



Onlinehandelsmarkt 2022

Publikation 08. März 2023

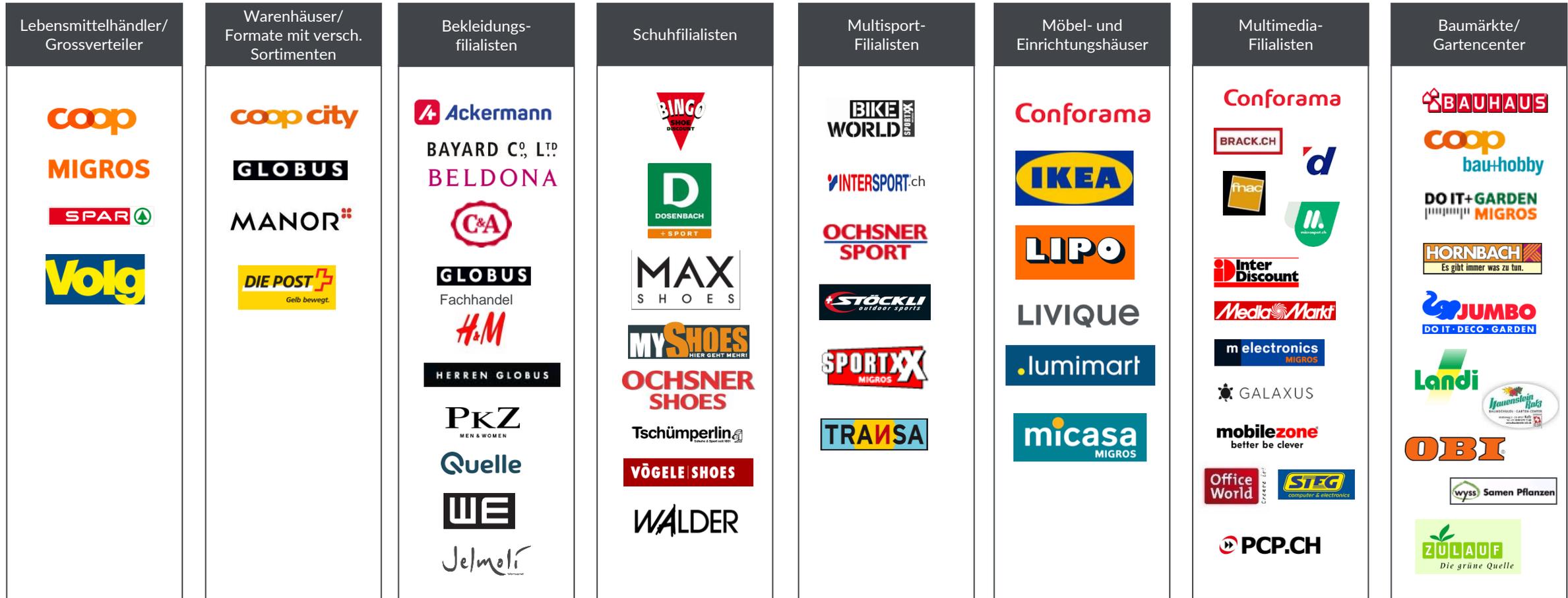


GfK Markt Monitor Schweiz 2022

Die Wahrung im Schweizer Detailhandel

Total Store - Universum / integrierte Händler

Stand 2022



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

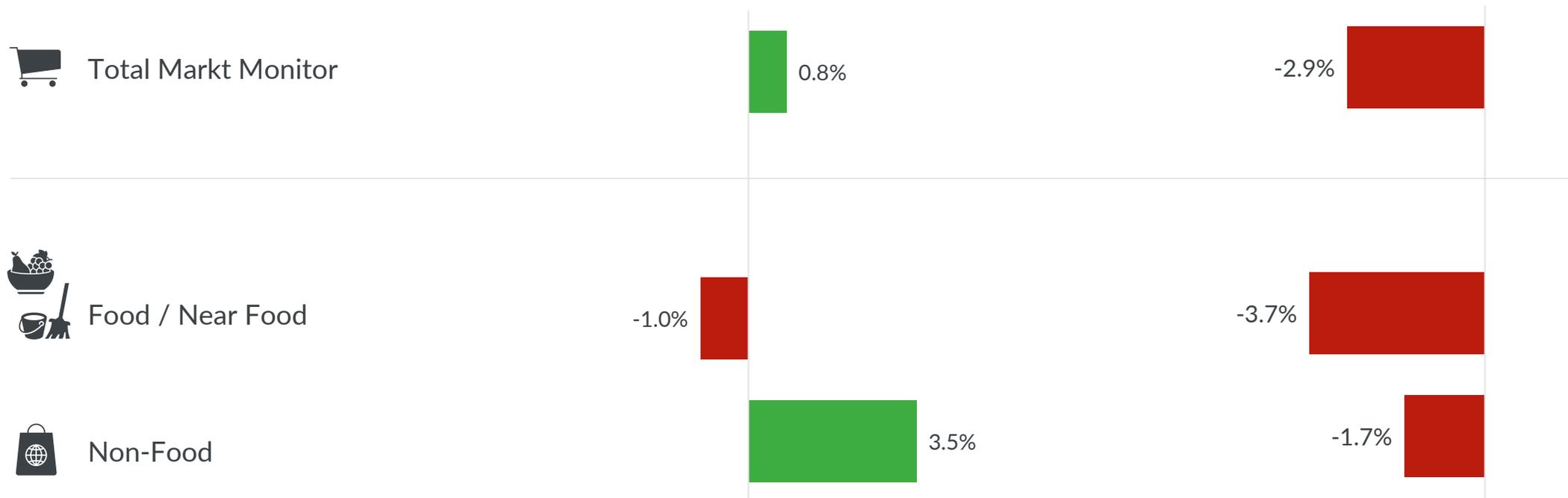
GfK Markt Monitor: wertmässige Entwicklung Detailhandel Schweiz

