

# ONLINE- UND VERSANDHANDELSMARKT SCHWEIZ 2016

Patrick Kessler  
VSV

Thomas Hochreutener  
GfK Switzerland AG

Jens Windel  
Media Focus Schweiz GmbH

Zürich, 1. März 2017

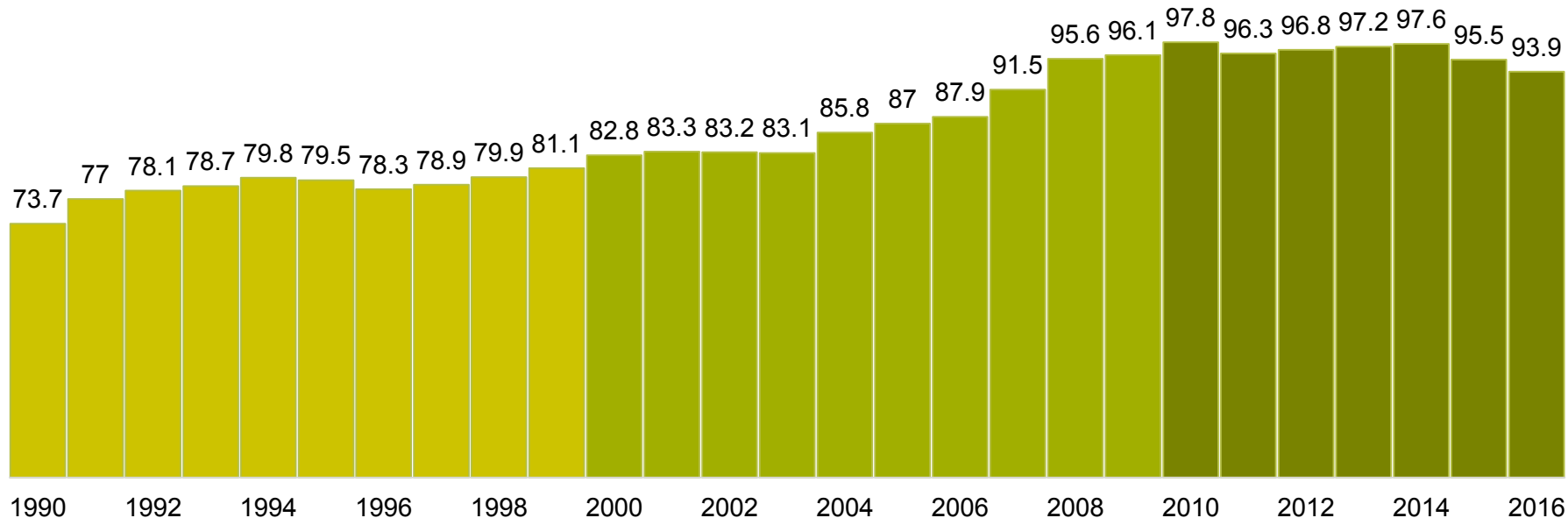
# Detailhandel Schweiz 1990–2016

Umsatzentwicklung in Mrd. CHF

Ø jährliches Wachstum  
1990-1999  
0.7%

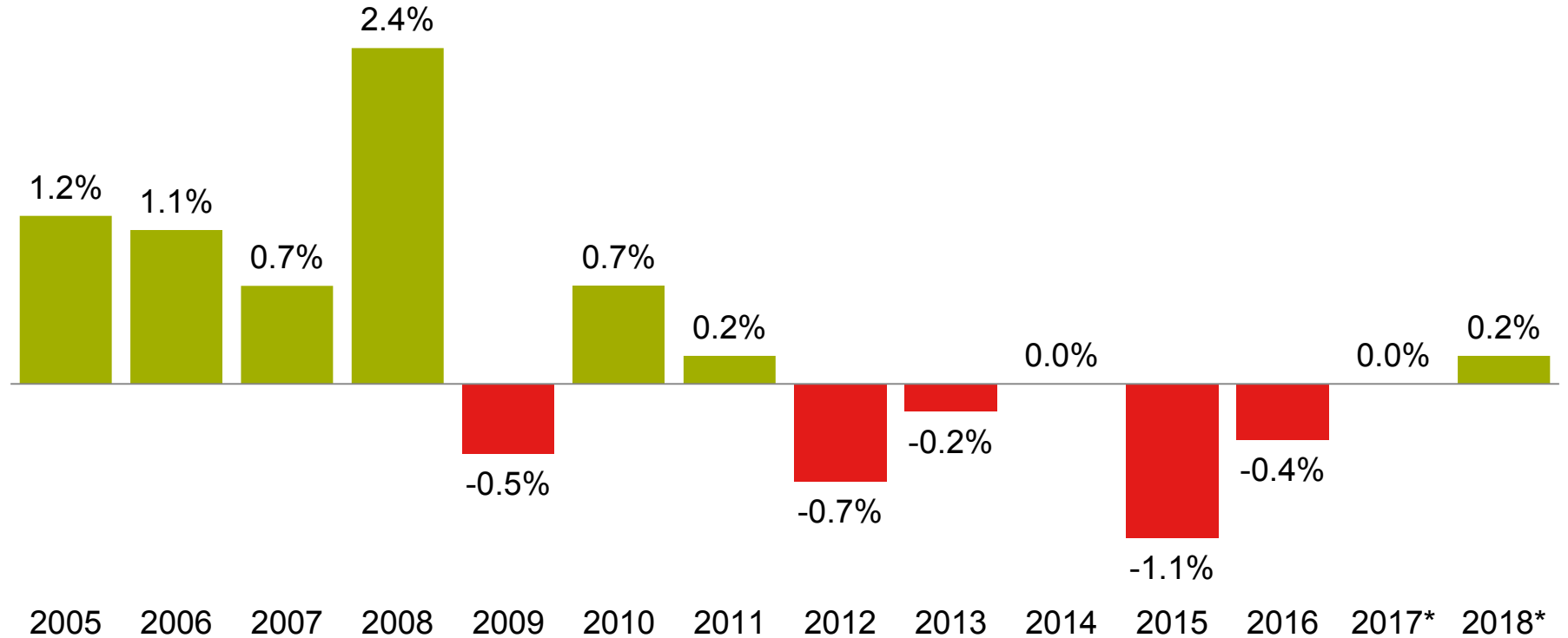
Ø jährliches Wachstum  
2000-2009  
1.3%

Ø jährliches Wachstum  
2010-2016  
- 0.6%



# Landesindex der Konsumentenpreise

## Veränderung zum Vorjahr in %



Quelle/Prognose\*: Bundesamt für Statistik, Stand Februar 2017

© GfK 2017 | Online- und Versandhandelsmarkt Schweiz 2016 | 1. März 2017

# Erhebungsmethode

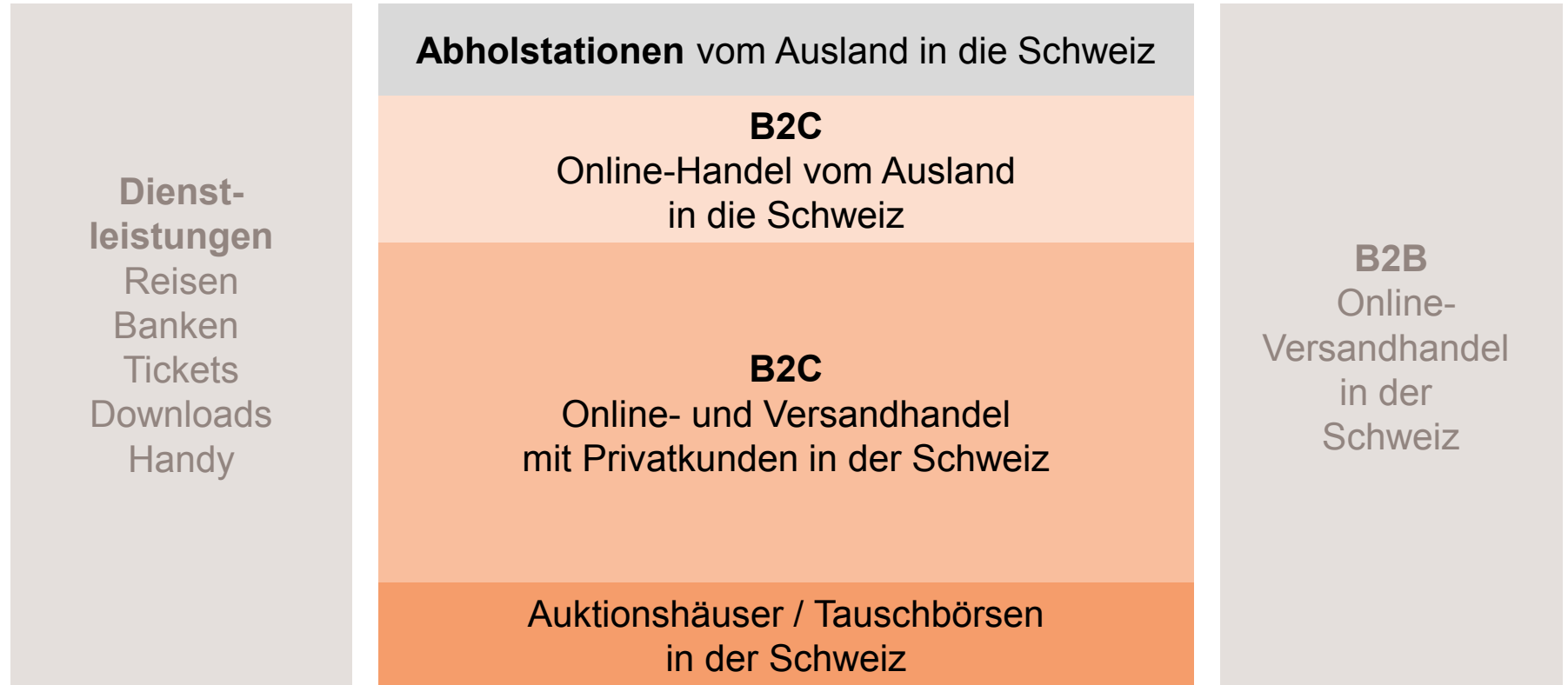
- Universum** Alle Mitglieder des Verbandes des Schweizerischen Versandhandels sowie weitere Online- und Versandhändler. Total wurden die Daten von 315 Firmen integriert. Grosse Onlinehändler, die keine Daten publizieren, wurden vom VSV und GfK geschätzt.
- Methode** Onlinebefragung
- Zeitpunkt** Erhebung im Januar / Februar 2017 für die Resultate der Jahre 2015 / 2016



