



VSV – VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS

## VSV AVPC

Verband des Schweizerischen Versandhandels  
Association Suisse de Vente par Correspondance

General Wille-Strasse 144

CH-8706 Meilen

[info@vsv-versandhandel.ch](mailto:info@vsv-versandhandel.ch)

+41 58 310 07 17

# Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz

Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz –  
topsoft 24.9.2009



VSV – VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS

## AGENDA

1. KURZVORSTELLUNG VSV
2. MARKTERHEBUNG 2008
  - Abgrenzung zu anderen Studien
  - Vorgehen – Definition des Marktes
3. ERGEBNIS
4. STATUS AUGUST 2009
5. AUSBLICK – TRENDS - THESEN

Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz –  
topsoft 24.9.2009



VSV – VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



## KURZVORSTELLUNG VSV

- 13 B2B Firmen mit 873 Mio CHF Umsatz
- 94 B2C Firmen mit 2'100 Mio CHF Umsatz
- 25 Mio Pakete
- Schweizer Post macht mit VSV-Mitgliedern rund 350 Mio CHF Umsatz
- E-Com Anteil vom Umsatz: 41 % (p.y. 37%)
- Alle Sortimente
- 8 reine Internet and TV-Shopping Mitglieder
- Schweizer Unternehmen und internationale Konzerne
- "Old economy" Marken mit mehr als 100 Jahren Geschichte als auch erwachsene Start Ups
- Keine Dienstleister oder Partner als Mitglieder – Mindestanforderung ist, dass das Unternehmen im Warenversandhandel tätig ist.

Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz –  
topsoft 24.9.2009



VSV – VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



## MARKTERHEBUNG 2008

### Ausgangslage:

- Keine Gesamtmarkterhebung Distanzhandel verfügbar
- Verfügbare Studien (Uni SG, FHNW, Nielsen) basieren auf Befragungen von Experten, Frequenztracking etc und umfassen auch E-Commerce Umsatz von Marktplätzen, Reiseveranstaltern, Medienplattformen etc.
- Ziel der Erhebung:  
Welcher Anteil am Detailhandel macht der Distanzhandel (E-Commerce, Katalog, Mailing, TV-Shopping) aus und welche Branchen haben eine hohe Relevanz im Gesamtkuchen

Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz –  
topsoft 24.9.2009



VSV - VERBAND DES SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



# MARKTERHEBUNG 2008

## Vorgehensweise:

- Detaillierte Erhebung bei VSV-Mitgliedern in der Periode Januar / Februar 09 für die Jahre 2007 und 2008 durch GfK (Umsatz, Stückzahlen, Auflagen etc.)
- Zuführung von Umsatzdaten von nicht Mitgliedern durch GfK auf Basis von verfügbaren Daten (Migros, Coop, Manor etc.)
- Einarbeitung von zugänglichen Umsatz-Daten von nicht Mitgliedern (Bsp. riccardo.ch)
- Einarbeitung von Schätzungen aufgrund Marktkenntnissen GfK (ebay, amazon, etc.)



VSV - VERBAND DES SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



# MARKTERHEBUNG 2008

## Definition des Marktes

<del> <b>Dienstleistungen</b>            Reisen            Banken            Versicherungen            Tickets            Glücksspiele            Online-Games            Downloads            Mobile Dienste         </del>	<b>Online-Handel Ausland (Import)</b> Amazon, ebay.com	
	<b>Schweizer Online- und Distanzhandel</b> <b>B2C</b> La Redoute, Quelle, Le Shop, Jelmoli Vedia, VAC, Cornelia, Nespresso, Coop@home	<b>Schweizer Grosshandel</b> <b>B2B</b> opo, iba, Brütisch Rüeeggler Distrelec
	<b>Auktionshäuser / Tauschbörsen (C2C, B2C, B2B)</b> ebay.ch, riccardo.ch etc.	



