

Pressemitteilung

Hergiswil, 13. März 2015

Thomas Hochreutener
GfK Switzerland AG
Consumer Choices
thomas.hochreutener@gfk.com

Patrick Kessler
VSV ASVAD
info@vsv.ch

Online- und Versandhandel Schweiz wächst 2014 mit 7.2 %

Der Verband des Schweizerischen Versandhandels VSV hat zusammen mit der GfK und in Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Post die Gesamtmarkterhebung für den Online- und Distanzhandel in der Schweiz durchgeführt.

Die wichtigsten Erkenntnisse:

- 6.7 Mrd. CHF Umsatz im Consumer Online- und Versandhandel 2014, und damit ein Wachstum von 7.2 % gegenüber Vorjahr
- Umsatzstärkste Sortimente:
 - Heimelektronik mit 1.46 Mrd. CHF
 - Fashion, Schuhe mit 1.34 Mrd. CHF
- 84 % der Konsumenten bezahlen am liebsten gegen Rechnung

Entwicklung Marktvolumen Online- und Versandhandel 2008 – 2014

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



Umsatz in Mrd. CHF



- Online- und Versandhandelsmarkt wächst 2014 total 7.2 % oder 450 Mio. CHF (ohne Abholstationen)¹⁾
- Davon: reiner Online-Bestellwert 2014 5.9 Mrd. CHF = + 10.6% (2013: 5.35 Mrd. CHF)
- Direkte Cross Border Online-Einkäufe mit Lieferung in die Schweiz nehmen überproportional zu

¹⁾ Wichtig: Abholstationen im benachbarten Ausland im 2013 von 200 Mio. CHF in dieser Grafik nicht berücksichtigt. Für 2014 liegen keine neuen Daten vor. Wir gehen von einer gleichen Menge aus.

Basis: Gesamtmarkt B2C, C2C, Einkäufe im Ausland
© GfK 2015 | Online- und Versandhandelsmarkt 2014 | 13. März 2015

9

Wo wird gekauft?

2014 wurden in der Schweiz Waren für 6.7 Mrd. CHF von Privatpersonen im Online-Versandhandel bestellt, davon:

- 4'950 Mio. CHF von Privatpersonen über Unternehmen (B2C) in der Schweiz
- 850 Mio. CHF über Auktionsplattformen/Marktplätze (C2C)
- 900 Mio. CHF Onlineeinkäufe von Schweizern im Ausland (B2C/C2C)

GfK Switzerland
Obermattweg 9
6052 Hergiswil
Switzerland

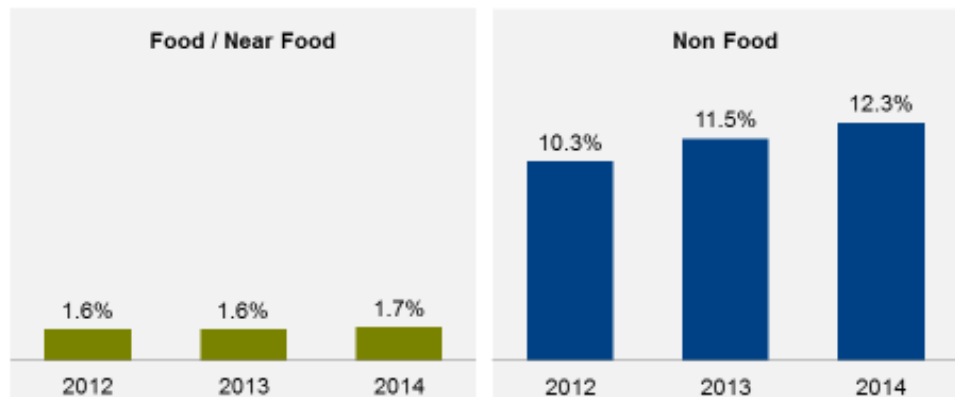
Tel. +41 41 632 9111
Fax +41 41 632 9123

Zusätzlich wurden für 200 Mio. CHF Waren an Paketstationen im Ausland abgeholt, welche online bestellt worden sind.

(Quelle: IGDHS Auslandeinkäufe 2013 / Für 2014 liegen keine neuen Daten vor. Wir gehen von einer gleichgebliebenen Menge aus.).

Der Online- und Versandhandel wächst damit erneut stärker als der klassische Handel und vereint mittlerweile 6.8 % des gesamten Detailhandelsvolumens in der Schweiz auf sich. Während im Food/Near Food erst 1.7 % des Gesamtvolumens online eingekauft werden, bestellen die Schweizer Konsumenten Non-Food Sortimente bereits zu 12.3 % online.

Wertmässige Anteile des Online- und Versandhandels am Schweizer Detailhandel



© GfK 2015 | Online- und Versandhandelsmarkt 2014 | 13. März 2015

11

Wie wird bestellt? Mobile-Bestellungen im Vormarsch

Rund 88 % aller Transaktionen werden mittlerweile online abgewickelt, davon erfolgen 15 % der Bestellungen via mobilen Endgeräten.

Wie wird bezahlt?