# Definition des Marktes

- Analysiert wurde der Markt „**Online- Versandhandel mit Waren**“ innerhalb der Schweiz plus Importe aus dem Ausland
- Online- und Versandhandel umfasst alle Verkaufstransaktionen welche Online, per Telefon oder Schriftlich eingeleitet und wo Ware vom Verkäufer zum Kunden transportiert wird oder der Kunde die Ware aufgrund einer Bestellung an einem vereinbarten Ort abholt
- Berücksichtigt werden Transaktionen zwischen
  - Unternehmen und Privaten (B2C)
  - Privatpersonen (C2C)
- Explizit ausgeschlossen werden in der Statistik: Dienstleistungen, Reisen, Software Downloads, Glücksspiele und Handydienste
- Zum B2B Markt (Business to Business) kann keine Gesamtmarkt-Aussage gemacht werden - B2B ist nicht Bestandteil der Gesamtmarkt Betrachtung aus Konsumentensicht
- Die Erhebung erfasst die Jahre 2015 und 2016. Vergleiche mit den Vorjahren sind nur bedingt möglich, da sich die Datenbasis teilweise geändert hat

# Schematische Definition des Marktes



# Marktvolumen 2016

## Online-Versandhandel

**Abholstationen** vom Ausland in die Schweiz

250 Mio. CHF\*

**B2C**

Online-Handel vom Ausland  
in die Schweiz

1 300 Mio. CHF

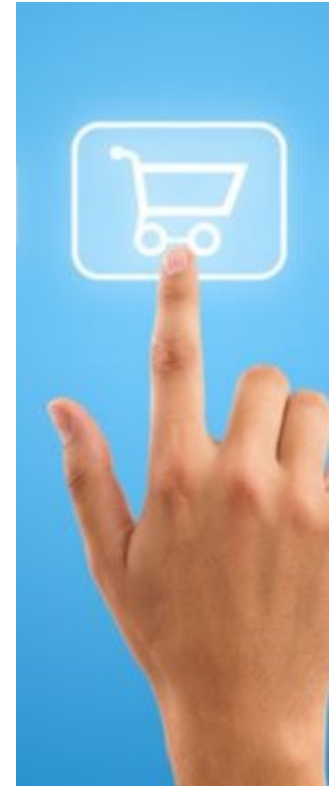
**B2C**

Online-Versandhandel  
mit Privatkunden in der Schweiz

5 750 Mio. CHF

Auktionshäuser / Tauschbörsen / Marktplätze  
in der Schweiz

750 Mio. CHF



\*Quelle «IGHDS-Studie Auslandeinkäufe 2015»

# Marktvolumen 2016

Online- und Versandhandel

250 Mio. CHF\* Abholstationen vom Ausland

7.8 (VJ 7.2)

Mrd. CHF

B2C und C2C

Dienstleistungen

Reisen

Banken

Tickets

Downloads

Handy

B2B  
Online-  
Versandhandel  
in der  
Schweiz

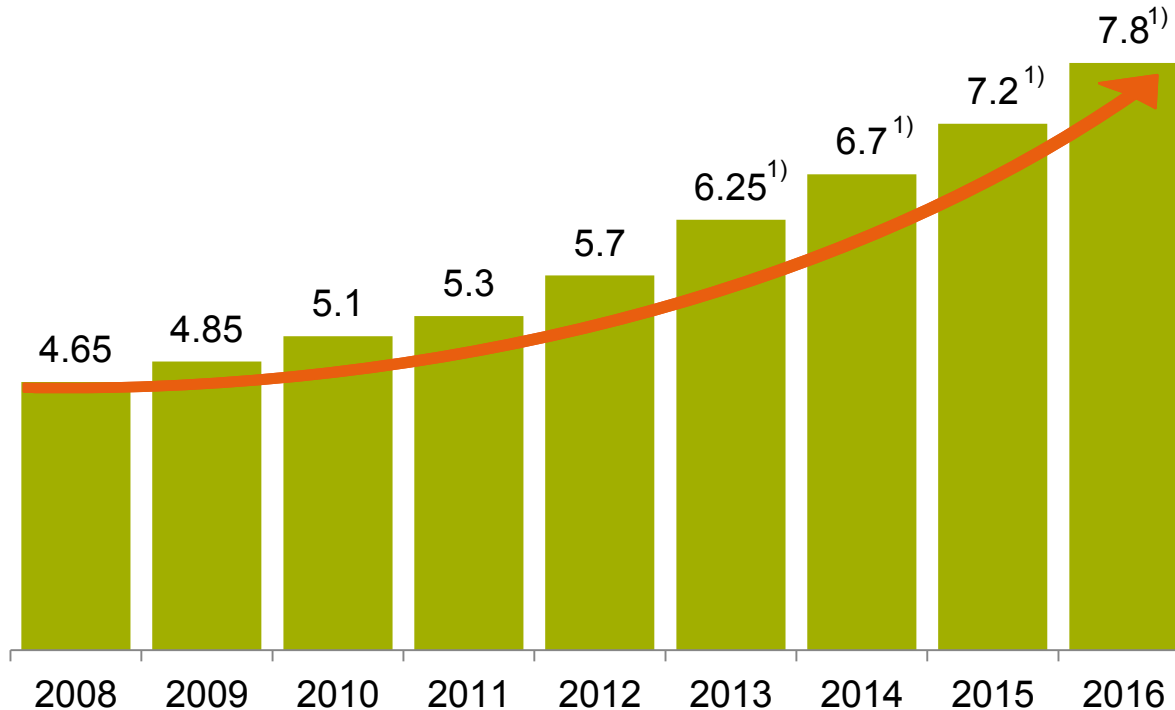
\*Quelle «IGHDS-Studie Auslandeinkäufe 2015»



# Entwicklung Marktvolumen

Online- und Versandhandel 2008 – 2016

Umsatz in Mrd. CHF

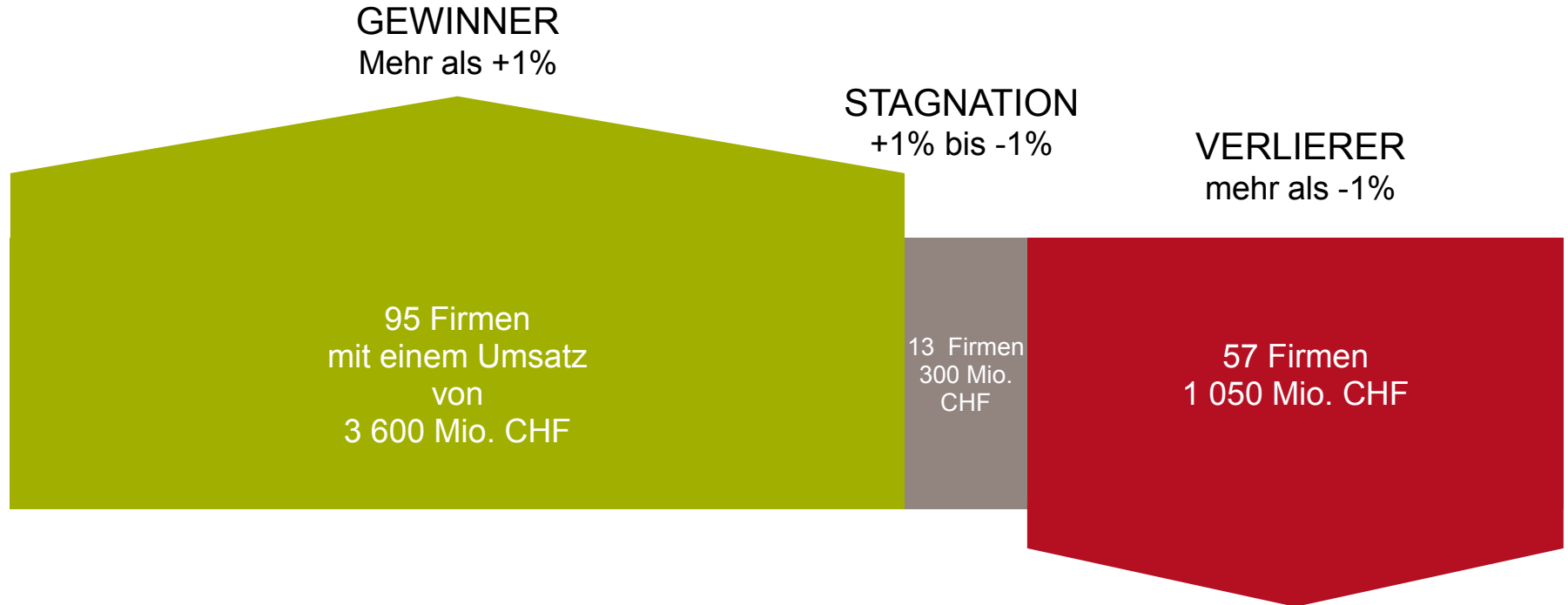


- Online-Versandhandel wächst 2016 Total **8.3%** oder **600 Mio. CHF** (ohne Abholstationen)<sup>1)</sup>
- Direkter Cross Border Einkauf hat sich seit 2012 verdoppelt. Wachstumstreiber dabei ist CHINA. Wachstum 2016 um **18%**.

1) **Wichtig:** Abholstationen im benachbarten Ausland im 2013 von 200 Mio. CHF und 250 Mio. CHF im 2015 resp. 2016 wurden in dieser Grafik nicht berücksichtigt.

