•

Medienmitteilung

*** Sperrfrist: 8. März 2023, 10.00 Uhr ***

8. März 2023

Patrick Kessler
Geschäftsführer
HANDELSVERBAND.swiss
Tel. +41 58 310 07 17
info@handelsverband.swiss

Verona Klug
Marketing & Communications
GfK Switzerland AG
Tel. +41 41 632 91 15
verona.klug@gfk.com

Medienstelle, Die
Schweizerische Post
Tel. +41 58 341 00 00
presse@post.ch

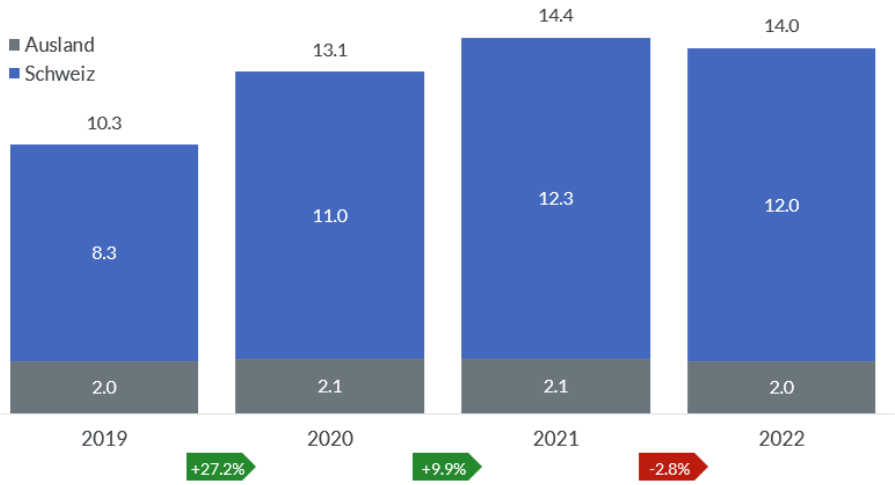
Schweizer Online-Konsum sinkt 2022 leicht

Bern/Rotkreuz – Der HANDELSVERBAND.swiss hat gemeinsam mit GfK und in Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Post die Gesamtmarkterhebung für den Onlinehandel in der Schweiz durchgeführt. Der Onlinehandel in der Schweiz verzeichnet im Jahr 2022 einen Rückgang von 2.8 Prozent.

Die wichtigsten Erkenntnisse:

- 2022 kauften Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten für 14 Milliarden Schweizer Franken Waren und Güter online ein. Dies entspricht einem Rückgang von 0.4 Milliarden Schweizer Franken oder 2.8 Prozent gegenüber Vorjahr.
- Der Online-Inlandkonsum sinkt 2022 gegenüber Vorjahr um 2.4 Prozent, der Online-Auslandseinkauf verliert 5 Prozent.
- Die Onlineeinkäufe bei Schweizer Onlineshops (.ch Domains) haben im Vergleich zu 2019 um 44 Prozent zugelegt.
- Im Segment Heimelektronik/Haushaltsgeräte wird jeder zweite Franken online ausgegeben.

Grafik: Entwicklung Onlinehandel in Milliarden Schweizer Franken



GfK Switzerland AG
Suurstoffi 18
6343 Rotkreuz
Schweiz

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

Wie erwartet, konnte der Onlinehandel im ersten Jahr nach Corona nicht weiter zulegen. In der Langzeitbetrachtung 2019 – 2022 haben Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten ihre Ausgaben für Onlineeinkäufe um 36 Prozent gesteigert. Die Umsätze sind in dieser Zeitspanne bei Schweizer Onlineshops sogar um 44 Prozent bzw. 3.7 Milliarden Schweizer Franken gewachsen. Der Onlineeinkauf im Ausland stagniert auf dem Niveau von 2019 – insbesondere die Direkteinkäufe bei asiatischen Anbietern sind zurückgegangen.

Wieviel wurde gekauft?

