

Onlinehandelsmarkt Schweiz 2021

09. März 2022



GfK Markt Monitor Schweiz 2021

Die Währung im
Schweizer Detailhandel



GfK Markt Monitor Universum

Integrierte Händler – Stand Januar 2022

Lebensmittelhändler/ Grossverteiler	Warenhäuser/ Formate mit versch. Sortimenten	Bekleidungs- filialisten	Schuhfilialisten	Multisport- Filialisten	Möbel- und Einrichtungshäuser	Multimedia- Filialisten	Baumärkte/ Gartencenter
   	   	 BAYARD C ^o , L ^{td} BELDONA   Fachhandel  HERREN GLOBUS PKZ MEN & WOMEN Quelle  Jelmoli	     Tschümperlin  WALDER	     	   LIVIQUE  	      GALAXUS    	         

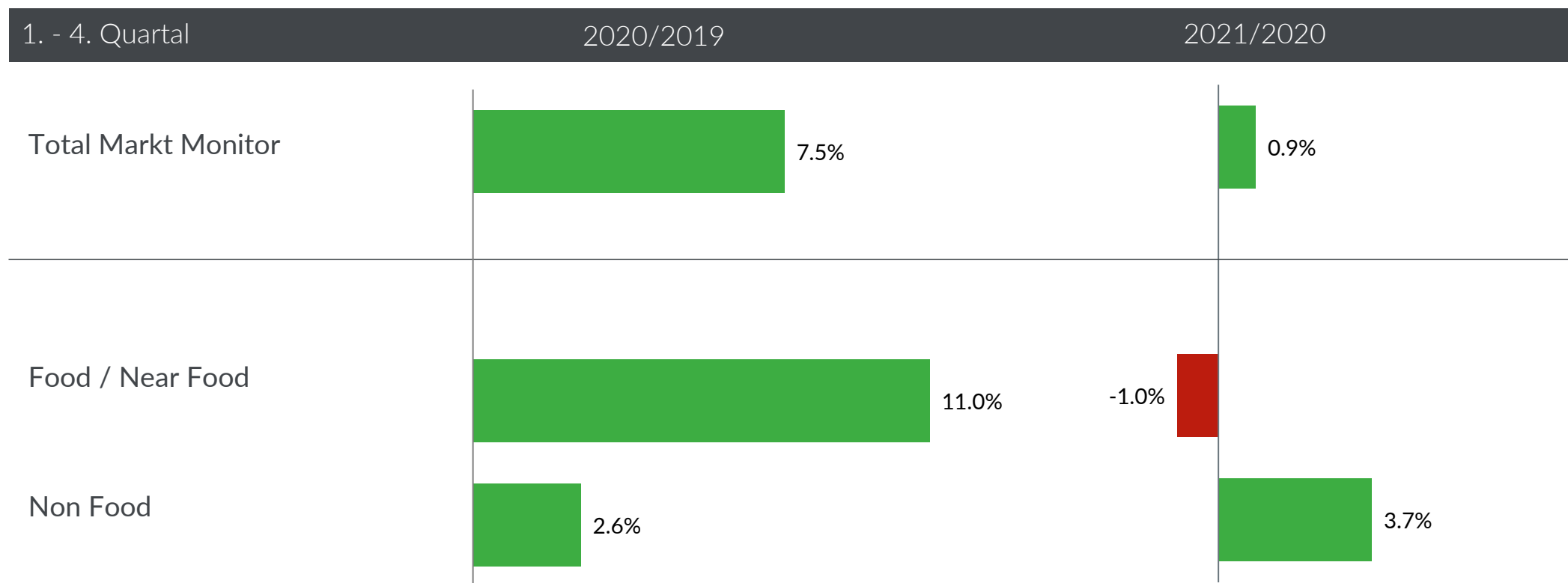
Ausgeschlossen: Dienstleistungen, Vermietung, Rabatte / Gutscheine, Recycling, Gastronomie, Tarife, Tabak / Zigaretten / Zigarren, Sonstiges