Veränderung des Umsatzes in %

1. - 4. Quartal

2021/2020

2022/2021



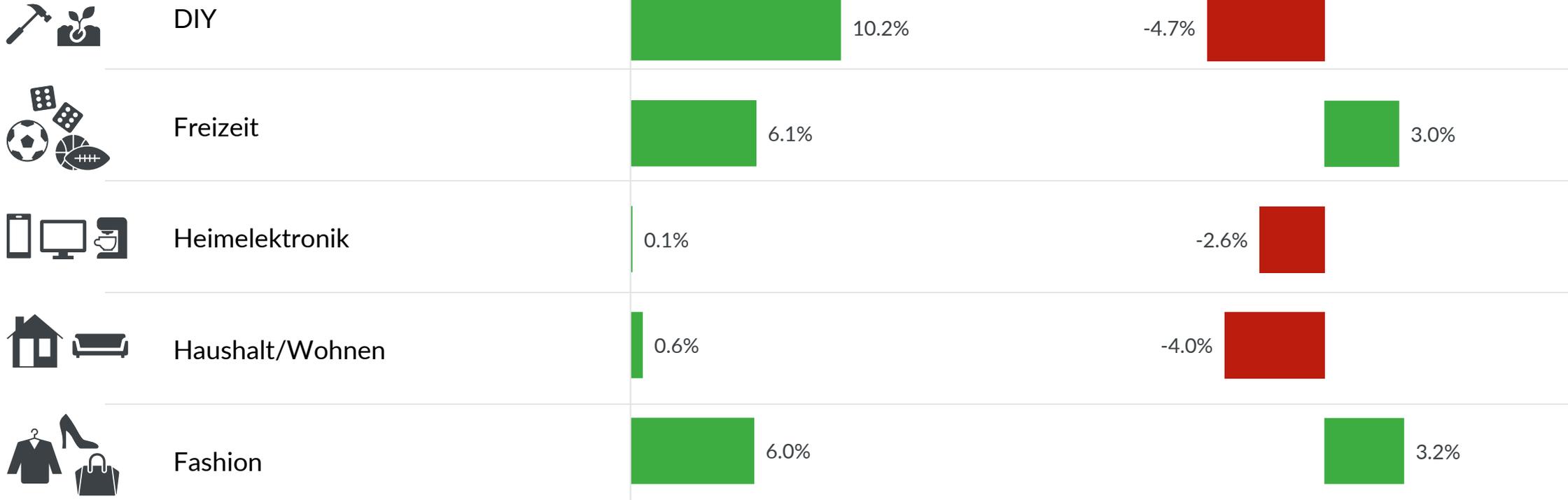
GfK Markt Monitor: wertmässige Entwicklung Non-Food Märkte

