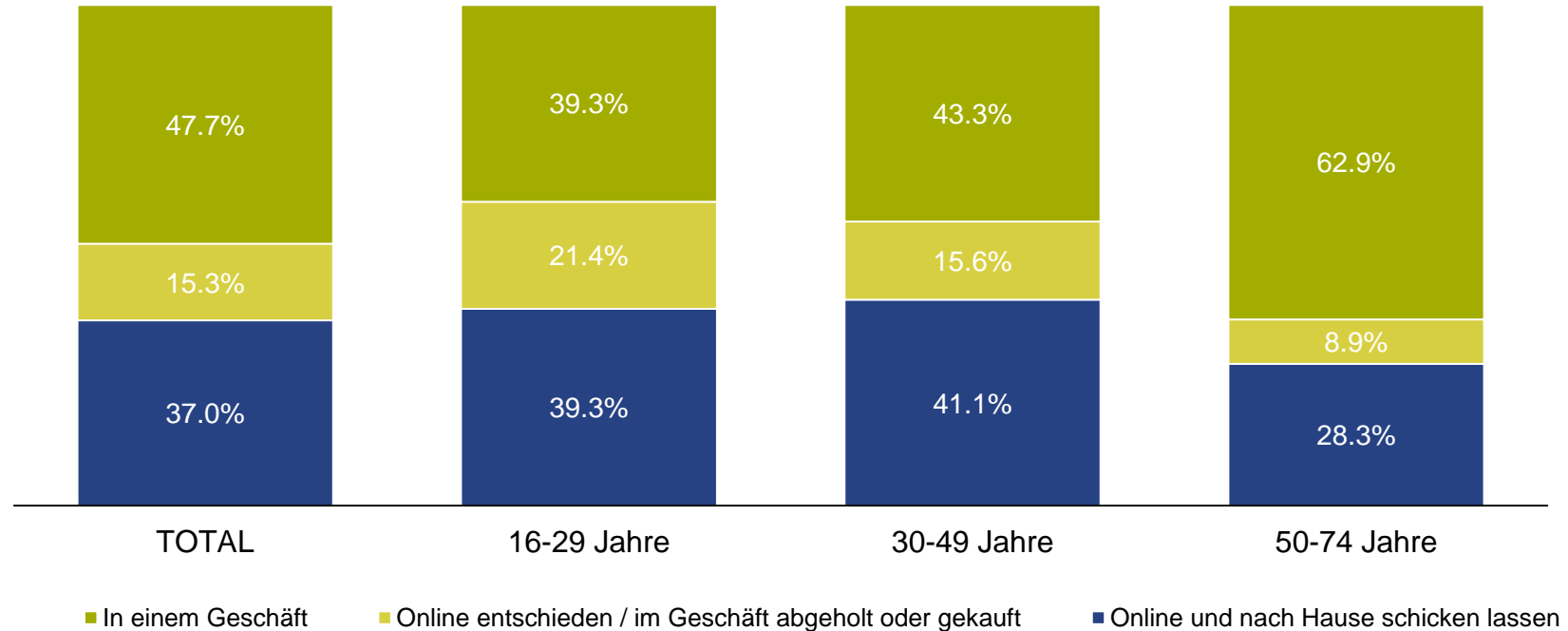
■ Online entschieden / im Geschäft abgeholt oder gekauft

■ In einem Geschäft (offline)