# Gewinner und Verlierer 2016

Gewinn/Verlust in Volumen und %

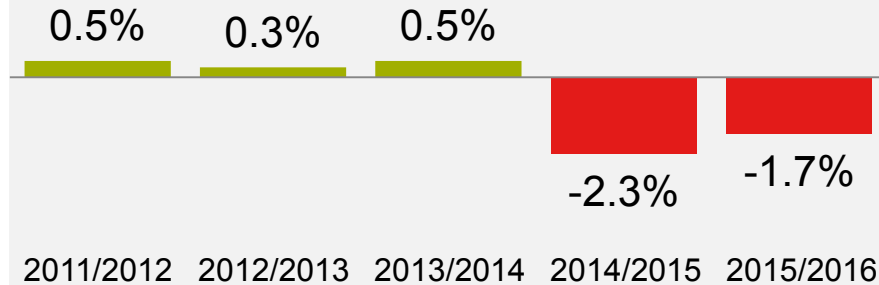


# Online- und Versandhandel

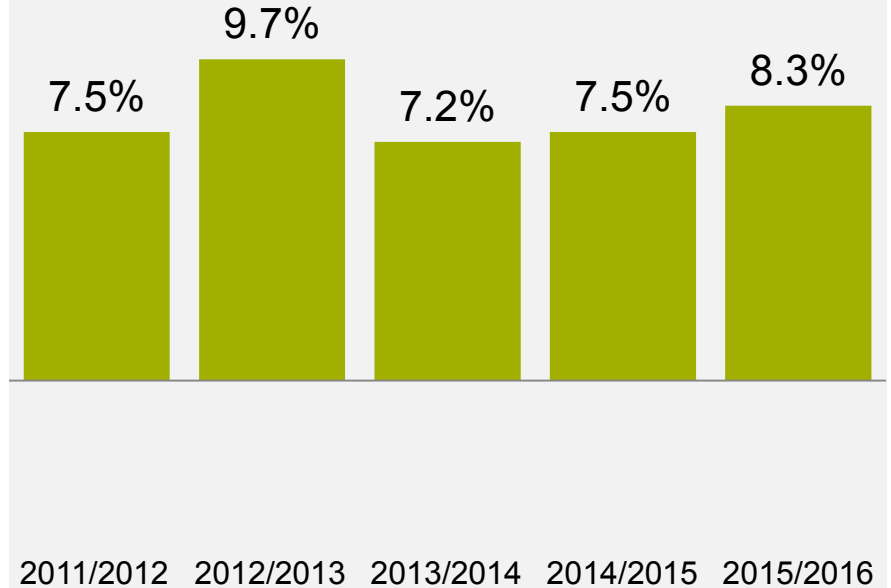
wachsen schneller als der übrige Detailhandel Schweiz

Veränderungen in Prozent

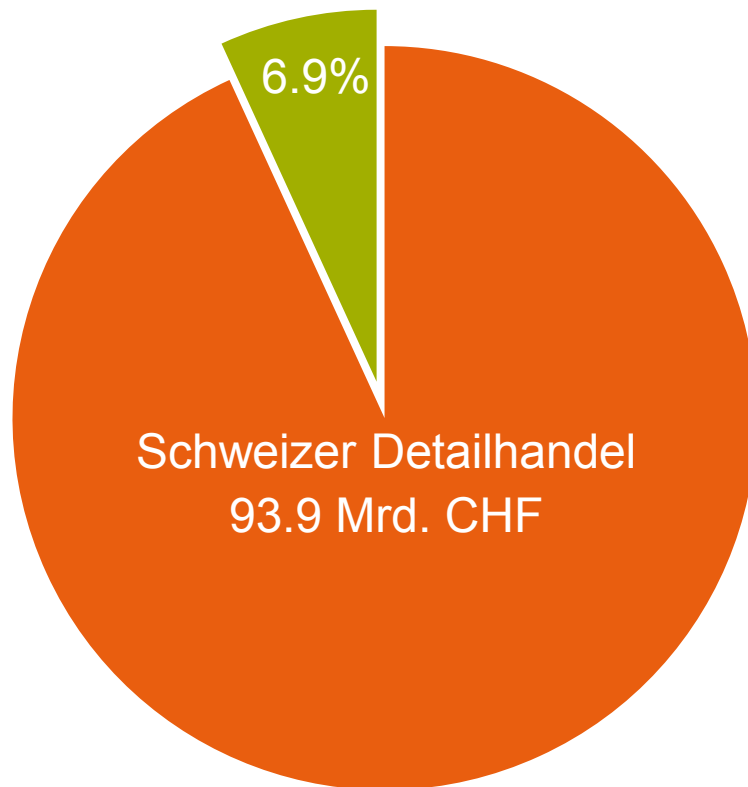
## Detailhandel Schweiz Total



## Online- und Versandhandel Total



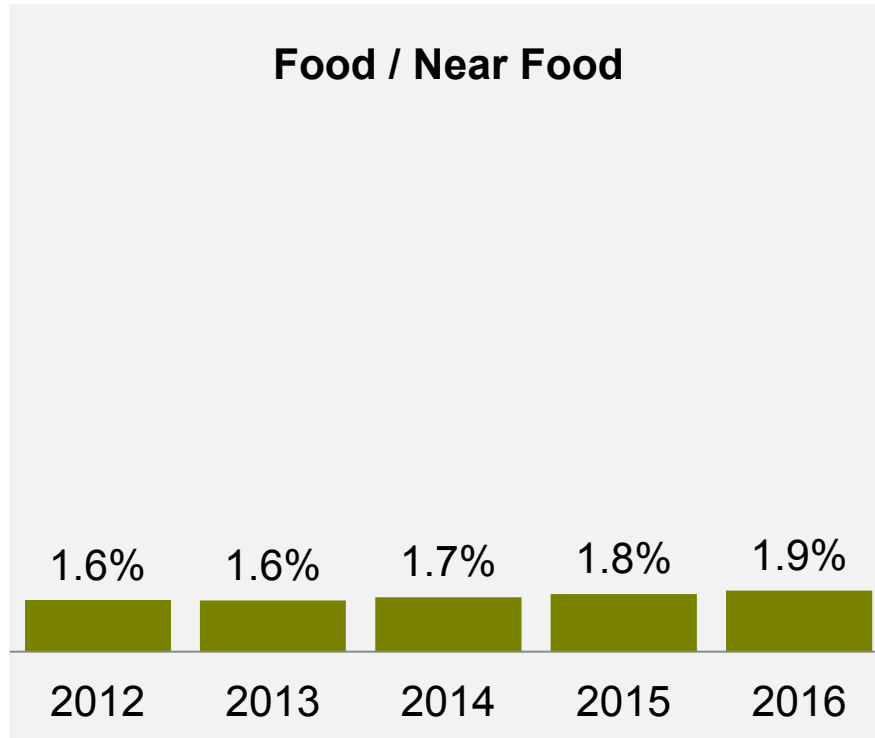
# Wertmässiger Anteil am gesamten Schweizer Detailhandel – Jahr 2016



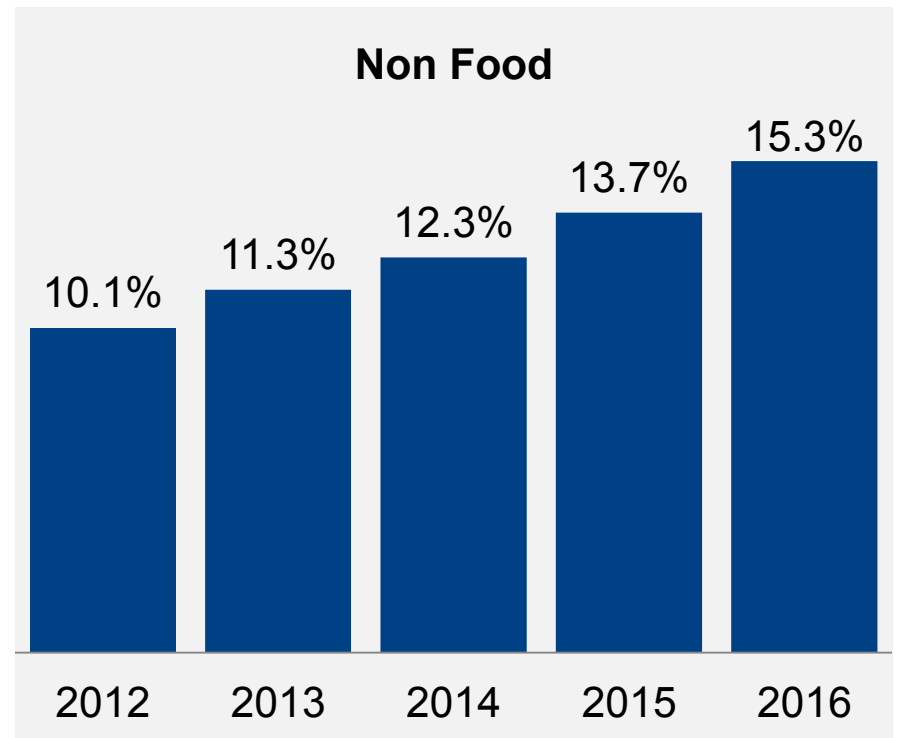
**+ 1.3 Mrd. CHF Einkäufe der Schweizer im ausländischen Onlinehandel**