Veränderung des Umsatzes in %

1. - 4. Quartal

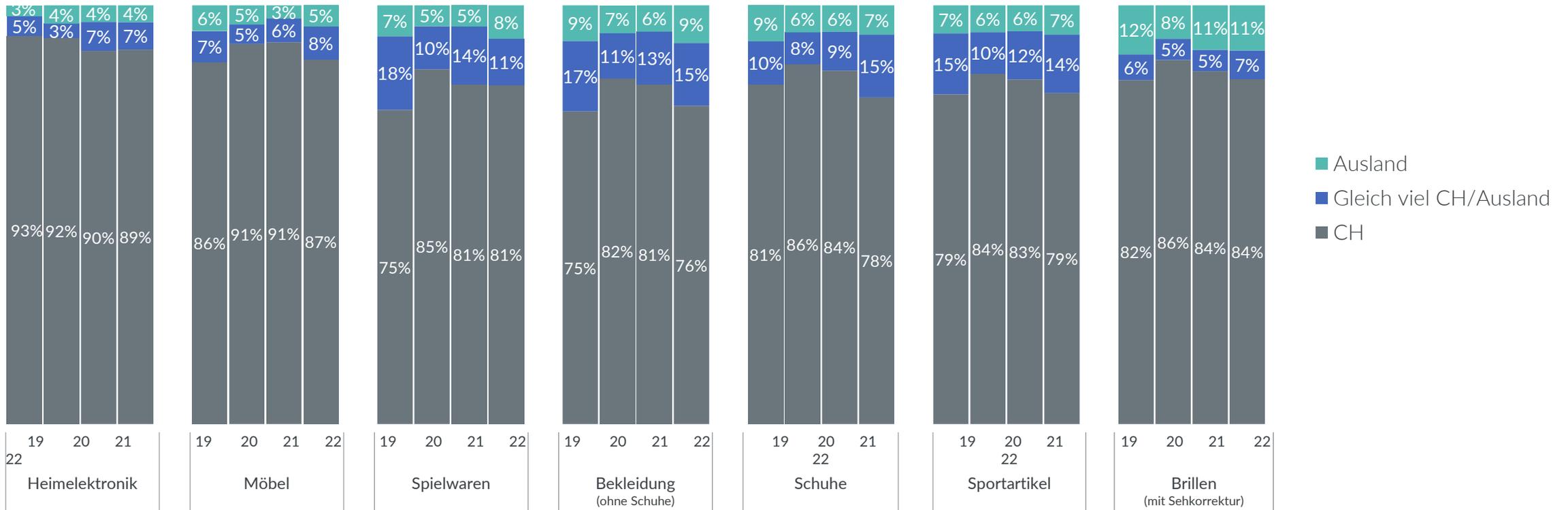
2021/2020

2022/2021



Kaufort – Schweiz oder Ausland

Wo haben Sie die Produkte gekauft? 2019 - 2022



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.