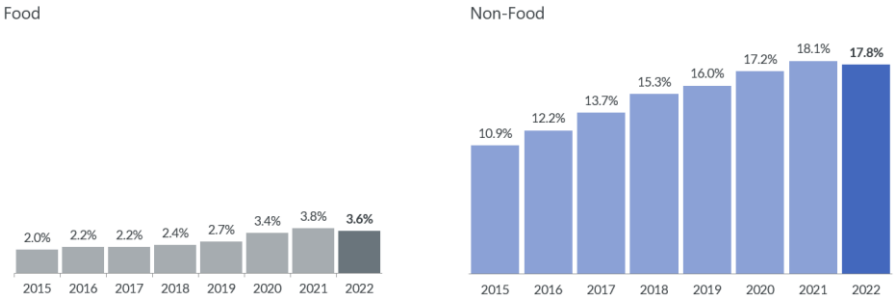
2022 wurden in der Schweiz Waren für 14 Milliarden Schweizer Franken von Privatpersonen im Onlinehandel bestellt, davon:

- 12 Milliarden Schweizer Franken direkt bei Händlern in der Schweiz (Einkauf in Schweizer Franken inkl. MWST, im Normalfall mit einer .ch Domain).
- 2 Milliarden Schweizer Franken direkt bei Händlern im Ausland.

Der Onlinehandel hat insbesondere im ersten Halbjahr 2022 gegenüber Vorjahr verloren. Diese Entwicklung war jedoch aufgrund der speziellen Vorjahreskonstellation mit Corona bedingten Ladenschliessungen im Januar/Februar 2021 absehbar. Im zweiten Halbjahr 2022 konnte der Onlinehandel aber gegenüber Vorjahr wieder zulegen.

Der Online-Anteil am Non-Food Gesamtmarkt ist erstmals rückläufig und beträgt neu 17.8 Prozent. Der Online-Anteil Food beträgt mittlerweile 3.6 Prozent des gesamten Food-Retail-Volumens.

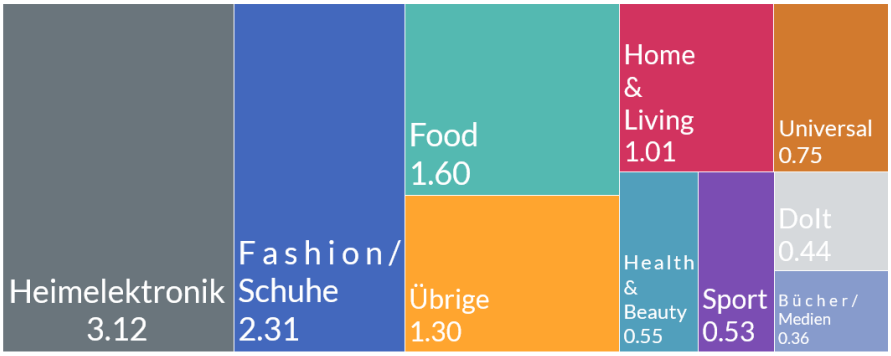
Grafik: Onlinehandel-Anteile Food / Non-Food in Prozent am Gesamtmarkt



Was wird in der Schweiz bestellt?

Mittlerweile wird bei Händlern mit Hauptsortiment Heimelektronik/ Haushaltsgeräte 52 Prozent des Umsatzes online erzielt. Im Sortiment Mode/Schuhe werden 28 Prozent der Einkäufe online getätigt, im Bereich Home & Living ca. 17 Prozent.

Grafik: Onlinehandel CH in Milliarden Schweizer Franken – Kategorisierung nach Hauptsortiment der Händler



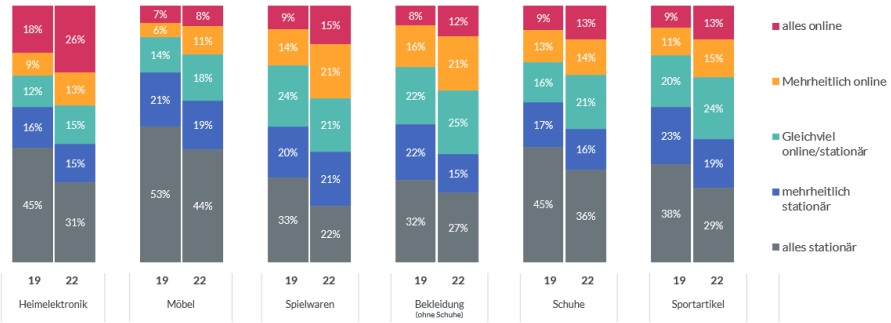
Sinkende Auslandseinkäufe / Direktimporte