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

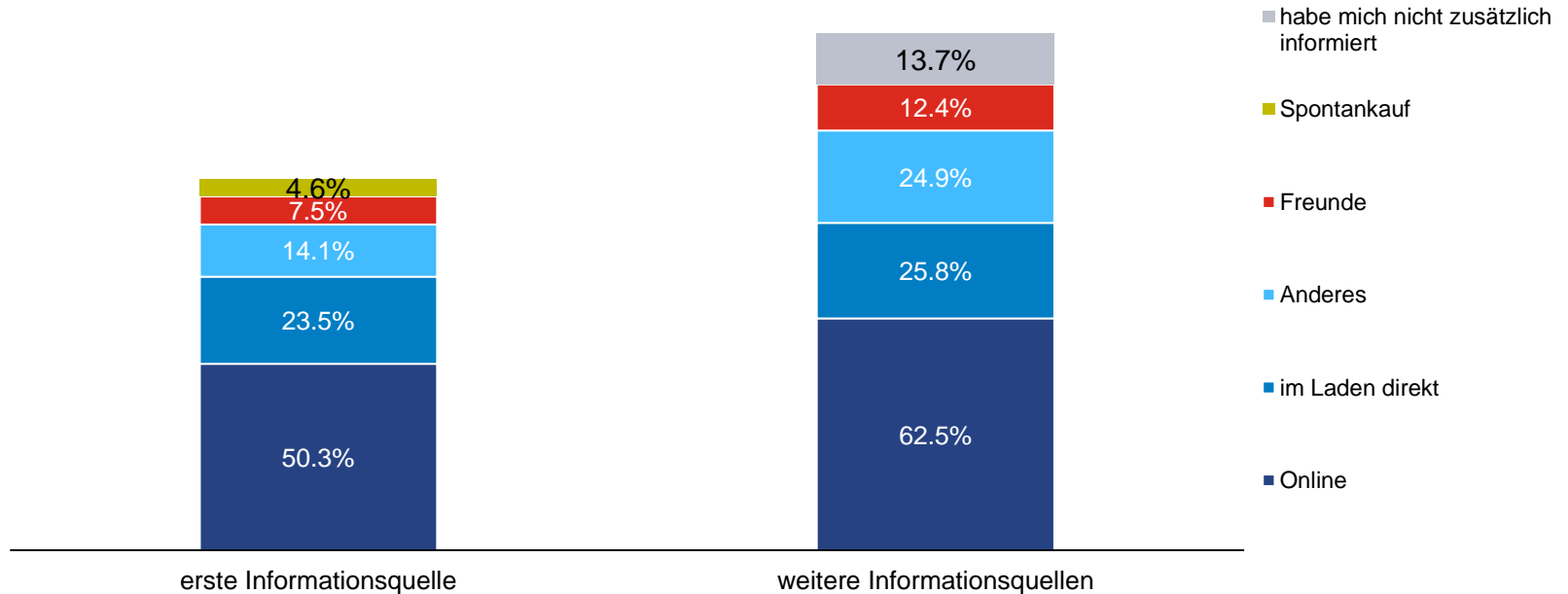
Informationsverhalten Heimelektronik Käufer 2. Halbjahr 2018

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?"



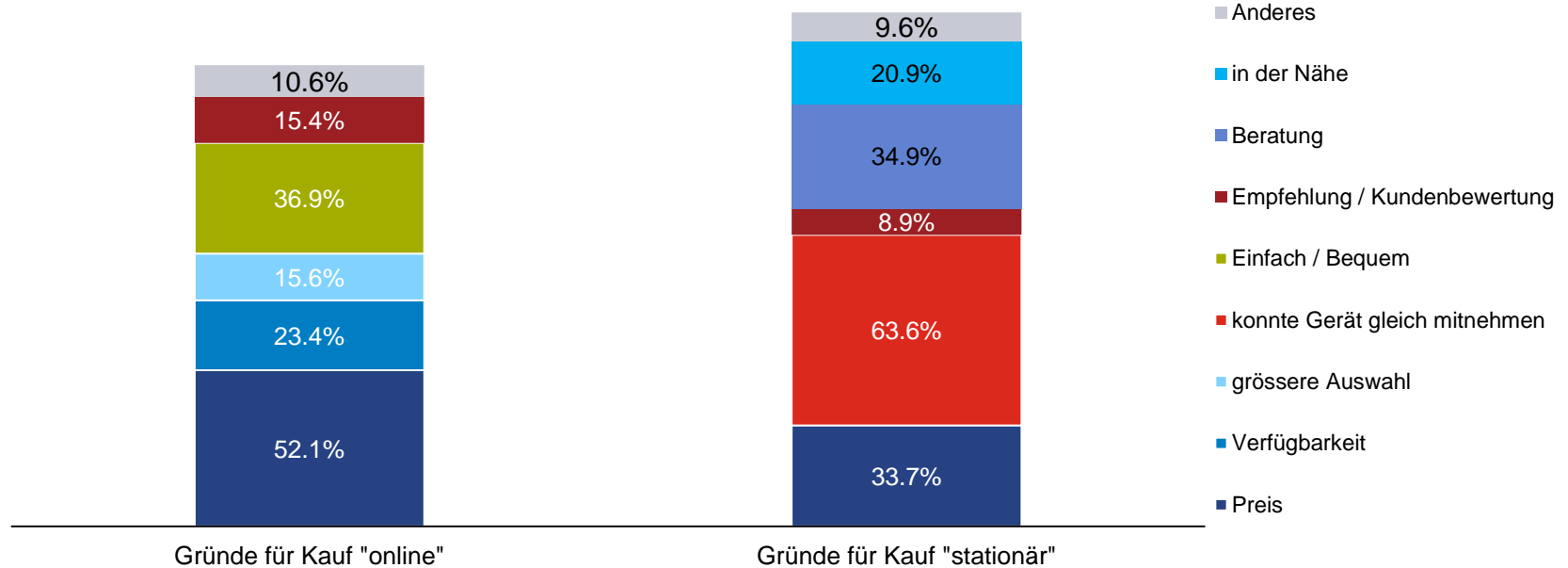
Informationsverhalten Heimelektronik Käufer 2. Halbjahr 2018