Onlinehandelsmarkt Schweiz 2022

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 2023 für das Jahr 2022

Onlinehandel-Umsatz 2022

Schweiz inkl. Direktversand aus Ausland



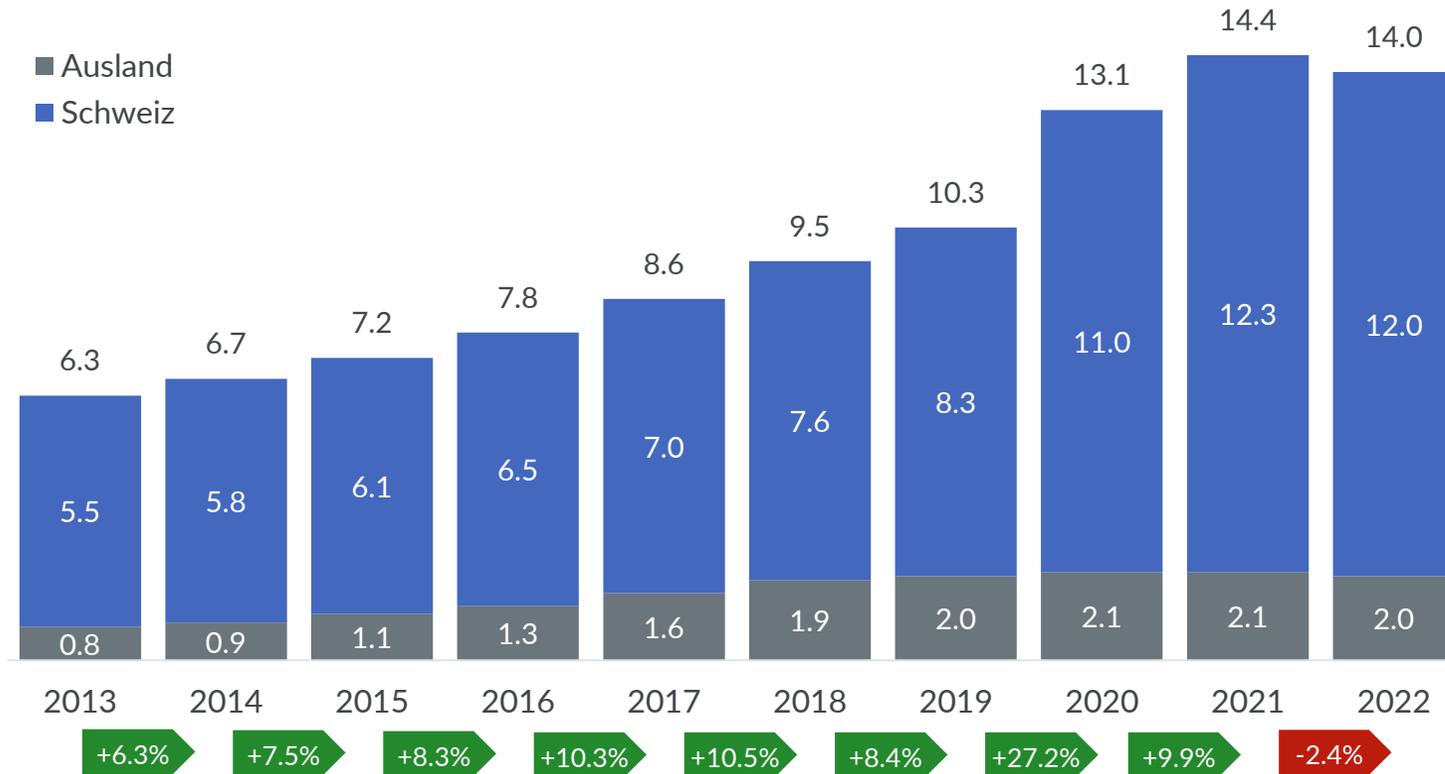
Onlinehandel-Umsatz 2022

Schweiz inkl. Direktversand aus Ausland / Vergleich Vorjahr



Entwicklung Marktvolumen

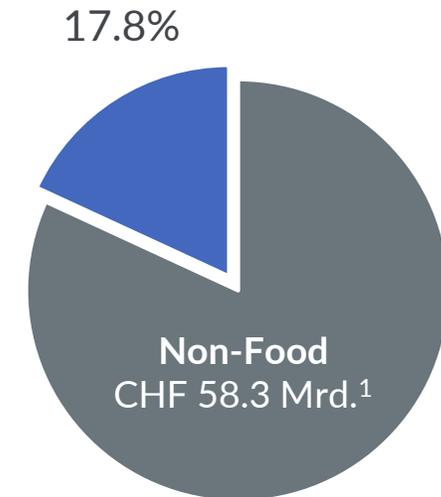
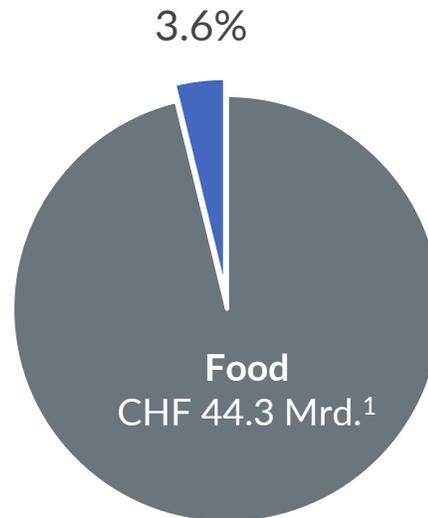
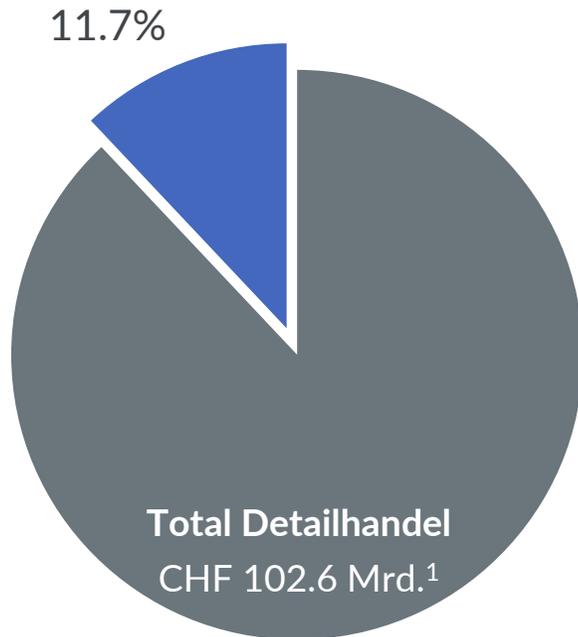
Umsatz 2013 – 2022 / in Mrd. CHF



- Konsum im Onlinehandel nimmt gegenüber 2021 total ab um **-2.8%** oder **0.4 Mrd. CHF**
- **Inland-Einkäufe** auf .ch-Domains sinken um **2.4%** im Vergleich zum Vorjahr 2021
- **Inland-Einkäufe** auf .ch-Domains legen aber seit 2019 um **44%** zu!
- **Auslandseinkauf** geht um **5%** zurück: Direkte Cross-Border Online-Einkäufe mit Lieferung in die Schweiz stagnieren auf dem Niveau von 2019

Onlinehandel-Anteile 2022

In % des gesamten Schweizer Detailhandels

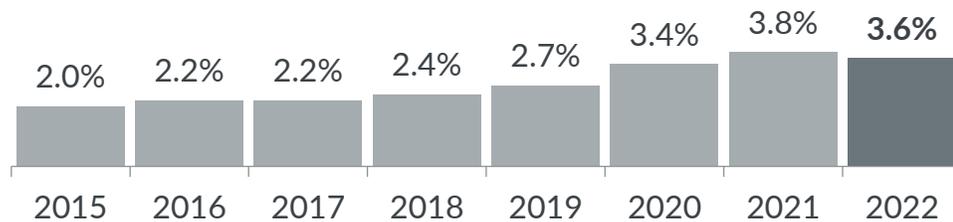


¹ Provisorische Jahreszahlen hochgerechnet auf Vorjahresbasis mit provisorischen BfS [Veränderungsquoten](#)