Trotz sehr hoher Online-Bestellquoten bevorzugen Schweizer Konsumenten immer noch den Kauf gegen Rechnung. Gemäss Erhebung bezahlen 84 % der Kunden beim Online-Einkauf in der Schweiz gegen Rechnung. Im europäischen Vergleich sind die Schweizer damit Spitzenreiter. Rund 12 % (Vorjahr 7 %) der Kunden zahlten 2014 gegen Kreditkarte oder PayPal.

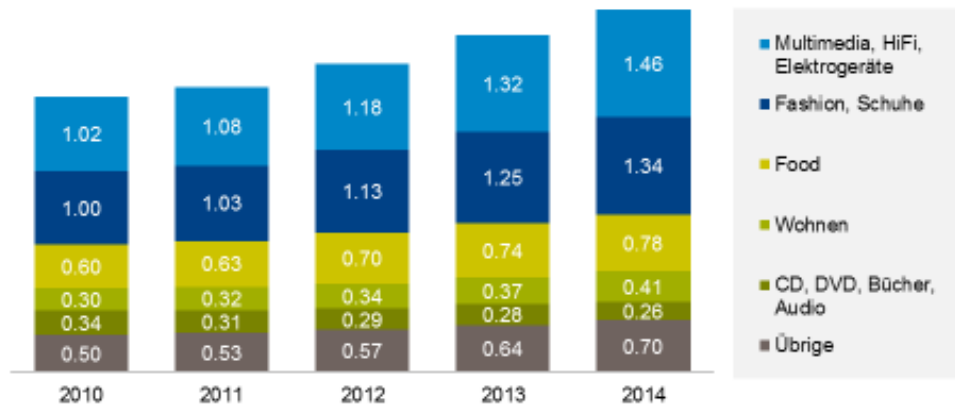
Was wird bestellt?

2014 wurden insgesamt für 4.95 Mrd. CHF Waren von Privatpersonen über Unternehmen (B2C) in der Schweiz eingekauft und erneut wurden mehr Heimelektronik-Artikel bestellt. Ein Umsatzvolumen von total 1.46 Mrd. CHF macht diesen Bereich umsatzmässig zum beliebtesten Online- und Versandhandels-Sortiment. Mittlerweile wird 24 % des gesamten Heimelektronik-Volumens im Online-Handel realisiert.

An zweiter Stelle der Beliebtheitsskale folgt der Bereich Fashion/Schuhe. Dieser Bereich konnte auch 2014 zulegen und setzt mittlerweile (nach Retouren) 1.34 Mrd. CHF um.

Eine Schweizer Eigenheit ist der starke Online- und Versandhandelsanteil im Bereich Food: 2014 wurde für 780 Mio. CHF Lebensmittel, Wein und Kaffee online bestellt.

Gesamtmarkt nach Sortimenten (B2C)
im Schweizer Online- und Versandhandel
Wertmässige Anteile in Milliarden CHF



Basis: B2C – Volumen von 4 950 Mio. CHF (ohne C2C und Auslandsverkäufe/Jahr 2014)
© GfK 2015 | Online- und Versandhandelmarkt 2014 | 13. März 2015

14

Ausblick 2015 – Tempo, Preise und Mobile

Auf Grund der EURO/CHF Preisanpassungen wird das nominale Wachstum 2015 eher gering ausfallen. Das Preisniveau Stationär und Online wird sich weiter angleichen. Bestellungen über mobile Endgeräte werden weiter zunehmen, zusammen mit der Erwartungshaltung an immer schnellere Lieferungen.

Die Pressemitteilung und Charts mit detaillierten Zahlen sind abrufbar ab 13. März 2015, 00.00 Uhr auf:

www.gfk.ch

<http://www.vsv-versandhandel.ch>

VSV – Verband des Schweizerischen Versandhandels

Der Verband des Schweizerischen Versandhandels engagiert sich für fairen Distanzhandel mit Waren aller Art. 250 Mitglieder mit rund 4 Mrd. CHF Warenumsatz (B2C und B2B) bearbeiten jährlich 30 Millionen Bestellungen und generieren jährlich über 30 Millionen Pakete, was mehr als 25 % des Schweizer Paketvolumens ausmacht.

Der VSV steht mit der Swiss Online Garantie dafür ein, dass der Kunde bei Online-Händlern mit diesem Logo sicher einkaufen kann:

- 10 Tage Rückgaberecht innerhalb der Schweiz
- Einkaufen ohne versteckte Zusatzkosten wie Zoll oder MWST
- Sicher bezahlen in Schweizer Franken

**Für weitere Auskünfte**

Verband des Schweizerischen Versandhandels VSV,
Patrick Kessler, Präsident, Bahnhofplatz 1, 3011 Bern
+41 58 310 07 17, info@vsv.ch

GfK Switzerland AG

GfK Switzerland AG (Hergiswil/NW) ist laut Branchenstatistik des vsms das grösste Marktforschungsinstitut der Schweiz und bietet Marktforschungsdienstleistungen in allen Bereichen. GfK Switzerland gehört seit 1999 zur international tätigen GfK-Gruppe mit Hauptsitz in Nürnberg. Mit 13'000 Experten und Niederlassungen in über 100 Ländern gehört die GfK zu den grössten Marktforschungsinstituten der Welt.

Für weitere Auskünfte

GfK Switzerland AG,
Thomas Hochreutener, Obermattweg 9, 6052 Hergiswil
+41 41 632 93 64, thomas.hochreutener@gfk.com