Quelle: GfK Total Store Report

8-Mar-22 ■ Onlinehandel Schweiz 2021

GfK Markt Monitor: Detailhandel Schweiz

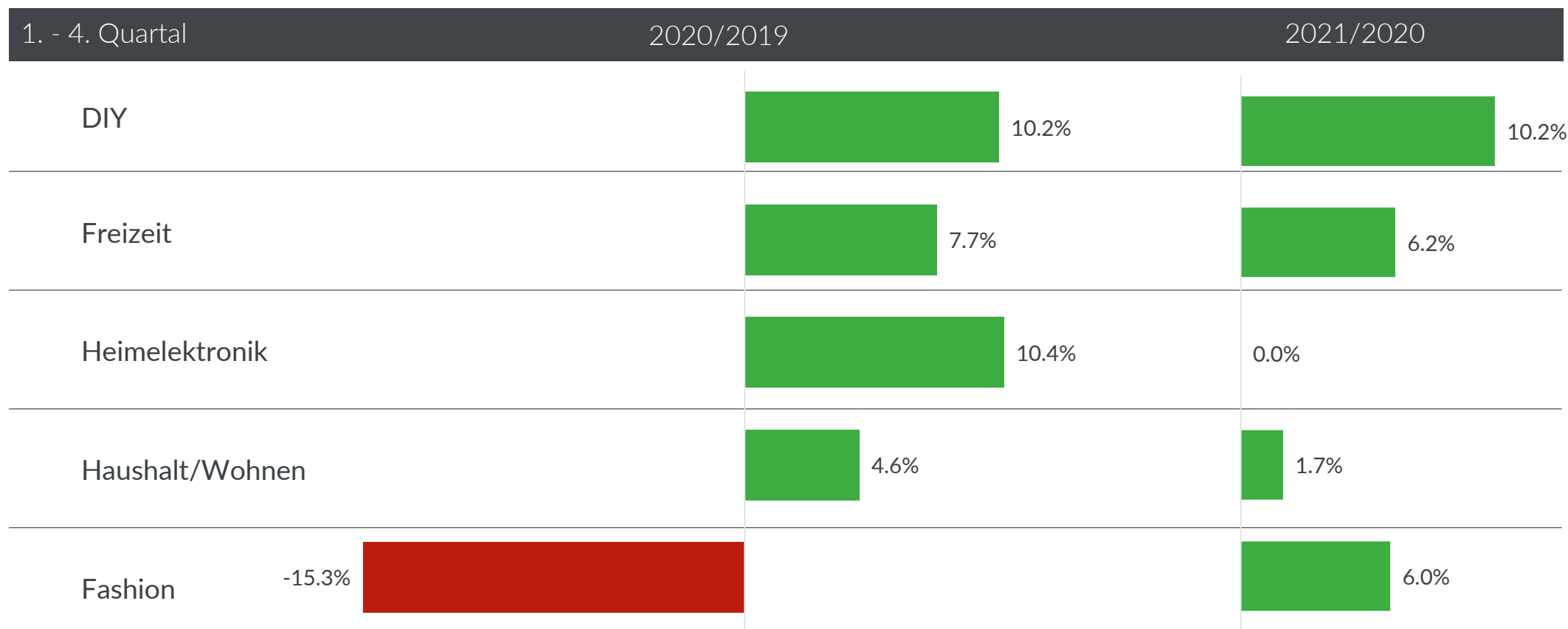
Wertmässige Entwicklung des Umsatz in %



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 %



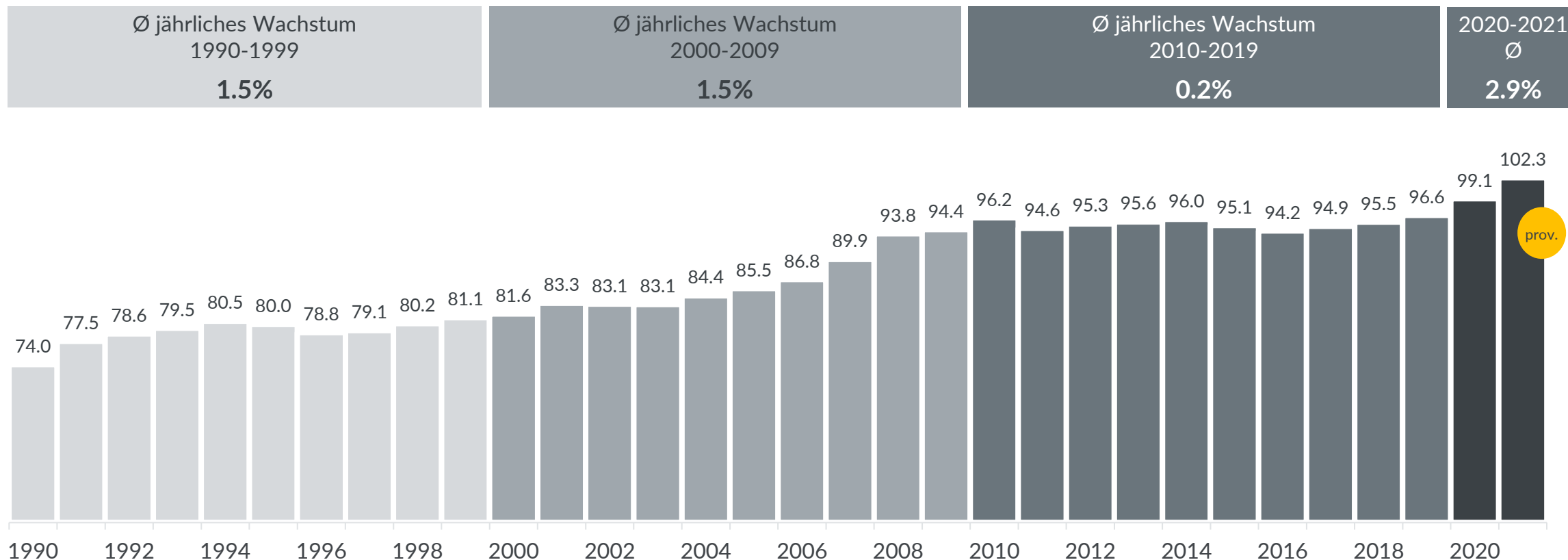
Quelle: GfK Markt Monitor Schweiz, siehe Universum, ohne Fachhandel.

Bundesamt für Statistik Index 2021

Basis für Hochrechnungen
einzelner nachfolgender Charts

Detailhandel Schweiz

Umsatzentwicklung 1990-2021 / in Mrd. CHF



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

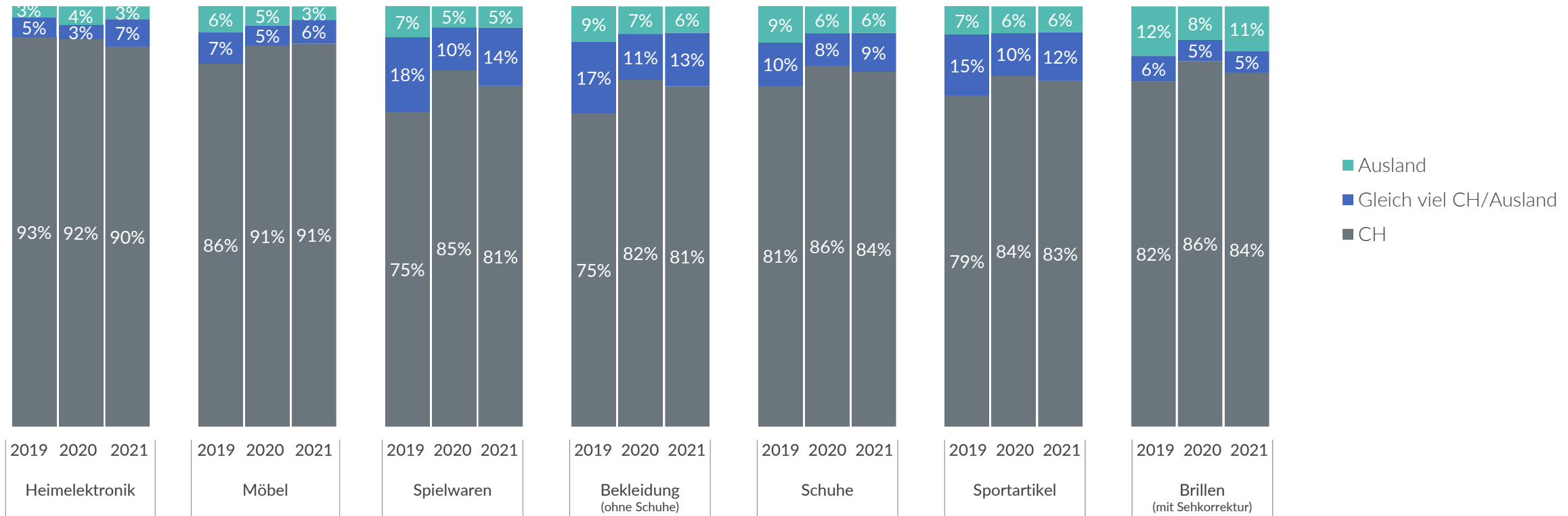
Quelle: BfS (Bundesamt für Statistik, BAK Economics AG)