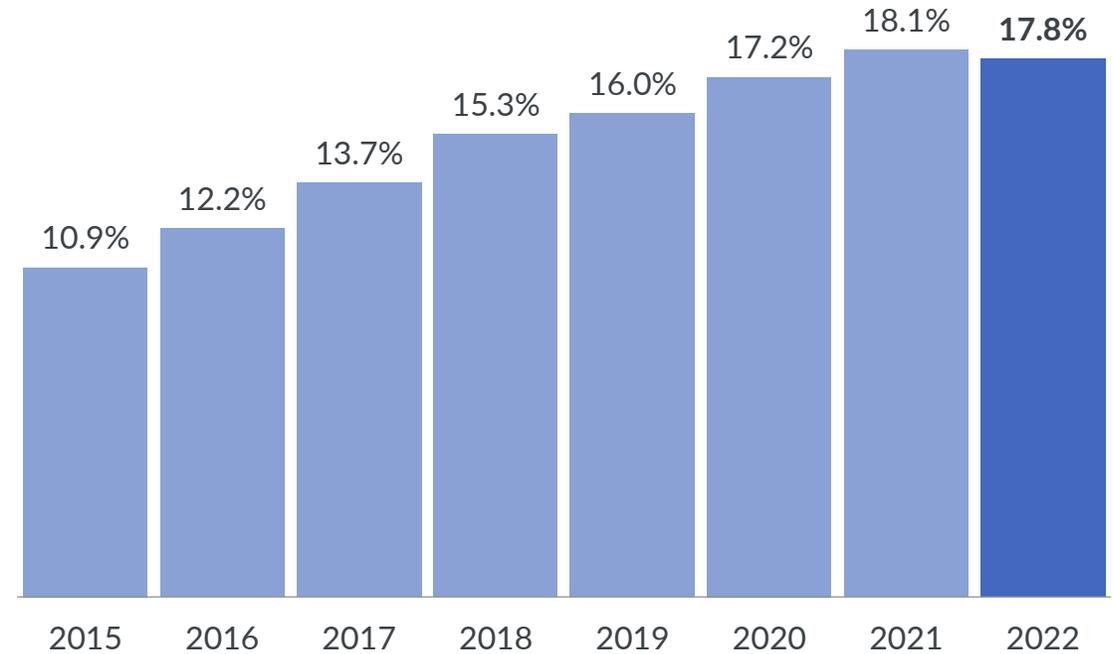
Entwicklung Onlinehandel-Anteile

Wertmässige Anteile in % am Detailhandel Schweiz

Food



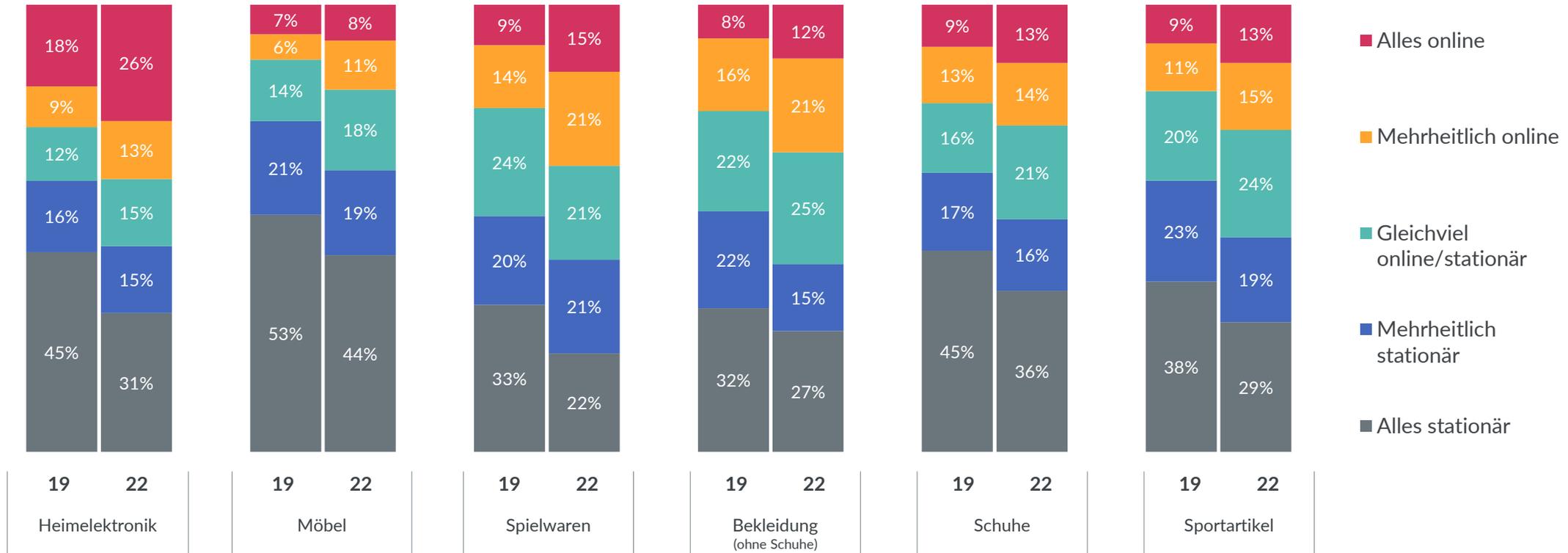
Non-Food



2022 Provisorische Jahreszahlen hochgerechnet auf Vorjahresbasis mit provisorischen BfS [Veränderungsquoten](#)

Bevorzugter Kaufkanal