Nachdem bereits im Vorjahr eine Stagnation beim Online-Auslandseinkauf festgestellt werden konnte, sind diese 2022 um 5 Prozent gesunken. Der scheinbar unaufhaltsame Wachstumstrend getrieben von asiatischen Angeboten in den Jahren 2015 bis 2019 ist endgültig gebrochen. Trotz immer neuer, preislich sehr attraktiver Angebote, insbesondere asiatischer Händler, hat der Schweizer Onlinehandel über die letzten 4 Jahre deutlich Marktanteile zurückgewonnen.

Bevorzugte Kaufkanäle

Die Studienergebnisse zeigen, dass sich die Präferenzen der Konsumentinnen und Konsumenten Jahr für Jahr weiter in Richtung «online» verschieben. Im Vergleich zum Jahr 2019 kaufen diese zunehmend «hybrid» ein. Der reine stationäre Einkauf ist zwar in den meisten Sortimenten noch der präferierte Kanal, verliert aber laufend an Bedeutung.

Grafik: Bevorzugter Kaufkanal



Post Covid Fazit

Das erste «Post Covid Jahr» zeigt bei den Konsumentinnen und Konsumenten kaum Anzeichen einer Rückbesinnung auf alte Gewohnheiten. Wohl ist der Online-Anteil an den Handelsumsätzen über das gesamte Jahr 2022 leicht rückläufig, aber schon das zweite Halbjahr 2022 hat aufgezeigt, dass das Wachstum im Onlinehandel wieder anzieht.

Ausblick 2023

Die Studienautoren gehen davon aus, dass der Online-Konsum 2023 wieder wachsen wird. Allerdings dürften sich die Wachstumsquoten über die nächsten Jahre im einstelligen Bereich einpendeln. Die in den letzten drei Jahren beobachteten Konsumwellen in einzelnen Sortimenten, provoziert durch die Pandemie, werden weiter abflachen. Kaufkanäle verschmelzen weiter, Konsumentinnen und Konsumenten werden immer mehr nach dem Motto «hier und jetzt – egal ob stationär oder online» einkaufen.

Die Medienmitteilung und Charts mit detaillierten Zahlen sind abrufbar ab dem 8. März 2023, 10.00 Uhr, auf: www.gfk.com/de-ch

HANDELSVERBAND.swiss

Der HANDELSVERBAND.swiss vereint 400 Händler, welche in der Schweiz rund 21 Milliarden Schweizer Franken Umsatz realisieren, davon ca. 11 Milliarden Schweizer Franken online und 10 Milliarden Schweizer Franken stationär. Die Mitglieder betreiben über 440 Onlineshops und versenden 80 Millionen Pakete in der Schweiz. Der Verband unterstützt seine Mitglieder auf Ihrem Weg in die digitale Zukunft des Handels.

Für weitere Auskünfte

Patrick Kessler, Geschäftsführer

HANDELSVERBAND.swiss, 3000 Bern

Tel. +41 58 310 07 17, info@handelsverband.swiss

GfK. Growth from Knowledge

Seit über 85 Jahren vertrauen uns Kunden weltweit, indem wir sie bei geschäftskritischen Entscheidungsprozessen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien unterstützen. Mit unseren verlässlichen Daten und Erkenntnissen, kombiniert mit fortschrittlicher künstlicher Intelligenz, haben wir den Zugang zu umsetzbaren Handlungsempfehlungen in Echtzeit revolutioniert, die die Marketing-, Vertriebs-, und Organisations-Effektivität unserer Kunden und Partner steigern. Auf diese Weise versprechen und liefern wir Wachstum durch Wissen – **G**rowth **f**rom **K**nowledge. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de-ch

Medienkontakt: Verona Klug, T +041 632 9115, verona.klug@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

Die Schweizerische Post, Wankdorfallee 4, 3030 Bern

Medienstelle, Tel. +41 58 341 00 00, presse@post.ch