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

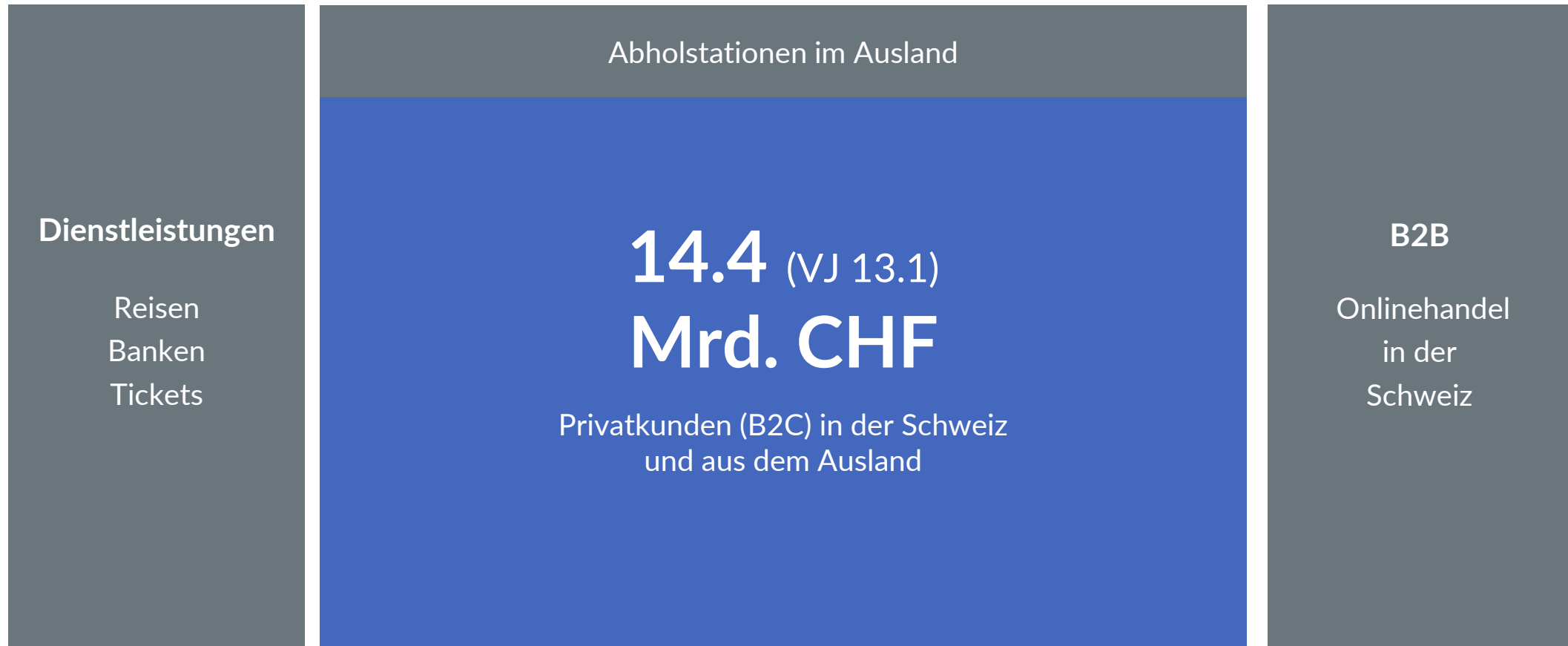
Onlinebefragung

Erhebungs- zeitraum

Erhebung im Jan/Feb 2022 für das Jahr 2021

Onlinehandel-Umsatz 2021

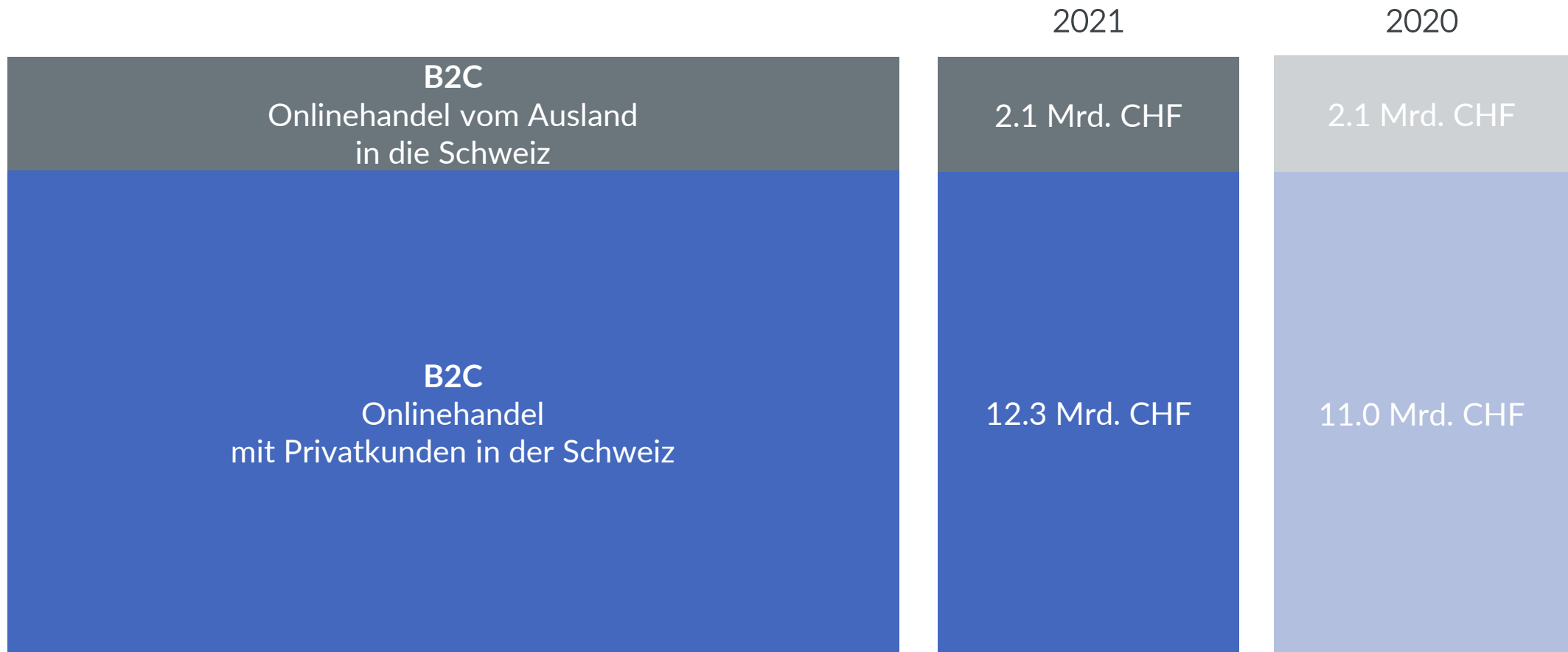
Schweiz inkl. Direktversand aus Ausland



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

