

Medienmitteilung

*** Sperrfrist: 12. März 2026, 10.00 Uhr ***

Schweizer Online-Konsum wächst im Jahr 2025 erneut um 6 Prozent – das Wachstum der Einkäufe im Ausland flacht ab

Bern/Root – Der HANDELSVERBAND.swiss hat gemeinsam mit NIQ/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 2025 erneut ein Wachstum von +6 Prozent (inkl. Ausland).

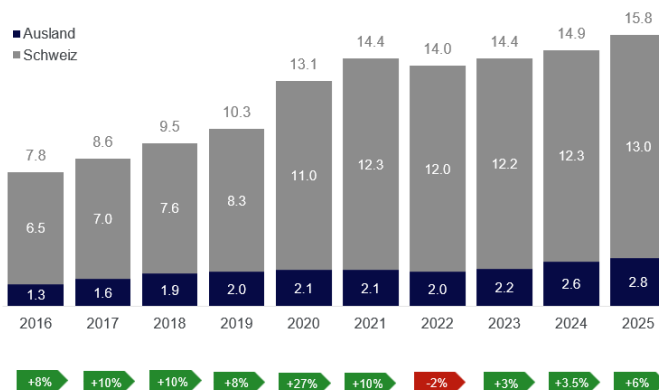
Die wichtigsten Erkenntnisse:

- **2025** kauften Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten für **15.8 Milliarden** (Vorjahr 14.9 Milliarden) **Schweizer Franken** Waren und Güter online ein
- Der Konsum im Onlinehandel steigt 2025 gegenüber 2024 um **+6 Prozent** oder **0.9 Milliarden Schweizer Franken**
- Die **Inland-Einkäufe** bei Schweizer Anbietern steigen um **+6 Prozent** im Vergleich zum Vorjahr
- Grosser Gewinner **Digitec Galaxus**, **Marktplätze behaupten ihre Position**
- **Fashion** erlangt zum ersten Mal nach 5 Jahren wieder ein Wachstum von **+2.5 Prozent** zu 2025. Zalando als Branchenprimus, aber auch H&M und Ochsner Sport im Plus
- Der **Auslandeinkauf** wächst um **+8 Prozent** nach einem Anstieg von **+18 Prozent im Jahr 2024**. Eine Abflachung des Wachstums ist erkennbar

Grafik: Entwicklung Marktvolumen der letzten 10 Jahre

Entwicklung Marktvolumen der letzten 10 Jahre

Umsatz 2016 – 2025 / in Mrd. CHF



- Konsum im Onlinehandel steigt 2025 gegenüber 2024 total um **+6%** oder **0.9 Mrd. CHF**
- **Inland-Einkäufe** bei Schweizer Händlern steigen um **+6%** im Vergleich zum Vorjahr 2024
- **Digitec Galaxus als Gewinner** Marktplätze behaupten ihre Position
- **Fashion** nach -7% in 2024 bei **+2.5%** in 2025, Branchenprimus Zalando
- **Auslandeinkauf** steigt um **+8%** nach **+18%** in 2024 - Abflachung des Wachstums

Quelle: NielsenIQ, HANDELSVERBAND swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2025



Im Jahr **2025** konnte der Onlinehandel erneut **um +6 Prozent wachsen** und liegt bei insgesamt **15.8 Milliarden Schweizer Franken**. Der Inlandumsatz (Käufe bei einem Schweizer Anbieter) wuchs gleichfalls um +6 Prozent auf 13 Milliarden Schweizer Franken. Grösster Gewinner auf dem Schweizer Markt ist wiederum Digitec Galaxus. Generell behaupten die Marktplätze weiterhin ihre Vormachtstellung. Fast die Hälfte der Top 30 Onlinehändler sind Marktplätze. Bei den Branchen konnte die **Heimelektronik mit einem Plus von +11 Prozent** zum Vorjahr das grösste Wachstum erzielen. Durch den Branchenprimus Zalando war es nach 5 Jahren im Minus auch der **Fashionbranche** möglich, mit **einem leichten Plus von +2.5 Prozent, das Jahr 2025** erfolgreich abzuschliessen. Nach einem Wachstum von +18 Prozent im Jahr 2024 hat sich der Zuwachs im **Auslandsumsatz im Jahr 2025 auf +8 Prozent abgeflacht** und liegt nun bei **2.8 Milliarden Schweizer Franken**.

Wieviel wurde gekauft?

