

ONLINE- UND VERSANDHANDELSMARKT SCHWEIZ 2016

Patrick Kessler
VSV

Thomas Hochreutener
GfK Switzerland AG

Jens Windel
Media Focus Schweiz GmbH

Zürich, 1. März 2017

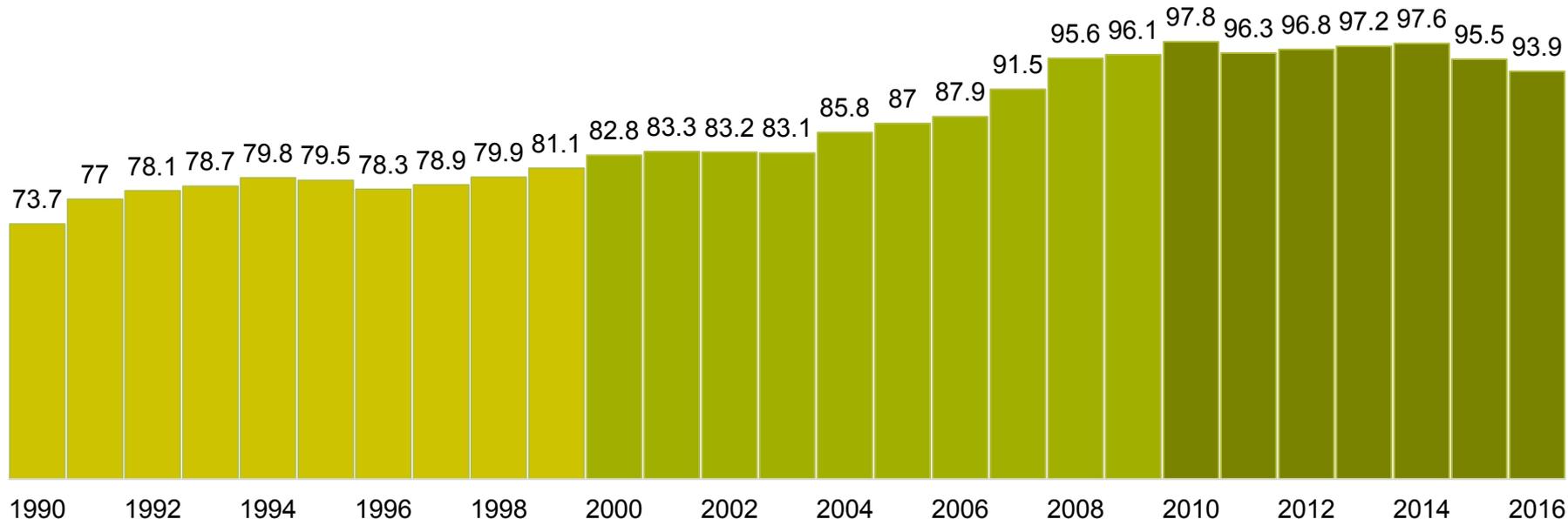
Detailhandel Schweiz 1990–2016

Umsatzentwicklung in Mrd. CHF

Ø jährliches Wachstum
1990-1999
0.7%

Ø jährliches Wachstum
2000-2009
1.3%

Ø jährliches Wachstum
2010-2016
- 0.6%

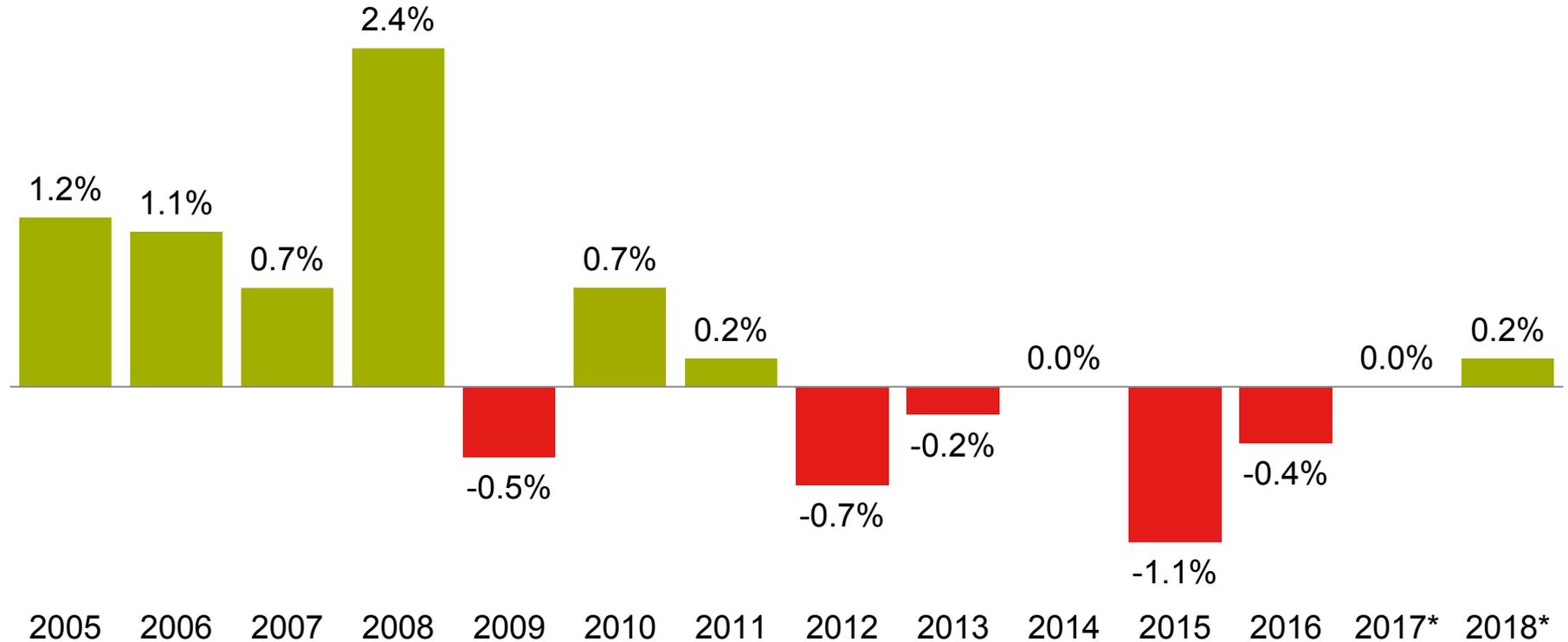


Quelle: BAK Basel, Stand Februar 2017

© GfK 2017 | Online- und Versandhandelsmarkt Schweiz 2016 | 1. März 2017

Landesindex der Konsumentenpreise

Veränderung zum Vorjahr in %



Quelle/Prognose*: Bundesamt für Statistik, Stand Februar 2017

© GfK 2017 | Online- und Versandhandelsmarkt Schweiz 2016 | 1. März 2017

Erhebungsmethode

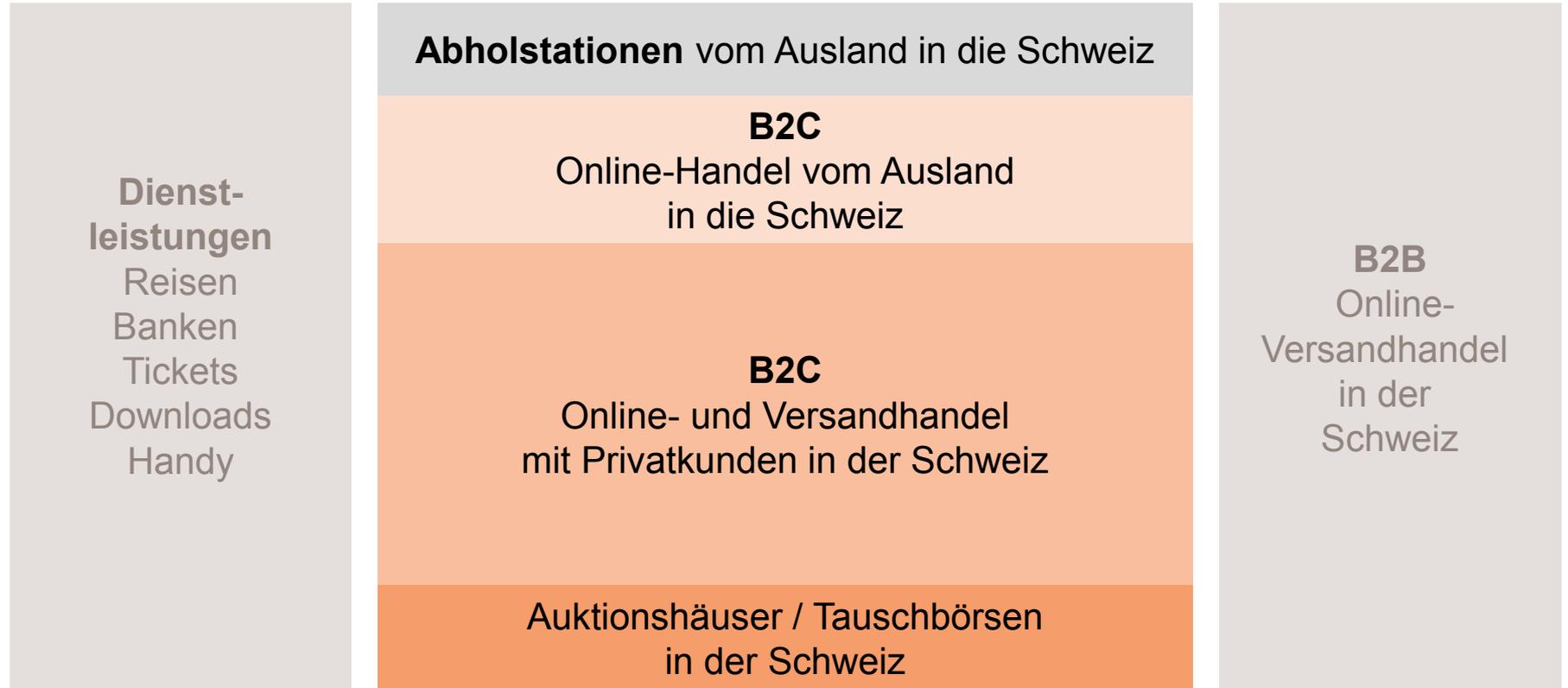
- Universum** Alle Mitglieder des Verbandes des Schweizerischen Versandhandels sowie weitere Online- und Versandhändler. Total wurden die Daten von 315 Firmen integriert. Grosse Onlinehändler, die keine Daten publizieren, wurden vom VSV und GfK geschätzt.
- Methode** Onlinebefragung
- Zeitpunkt** Erhebung im Januar / Februar 2017 für die Resultate der Jahre 2015 / 2016