Onlinehandel-Umsatz 2021

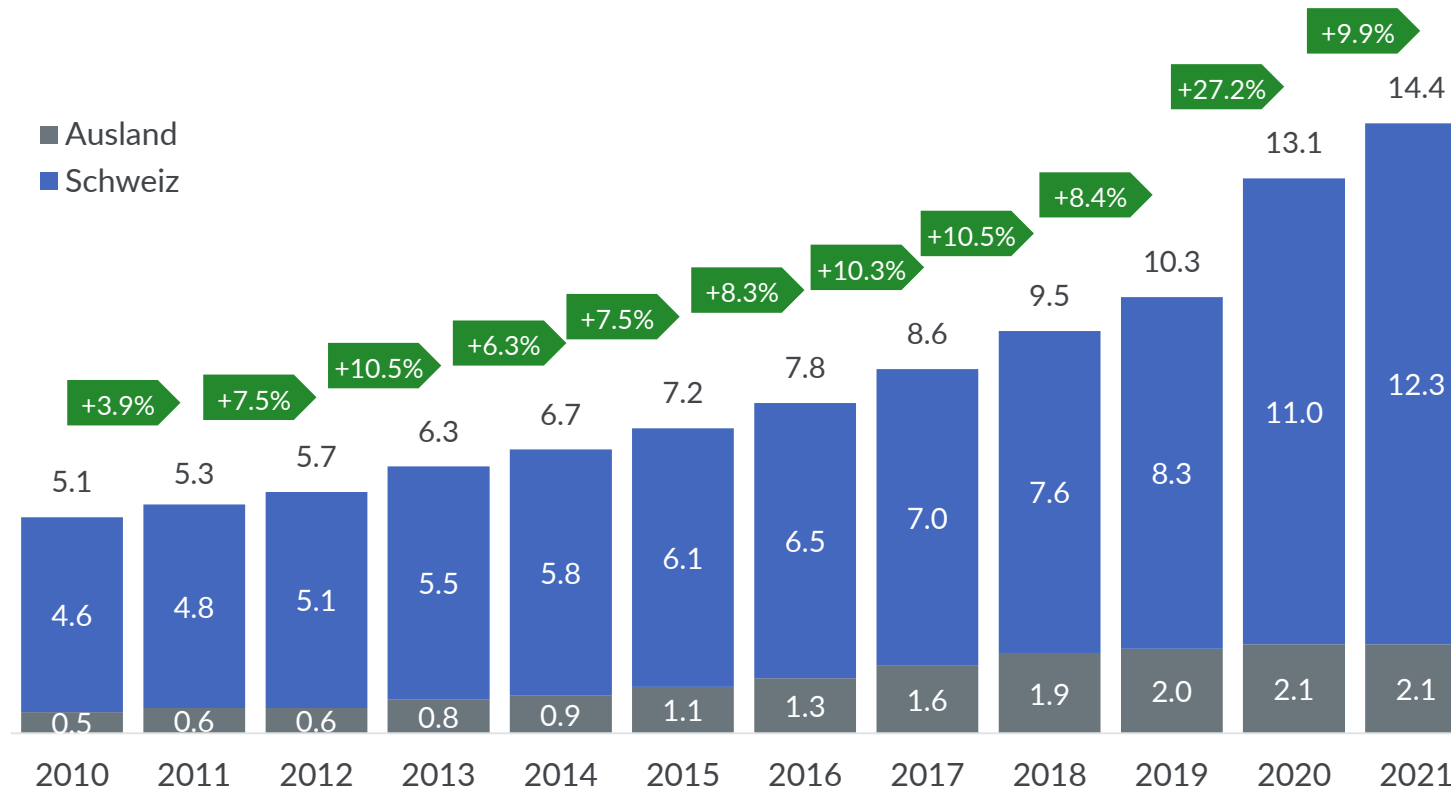
Schweiz inkl. Direktversand aus Ausland / Vergleich Vorjahr



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

Entwicklung Marktvolumen

Umsatz 2010–2021 / in Mrd. CHF

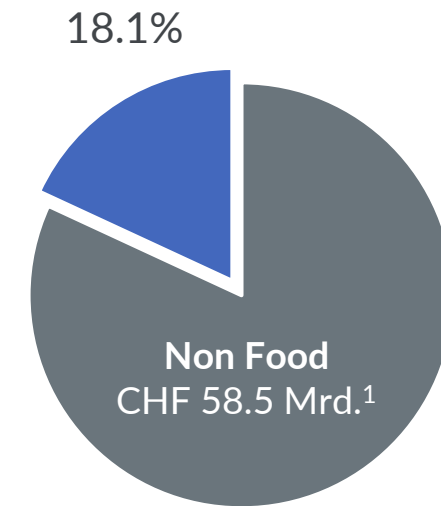
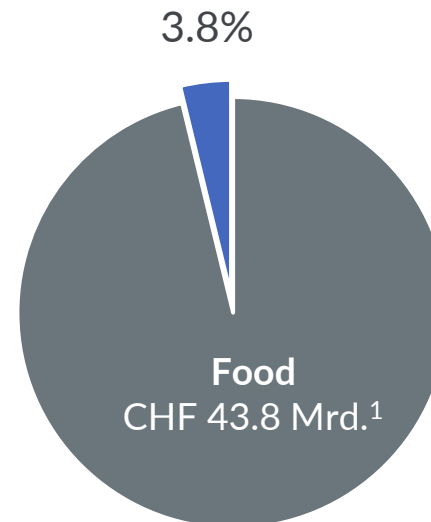
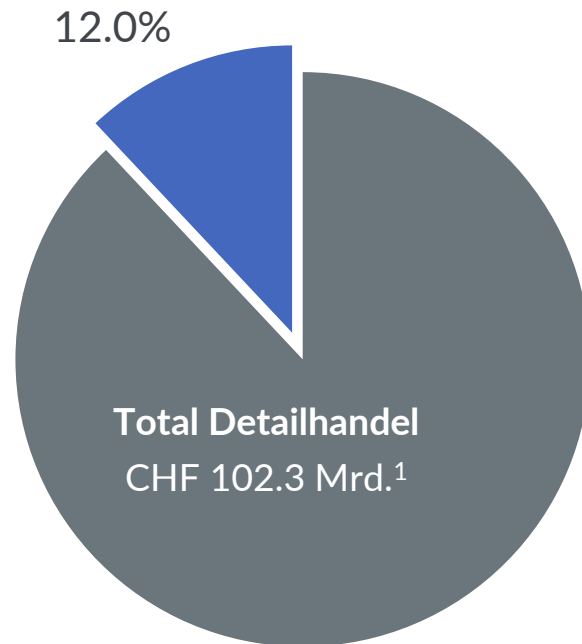


