



Der Schweizer Online- und Versandhandel 2011



GARANTIE

VSV – VERBAND DES
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



Der Inhalt

2

1. Gesamtmarkt Detailhandel
2. Der Markt Online- und Versandhandel
3. Fokusbefragung VSV-Mitglieder
 - Gesamtbetrachtung
 - Fokus B2C
4. Ausblick – Trends – Erwartungen



1. Gesamtmarkt Detailhandel



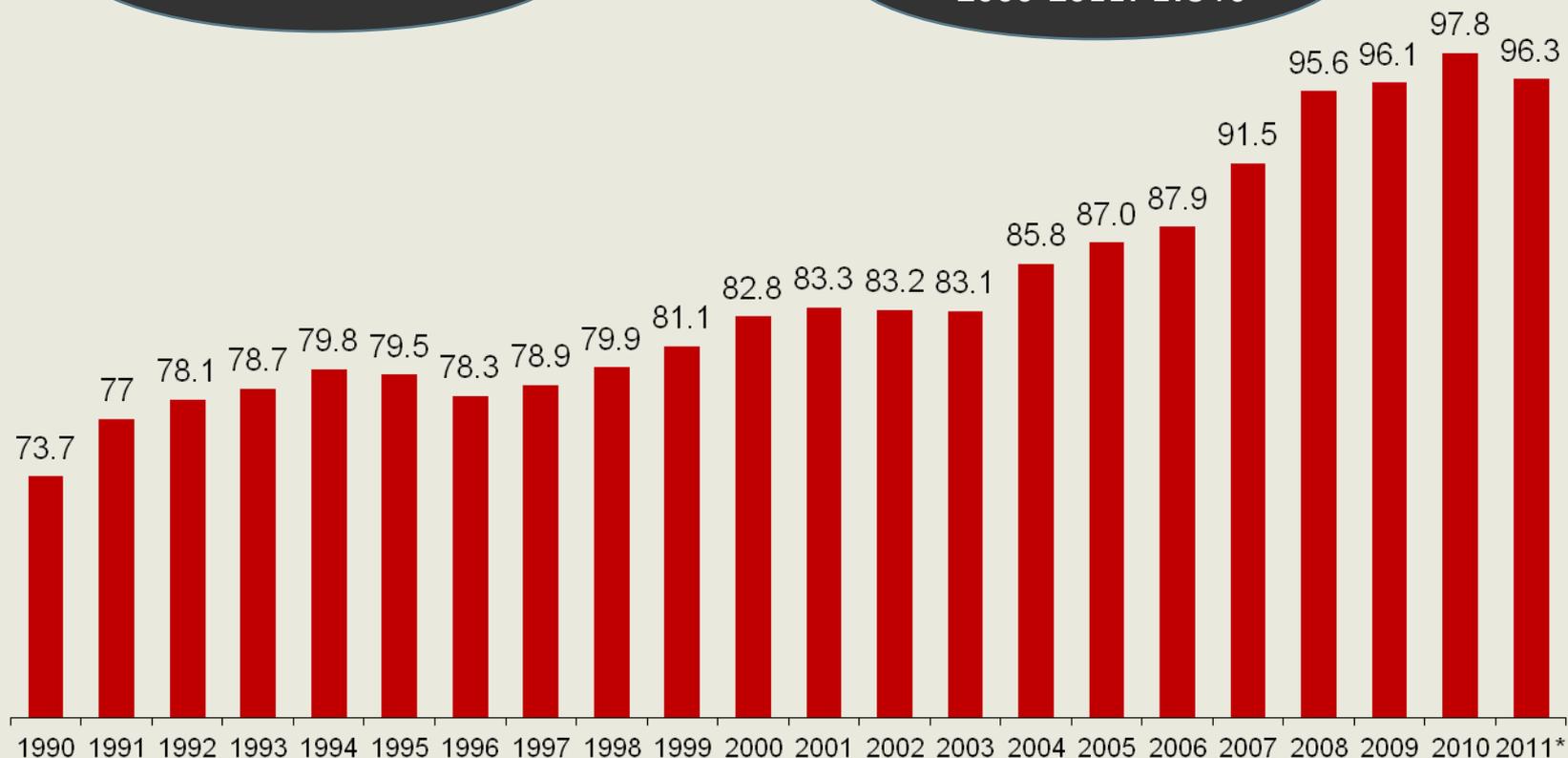
Handel im Wandel - Detailhandel Schweiz

Umsatzentwicklung 1990 – 2011 in Mrd. CHF

4

Ø jährliches Wachstum