Definition des Marktes

- Analysiert wurde der Markt „**Online- Versandhandel mit Waren**“ 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, Software 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 2015 und 2016. Vergleiche mit den Vorjahren sind nur bedingt möglich, da sich die Datenbasis teilweise geändert hat

Schematische Definition des Marktes



Marktvolumen 2016

Online-Versandhandel

Abholstationen vom Ausland in die Schweiz

250 Mio. CHF*

B2C

Online-Handel vom Ausland
in die Schweiz

1 300 Mio. CHF

B2C

Online-Versandhandel
mit Privatkunden in der Schweiz

5 750 Mio. CHF

Auktionshäuser / Tauschbörsen / Marktplätze
in der Schweiz

750 Mio. CHF



*Quelle «IGHDS-Studie Auslandeinkäufe 2015»

Marktvolumen 2016

Online- und Versandhandel

250 Mio. CHF* Abholstationen vom Ausland

7.8 (VJ 7.2)

Mrd. CHF

B2C und C2C

Dienstleistungen

Reisen

Banken

Tickets

Downloads

Handy

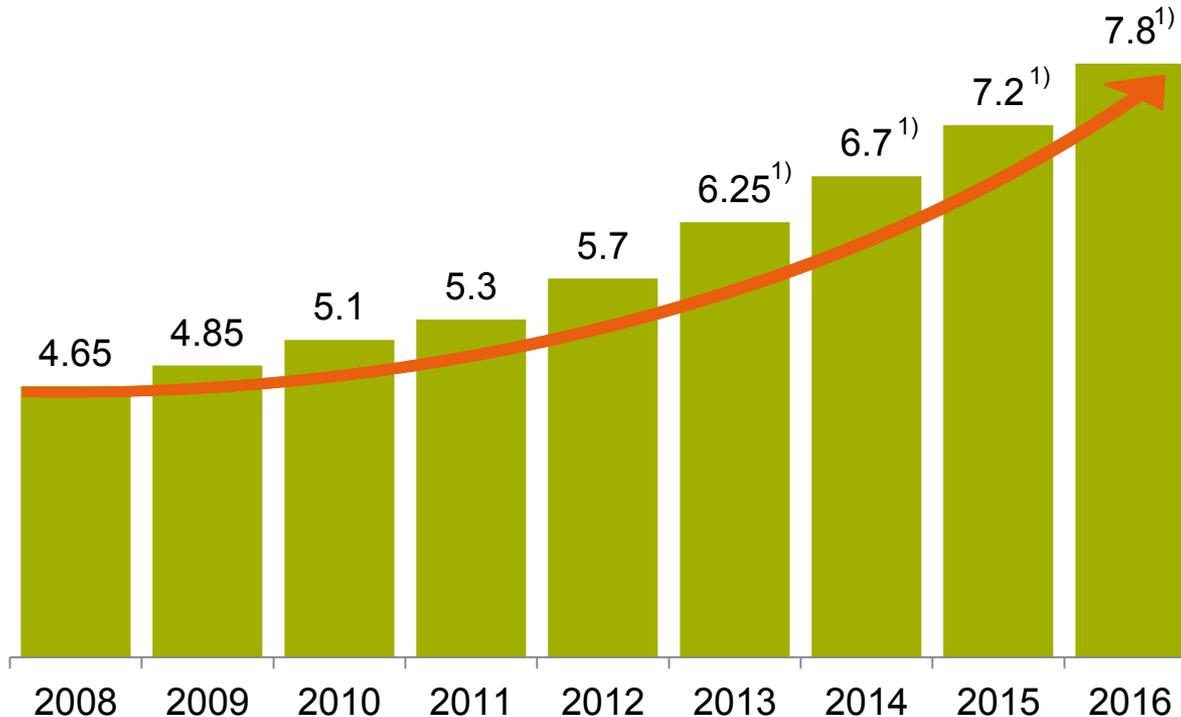
B2B
Online-
Versandhandel
in der
Schweiz

*Quelle «IGHDS-Studie Auslandeinkäufe 2015»

Entwicklung Marktvolumen

Online- und Versandhandel 2008 – 2016

Umsatz in Mrd. CHF

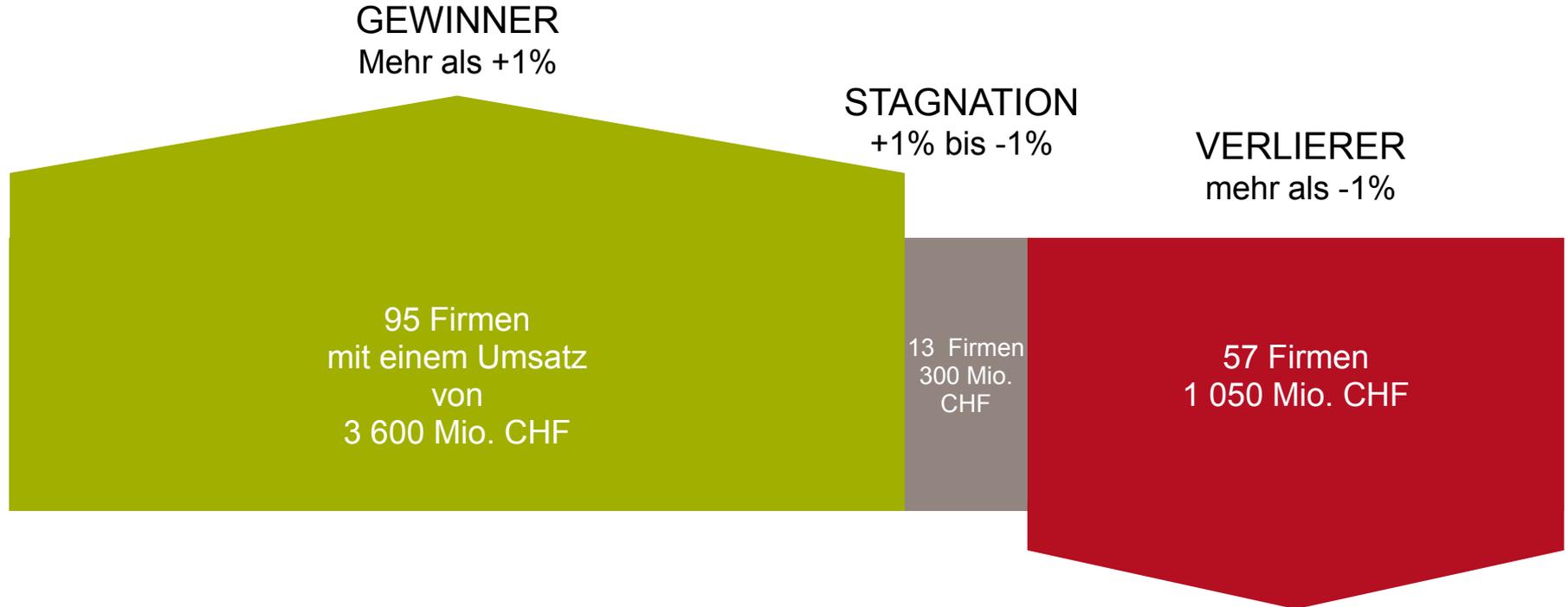


- Online-Versandhandel wächst 2016 Total **8.3%** oder **600 Mio. CHF** (ohne Abholstationen)¹⁾
- Direkter Cross Border Einkauf hat sich seit 2012 verdoppelt. Wachstumstreiber dabei ist CHINA. Wachstum 2016 um **18%**.

1) **Wichtig:** Abholstationen im benachbarten Ausland im 2013 von 200 Mio. CHF und 250 Mio. CHF im 2015 resp. 2016 wurden in dieser Grafik nicht berücksichtigt.