2025 wurden in der Schweiz Waren für 15.8 Milliarden Schweizer Franken von Privatpersonen im Onlinehandel bestellt, davon:

- 13 Milliarden Schweizer Franken direkt bei Händlern in der Schweiz (Einkauf in Schweizer Franken inkl. MWST)
- 2.8 Milliarden Schweizer Franken direkt bei Händlern im Ausland

Grafik: Onlinehandel-Umsatz 2025

Onlinehandel-Umsatz 2025

Schweiz inkl. Direktversand aus Ausland / Vergleich Vorjahr



Quelle: NielsenIQ, HANDELSVERBAND.swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2025



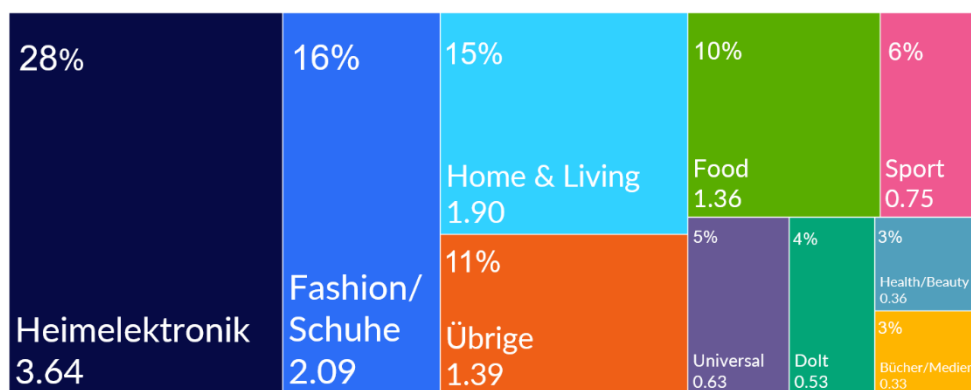
Was wird in der Schweiz bestellt?

Händler mit Hauptsortiment Heimelektronik machen weiterhin den grössten Anteil am Onlinehandel mit 28 Prozent Marktanteil aus. Gefolgt von Fashion mit 16 Prozent und Home & Living mit 15 Prozent. Diese drei Non-Food Branchen teilen sich kanpp 60 Prozent des Schweizer Online Marktes. Food mit 10 Prozent komplettiert die wichtigsten vier Branchen, wobei insbesondere der Wein- und Getränkehandel den grössten Online-Anteil verzeichnet. Universalversender, Sport, Bücher/ Medien, Dolt und Health & Beauty liegen unter der 10 Prozent Marke.

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

Branchenverteilung im B2C Online Markt Schweiz 2025

Volumen in Mrd. CHF (Händlerfokus* ohne Sortimentsbereinigung)
mit Anteil in % am Gesamtvolumen)



Basis = Basis: B2C – Volumen von 13.0 Mrd. CHF ohne Auslandseinkäufe

* Händlerzuordnung zu Sortimenten: Wenn ein Händler, keine Sortimentsumsätze einliefert und mehr als 2/3 seines Umsatzes mit einem Sortiment generiert, wird er einer Kategorie zugewiesen, ansonsten wird er als «Universal» eingestuft.

Quelle: NielsenIQ, HANDELSVERBAND swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2025

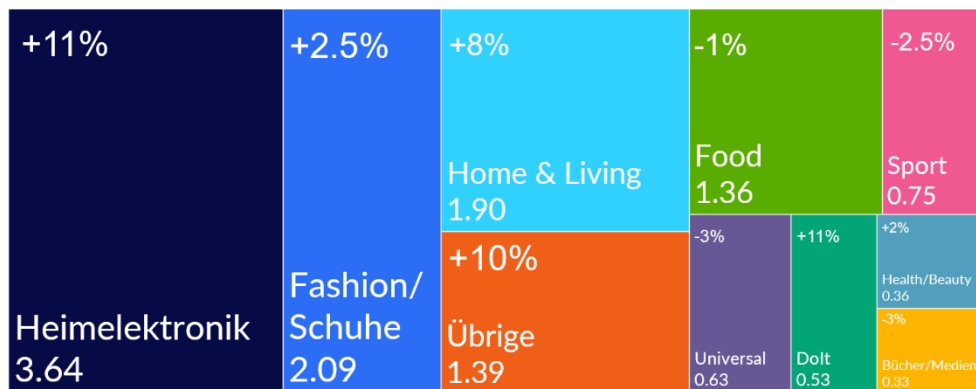
Verlierer- und Gewinner-Branchen im Jahr 2025

Es lassen sich weiterhin sehr unterschiedliche Branchenentwicklungen beobachten: So konnte die Heimelektronik mit einem Plus von +11 Prozent zum Vorjahr das grösste Wachstum erzielen. Durch den Branchenprimus Zalando war es nach 5 Jahren im Minus auch der Fashionbranche möglich, mit einem leichten Plus von +2.5 Prozent, das Jahr 2025 abzuschliessen. Marktplätze und Portale zählen auch in diesem Jahr zu den Gewinnern. Sowohl Home & Living mit einem Plus von +8 Prozent und Dolt mit +11 Prozent lagen gut über dem Vorjahr.