1990-2000: 1.1%

Ø jährliches Wachstum
2000-2011: 1.8%

**GfK**

2. Der Markt Online- und Versandhandel



Definition des Marktes Online- und Versandhandel

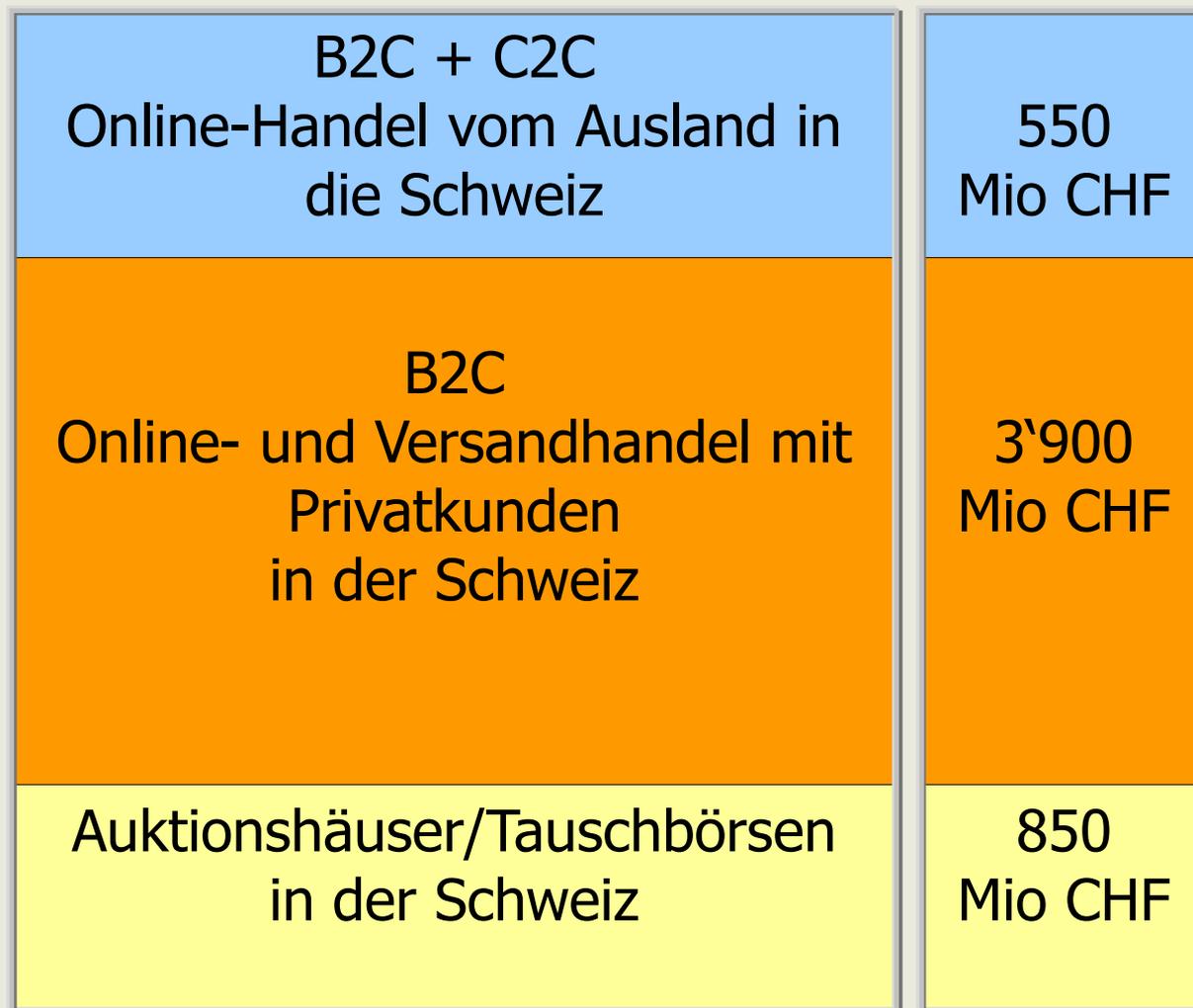
6

- Analysiert wurde der Markt „**Online- und Versandhandel mit Ware**“ 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, 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 2010 und 2011. Vergleiche mit den Vorjahren sind nur bedingt möglich, da sich die Datenbasis geändert hat.