Gewinner und Verlierer 2016

Gewinn/Verlust in Volumen und %

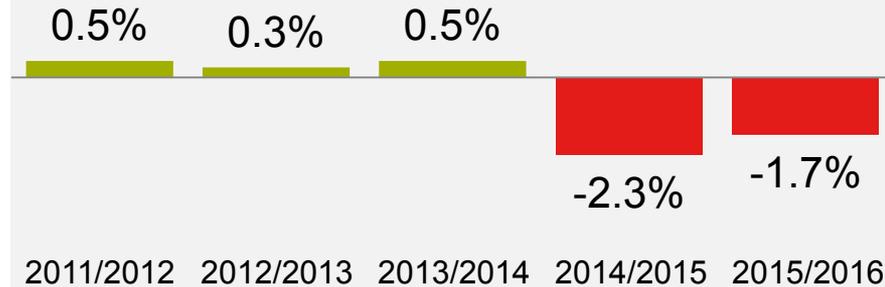


Online- und Versandhandel

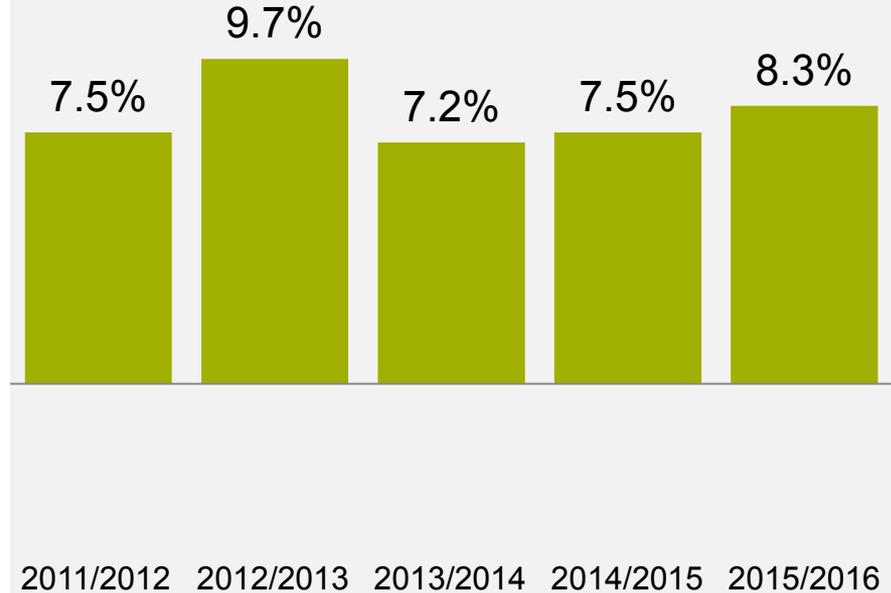
wachsen schneller als der übrige Detailhandel Schweiz

Veränderungen in Prozent

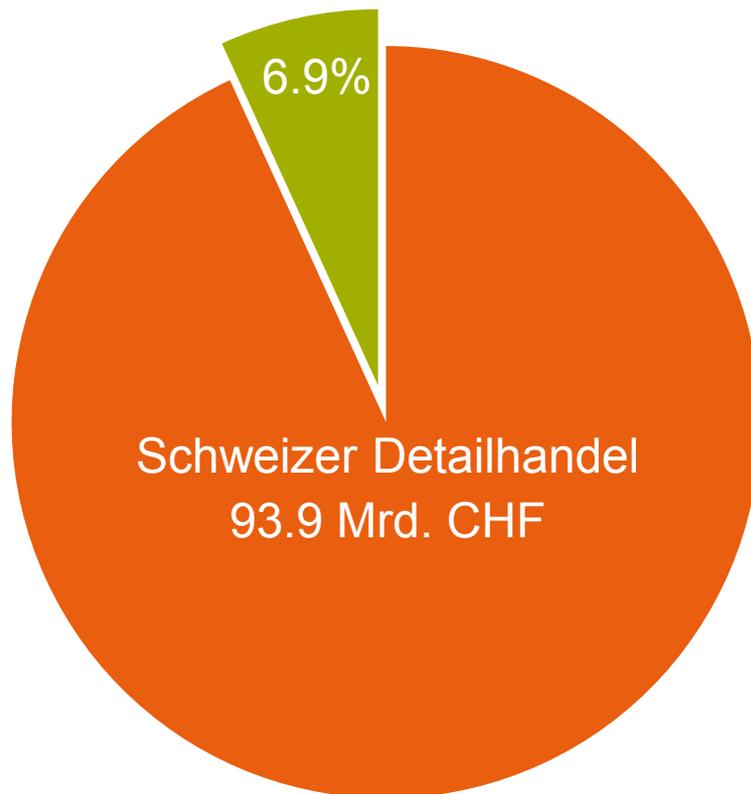
Detailhandel Schweiz Total



Online- und Versandhandel Total



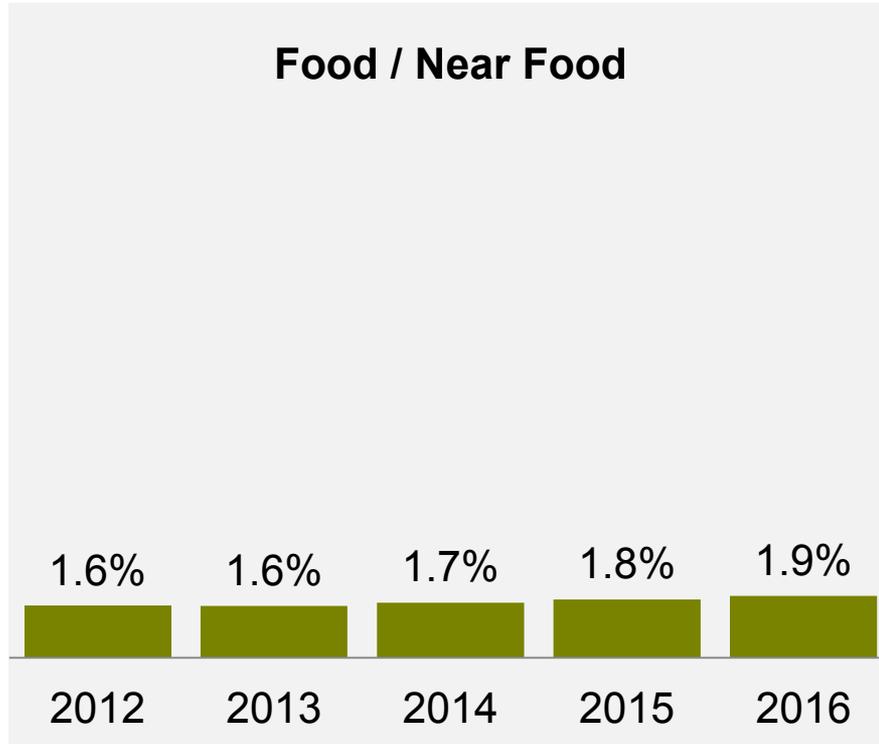
Wertmässiger Anteil am gesamten Schweizer Detailhandel – Jahr 2016



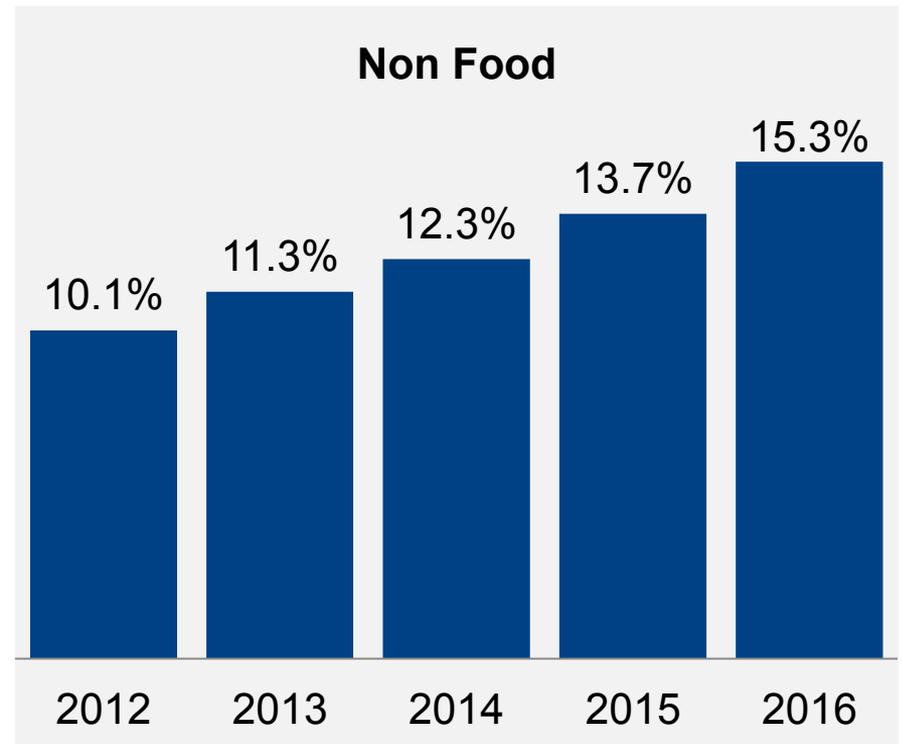
+ 1.3 Mrd. CHF Einkäufe der Schweizer im ausländischen Onlinehandel