Grafik: Branchen im B2C Online Markt Schweiz 2025 zu 2024 – Vergleich zum Jahr 2024

Branchen im B2C Online Markt Schweiz 2025 zu 2024

Vergleich zum VJ



Basis = Basis: B2C – Volumen von 13.0 Mrd. CHF ohne Auslandseinkäufe

* Händlerzuordnung zu Sortimenten: Wenn ein Händler, keine Sortimentsumsätze einliefert und mehr als 2/3 seines Umsatzes mit einem Sortiment generiert, wird er einer Kategorie zugewiesen, ansonsten wird er als «Universal» eingestuft.

Quelle: NielsenIQ, HANDELSVERBAND swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2025

Steigende Auslandseinkäufe / Direktimporte

Der Onlineeinkauf im Ausland wächst mit 2.8 Milliarden Schweizer Franken weiter, erfährt aber ein Abflachen des Wachstums. Mit einem Plus von +8 Prozent zu 2024 ist fast ein Gleichstand mit dem Inlandwachstum entstanden. Die Kleinpakete aus Asien machen mit ca. 20 Millionen Paketen pro Jahr immer noch den Löwenanteil der ausländischen Pakete aus. Für den Schweizer Handel stellt die Nichteinhaltung der Schweizer Gesetzgebung durch bestimmte ausländische Plattformen weiterhin eine Ungleichbehandlung dar und parlamentarische Vorstösse zu Gesetzesanpassungen sind aktuell in Abstimmung. Dies beginnt bei der Verletzung der Produkthaftpflicht und des Produktsicherheitsgesetzes und reicht bis dahin, dass diese Plattformen keine vorgezogene Recyclinggebühren auf Elektronikartikel zahlen (ca. 80 Prozent der Pakete beinhalten Elektronikartikel). Zusätzlich ist die Kontrolle dieser Pakete zu gering, um Gesetzesverstösse ermitteln zu können. Daher fordert der HANDELSVERBAND.swiss eine Einführung einer Paketgebühr, um diese Kontrollen zu erhöhen und zu finanzieren.

Vormachtstellung der Marktplätze

Die Studienergebnisse zeigen deutlich die Vormachtstellung der Marktplätze. Speziell der Branchenprimus Digitec Galaxus, aber auch Zalando oder Ricardo bauen ihren Vorsprung markant aus. Wie die Auswertung von Carpathia zeigt, sind unter den 30 Top B2C-Onlineshops 13 Marktplätze vertreten.

Grafik: Quelle: www.insights.carpathia.ch - Anteile Marktplätze

13 der 30 Top B2C-Onlineshops in der Schweiz sind Marktplätze



Rang	Onlineshop	Marktplatz	Umsatz in Mio. CHF (GJ 2024)
1	zalando.ch*	✓	1'700
2	galaxus.ch*	✓	1'650
3	digitec.ch*	✓	1'150
4	amazon.de*	✓	910
5	ricardo.ch*	✓	800
6	temu.com/ch* [NEU]	✓	700
8	alibaba.com*	✓	390
13	ch.shein.com* [NEU]	✓	250
19	bestsecret.com* [NEU]	✓	150
20	mediamarkt.ch* [NEU]	✓	141
21	ebay.ch*	✓	130
23	amazon.fr*	✓	113
26	manor.ch*	✓	100

aus den Top 30 Umsatzstärksten Onlineshops B2C | Umsatz entspricht dem Eigenumsatz inkl. Marktplatzanteil ohne MwSt. und bereinigt um Retouren und Storni | * = Schätzungen | [NEU] → zu GJ 2022