- Konsum im Onlinehandel wächst total um **9.9%** oder **1.3 Mrd. CHF**
- **Inland-Einkäufe** auf .ch-Domains wachsen um **11.8 %**
- **Auslandseinkauf stagniert:** Direkte Cross-Border Online-Einkäufe mit Lieferung in die Schweiz wachsen 2021 nicht

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

Onlinehandel-Anteile

In % des gesamten Schweizer Detailhandels



¹ Provisorische Jahreszahlen hochgerechnet auf Vorjahresbasis mit BfS [Veränderungsquoten](#)

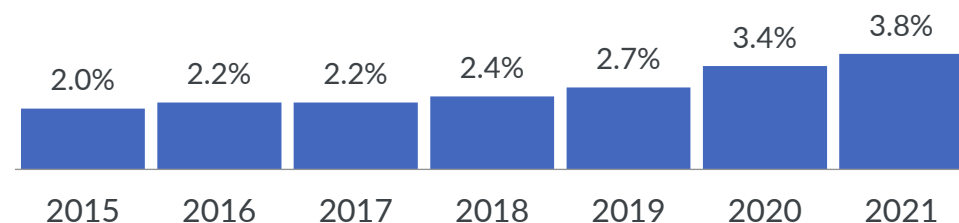
Grundlegende Revision der Detailhandelsumsatzstatistik durch das BfS in 2021 mit rückwirkender Korrektur der Detailhandelsumsätze ab Januar 2015 - 2020. Kein Vergleich mit Vorjahr möglich.