Wertmässige Anteile des Online-Versandhandels am Schweizer Detailhandel

Food / Near Food

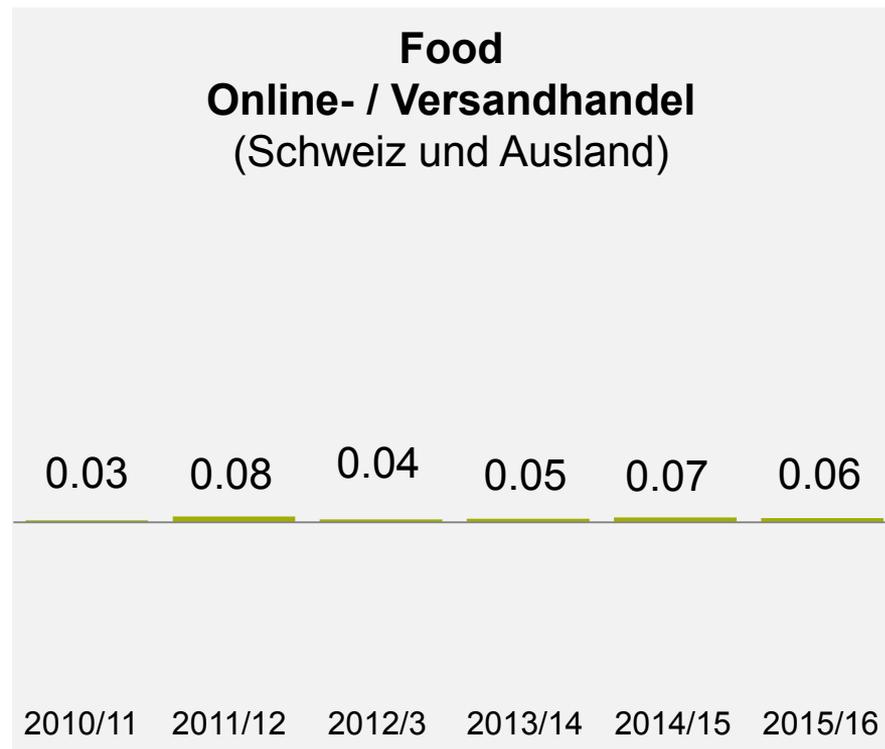
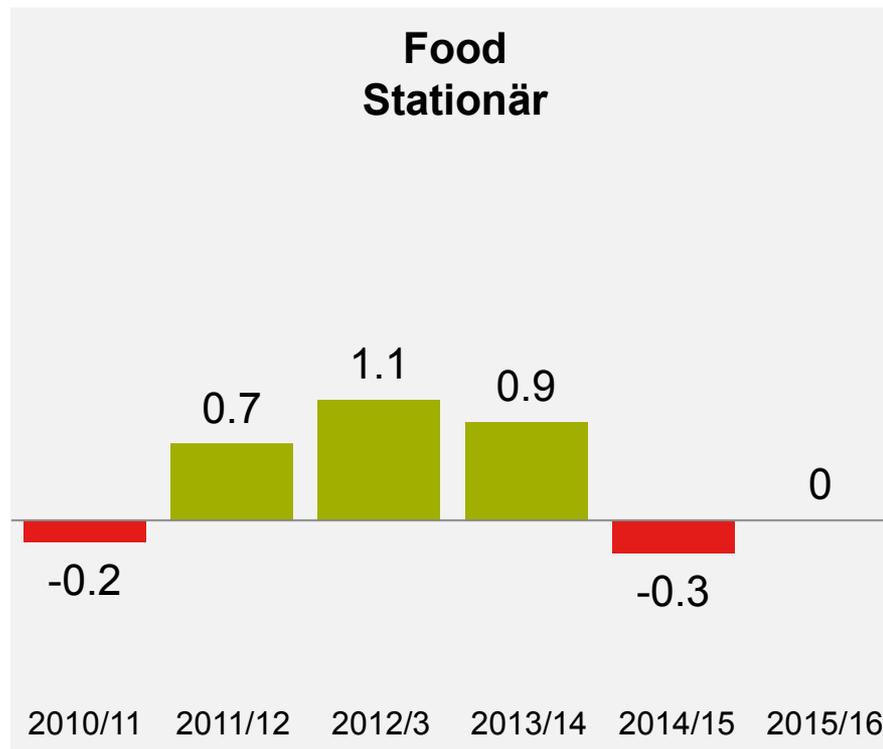


Non Food



Food: Online- / Versandhandel wächst langsam

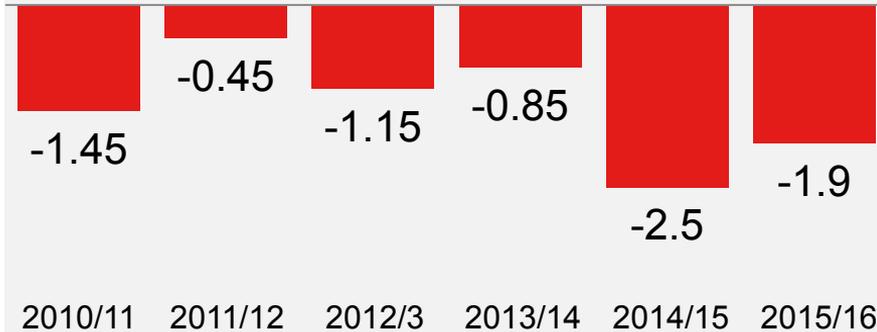
Veränderung der Umsätze 2010 – 2016 in Mrd. CHF



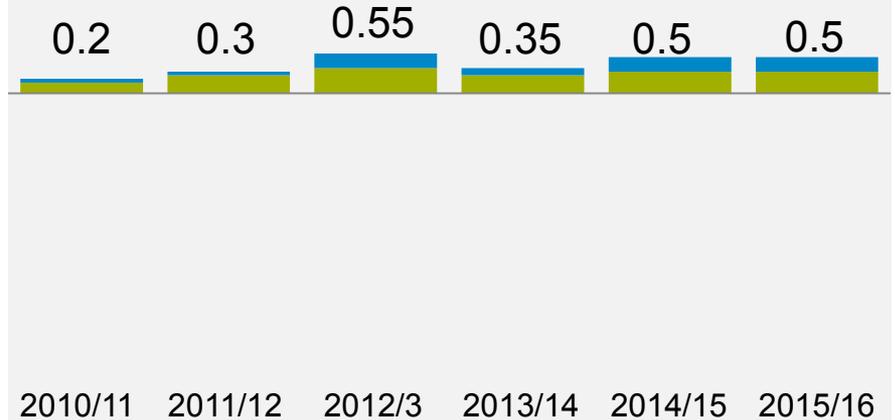
NonFood: Online- / Versandhandel wächst

Veränderung der Umsätze 2010 – 2016 in Mrd CHF

NonFood Stationär

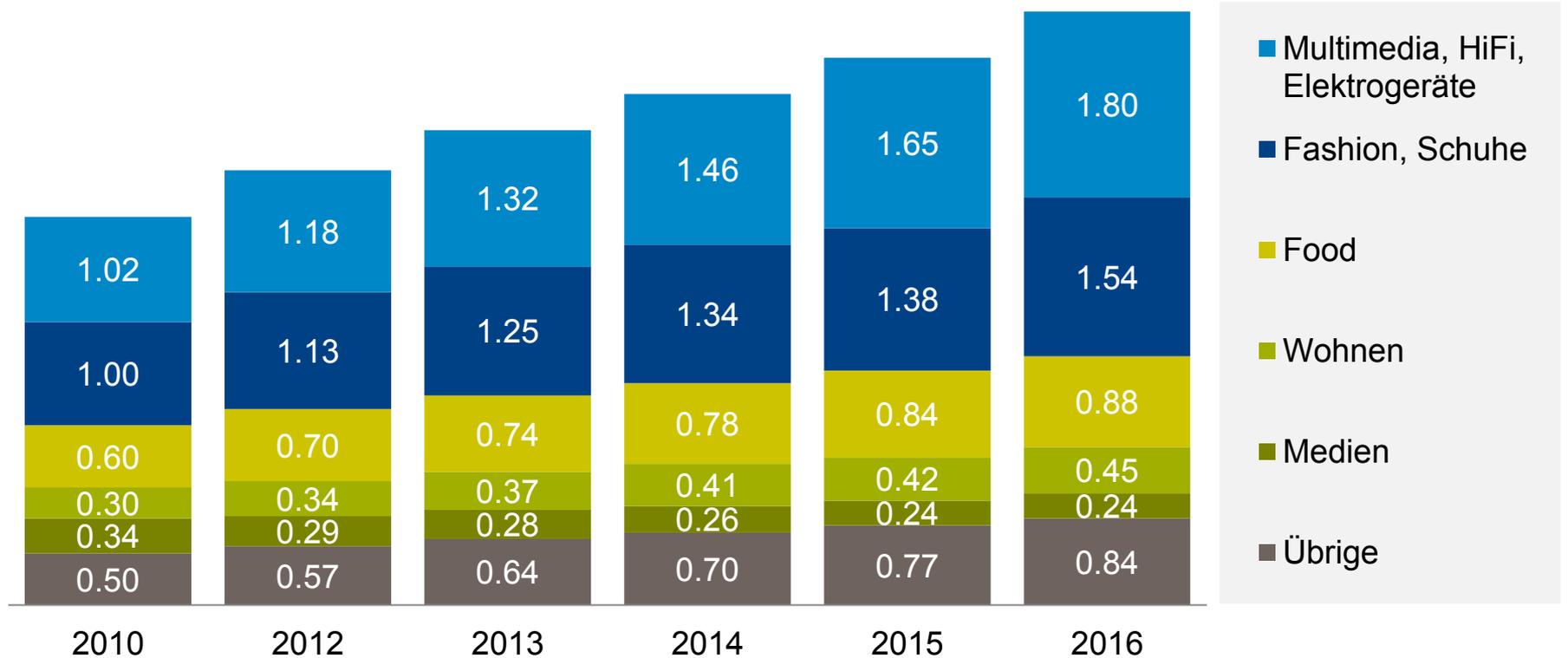


NonFood Online- / Versandhandel (Schweiz und Ausland)



Gesamtmarkt nach Sortimenten (B2C) im Schweizer Online-Versandhandel

Wertmässige Anteile in Milliarden CHF



Basis: B2C – Volumen von 5.75 Mrd. CHF ohne C2C und Auslandseinkäufe (Jahr 2016)

© GfK 2017 | Online- und Versandhandelmarkt Schweiz 2016 | 1. März 2017

Heimelektronik*

Wertmässige Onlineanteile am Gesamtmarkt Schweiz in Prozent



*Consumer Electronics, IT/Office Equipment, Telecom, Foto, Haushalt-Kleingeräte, Multi Technical Goods