Marktvolumen Online- und Versandhandel 2011

7



Markvolumen Online- und Versandhandel 2011

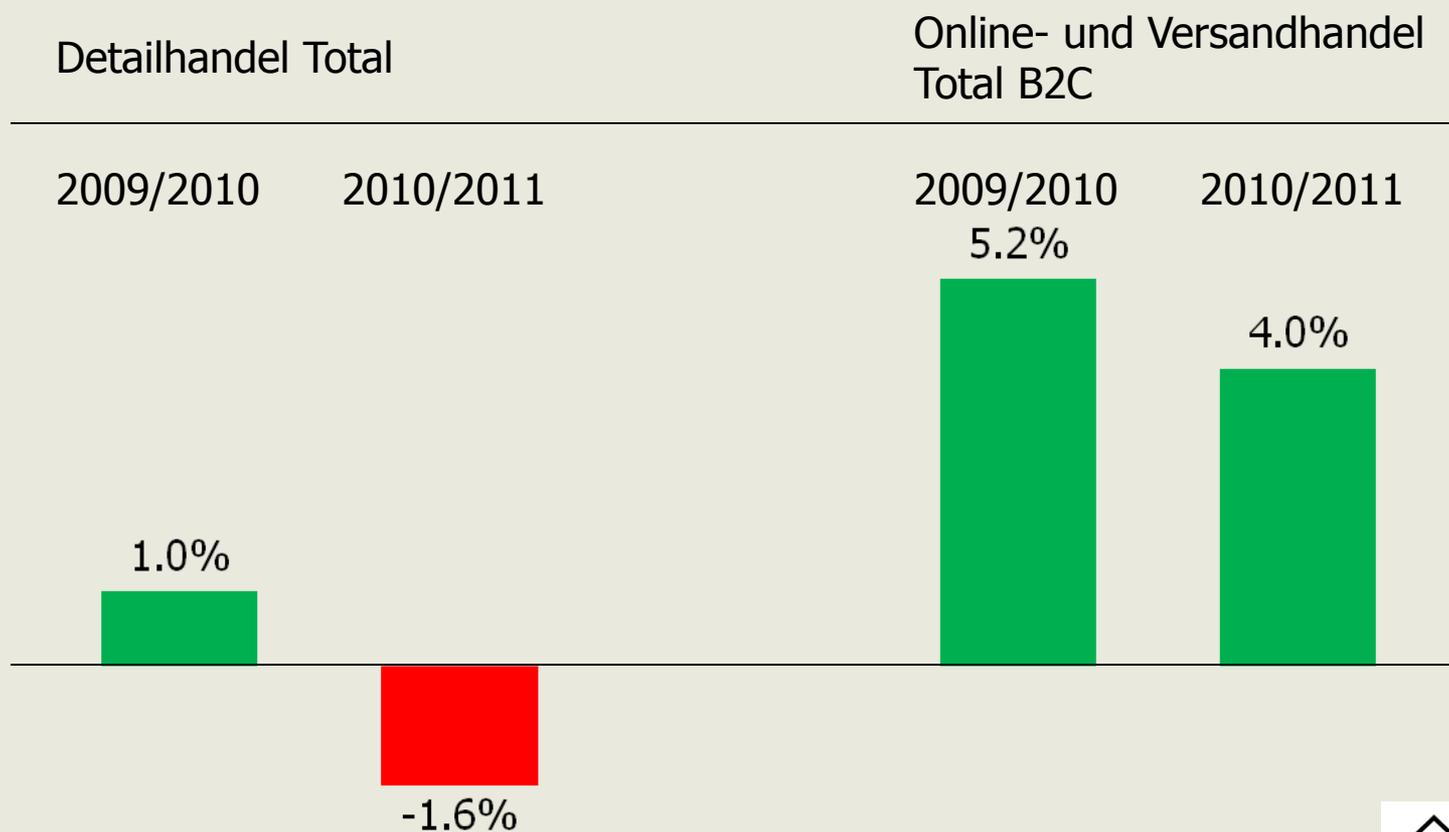
8



Online- und Versandhandel wachsen schneller als der übrige Detailhandel

9

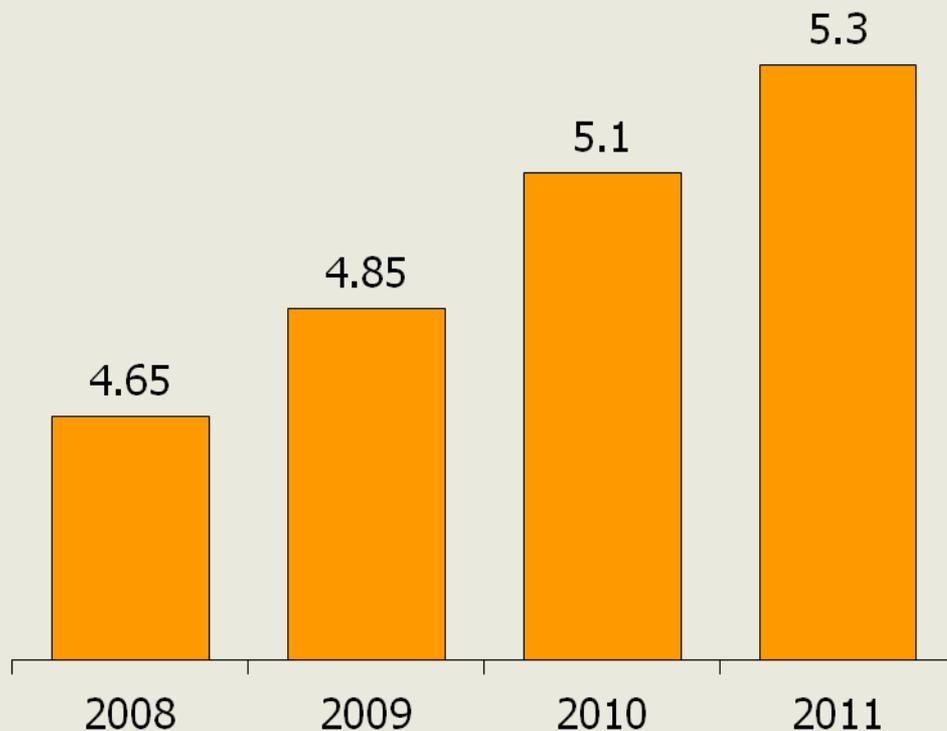
Veränderungen in Prozent



Entwicklung Marktvolumen Online- und Versandhandel 2008 - 2011

10

■ Umsatz in Mrd CHF



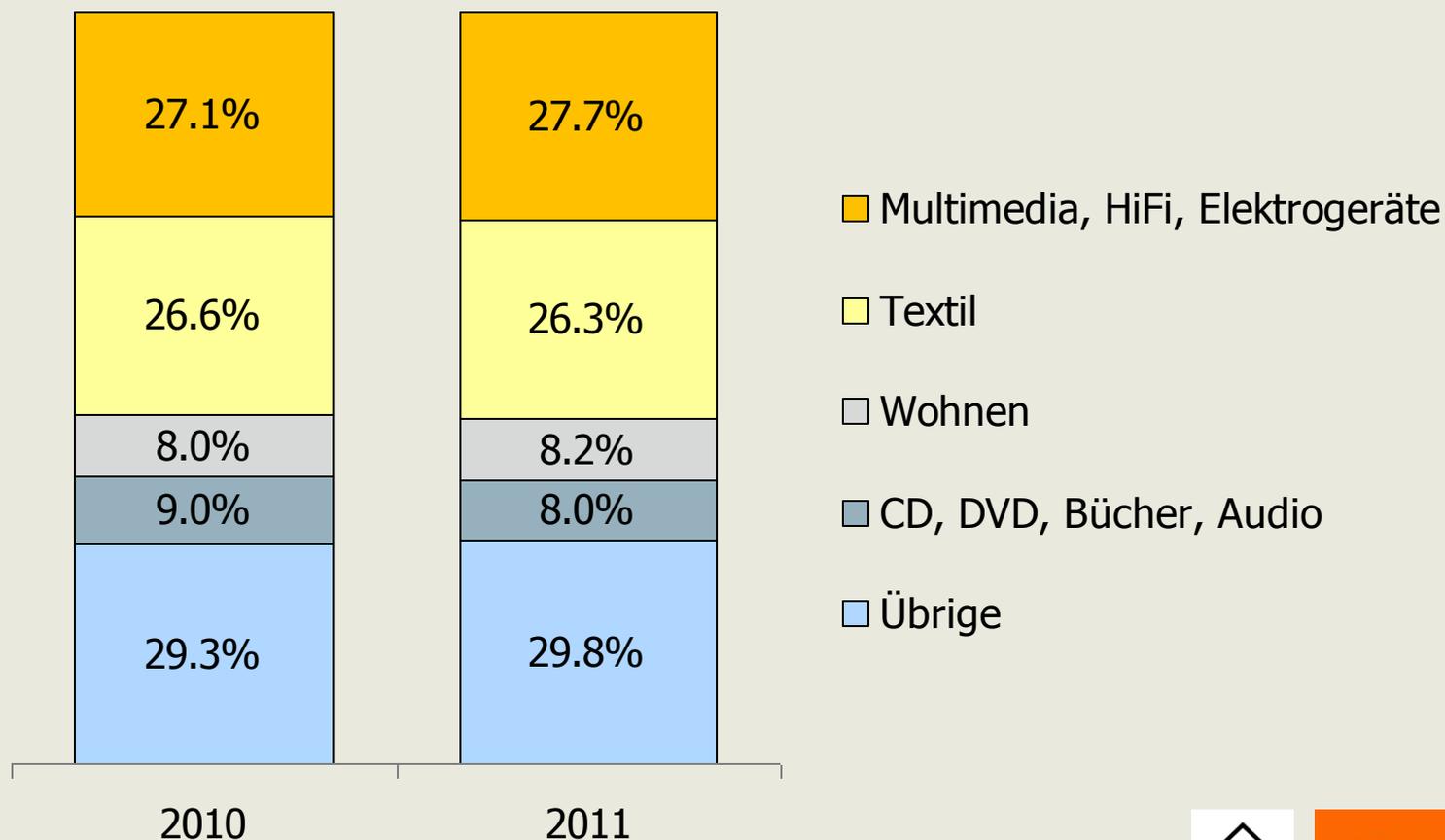
- Online- und Versandhandelsmarkt wächst 2011 total **um 4.0 %** oder **200 Mio CHF**
- **Online-Bestellwert 2011 ca. 4.2 Mrd CHF (VJ: 3.8 Mrd CHF)**
- **Online- und Versandhandel wächst stärker als der gesamte Detailhandel**

**GfK**

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

11

wertmässige Anteile in %



Basis: B2C –Volumen von 3.9 Mrd CHF ohne C2C und Auslandseinkäufe



Detailhandel Schweiz

Zusammenfassung

Der Schweizer Detailhandel erlitt - vor allem im 2. Halbjahr 2011– den massivsten Einbruch seit Jahrzehnten