Wo haben Sie die Produkte gekauft? 2022 im Vergleich zu 2019

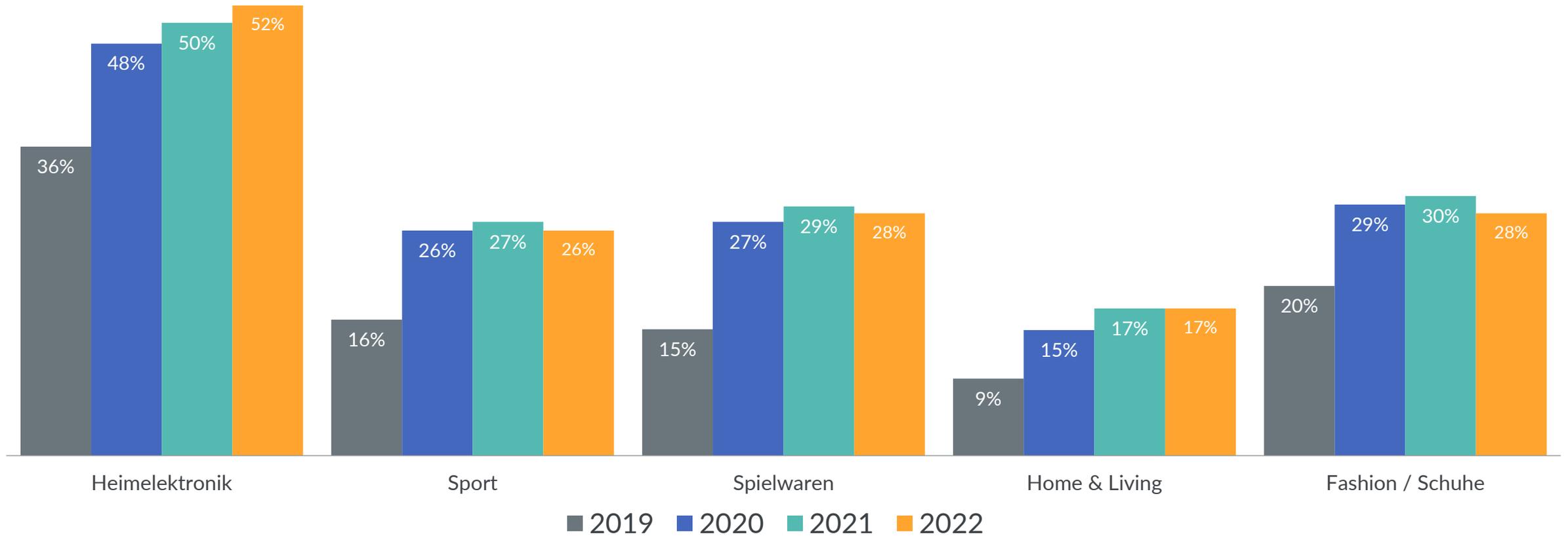


Basis = 1'003 Personen, Filter: hat Produkt gekauft

Frage: Wo haben Sie diese Produkte in den letzten 6 Monaten gekauft?

Online-Anteile Detailmärkte Non-Food

Wertmässige Anteile



B2C Online Markt Schweiz

Volumen in Mrd. CHF (Händlerfokus* ohne Sortimentsbereinigung)

