

Medienmitteilung

*** Sperrfrist: 28. Februar 2019, 10.30 Uhr ***

28. Februar 2019

Patrick Kessler
Präsident
VSV ASVAD
Tel. +41 58 310 07 17
info@vsv.ch

Luca Giuriato
Client Business Partner
GfK Switzerland AG
Tel. +41 41 632 96 84
luca.giuriato@gfk.com

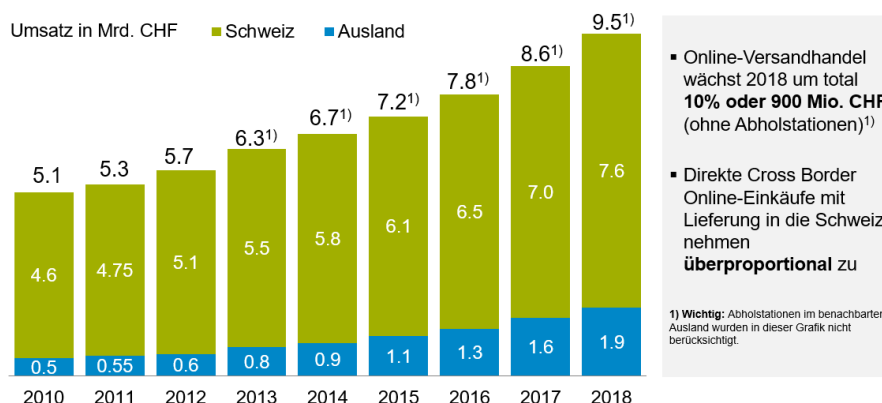
Lukas Häusermann
Marketing & Communications
GfK Switzerland AG
Tel. +41 41 632 91 19
lukas.haeusermann@gfk.com

Schweizer Online-Konsum wächst 2018 um 10%

Bern/Rotkreuz – Der Verband des Schweizerischen Versandhandels VSV hat gemeinsam mit GfK und in Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Post die Gesamtmarkterhebung für den Online- und Distanzhandel in der Schweiz durchgeführt. Die Verlagerung des stationären zum Online-Handel geht weiter, der grenzüberschreitende Online-Handel gewinnt massiv an Bedeutung.

Die wichtigsten Erkenntnisse:

- 2018 kaufen Schweizer Konsumenten für 9.5 Mrd. CHF Waren und Güter online, eine Steigerung um 10 % gegenüber 2017
- Umsatzstärkste Sortimente sind Heimelektronik mit 2.1 Mrd. CHF und Fashion/Schuhe mit 1.8 Mrd. CHF
- Jeder dritte Umsatzfranken im Bereich Heimelektronik wird online realisiert
- Die Menge der Kleinpakete aus Asien steigt weiter ungebremsst an, mit plus 35% versus 2017



In der Langzeitbetrachtung 2010 – 2018 wird ersichtlich, dass Schweizer Konsumenten ihre Online-Ausgaben um satte 4.4 Mrd. CHF gesteigert haben. Besonders signifikant: seit 2010 haben sich die Online-Einkäufe im Ausland vervierfacht!

Ebenfalls spannend ist, dass mittlerweile sehr viele stationäre Käufe online vorbereitet werden. Das sogenannte Webrooming kommt viel häufiger vor als das viel beklagte Showrooming (stationär betrachten, online kaufen).

GfK Switzerland AG
Suurstoffi 18
6343 Rotkreuz
Schweiz

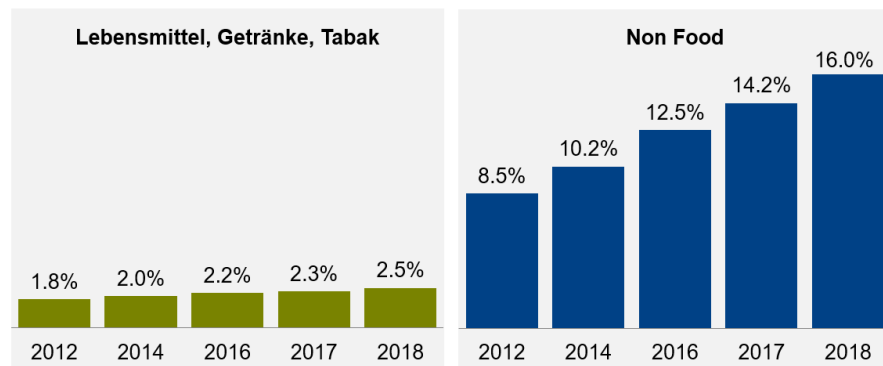
Tel. +41 41 632 91 11
Fax +41 41 632 91 23

Wo wird gekauft?