# Wertmässige Anteile des Online-Versandhandels am Schweizer Detailhandel

## Food / Near Food

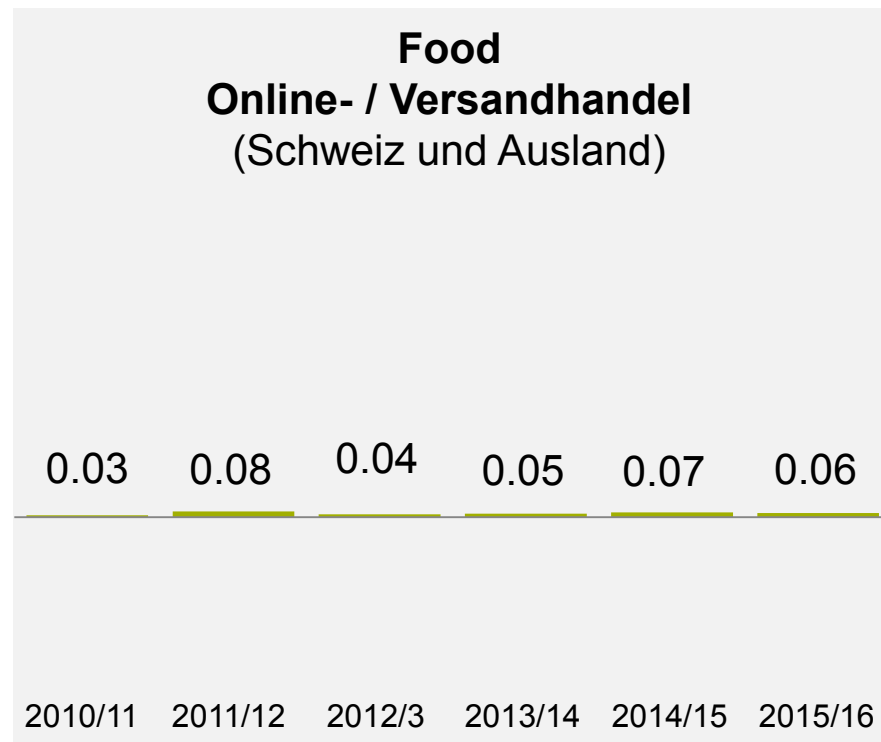
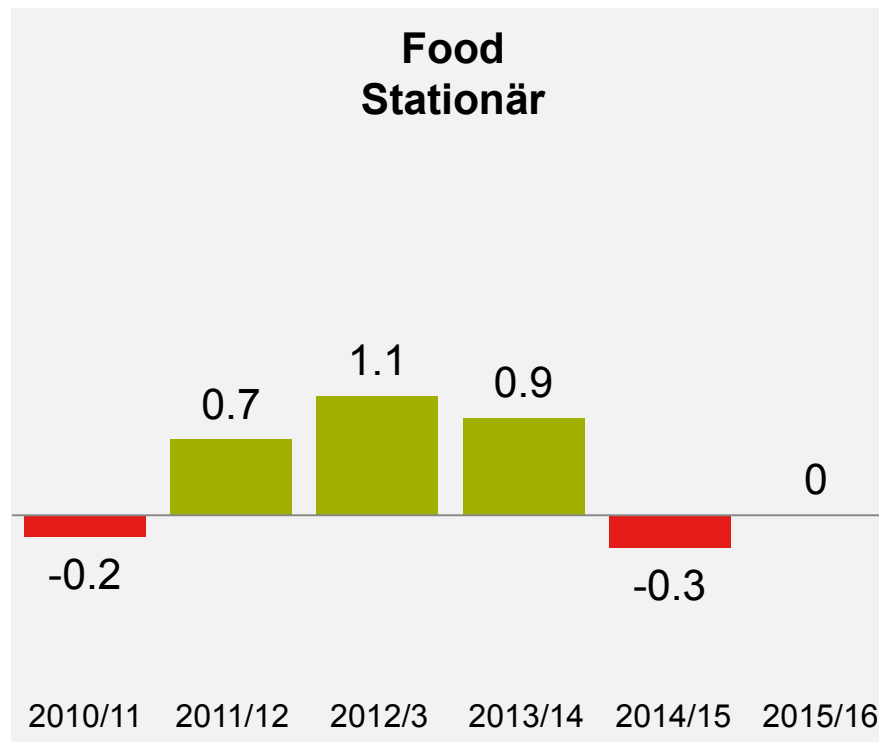


## Non Food



# Food: Online- / Versandhandel wächst langsam

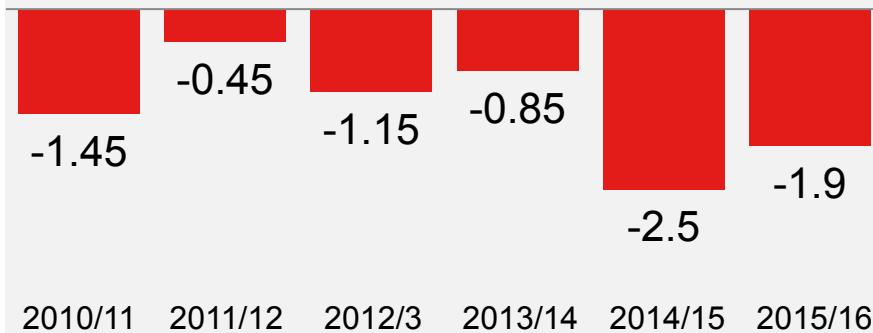
Veränderung der Umsätze 2010 – 2016 in Mrd. CHF



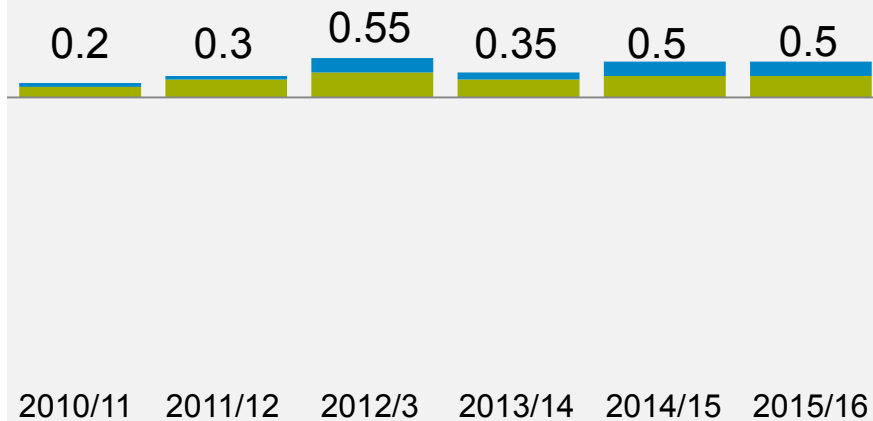
# NonFood: Online- / Versandhandel wächst

Veränderung der Umsätze 2010 – 2016 in Mrd CHF

## NonFood Stationär

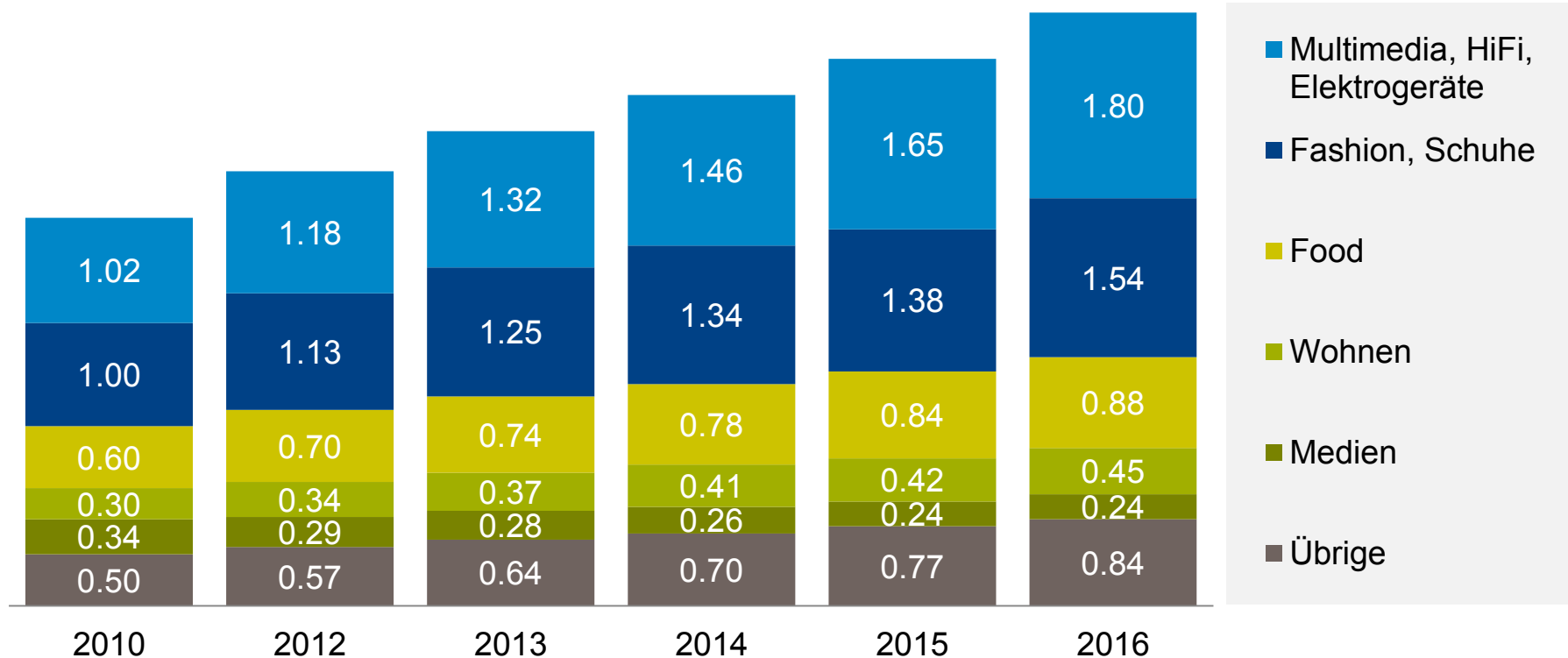


## NonFood Online- / Versandhandel (Schweiz und Ausland)



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

Wertmässige Anteile in Milliarden CHF



Basis: B2C – Volumen von 5.75 Mrd. CHF ohne C2C und Auslandseinkäufe (Jahr 2016)