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



Informationsverhalten Heimelektronik Käufer 2. Halbjahr 2018

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

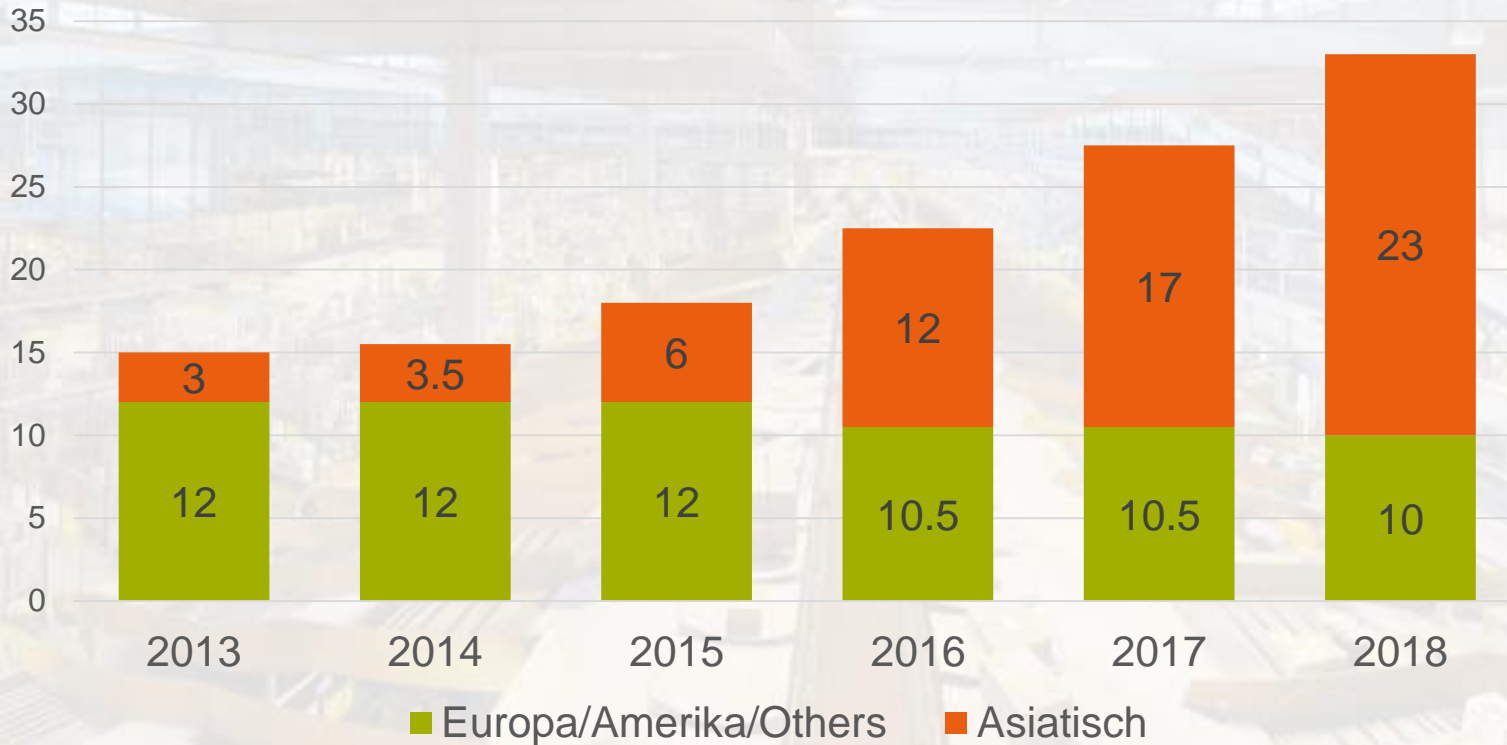


Der Schweizer Online-Versandhandel wächst 10 % bei stagnierenden Retailumsätzen

- **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