2018 wurden in der Schweiz Waren für 9.5 Mrd. CHF von Privatpersonen im Online-Versandhandel bestellt:

- 7.6 Mrd. CHF von Privatpersonen über Unternehmen (B2C) und Marktplätze / Plattformen in der Schweiz
- 1.9 Mrd. CHF Onlineeinkäufe von Schweizern im Ausland (B2C/C2C)

Der Online- und Versandhandel wächst damit erneut stärker als der klassische Handel. Während im Food/Near Food erst 2.5% des Gesamtvolumens online eingekauft werden, bestellen die Schweizer Konsumenten Waren aus Non Food-Sortimenten bereits zu 16 % online. Die Studienverfasser gehen davon aus, dass bereits im Jahr 2020 rund 20 % der Non Food-Einkäufe online erfolgen.



Was wird in der Schweiz bestellt?

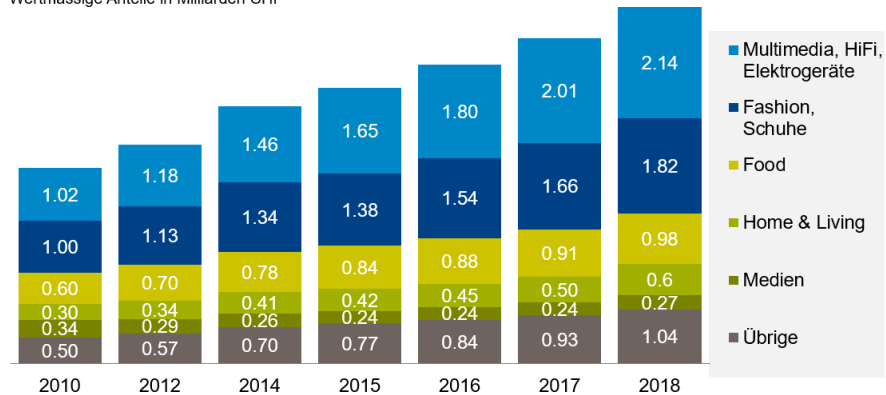
2018 wurden insgesamt für 6.85 Mrd. CHF Waren von Privatpersonen bei Händlern (B2C) eingekauft. Erneut wurden mehr Heimelektronik-Artikel bestellt. Ein Umsatzvolumen von total 2.1 Mrd. CHF macht diesen Bereich umsatzmässig zum beliebtesten Online- und Versandhandels-Sortiment. Mittlerweile wird über 33% des gesamten Heimelektronik-Volumens im Online-Handel realisiert.

An zweiter Stelle der Beliebtheitsskala folgt der Bereich Fashion/Schuhe. Dieser Bereich konnte 2018 trotz Preissenkungen auch in der Schweiz weiter zulegen und setzt mittlerweile (nach Abzug der Retouren) 1.8 Mrd. CHF um.

Eine Schweizer Eigenheit ist der starke Online- und Versandhandelsanteil im Bereich Food: 2018 wurden für fast 1 Mrd. CHF Lebensmittel, Wein und Kaffee(-kapseln) online bestellt.

Eine erfreuliche Trendwende konnte im Sortiment Medien (Bücher/CD) registriert werden, erstmals seit 3 Jahren wurden mehr Bücher/CDs von Schweizer Anbietern online verkauft, offenbar haben ExLibris, OrellFüssli und Co. Amazon doch auch etwas entgegen zu halten.