Die wichtigsten Gründe

- Das Vorjahr 2010 war in vielen Branchen ein Superjahr - vermehrte Einkäufe der Händler
- Unruhe auf den Finanzmärkten - Tiefpunkt im August 2011: Euro 1:1 zu CHF
- verstärkter Einkaufstourismus, begleitet von grossem Medienkampagnen
- Verunsicherung der Konsumenten – reagieren mit Kaufzurückhaltung
- sehr warmer Herbst – bis Dezember keinen Schnee – auch nicht in den Bergen

Online- und Versandhandel Schweiz

Zusammenfassung

Der Schweizer Online- und Versandhandel hat sich im 2011 gut behauptet und 4 Prozent mehr Umsatz erzielt:

- In der Schweiz gibt es wenige grosse Internet Pure Player, aber sehr viele kleine Internet-Händler
- etablierte Händler steigen vermehrt in den Online-Handel ein, weitere wie H&M oder C&A werden früher oder später folgen
- Unterscheidung von online, offline, mobile etc. wird immer fließender und damit irrelevant: Zukunft: „no line“
- Online wird zur Normalität – ist ein zusätzlicher Absatzkanal = Cross-Channel
- Einkaufstourismus ist auch am Schweizer Online- und Versandhandel nicht spurlos vorüber gegangen - Online kennt keine Grenzen!

3. Fokusbefragung VSV-Mitglieder



Erhebungsmethode

15

Universum: alle Mitglieder des Verbandes des Schweizerischen Versandhandels
105 Fragebogen wurden von B2C und B2B Versendern ausgefüllt

Methode: Online – Befragung

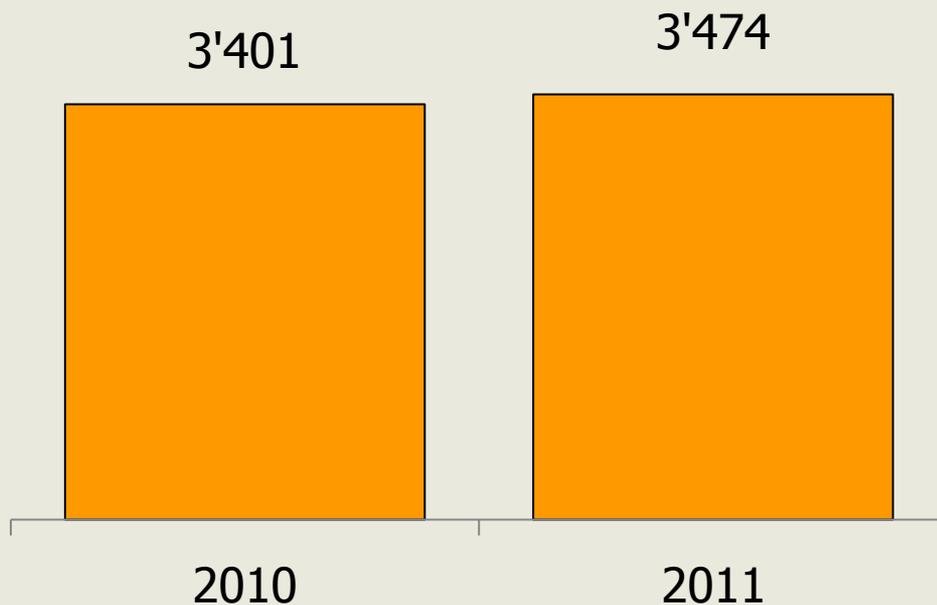
Zeitpunkt: Januar / Februar 2012 für die Resultate der Jahre 2010 / 2011