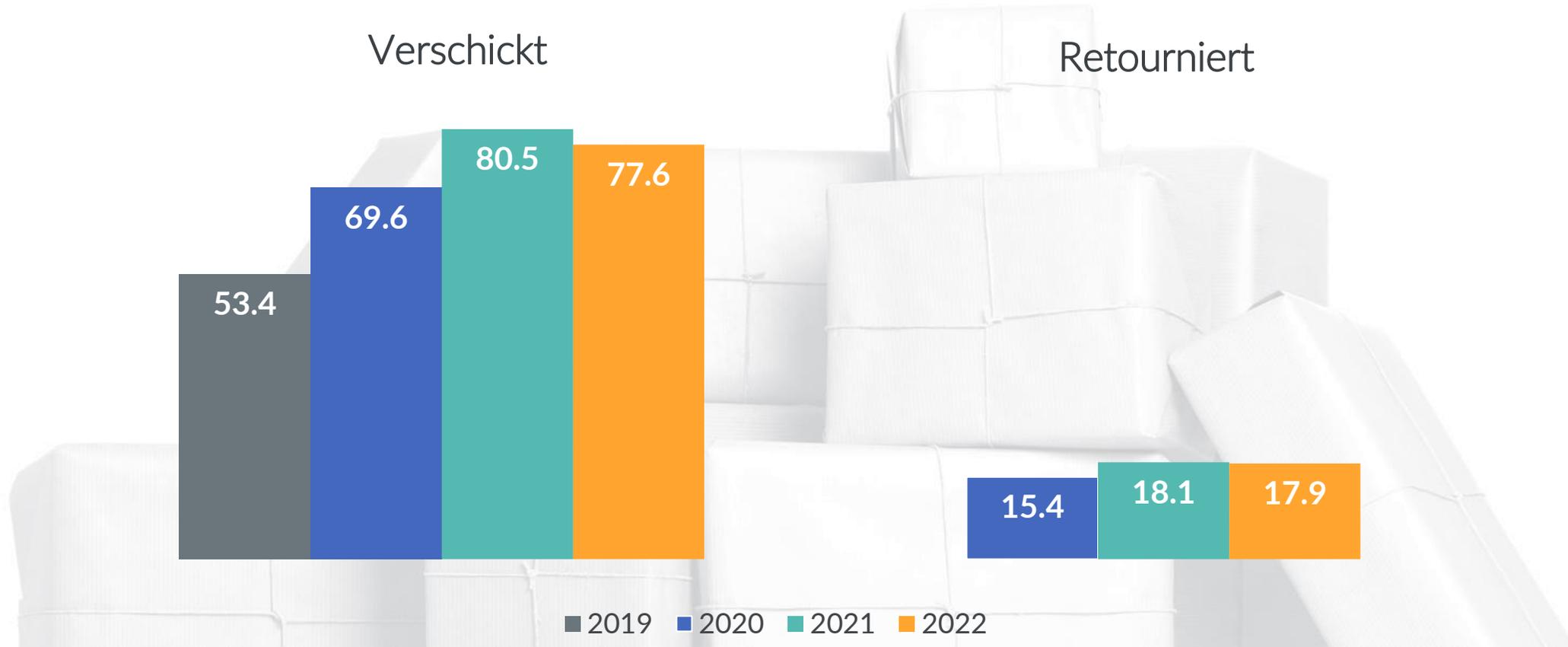


Basis = Basis: B2C – Volumen von 12 Mrd. CHF ohne Auslandseinkäufe

* 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.

Paketmengen HANDELSVERBAND.swiss 2022

Ausgesandte Pakete vs. retournierte Pakete in Mio. Stück

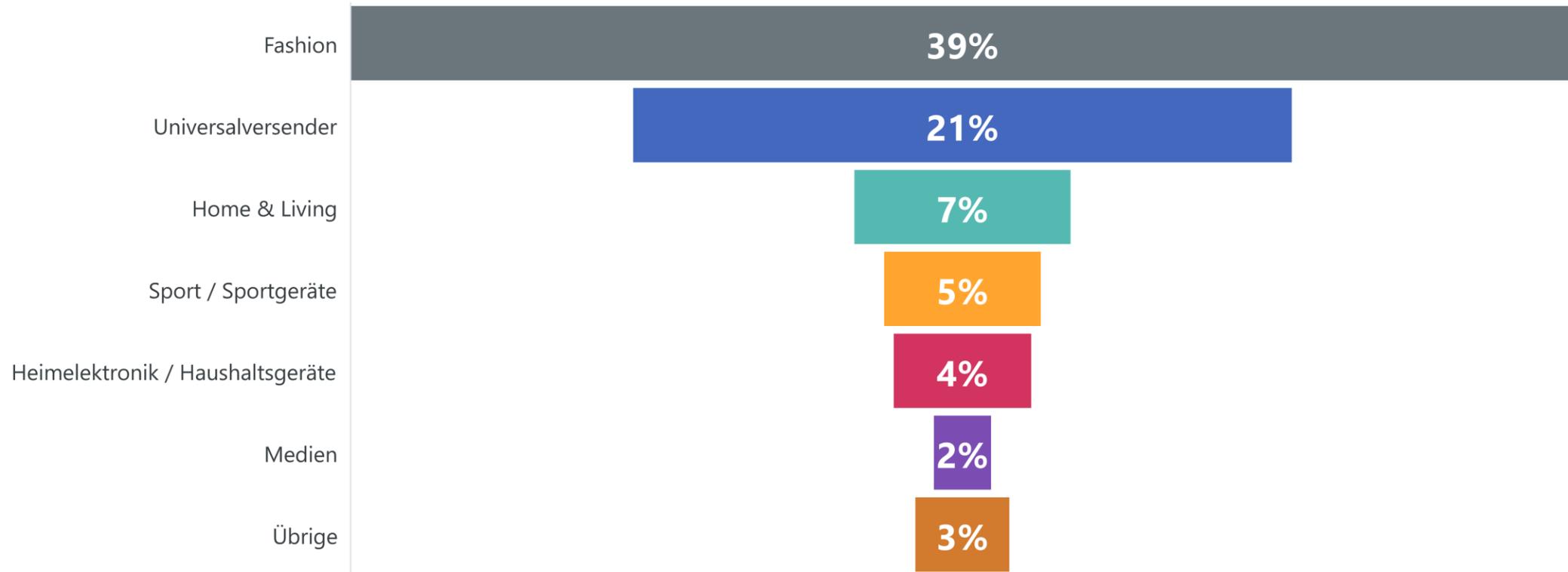


Basis: alle Handelsverband.swiss Mitglieder B2C

Retourenzahlen wurden erst ab 2020 erhoben.