Quelle: Handelspanels GfK Switzerland

© GfK 2017 | Online- und Versandhandelmarkt Schweiz 2016 | 1. März 2017

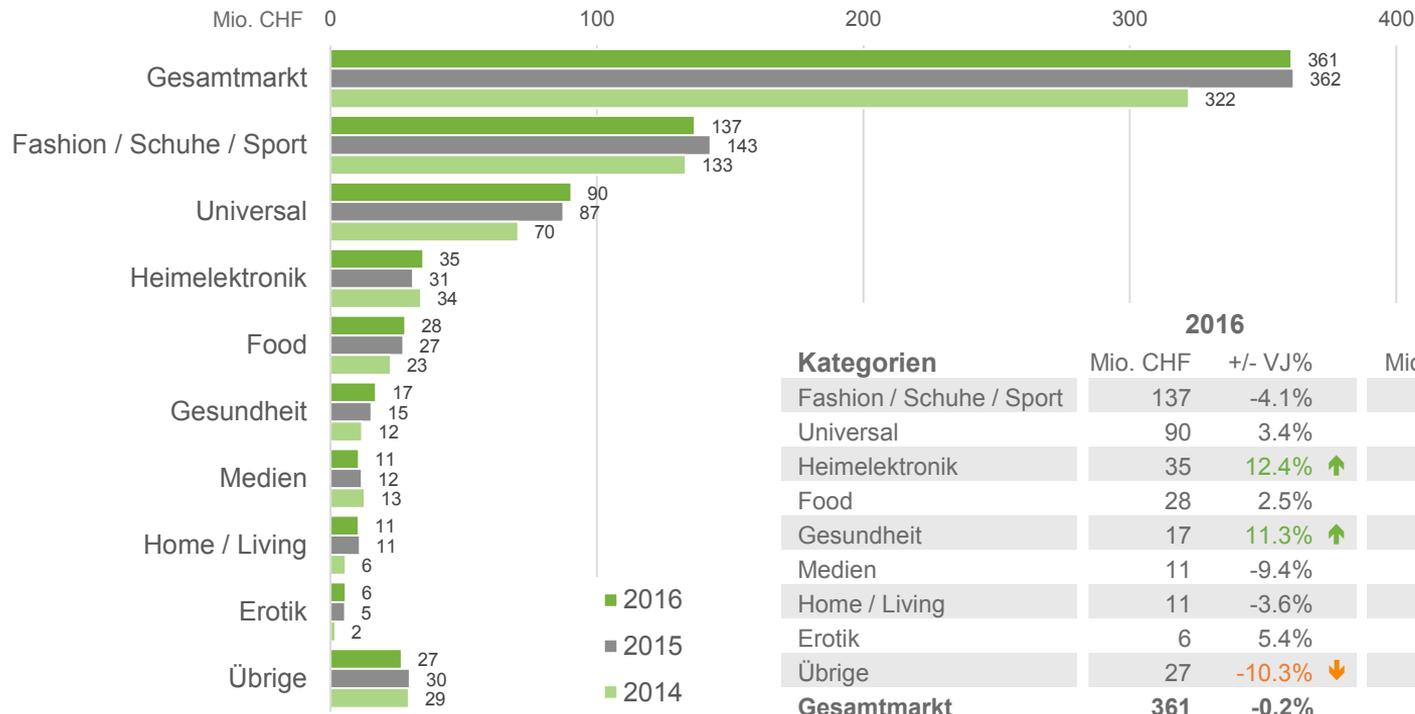
WERBEPRÄSENZ

Methodik

Erhebungsart	Universen			Erfassungslücken		
➤ Sichterfassung	Abdeckung / Lieferanten			Reichweite	Print	long tail
	- Print	Print	450 Titel	90%	TV	long tail
	- TV	TV	28 Sender	90%	Internet Display	Transparenz
➤ Datenlieferungen	Internet	34 Lieferanten	75%	Programmatic buying		
	- Plakat und Sichterfassung	Plakat	Mehrere Lieferanten	90%	Internet Search	long tail
	- Radio und Hörerfassung	Radio	18 Sender	80%	Internet Affiliate	Relevanz
	- Internet und Sichterfassung	Kino	1 Lieferant	100%	Internet Bewegtbild	Fehlende Datenlieferung
	- TV-Referenzdaten zur Qualitätssicherung	Direct Mailing nur für dieses Projekt			Radio Westschweiz	Kooperation
	- Kino und Sichterfassung					
➤ Crawling / Parsingtechnologie						
	- Internet Search					
- Internet Display Kreationen						

Entwicklung Gesamtmarkt

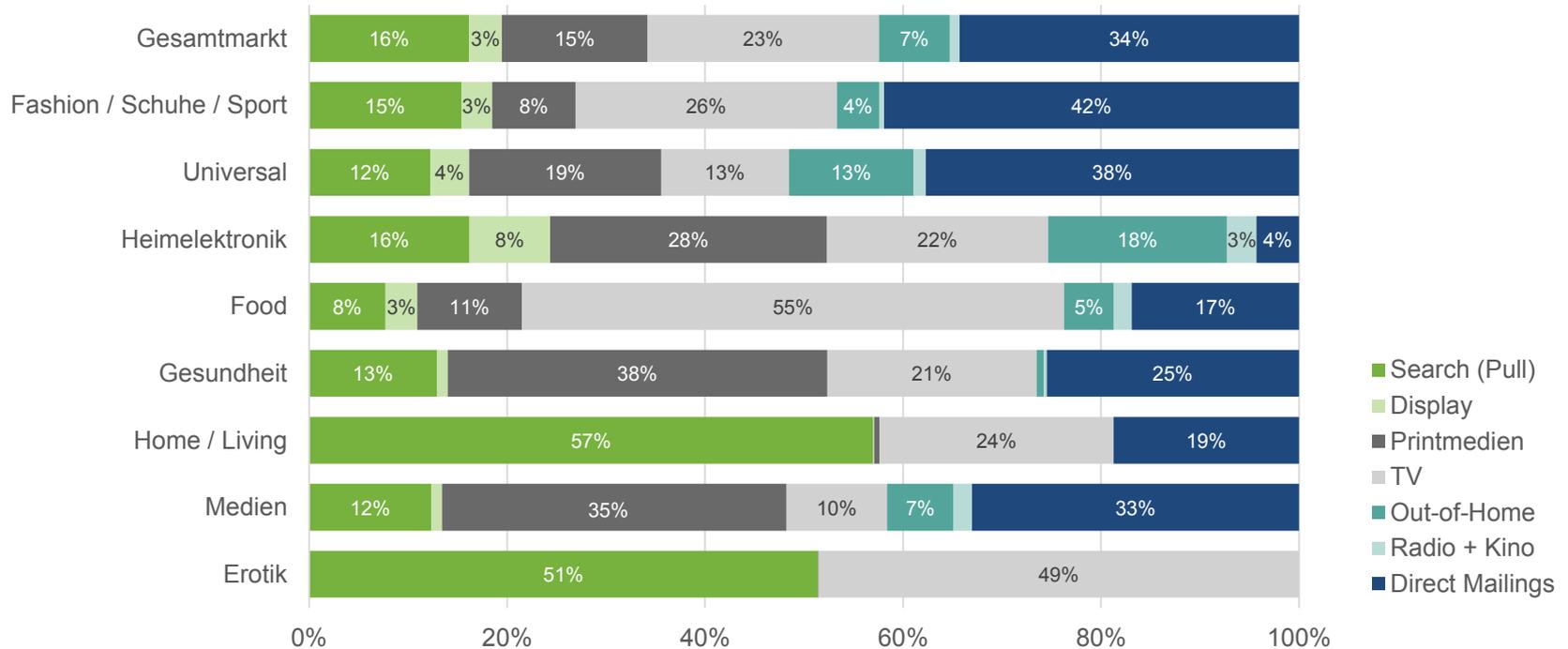
Online-Versandhandelsmarkt Schweiz



Kategorien	2016		2015		2014
	Mio. CHF	+/- VJ%	Mio. CHF	+/- VJ%	Mio. CHF
Fashion / Schuhe / Sport	137	-4.1%	143	7.0%	133
Universal	90	3.4%	87	24.0% ↑	70
Heimelektronik	35	12.4% ↑	31	-8.8%	34
Food	28	2.5%	27	21.1% ↑	23
Gesundheit	17	11.3% ↑	15	29.4% ↑	12
Medien	11	-9.4%	12	-9.2%	13
Home / Living	11	-3.6%	11	91.4% ↑	6
Erotik	6	5.4%	5	193.8% ↑	2
Übrige	27	-10.3% ↓	30	1.3%	29
Gesamtmarkt	361	-0.2%	362	12.3% ↑	322