**GfK**

Umsatzentwicklung der VSV-Mitglieder B2C und B2B

16

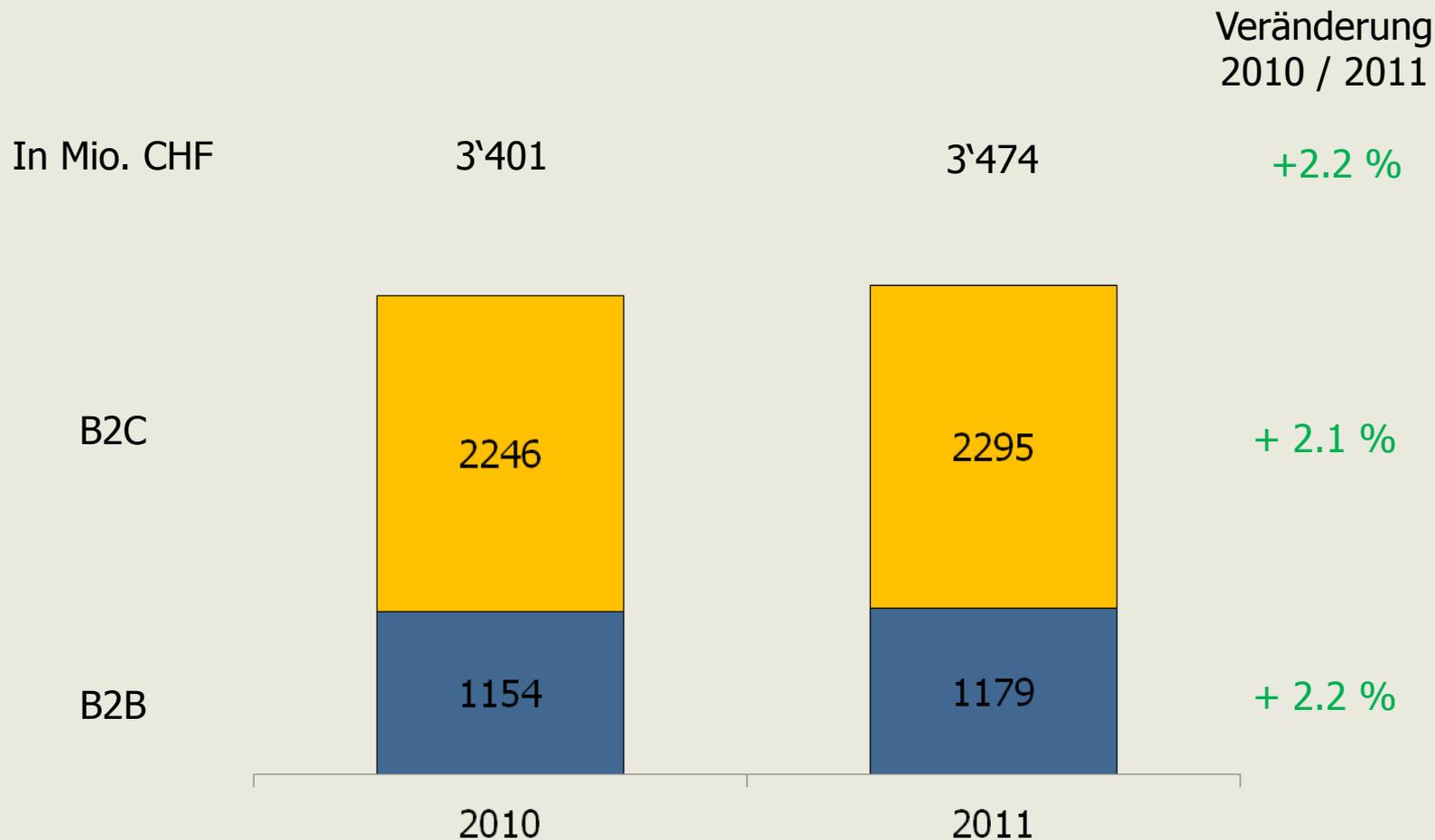
Veränderung
2010 / 2011



+ 2.2 %



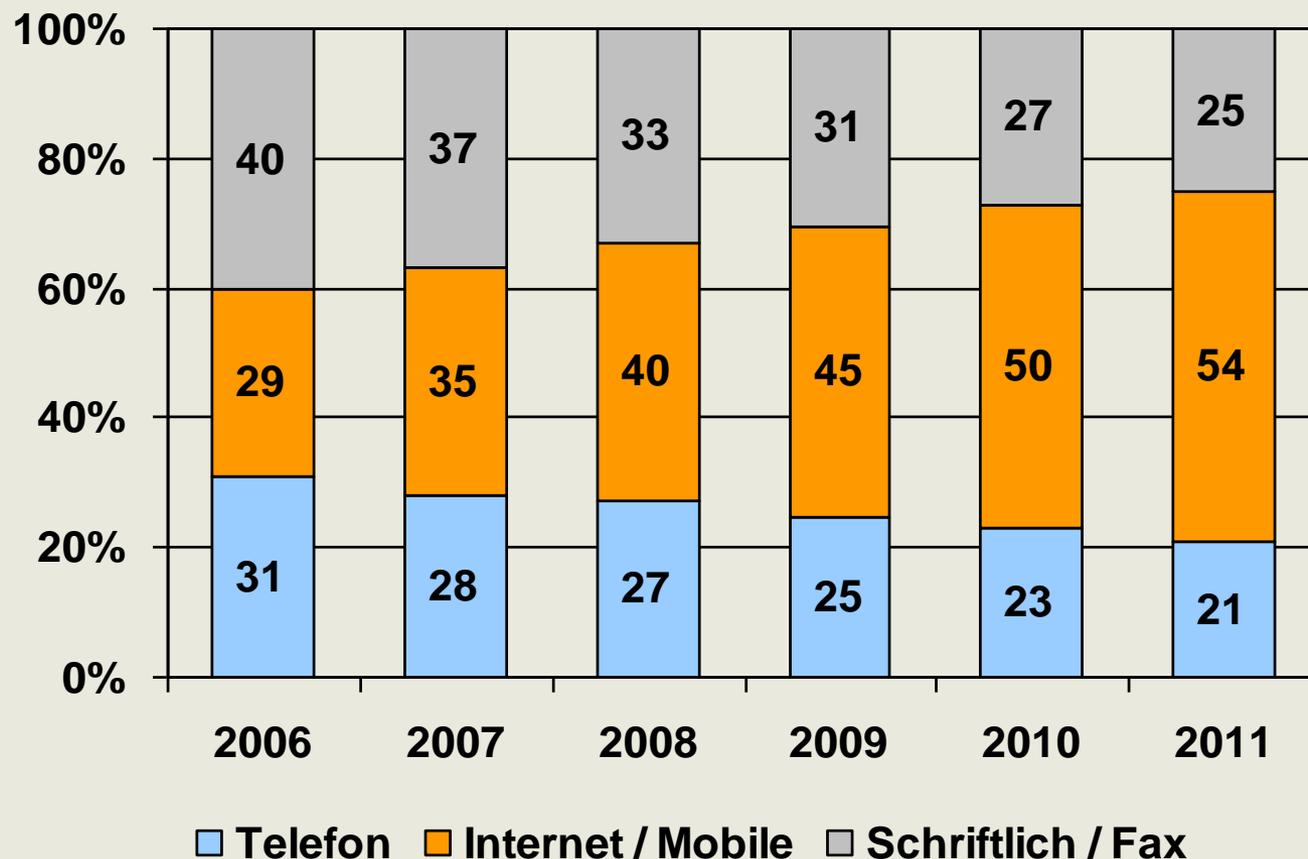
Umsatzentwicklung der VSV-Mitglieder B2C und B2B