Retourenquoten HANDELSVERBAND.swiss pro Sortiment 2022

Retourenpakete in Prozent der versandten Pakete

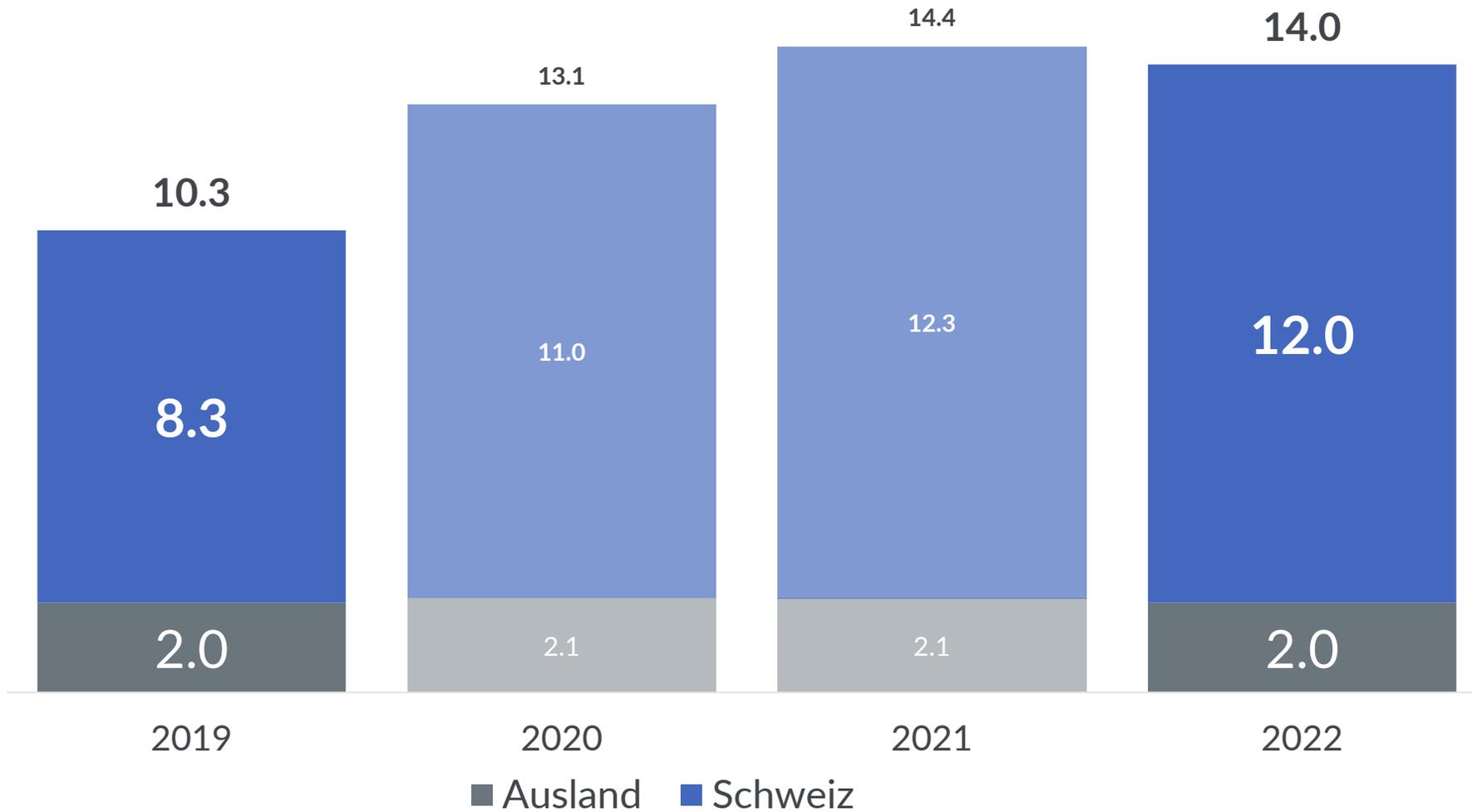


Basis: N = 110 Unternehmen – 19.2 Mio. Pakete

- **Konsolidierung ist wie erwartet eingetreten** – Umsätze werden auf hohem Niveau nicht ganz gehalten
- **Online-Konsum ist erstmals rückläufig** – Inland-Einkäufe sinken um 2.4%
- **Q1-2022 im Vergleich zu Q1-2021 besonders schwach** (Corona Schliessungen 2021)
- **2. Halbjahr 2022 online über Vorjahr**
- **Marktplatzboom** – wenige Umsatzgewinner, einige Umsatzverlierer
- **Kundenverhalten wird noch «hybrider»**
- **Covid Boost im Umsatz für Schweizer Onlinehändler nachhaltig**
- **Heimelektronik wird erstmals zu 52% online eingekauft** – Tipping Point
- **Online Non-Food Konsum macht rund 18% des Non-Food Retails aus**
- **Online-Auslandseinkauf geht leicht zurück** – ehemaliger Champion Wish ist ein Schatten seiner selbst, Shein als neuer Umsatztreiber

Vergleich 2019 - 2022

Umsatz in Mrd. CHF



2019 vs. 2022

+44%

Online-Umsatz im Inland

- **Onlinehandel entwickelt sich 2023 wieder leicht positiv - ca. 3-5% Wachstum** (Januar 2023: +3% zum Vorjahr)
- **Gewöhnungs- und Stabilisierungsphase seitens Konsumentinnen und Konsumenten Anfang 2023**
- **Hoher Onlineanteil wird sich nicht zurückbilden**
- **Marktplätze sind auch in der Schweiz die Volumentreiber**
- **Social Commerce:** Onlinehandel bedeutet nicht zwangsläufig einen Online Shop zu betreiben
- **D2C:** Hersteller / Marken investieren substantiell in **eigene Online-Formate**