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

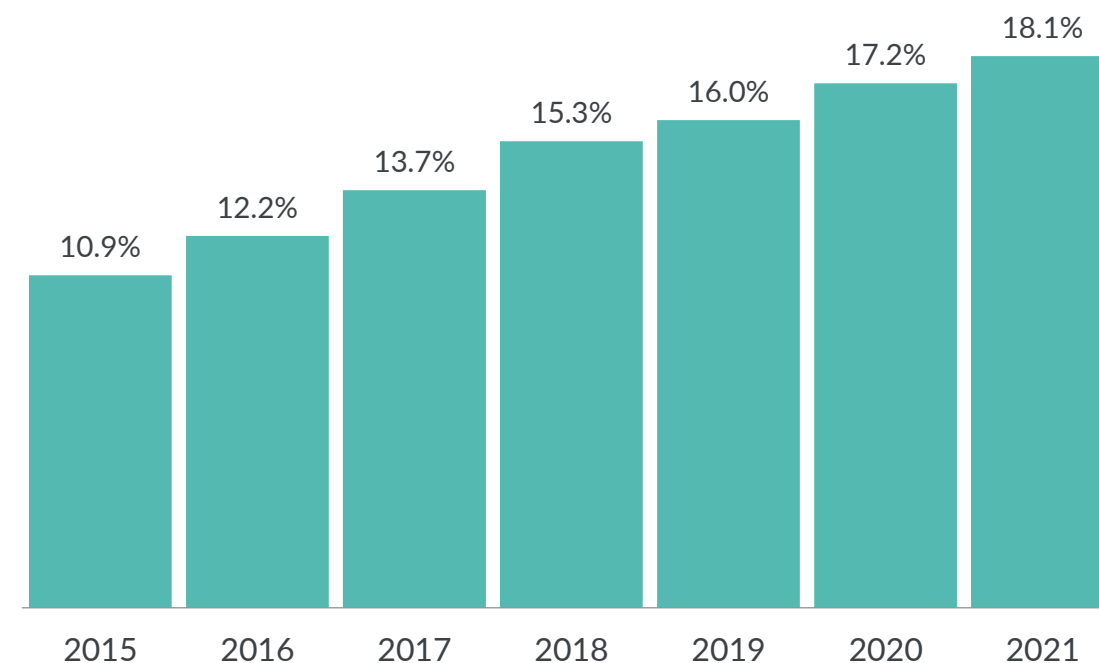
Entwicklung Onlinehandel-Anteile

Wertmässige Anteile in % am Detailhandel Schweiz

Food



Non-Food

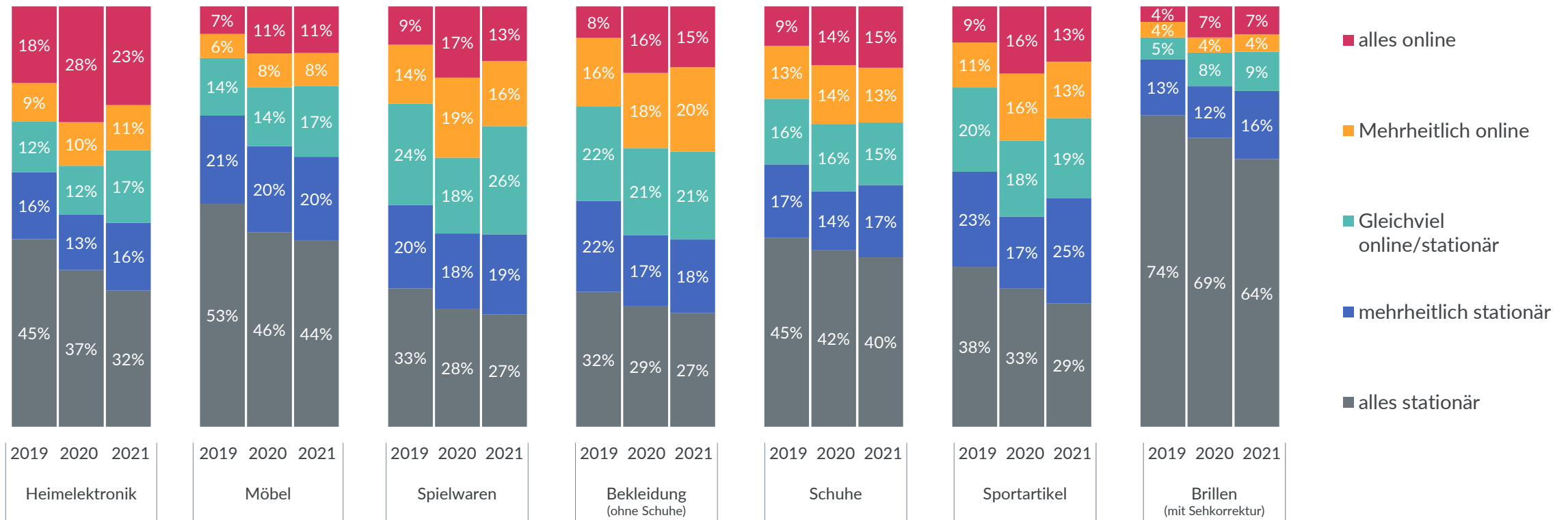


Grundlegende Revision der Detailhandelsumsatzstatistik durch das BFS in 2021 mit rückwirkender Korrektur der Detailhandelsumsätze ab Januar 2015 - 2020. Kein Vergleich mit Vorjahres-Charts möglich.

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

Bevorzugter Kaufkanal

Wo haben Sie diese Produkte gekauft?

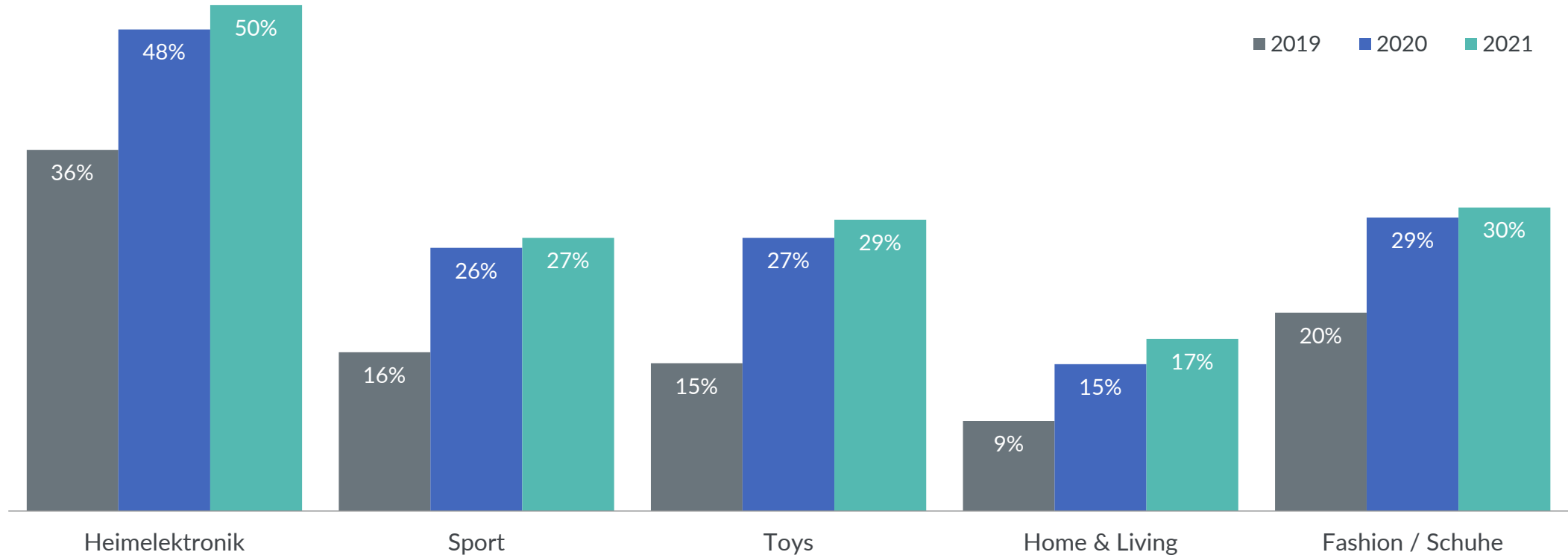


Basis = 1'003 Personen, Filter: hat Produkt gekauft
 Frage: Wo haben Sie diese Produkte in den letzten 6 Monaten gekauft?

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

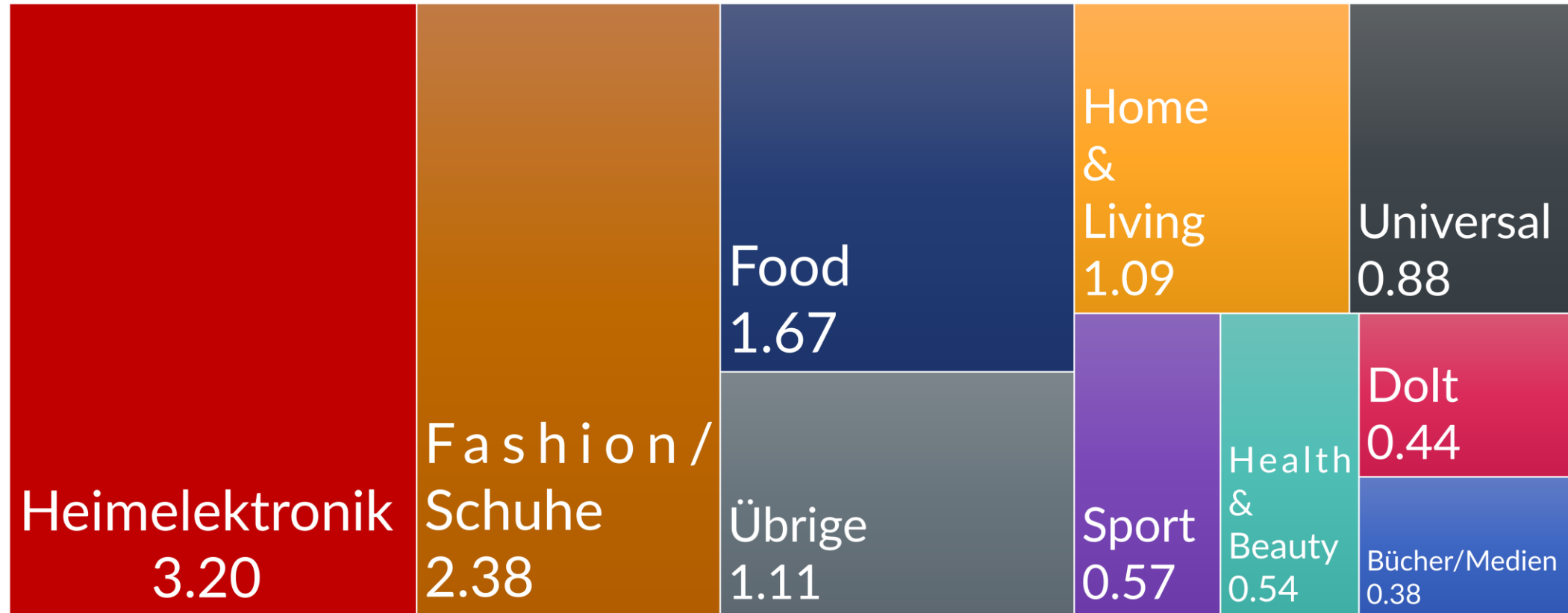
Online-Anteile Detailmärkte Non-Food

Wertmässige Anteile



B2C Online Markt Schweiz

Volumen in Mrd. CHF (Händlerfokus* ohne Sortimentsbereinigung)