Ausblick 2026

Die Studienautoren gehen davon aus, dass der Online-Konsum 2026 weiter wachsen wird. Der Januar 2026 zeigt gute Tendenzen. Sie rechnen mit einem Wachstum im Onlinebereich von ca. +5 Prozent für das Jahr 2026 aufgrund einer weiterhin verbesserten Konsumentenstimmung. Die Vormachtstellung der Schweizer Marktplätze und Portale wird weiter zunehmen. Die Konkurrenz von ausländischen Plattformen bleibt erhalten. Die Thematik rund um „AI-driven Commerce“ mittels AI-Agenten wird in den nächsten Jahren vermehrt Relevanz erlangen und sich im Bereich der Produktsuche und des Einkaufs etablieren. Im Detailhandel werden die «Multikanal- Anforderungen» sowohl auf der Fläche wie in den digitalen Kanälen weiter zunehmen und sich etablieren. Auch im Discounterbereich werden sich die europäischen Mitbewerber in der Schweiz ausbreiten und ihren Platz einfordern. Social Commerce wird insbesondere für die Generation Z zunehmend wichtiger und eröffnet den Händlern zusätzliche Verkaufskanäle. Konsumentinnen und Konsumenten werden immer häufiger nach dem Motto «hier und jetzt – unabhängig davon, ob stationär oder online» einkaufen.

Die Medienmitteilung und Charts mit detaillierten Zahlen sind ab dem 12. März 2026, 10.00 Uhr, abrufbar auf: <https://nielseniq.com/global/de/news-center/2026/schweizer-online-konsum-wachst-im-jahr-2025-erneut-um-6-prozent-das-wachstum-der-einkaufe-im-ausland-flacht-ab/>

Medienkontakte:

Bernhard Egger, HANDELSVERBAND.swiss, T +41 58 310 07 17, be@handelsverband.swiss

Verona Klug, NIQ/GfK, T +41 41 632 9115, verona.klug@nielseniq.com

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

Die Studie wurde realisiert durch:

HANDELSVERBAND.swiss

Online – Offline – Direct: Der HANDELSVERBAND.swiss vereint über 400 Händler, welche in der Schweiz rund 21 Mia. CHF Umsatz realisieren, davon 11 Mia. CHF online und 10 Mia. CHF stationär. Die Mitglieder betreiben rund 450 Onlineshops und über 2850 Verkaufsstellen. 70 % des B2C-Onlinehandels-Volumens und 25 % des stationären Non-Food-Handels der Schweiz sind in unserem Verband vertreten. Von A wie About You über Brack, Digitec Galaxus, PKZ, Sprüngli bis Z wie Zweifel Pomy-Chips sind sowohl kleine wie auch grosse Händler mit einem Ziel vereint, sich für die Multi Kanal Handelswelt in der Schweiz zu engagieren und diesen Wandel als Chance wahrzunehmen.

Für weitere Auskünfte

HANDELSVERBAND.swiss

Bernhard Egger, Geschäftsführer, +41 58 310 07 17, be@handelsverband.swiss

Die Schweizerische Post

Die Schweizerische Post ist ein Mischkonzern in den vier Märkten Logistik, Kommunikation, Mobilität und Finanzdienstleistungen. Ihre Dienstleistungen reichen von der Zustellung von Briefen, Paketen, Zeitungen über Güterlogistik, bis zu digitalen Kommunikationslösungen im Gesundheitswesen sowie für Behörden und Unternehmen. Im Mobilitätsmarkt betreibt die Post landesweit Buslinien im regionalen Personenverkehr, unterhält eine eigene Fahrzeugflotte und bietet nachhaltige Mobilitätslösungen für Geschäftskunden. Die Tochtergesellschaft PostFinance gehört zu den führenden Anbietern im Zahlungsverkehr, für Sparen und Anlegen sowie Vorsorge- und Finanzierungslösungen. Der Weltpostverein kürte die Schweizerische Post 2025 zum neunten Mal in Folge zur «besten Post der Welt».

Für weitere Auskünfte

Die Schweizerische Post, Wankdorfallee 4, 3030 Bern

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

NIQ

NielsenIQ (NIQ) ist ein weltweit führendes Consumer Intelligence Unternehmen, das ein umfassendes Verständnis des Kaufverhaltens von Verbrauchern liefert und neue Wege zum Wachstum aufzeigt. NIQ ist in mehr als 90 Ländern tätig und deckt rund 85 Prozent der Weltbevölkerung sowie über 7,2 Billionen US-Dollar an globalen Verbraucherausgaben ab. Mit einer ganzheitlichen Betrachtung des Einzelhandels und den umfassendsten Einblicken in das Konsumverhalten, die mittels fortgeschrittener Analysen über hochmoderne Plattformen geliefert werden, bietet NIQ das Gesamtbild — the Full View™.

Weitere Informationen finden Sie unter www.niq.com/de