© GfK 2017 | Online- und Versandhandelmarkt Schweiz 2016 | 1. März 2017



# Heimelektronik\*

Wertmässige Onlineanteile am Gesamtmarkt Schweiz in Prozent



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

Quelle: Handelspanels GfK Switzerland

© GfK 2017 | Online- und Versandhandelmarkt Schweiz 2016 | 1. März 2017

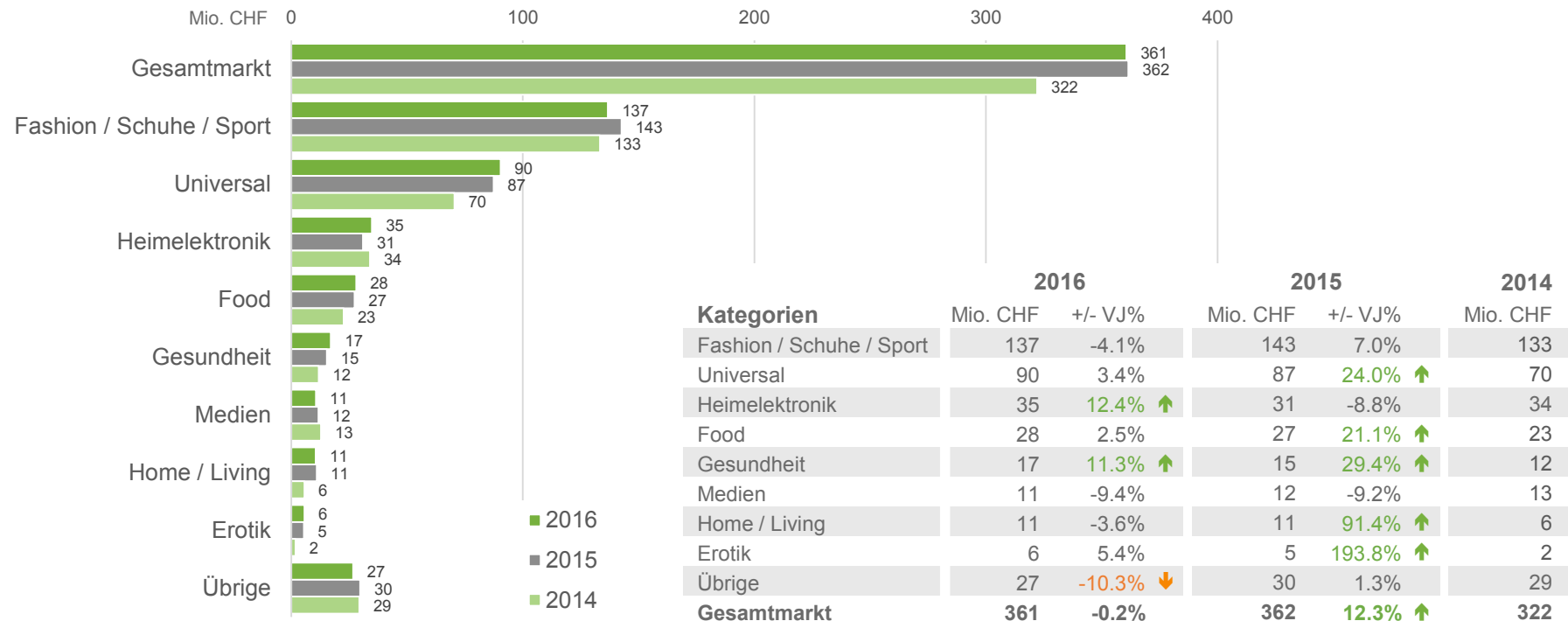
# WERBEPRÄSENZ

# Methodik

Erhebungsart	Universen			Erfassungslücken		
➤ Sichterfassung	Abdeckung / Lieferanten			Reichweite	Print	long tail
	- Print	Print	450 Titel	90%	TV	long tail
- TV	TV	28 Sender	90%	Internet Display	Programmatic buying	Transparenz
➤ Datenlieferungen	Internet	34 Lieferanten	75%	Internet Search		long tail
	- Plakat und Sichterfassung	Plakat	Mehrere Lieferanten	90%	Internet Affiliate	Relevanz
	- Radio und Hörerfassung	Radio	18 Sender	80%	Internet Bewegtbild	Fehlende Datenlieferung
	- Internet und Sichterfassung	Kino	1 Lieferant	100%	Radio Westschweiz	Kooperation
	- TV-Referenzdaten zur Qualitätssicherung	Direct Mailing nur für dieses Projekt				
- Kino und Sichterfassung						
➤ Crawling / Parsingtechnologie						
	- Internet Search					
- Internet Display Kreationen						

# Entwicklung Gesamtmarkt

## Online-Versandhandelsmarkt Schweiz



Quelle: Media Focus Schweiz GmbH; Basis: n = 266 Firmen (Online-Versandhandelsmarkt Schweiz)

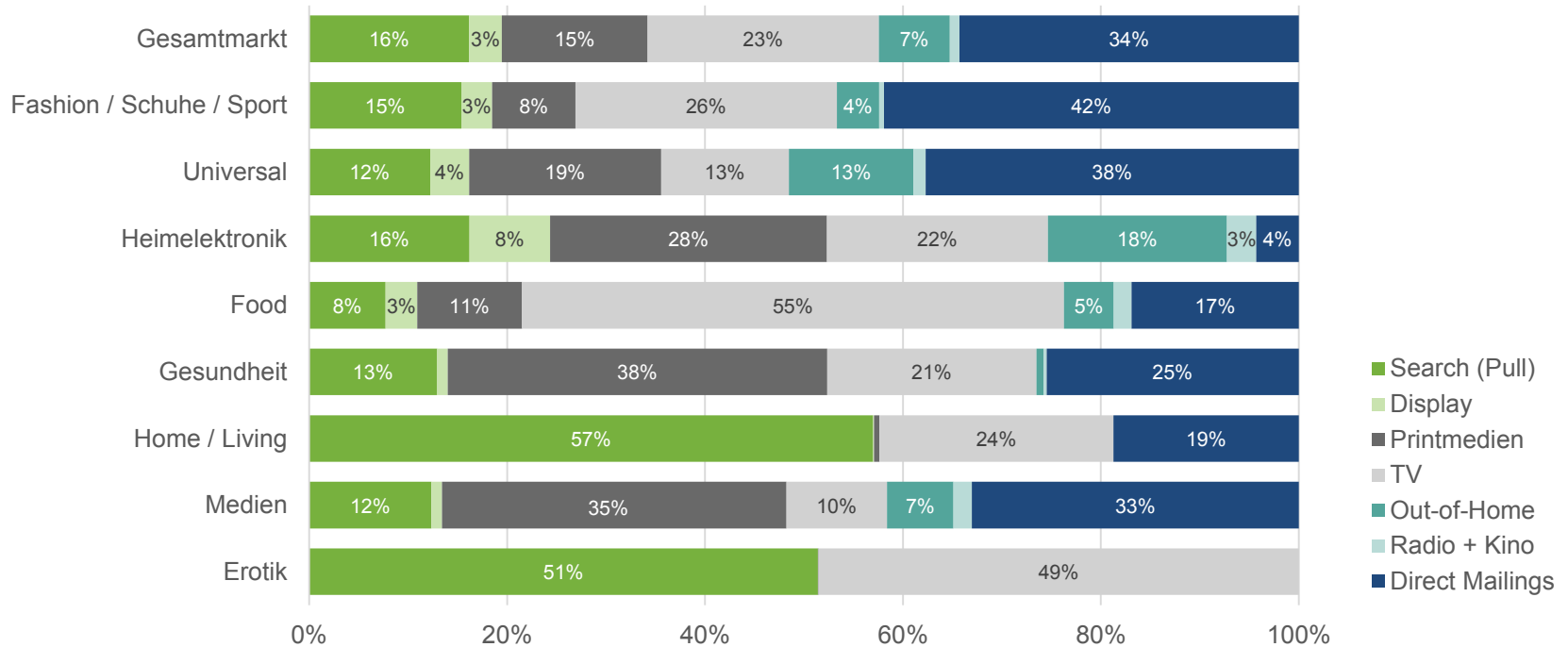
© GfK 2017 | Online- und Versandhandelsmarkt Schweiz 2016 | 1. März 2017

Steigerung ≥ 10% ↑

Reduktion ≤ -10% ↓ 20

# Media Mix

## Online-Versandhandelsmarkt Schweiz 2016

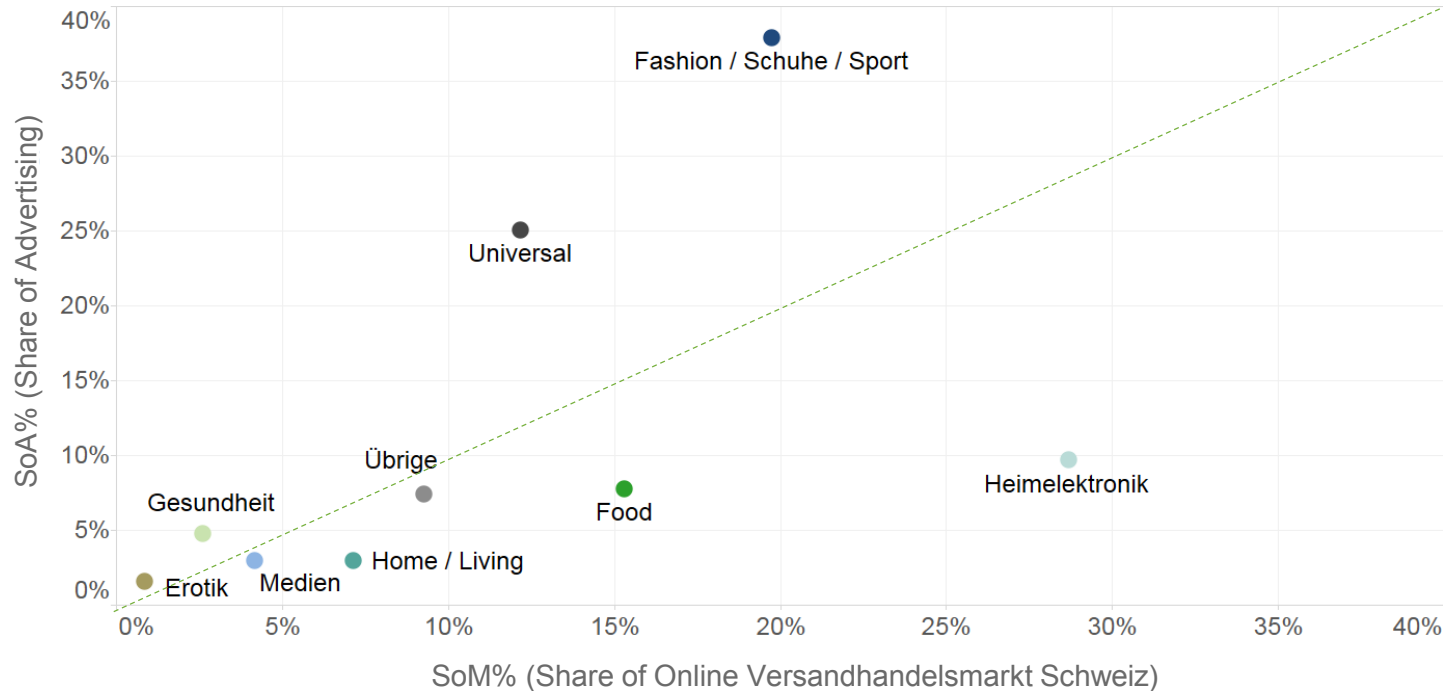


Quelle: Media Focus Schweiz GmbH; Basis: n = 266 Firmen (Online-Versandhandelsmarkt Schweiz)