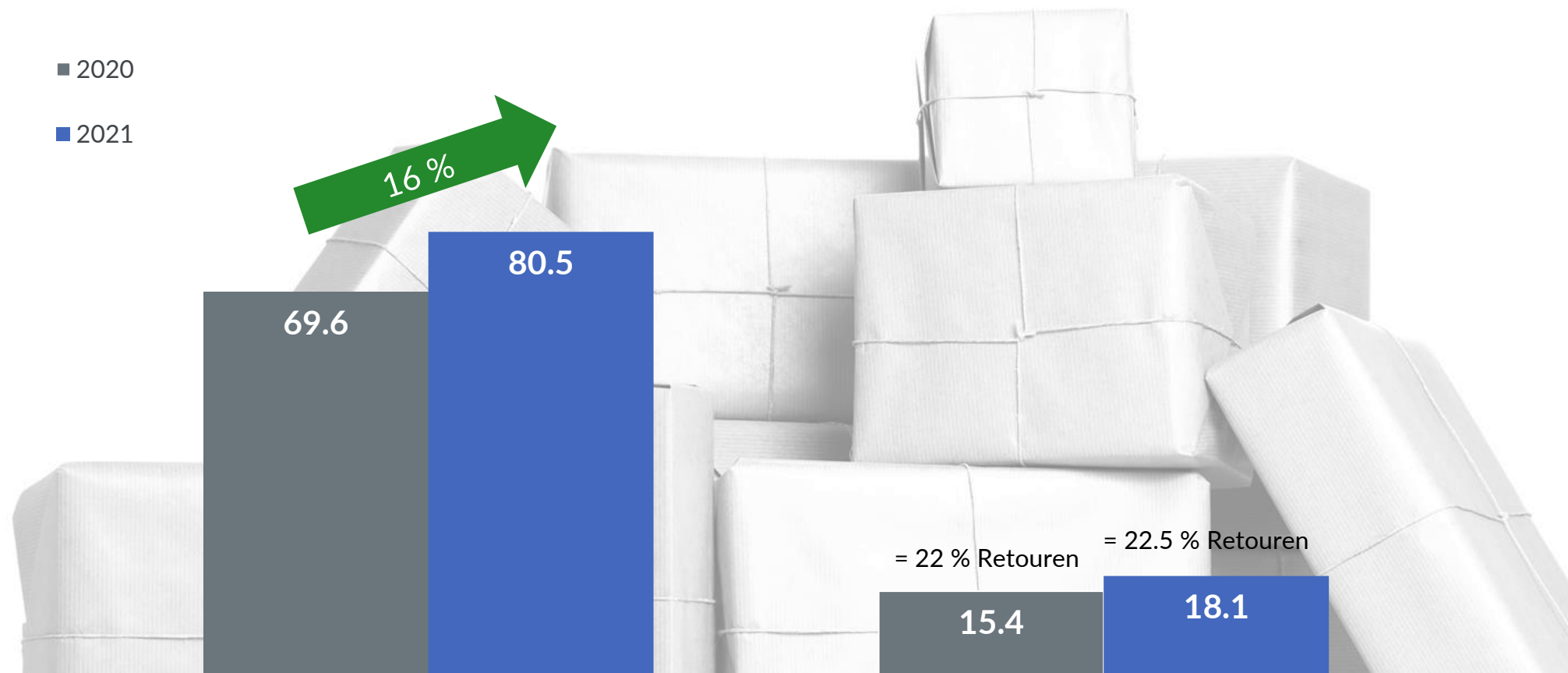
Basis = Basis: B2C – Volumen von 12.3 Mrd. CHF ohne Auslandseinkäufe