Media Mix

Online-Versandhandelsmarkt Schweiz 2016

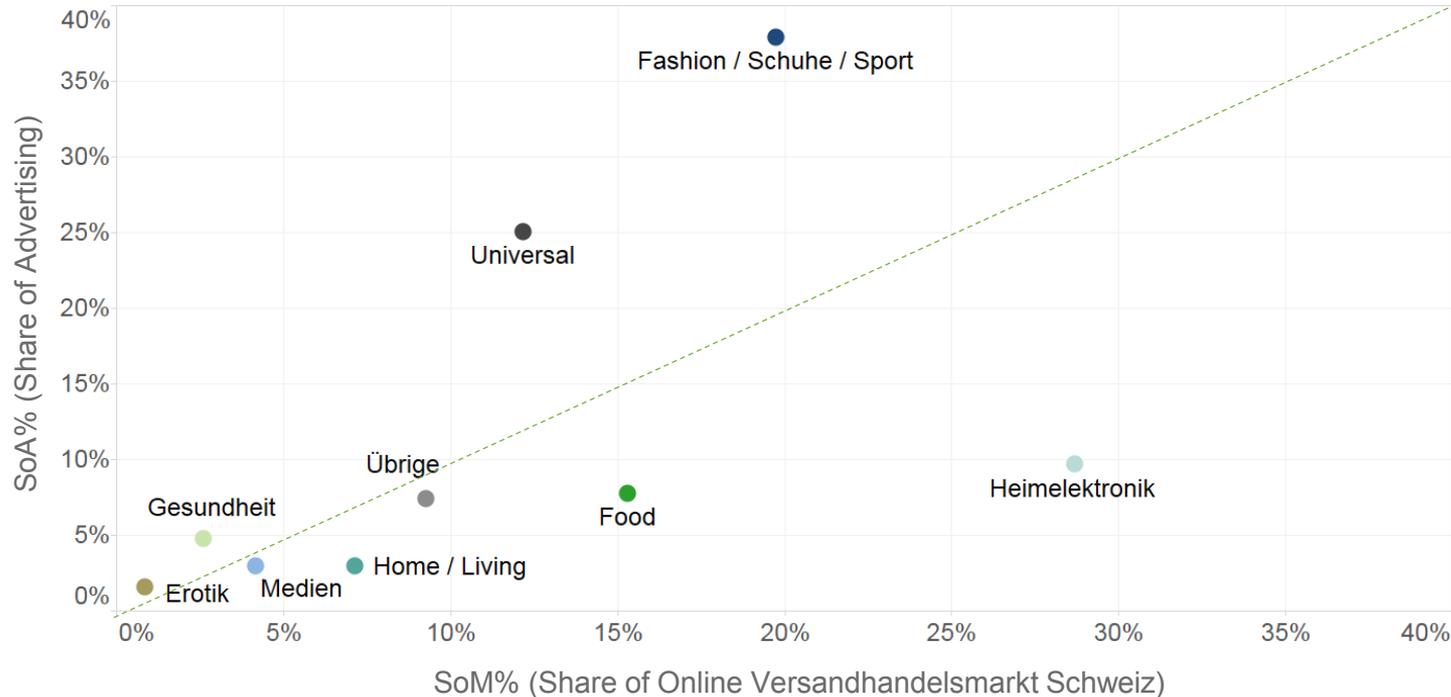


Quelle: Media Focus Schweiz GmbH; Basis: n = 266 Firmen (Online-Versandhandelsmarkt Schweiz)

© GfK 2017 | Online- und Versandhandelsmarkt Schweiz 2016 | 1. März 2017

Aggressivitätsindex

Online-Versandhandelsmarkt Schweiz 2016



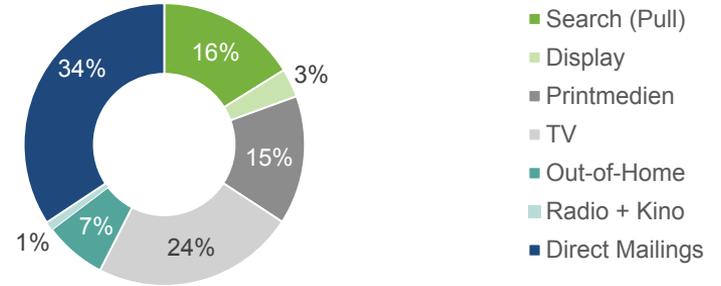
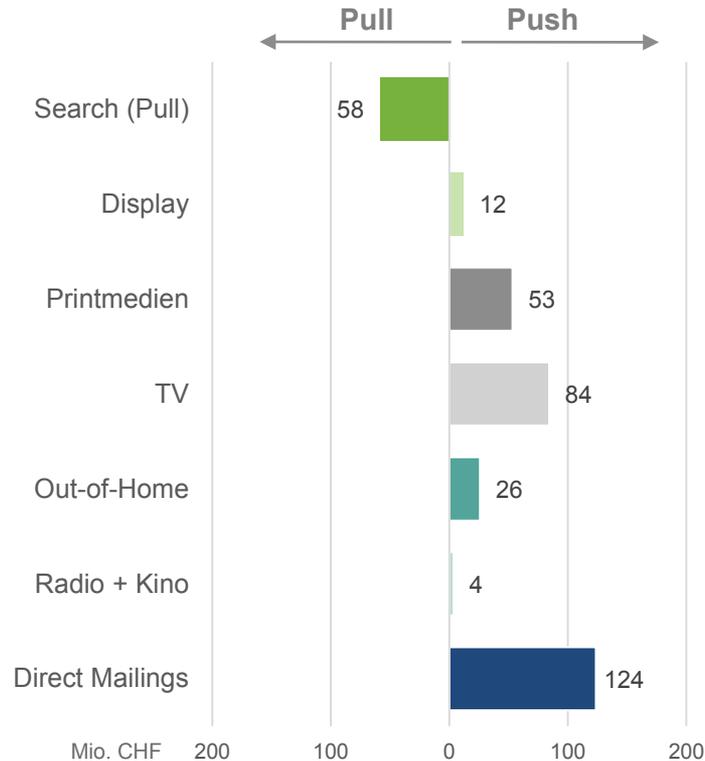
Aggressivitätsindex

SoA% / SoM%

Branchen oberhalb der grünen Linie (1:1 Parität) haben, gemessen an ihren Marktanteilen, ein über-durchschnittlich aggressives Werbeverhalten. Branchen unterhalb der grünen Linie haben ein defensives Werbeverhalten.

Werbepräsenz

Media Mix: Gesamtmarkt



Mediengruppe	2016		2015		2014
	Mio. CHF	+/- VJ%	Mio. CHF	+/- VJ%	Mio. CHF
Search	58	-4.4%	61	13.6% ↑	54
Display	12	-20.5% ↓	15	6.7%	14
Printmedien	53	-16.2% ↓	63	10.3% ↑	58
TV	84	23.7% ↑	68	49.3% ↑	46
Out-of-Home	26	59.3% ↑	16	81.1% ↑	9
Radio + Kino	4	47.9% ↑	2	-17.8% ↓	3
Direct Mailings	124	-8.7%	135	-2.8%	139
Gesamt	361	-0.2%	362	12.3% ↑	322

Exkurs: Marktplätze

Competitors

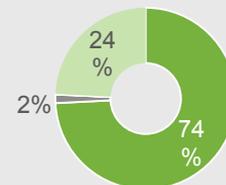
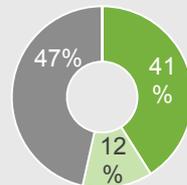
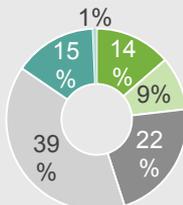
siroop

ricardo.ch

amazon

	2016		2015		2016		2015		2016		2015	
	TCHF	+/- VJ%	TCHF	+/- VJ%	TCHF	+/- VJ%	TCHF	+/- VJ%	TCHF	+/- VJ%	TCHF	+/- VJ%
Total	21'288	11'062% ↑	191	k.A.	4'149	-76.0% ↓	17'311	-44.2% ↓	3'133	-1.8%	3'192	200.6% ↑
Mediengruppe												
Search	2'904	2'978% ↑	94	k.A.	1'701	-74.4% ↓	6'651	1.1	3'067	5.4%	2'910	175.0 ↑
Display	2'034	2'915% ↑	67	k.A.	519	-86.8% ↓	3'942	-14.4 ↓	63	-76.9% ↓	273	k.A.
Printmedien	4'644	k.A.			1'929	16.0% ↑	1'664	-14.6 ↓	3	-58.8% ↓	8	142.9 ↑
TV	8'406	k.A.			0	-100.0% ↓	4'863	-72.5 ↓				
Out-of-Home	3'150	10'799% ↑	29	k.A.	0	-100.0% ↓	185	k.A.				
Radio + Kino	150	k.A.			0	-100.0% ↓	7	-96.9 ↓				
Direct Mailings												

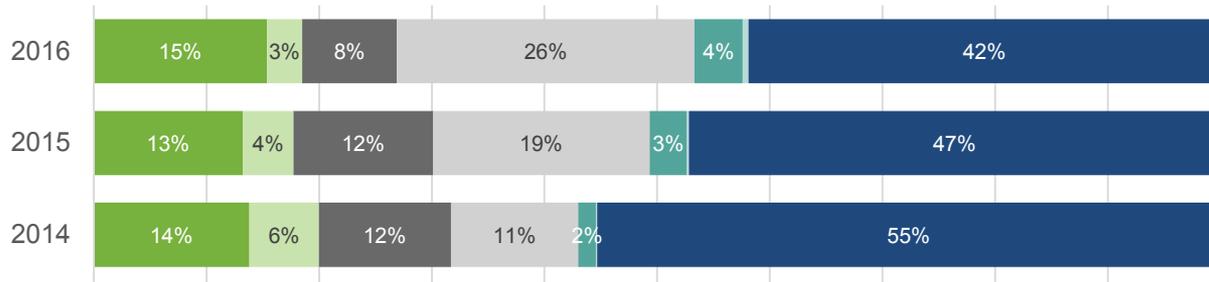
Media Mix



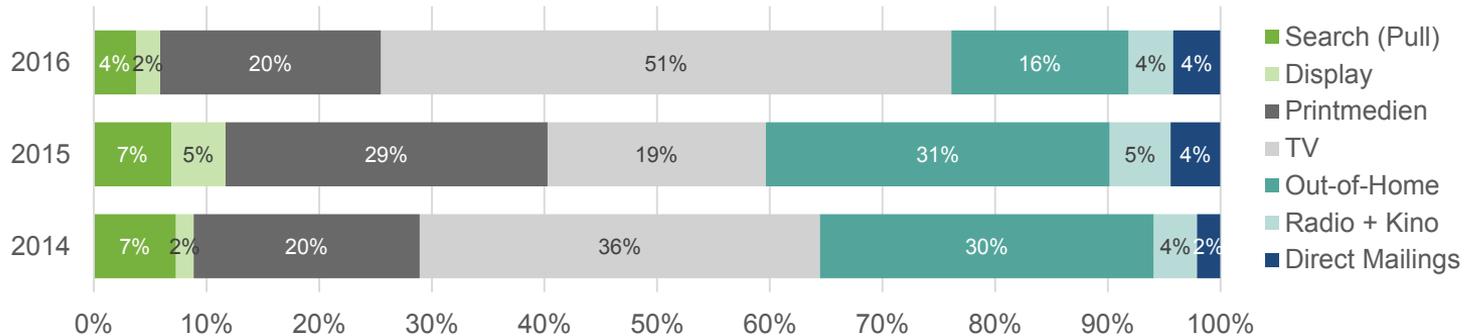
Exkurs: Fashion

Media Mix Entwicklung 2014 -2016

Online



Stationär*



Quelle: Media Focus Schweiz GmbH; Basis: n = 74 Firmen; *Anteil stationär >=50% des Umsatzes