© GfK 2017 | Online- und Versandhandelsmarkt Schweiz 2016 | 1. März 2017

# Aggressivitätsindex

## Online-Versandhandelsmarkt Schweiz 2016



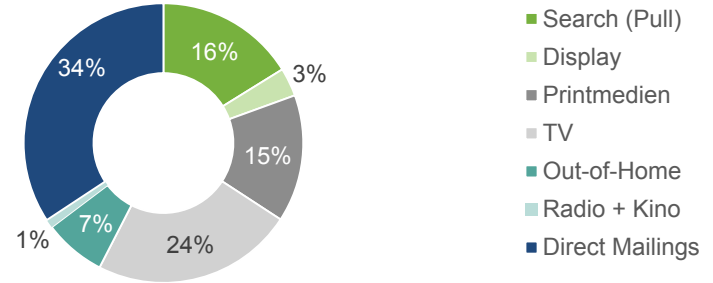
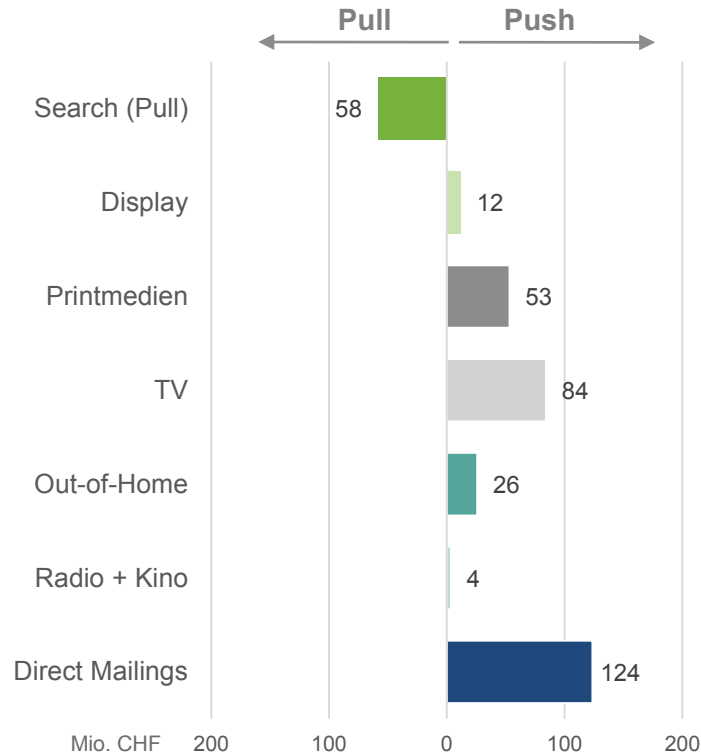
### Aggressivitätsindex

#### SoA% / SoM%

Branchen oberhalb der grünen Linie (1:1 Parität) haben, gemessen an ihren Marktanteilen, ein über-durchschnittlich aggressives Werbeverhalten. Branchen unterhalb der grünen Linie haben ein defensives Werbeverhalten.

# Werbepräsenz

## Media Mix: Gesamtmarkt



Mediengruppe	2016		2015		2014
	Mio. CHF	+/- VJ%	Mio. CHF	+/- VJ%	Mio. CHF
Search	58	-4.4%	61	13.6% ↑	54
Display	12	-20.5% ↓	15	6.7%	14
Printmedien	53	-16.2% ↓	63	10.3% ↑	58
TV	84	23.7% ↑	68	49.3% ↑	46
Out-of-Home	26	59.3% ↑	16	81.1% ↑	9
Radio + Kino	4	47.9% ↑	2	-17.8% ↓	3
Direct Mailings	124	-8.7%	135	-2.8%	139
<b>Gesamt</b>	<b>361</b>	<b>-0.2%</b>	<b>362</b>	<b>12.3% ↑</b>	<b>322</b>

# Exkurs: Marktplätze

## Competitors

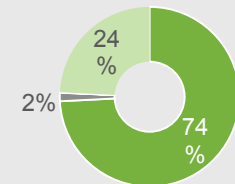
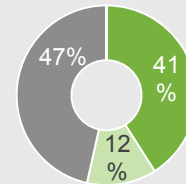
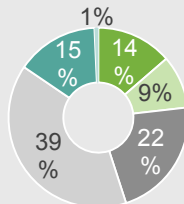
**siroop**

**ricardo.ch**

**amazon**

	2016		2015		2016		2015		2016		2015	
	TCHF	+/- VJ%	TCHF	+/- VJ%	TCHF	+/- VJ%	TCHF	+/- VJ%	TCHF	+/- VJ%	TCHF	+/- VJ%
<b>Total</b>	21'288	11'062% ↑	191	k.A.	4'149	-76.0% ↓	17'311	-44.2% ↓	3'133	-1.8%	3'192	200.6% ↑
<b>Mediengruppe</b>												
Search	2'904	2'978% ↑	94	k.A.	1'701	-74.4% ↓	6'651	1.1	3'067	5.4%	2'910	175.0 ↑
Display	2'034	2'915% ↑	67	k.A.	519	-86.8% ↓	3'942	-14.4 ↓	63	-76.9% ↓	273	k.A.
Printmedien	4'644	k.A.			1'929	16.0% ↑	1'664	-14.6 ↓	3	-58.8% ↓	8	142.9 ↑
TV	8'406	k.A.			0	-100.0% ↓	4'863	-72.5 ↓				
Out-of-Home	3'150	10'799% ↑	29	k.A.	0	-100.0% ↓	185	k.A.				
Radio + Kino	150	k.A.			0	-100.0% ↓	7	-96.9 ↓				
Direct Mailings												

### Media Mix

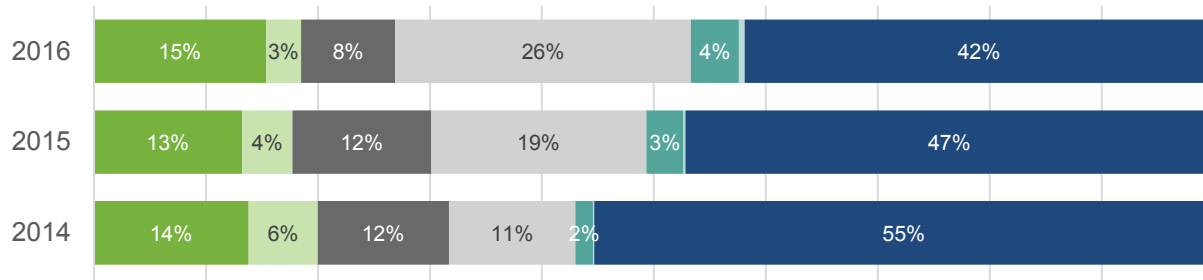




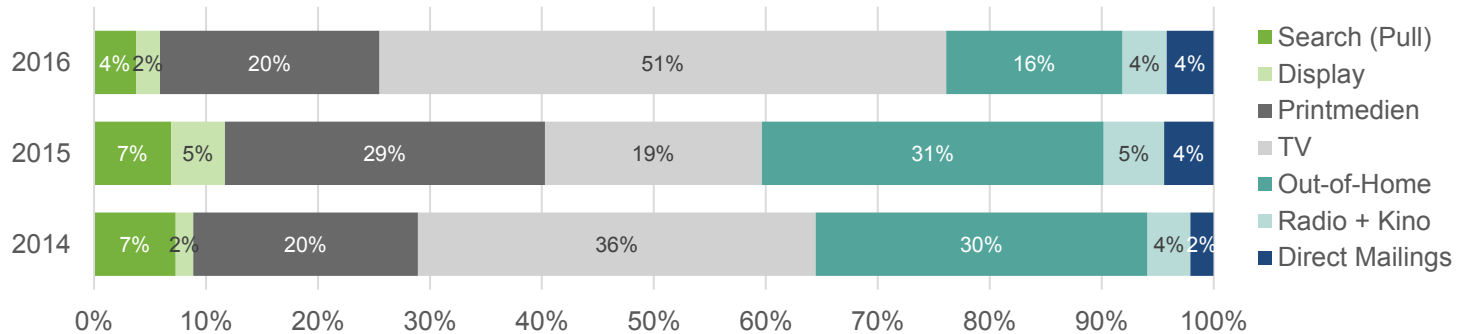
# Exkurs: Fashion

## Media Mix Entwicklung 2014 -2016

### Online



### Stationär\*



Quelle: Media Focus Schweiz GmbH; Basis: n = 74 Firmen; \*Anteil stationär >=50% des Umsatzes