* 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

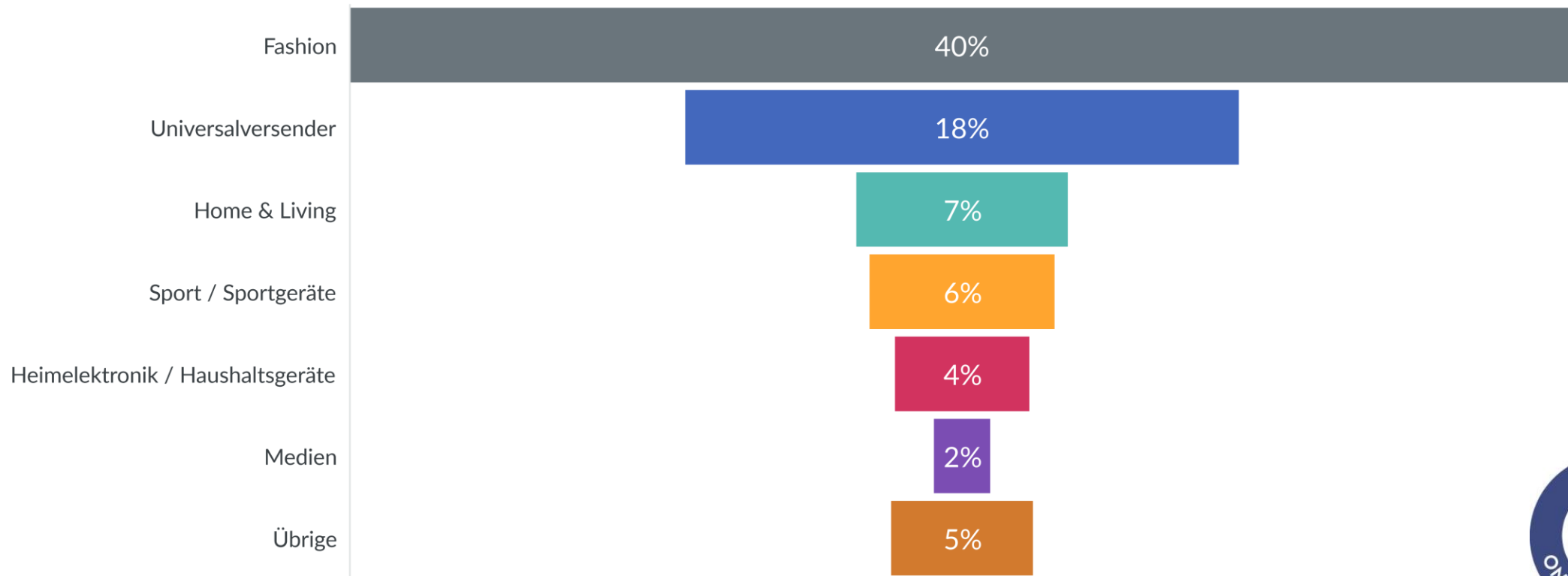


Basis: alle Handelsverband.swiss Mitglieder B2C

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

Retourenquoten pro Sortiment 2021

Retourenpakete in Prozent der versandten Pakete

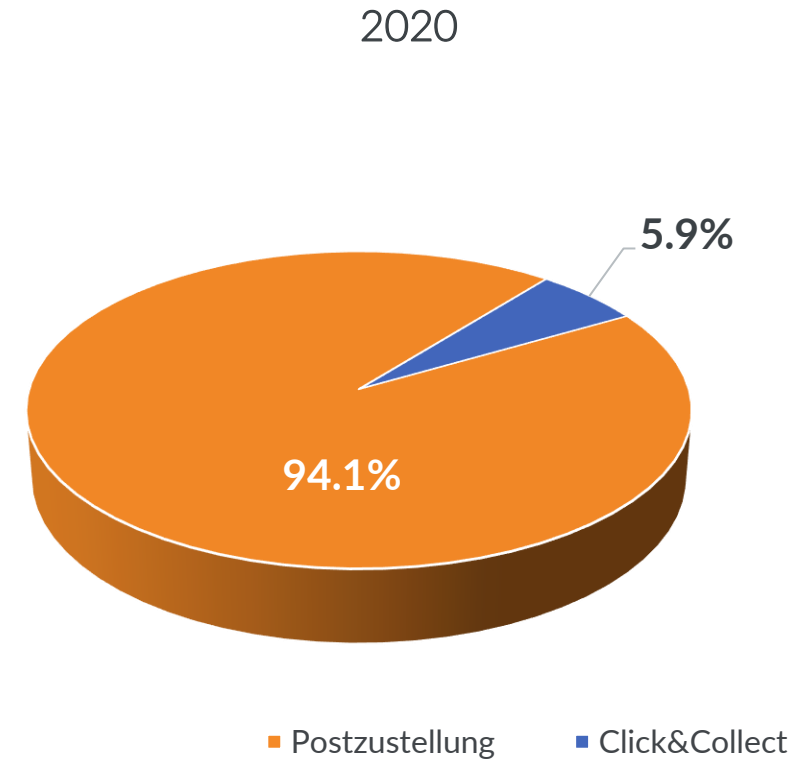
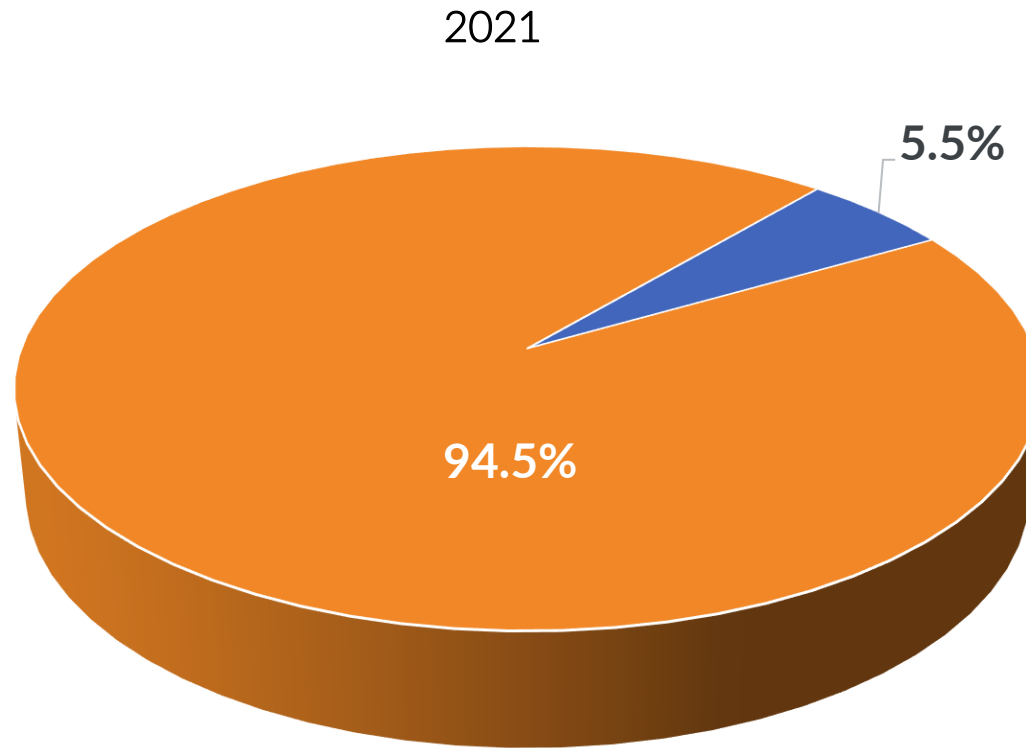


Basis: N = 108 Unternehmen – 34 Mio Pakete

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 Retails 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	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	kumuliert
 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
 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
 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
 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
 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
 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
 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
 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
 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
 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
 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
kumuliert	152.8	165.4	118.2	83.5	96.0	106.6	103.7	114.5	106.7	99.4	106.3	98.3	109.5

Jan
89.3
90.9
105.8
94.7
84.0
85.0
103.5
86.1
84.1
112.1
85.4
91.6

Distanzhandel.ch Monatsindex: 113 Firmen – 5.85 Mrd Umsatz

Einschätzung 2022 - 2024

- **Kompensationseffekte generell: Ausgabenverlagerung von Konsum an Gütern (insb. Do-it-Yourself oder Home & Living) zu Freizeit / Unterhaltung / Reisen**
- **Onlinehandel wächst 2022 nur schwach** (Annahme keine Shutdowns) – ab 2023 wieder 8–10 %
- **Die Verschmelzung geht weiter:** Omni-Channel Anbieter wachsen auf tiefer 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»)