Wertmässige Anteile in Milliarden CHF



Wermutstropfen Direktimporte

Im Jahr 2018 sind rund 33 Mio Kleinwarensendungen, zumeist ohne MWST- und Zollabgaben, in die Schweiz gelangt. Davon stammen mittlerweile 23 Mio Sendungen aus dem Asiatischen Raum, insbesondere aus China. Hier ist der Gesetzgeber gefordert, Massnahmen zu ergreifen (MWST, Deklarationspflichten und Einhaltung von Schweizer Sicherheitsstandards).



Webrooming vs. Showrooming

Eine Spezialabfrage bei 1'000 Konsumenten hat erstaunliche Resultate zu Tage gefördert. Das viel beklagte Showrooming (stationär beraten lassen und online kaufen) kommt viel weniger häufig vor als das – umgekehrt funktionierende - Webrooming. 50.3% der Konsumenten bereiten ihren Kauf online vor («erste Informationsquelle»), versus 23.5% im Laden. Ein Trend der weiter anhalten dürfte und die Wichtigkeit einer starken Online-Präsenz für stationäre Händler aufzeigt.

Ausblick 2022 – Lieferdienstleistungen, Preisdruck und Cross Border

Der VSV geht von einem fortschreitenden Wettbewerb rund um das schnellste und „bequemste“ Paket aus. Ebenso dürften immer mehr Marken/Hersteller ihre Produkte dem Kunden direkt online anbieten, was im Handel generell zu noch mehr Wettbewerb und Kundenorientierung führen wird.

Der seit Jahren festzustellende Preisdruck in den Non-Food Sortimenten wird sich weiter akzentuieren. Vergleichbarkeit insbesondere bei Markenprodukten führt dazu, dass bereits heute viele Artikel aus dem Bereich Heimelektronik, Fashion aber auch Möbel in der Schweiz online zum fast identischen Preis gekauft werden können wie im Ausland.

Die Medienmitteilung und Charts mit detaillierten Zahlen sind abrufbar ab 28. Februar 2019, 10.30 Uhr, auf:

<http://www.gfk.com/de-ch/presse/press-releases/>

VSV – Verband des Schweizerischen Versandhandels

Der Verband des Schweizerischen Versandhandels engagiert sich für fairen Distanzhandel mit Waren aller Art. 300 Mitglieder mit rund 4.5 Mrd. CHF Warenumsatz (B2C und B2B) bearbeiten jährlich 35 Mio. Bestellungen und generieren jährlich rund 45 Mio. Paketsendungen, was rund ein Drittel des Schweizer Paketvolumens ausmacht.

Für weitere Auskünfte

Patrick Kessler, Präsident

Verband des Schweizerischen Versandhandels VSV, Bahnhofplatz 1, 3011 Bern

Tel. +41 58 310 07 17, info@vsv.ch

GfK Switzerland

GfK verknüpft Daten mit wissenschaftlichen Methoden und liefert mit innovativen Lösungen die Antwort auf zentrale Geschäftsfragen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien – jetzt und in der Zukunft. Als Forschungs- und Analysepartner verspricht GfK seinen Kunden weltweit "Growth from Knowledge".

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de-ch

Für weitere Auskünfte

Luca Giuriato, Client Business Partner

GfK Switzerland, Suurstoffi 18, 6343 Rotkreuz

Tel. +41 41 632 96 84, luca.giuriato@gfk.com

Die Schweizerische Post

Die Schweizerische Post ist als Mischkonzern im Kommunikations-, Logistik-, Retailfinanz- und Personenverkehrsmarkt tätig. In der Logistik ist sie als Paket-, Kurier und Expressdienstleisterin sowohl im Heimmarkt als auch grenzüberschreitend aktiv und bietet massgeschneiderte Logistiklösungen an. Im wettbewerbsintensiven Markt Kurier, Express und Paket (KEP) ist sie die Nummer 1 in der Schweiz. Im wachsenden E-Commerce bietet sie Onlinehändlern ein komplettes Angebot entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Für weitere Auskünfte

Medienstelle, Die Schweizerische Post, Wankdorfallee 4, 3030 Bern

Tel. +41 58 338 13 07, presse@post.ch