## Der Schweizer Online-Versandhandel wächst bei stagnierenden Retailumsätzen

### ▪ **Marktentwicklungen (Absatz)**

- **Cross Border** Online-Einkauf wächst **überproportional um 18%**
- **Non-Food Einkäufe** treiben Online-Entwicklung
- **Heimelektronik** treibt Online-Wachstum in der Schweiz weiter voran
- Elektronik und Food weiterhin in Schweizer Hand, ansonsten viele dominante internationale Anbieter
- In den Branchen Heimelektronik und Textil ist ein Tipping-Point erreicht, der Druck auf stationäre Fläche steigt unerbittlich an

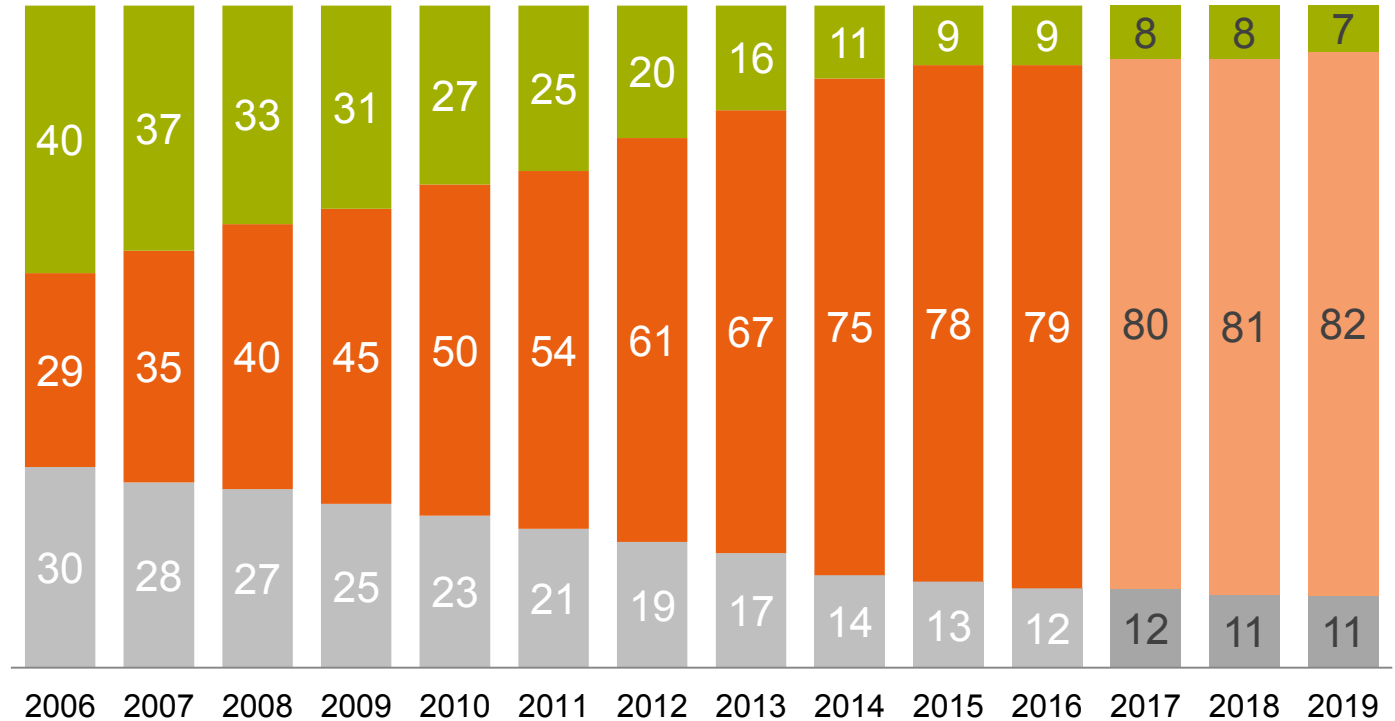
## Der Schweizer Online-Versandhandel wächst bei stagnierenden Retailumsätzen

- **Marktentwicklungen (Marketing Kommunikation)**
  - **Werbestagnation** im Vergleich zum Vorjahr, aber unterschiedliche Marktentwicklung
  - Die klassischen Massenmedien **Print und TV** fungieren für Markenaufbau **und** Transaktionen
  - **Wachstumsstrategien** sind stark margenabhängig von Sortimentskategorie
  - Sättigung der Online-Kanäle ist erkennbar
- Marktsegmente beherbergen «Zweiklassen-Gesellschaften» (Offline / Online)

# B2C Bestellstruktur im Schweizer Online-Versandhandel

Bestellverteilung B2C in %

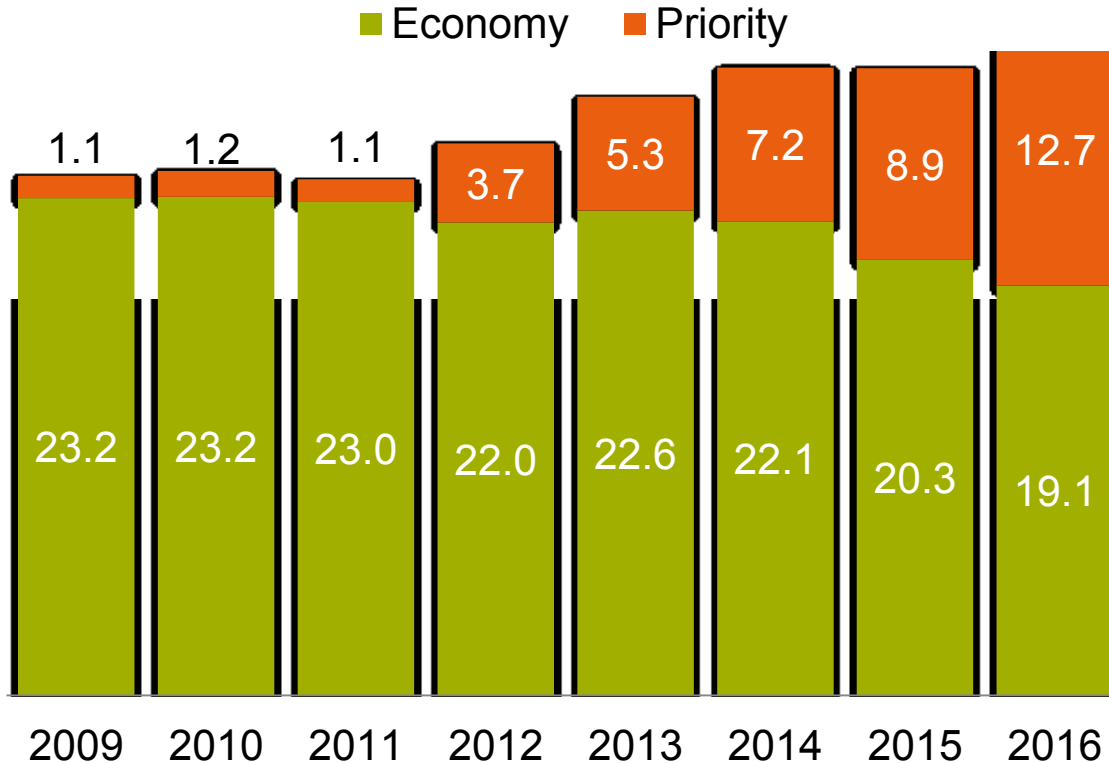
- Email / Fax / Karte
- Internet/Mobile\*
- Telefon



\*Nicht alle Unternehmen haben Mobile-Anteile gemeldet, obwohl wir davon ausgehen dürfen, dass fast alle Unternehmen in der Zwischenzeit Mobile-Bestellungen erhalten. Wir verzichten deshalb auf einen separaten Ausweis in der Gesamtbetrachtung

# Paketversand B2C

Anzahl versandte Pakete in Mio.



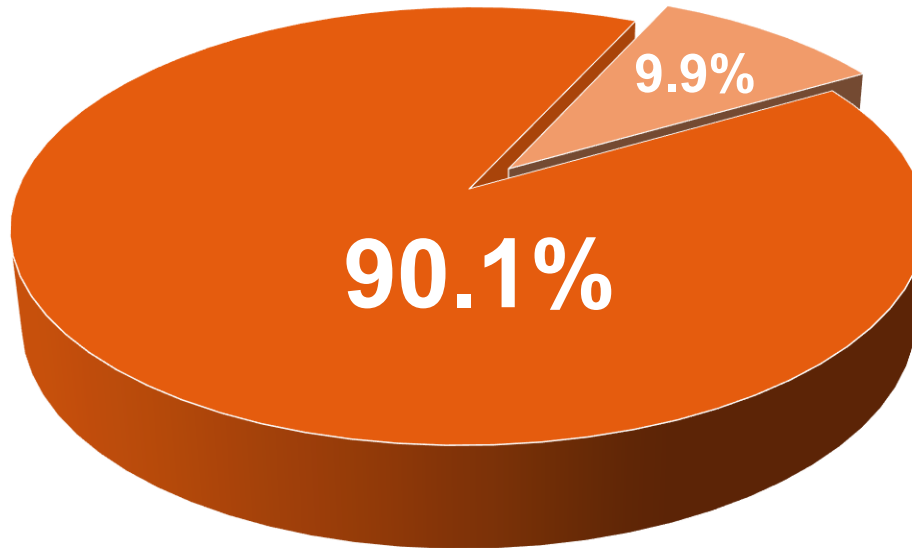
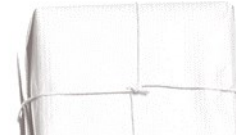
- Tempo
- Same Day Delivery
- Click & Collect
- Gezielte Umschichtung von Eco zu Prio – Optionen für Kunden