B2C Bestellstruktur im Schweizer Online- und Versandhandel

18

Bestellverteilung B2C in %



Veränderung
2010 / 2011

- 8 %

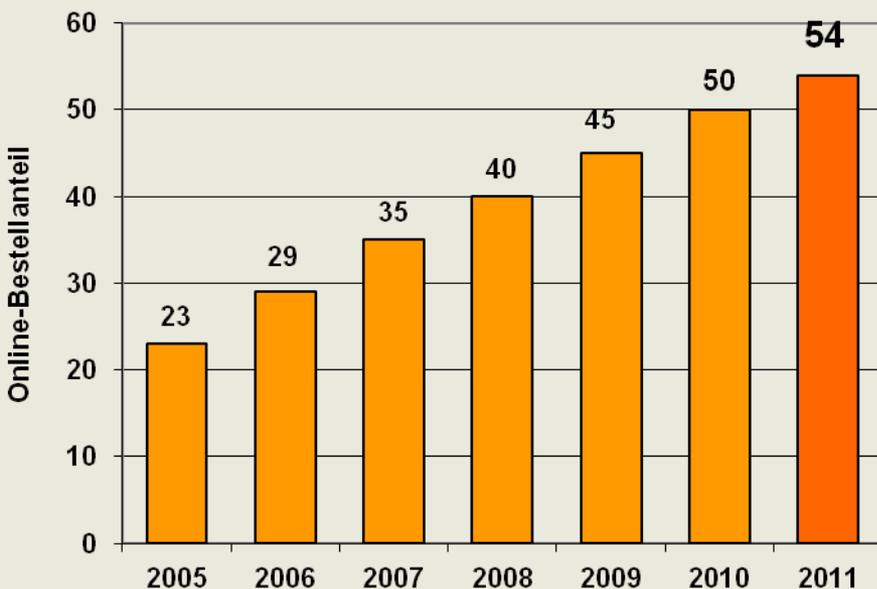
+ 8 %

- 9 %

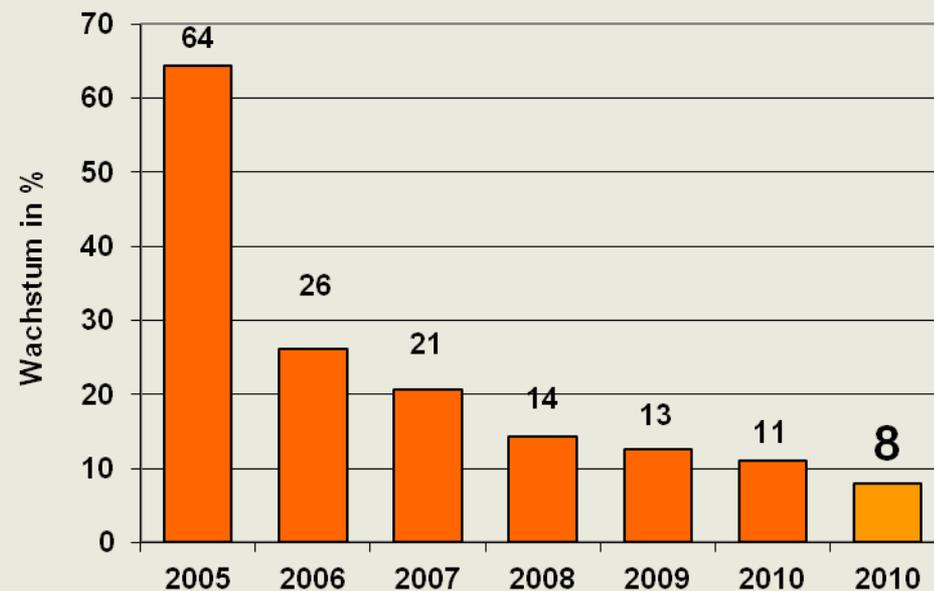
B2C Online-Entwicklung VSV - Mitglieder

19

Online Bestelleingang B2C in %



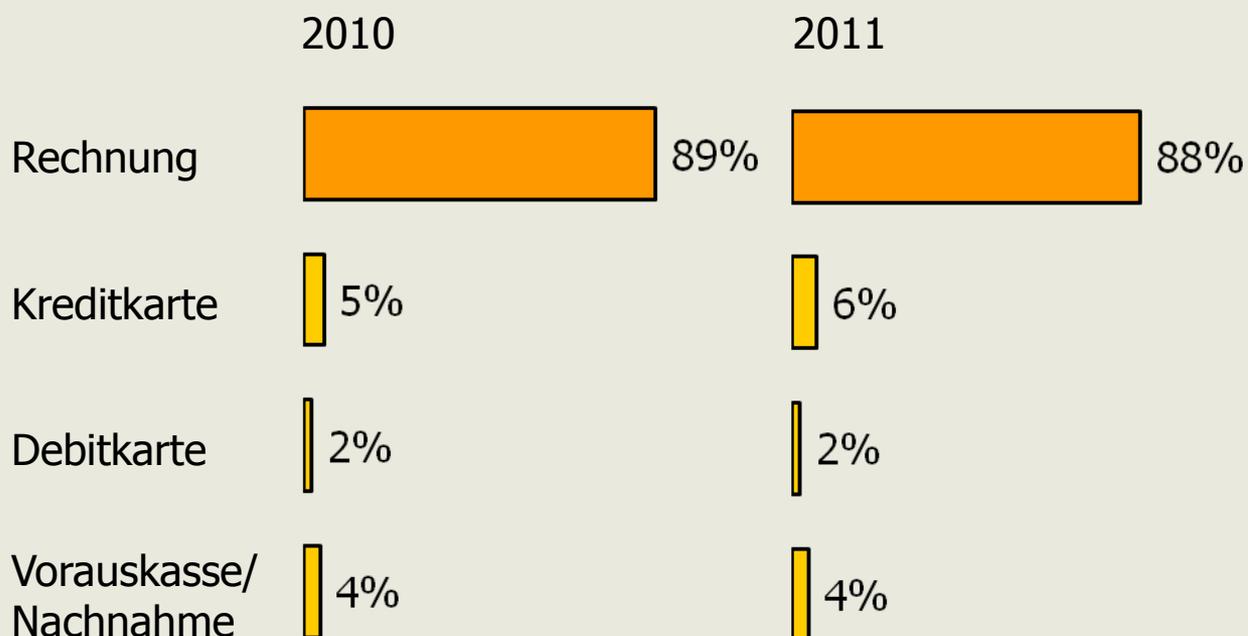
Wachstum Online B2C pro Jahr in %



B2C Zahlungsmittel

20

Bezahlung mittels ... in Prozent



- Konsumenten bevorzugen Bezahlung gegen Rechnung

- Kreditkarte/PayPal legen leicht zu

- Debitkarte im Gegensatz zum Ausland immer noch schwach

Basis: 79 Firmen



4. Ausblick – Trends – Erwartungen



Thesen aus dem Vorjahr

22

- Anteil Internetbestellungen wächst nochmals knapp 2-stellig ✓
- Print-Mailing Volumen bleibt stabil ✓
- stationär goes online – weitere Markteintritte von „Schwergewichten“ ✓
- Auktionen stagnieren ✓
- Händler mit Cross-Channel-Angeboten wachsen stärker als der Markt ?
- Reine Online-Händler nutzen vermehrt herkömmliche Kommunikationskanäle ✓
- Inflation der Bewertungsportale ?
- Übernahmen/Fusionen von reinen Online-Anbietern ✓



Erwartungen 2012

23

- Anteil Internetbestellungen wächst rund 8 - 9 %
- Textil stagniert – Heimelektronik / IT wächst weiter, Möbel mit Potential
- Tendenz zur Grösse oder absoluter Nische
- Clubshopping/Auktionshäuser werden zum „normalen“ Online-Versandhandel
- Geschwindigkeit und Service über Preis
 - Lieferfähigkeit als Entscheidungskriterium steht über dem Preis
 - Logistik wird als Kernkompetenz anerkannt und ausgebaut
- wenige etablierte stationäre Händler nutzen die Chance des Onlinehandels, halbherzige Versuche werden weiter beobachtet werden können
- C&A, H&M, Saturn etc. stehen in den Startlöchern



Herzlichen Dank