Der Schweizer Online-Versandhandel wächst bei stagnierenden Retailumsätzen

▪ **Marktentwicklungen (Absatz)**

- **Cross Border** Online-Einkauf wächst **überproportional um 18%**
- **Non-Food Einkäufe** treiben Online-Entwicklung
- **Heimelektronik** treibt Online-Wachstum in der Schweiz weiter voran
- Elektronik und Food weiterhin in Schweizer Hand, ansonsten viele dominante internationale Anbieter
- In den Branchen Heimelektronik und Textil ist ein Tipping-Point erreicht, der Druck auf stationäre Fläche steigt unerbittlich an

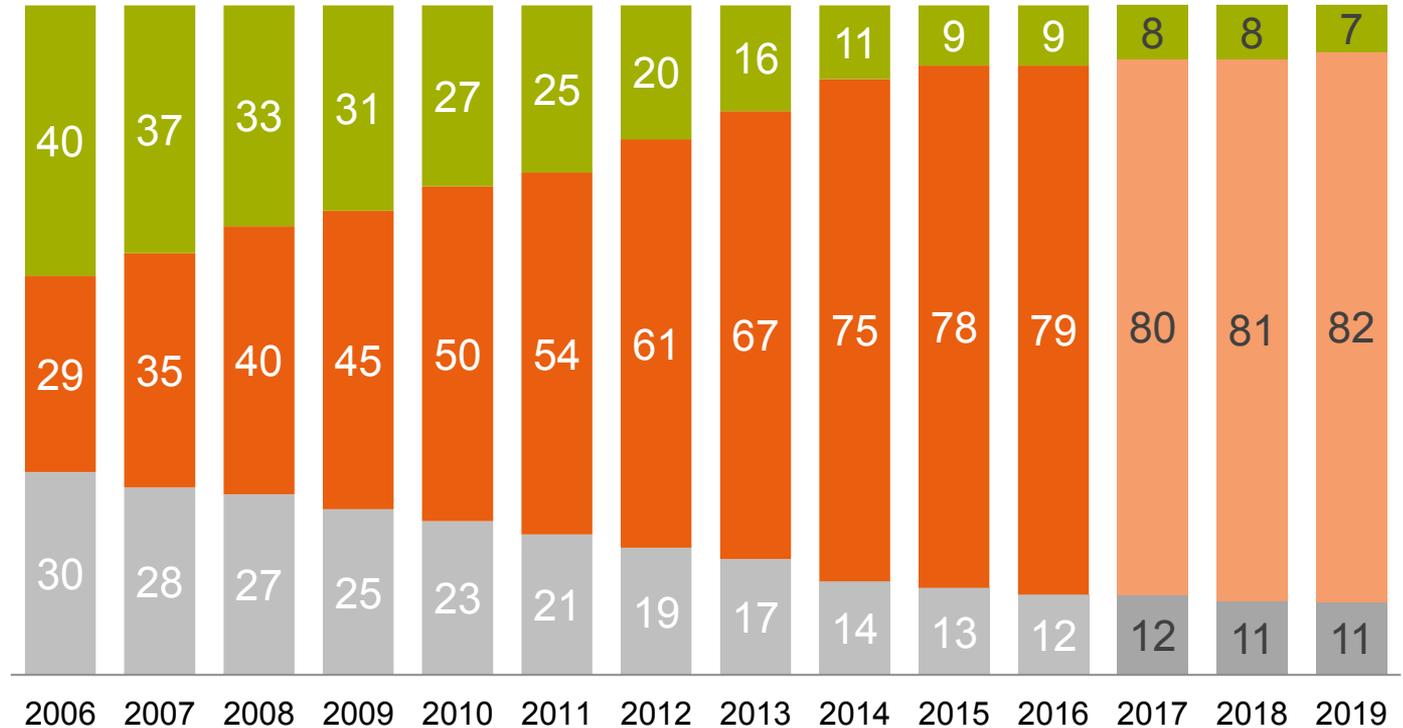
Der Schweizer Online-Versandhandel wächst bei stagnierenden Retailumsätzen

- **Marktentwicklungen (Marketing Kommunikation)**
 - **Werbestagnation** im Vergleich zum Vorjahr, aber unterschiedliche Marktentwicklung
 - Die klassischen Massenmedien **Print und TV** fungieren für Markenaufbau **und** Transaktionen
 - **Wachstumsstrategien** sind stark margenabhängig von Sortimentskategorie
 - Sättigung der Online-Kanäle ist erkennbar
- Marktsegmente beherbergen «Zweiklassen-Gesellschaften» (Offline / Online)

B2C Bestellstruktur im Schweizer Online-Versandhandel

Bestellverteilung B2C in %

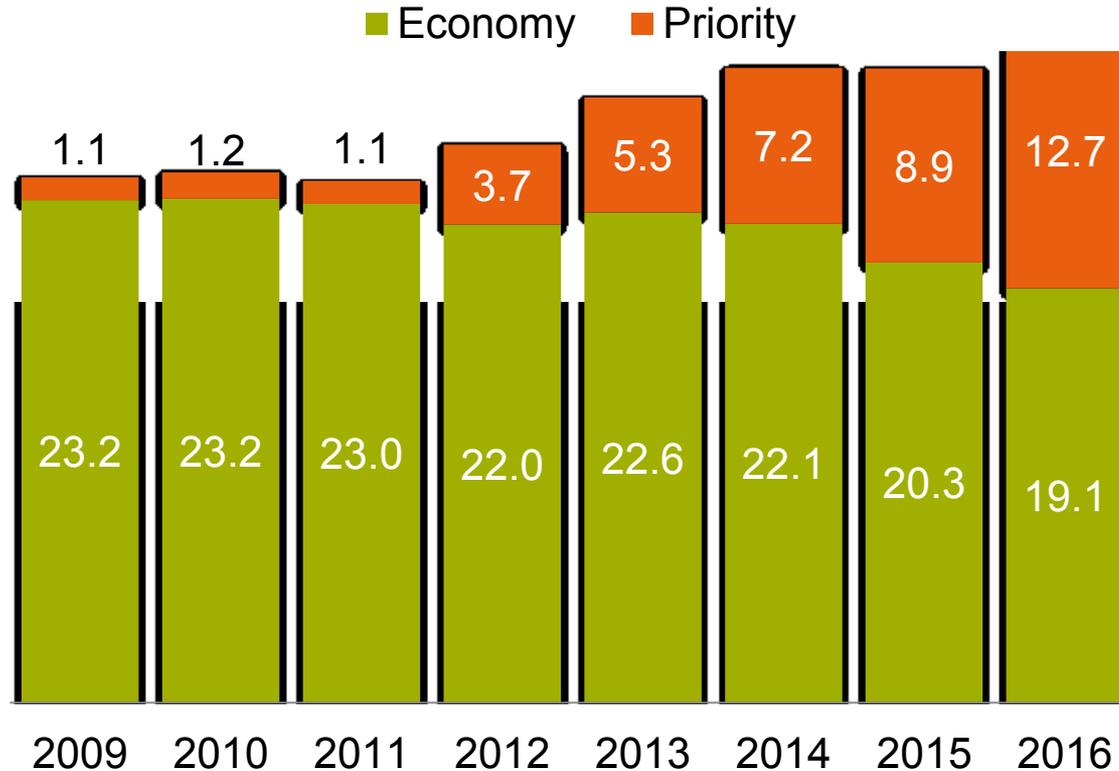
- Email / Fax / Karte
- Internet/Mobile*
- Telefon



*Nicht alle Unternehmen haben Mobile-Anteile gemeldet, obwohl wir davon ausgehen dürfen, dass fast alle Unternehmen in der Zwischenzeit Mobile-Bestellungen erhalten. Wir verzichten deshalb auf einen separaten Ausweis in der Gesamtbetrachtung

Paketversand B2C

Anzahl versandte Pakete in Mio.