# Click & Collect

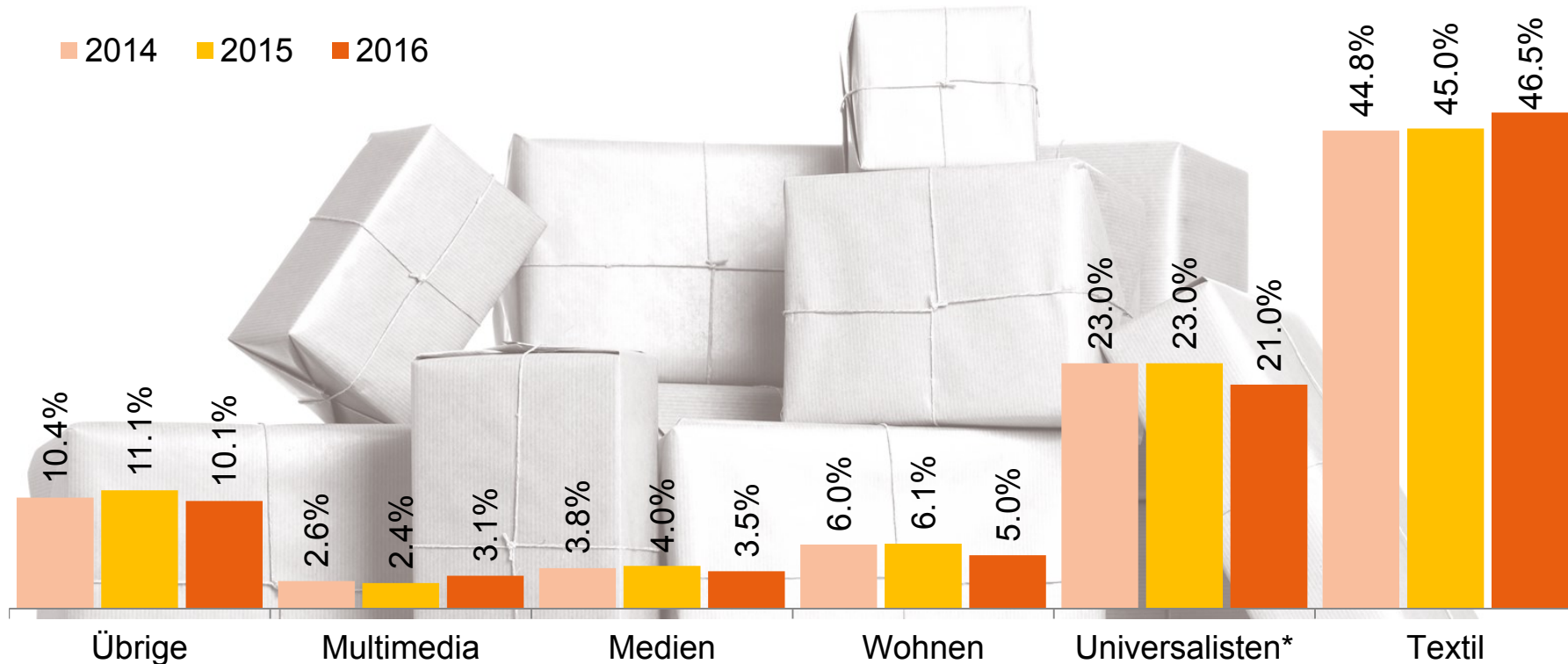
Wieviel wird abgeholt?

- Postzustellung
- Click&Collect



# Ausgewählte Retourenquoten nach Sortimenten

Wert in % der versandten Ware wird retourniert

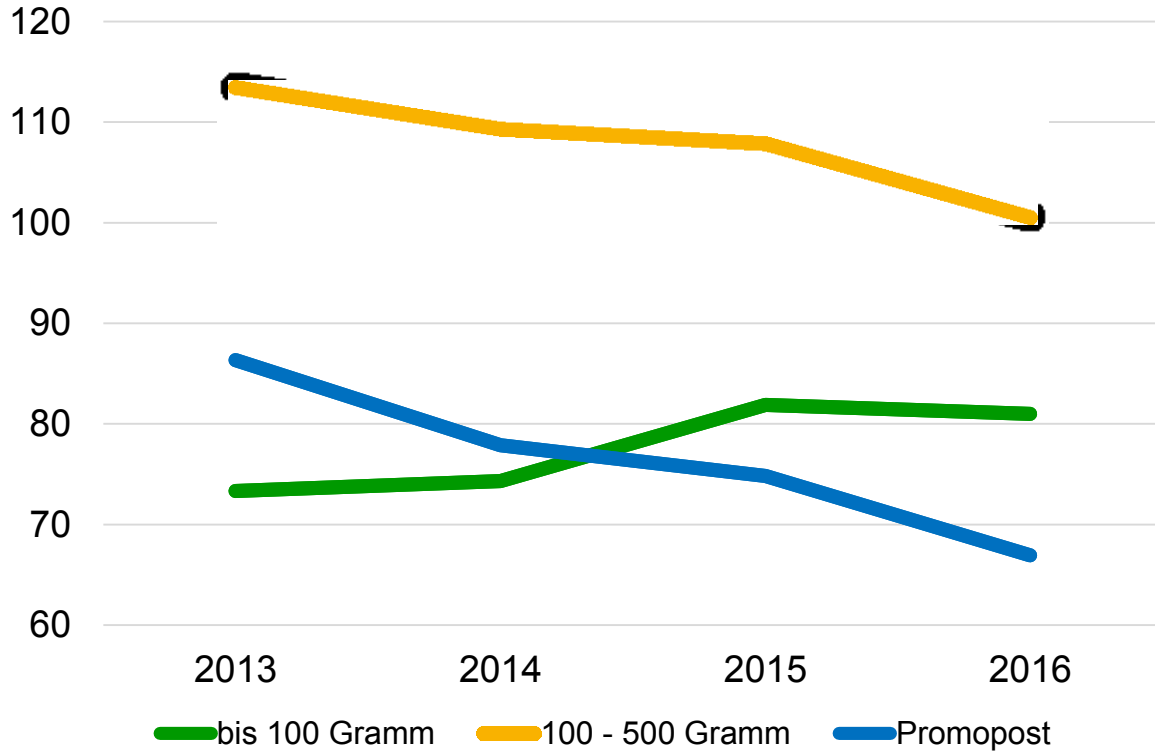


\*Definition Universalist: führt mehr als 2 Sortimenten, kein Sortimentsanteil > 66 % des Gesamtumsatzes

Basis: 64 Firmen – 1.1 Mrd- CHF Umsatz

# Push-Werbedruck B2C (Print)

Printauflagenentwicklung Anzahl Mailings in Mio.



Schweizerische Post und Quick Mail – alle VSV-Mitglieder

© GfK 2017 | Online- und Versandhandelsmarkt Schweiz 2016 | 1. März 2017

VSV ASVAD

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

DIE POST  
LA POSTE  
LA POSTA

MEDIA  
FOCUS

GfK

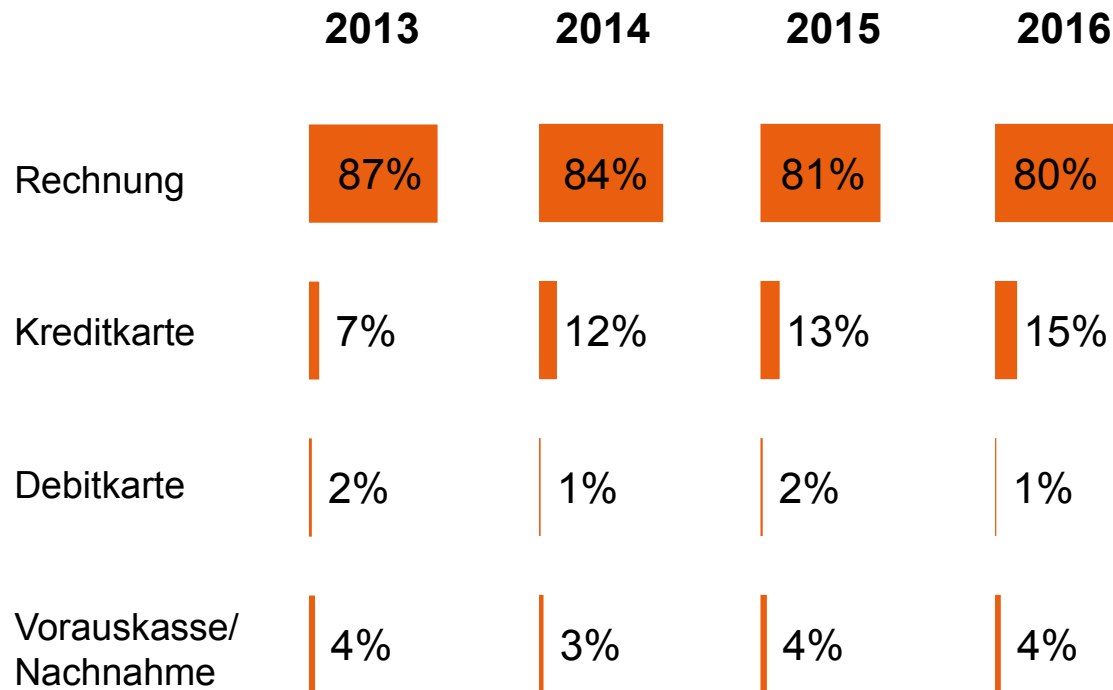


- Mailing bis 100 Gramm legen zu → Impuls (Frequenz)
- Mailing > 100 Gramm (dünner Katalog) verlieren
- Der «Dicke Dinosaurier» ist «ausgestorben»



# Nutzung B2C Zahlungsmittel

Bezahlung mittels ... in Prozent



- Rechnung bleibt innerhalb der Schweiz dominant
- Rechnung verliert zu Gunsten aller anderer Zahlungsmittel
- Langer Weg für Mobile Payment im Online-Handel?



## Ausblick

### ▪ **Prognose 2017**

- Weiteres Online-Wachstum um 7 – 10 % - Textil und Heimelektronik wachsen stärker.
- Enormer Wettbewerb mit neuen Playern – Aliexpress und Co. fluten die Schweiz mit Paketen.
- Polarisierung – wenige Riesen, viele Nischenanbieter.

### ▪ **Blick in die Kristallkugel 2017 – 2020**

- Die erste «one hour» Lieferung in der Schweiz wird Tatsache.
- Cross-Border Einkäufe wachsen kontinuierlich und stärker als das «normale» Online-Wachstum.
- 20 % Anteil am Non-Food Retail in der Schweiz spätestens im Jahr 2019.
- Leerstandsquote bei Ladenflächen erhöht sich substantiell – Was passiert mit Shopping Centern?