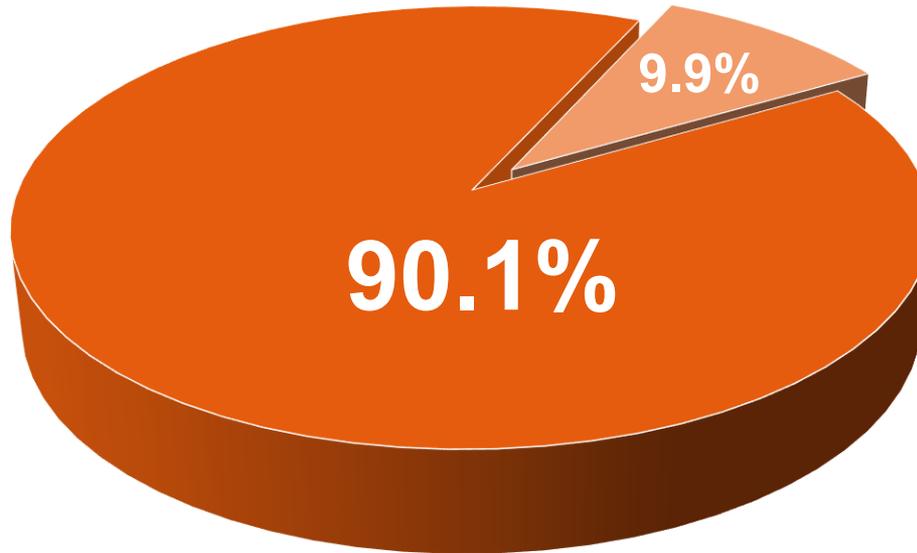
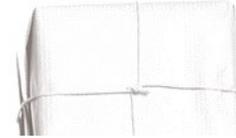
- Tempo
- Same Day Delivery
- Click & Collect
- Gezielte Umschichtung von Eco zu Prio – Optionen für Kunden



Click & Collect

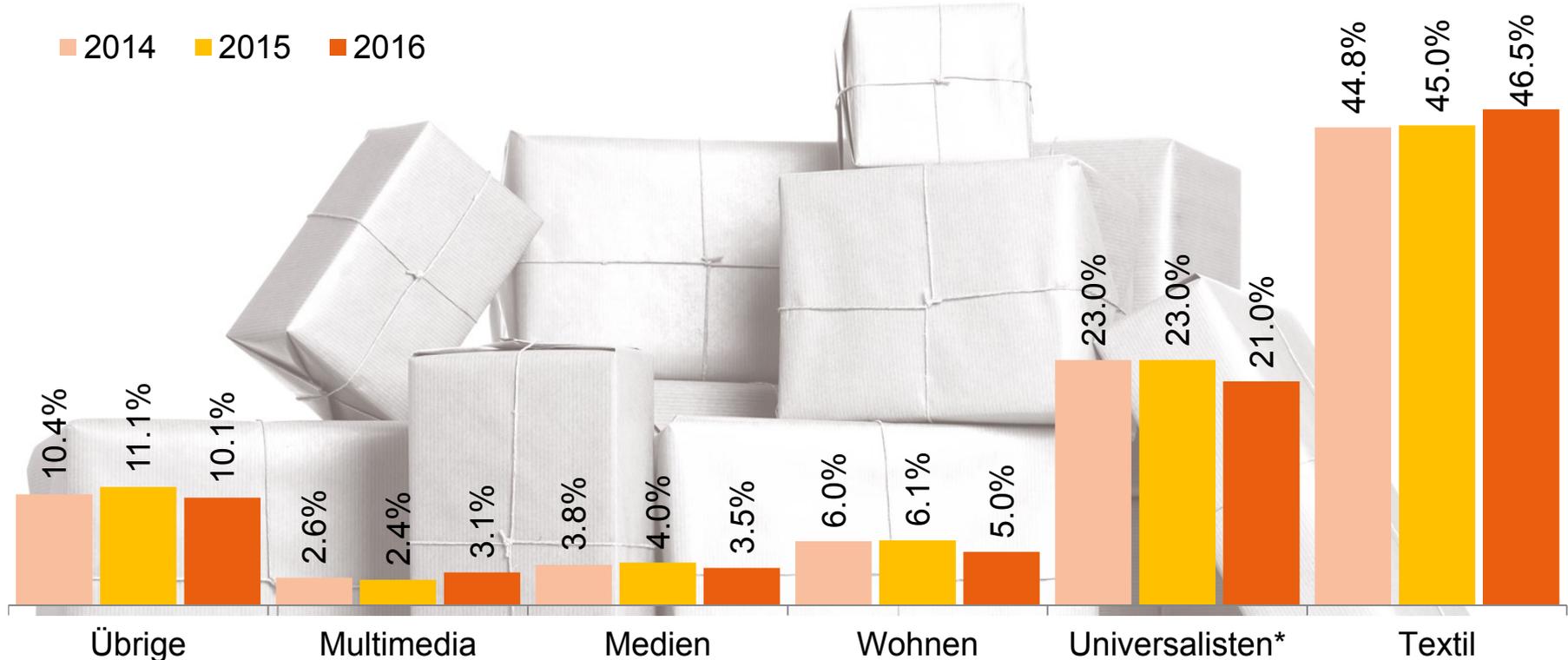
Wieviel wird abgeholt?

- Postzustellung
- Click&Collect



Ausgewählte Retourenquoten nach Sortimenten

Wert in % der versandten Ware wird retourniert

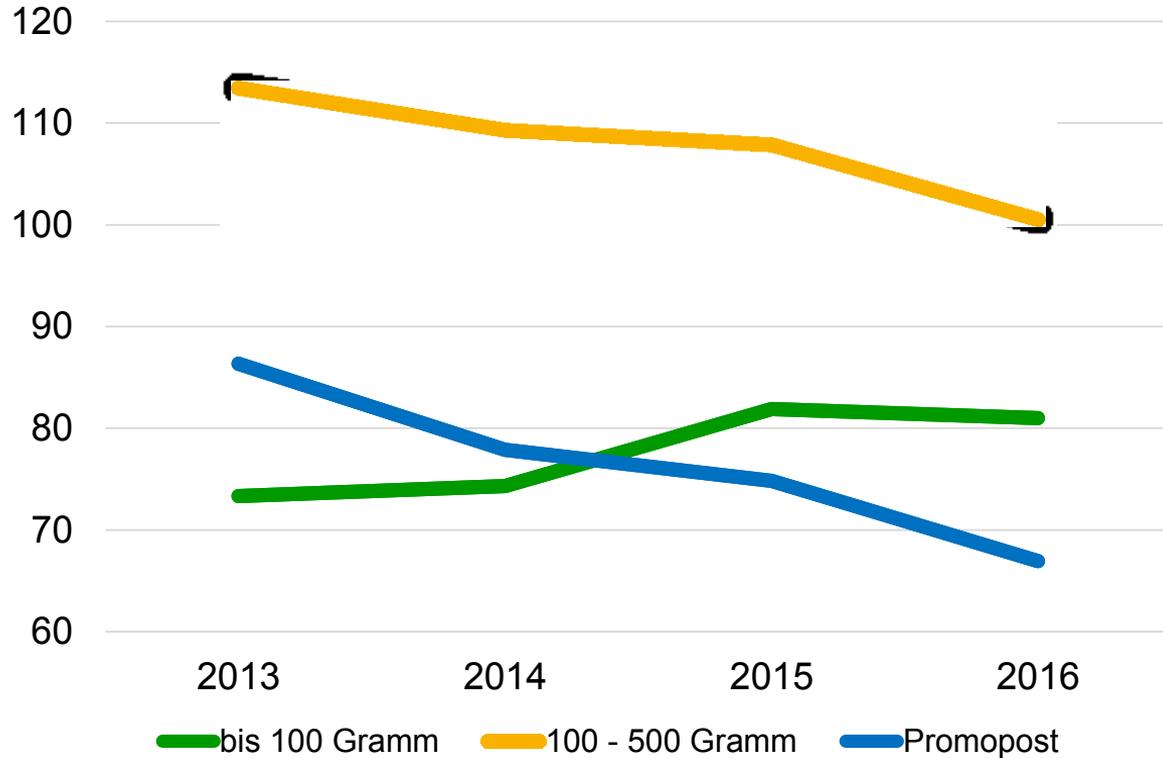


*Definition Universalist: führt mehr als 2 Sortimenten, kein Sortimentsanteil > 66 % des Gesamtumsatzes

Basis: 64 Firmen – 1.1 Mrd- CHF Umsatz

Push-Werbedruck B2C (Print)

Printauflagenentwicklung Anzahl Mailings in Mio.



Schweizerische Post und Quick Mail – alle VSV-Mitglieder

© GfK 2017 | Online- und Versandhandelsmarkt Schweiz 2016 | 1. März 2017

VSV ASVAD

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

DIE POST
LA POSTE
LA POSTA

MEDIA
FOCUS

GfK



- Mailing bis 100 Gramm legen zu → Impuls (Frequenz)
- Mailing > 100 Gramm (dünner Katalog) verlieren
- Der «Dicke Dinosaurier» ist «ausgestorben»

Nutzung B2C Zahlungsmittel

Bezahlung mittels ... in Prozent

	2013	2014	2015	2016
Rechnung	87%	84%	81%	80%
Kreditkarte	7%	12%	13%	15%
Debitkarte	2%	1%	2%	1%
Vorauskasse/ Nachnahme	4%	3%	4%	4%

- Rechnung bleibt innerhalb der Schweiz dominant
- Rechnung verliert zu Gunsten aller anderer Zahlungsmittel
- Langer Weg für Mobile Payment im Online-Handel?



Ausblick

▪ **Prognose 2017**

- Weiteres Online-Wachstum um 7 – 10 % - Textil und Heimelektronik wachsen stärker.
- Enormer Wettbewerb mit neuen Playern – Aliexpress und Co. fluten die Schweiz mit Paketen.
- Polarisierung – wenige Riesen, viele Nischenanbieter.

▪ **Blick in die Kristallkugel 2017 – 2020**

- Die erste «one hour» Lieferung in der Schweiz wird Tatsache.
- Cross-Border Einkäufe wachsen kontinuierlich und stärker als das «normale» Online-Wachstum.
- 20 % Anteil am Non-Food Retail in der Schweiz spätestens im Jahr 2019.
- Leerstandsquote bei Ladenflächen erhöht sich substantiell – Was passiert mit Shopping Centern?