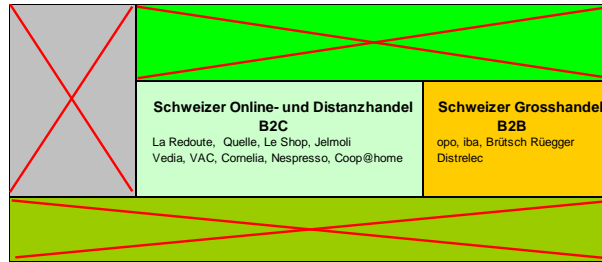


VSV – VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



## MARKTERHEBUNG 2008

### Abdeckung VSV



Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz –  
topsoft 24.9.2009



VSV – VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



## ERGEBNIS – VSV-MITGLIEDER

- Gesamtumsatz rund 3 Mia CHF
- 103 Mitglieder
- Ca 2/3 Abdeckung B2C und B2B Markt Schweiz
- Erhebung zu
  - Bestellstrukturen
  - Online-Entwicklung
  - Auflagen Papier
  - Auflagen Newsletter
  - Ausgaben für Suchmaschinen-Werbung

Basis: 103 VSV-Mitglieder

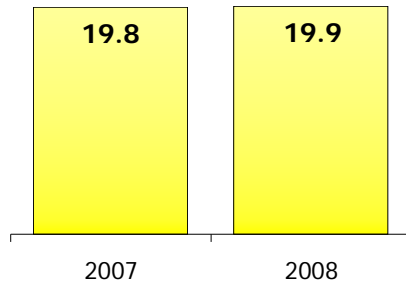
Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz –  
topsoft 24.9.2009



VSV - VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



## ERGEBNIS – BESTELLUNGEN



- Jeder CH-Haushalt / Unternehmen bestellt im Schnitt rund 5 mal pro Jahr bei einem VSV-Mitglied
- Durchschnittlicher Wert/Bestellung
  - **B2C: CHF 120**
  - **B2B: CHF 380**



Basis: 103 VSV-Mitglieder

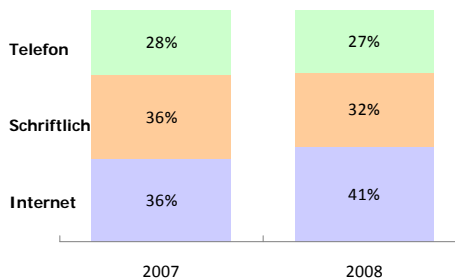
Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz –  
topsoft 24.9.2009



VSV - VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



## ERGEBNIS - BESTELLSTRUKTUR



- 11.7 Mio. Bestellungen erfolgen immer noch „offline“
- Reine Internet Versender entdecken das „Papier“
- Internet-Bestellungen werden u.a. auch mit Papier forciert
- Katalog / Mailing wird weiterhin Bestandteil des Marketing-Mixes bleiben



Basis: 103 VSV-Mitglieder

Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz –  
topsoft 24.9.2009

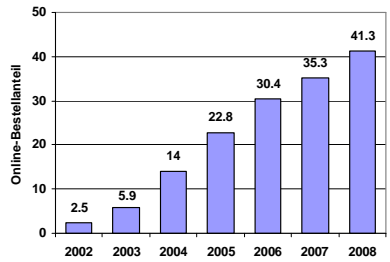


VSV – VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS

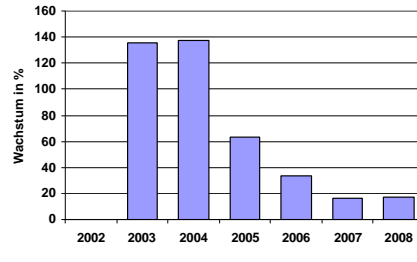


## ERGEBNIS - ONLINE

Online Quote Bestelleingang in %



Wachstum Online pro Jahr in %



- weiterhin 2-stelliges Wachstum Online zu erwarten
- spätestens 2010 wird die 50 % Quote überschritten

Basis: 103 VSV-Mitglieder

Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz –  
topsoft 24.9.2009

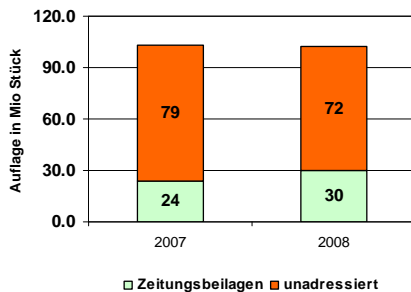


VSV – VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



## ERGEBNIS - NEUKUNDENWERBUNG

Unadressierte Mailings (Papier)



- Klassische Medien (Papier) dominieren immer noch
- Verschiebungen im unadressierten Bereich von Streuwürfen zu Zeitungsbilagen – warum?

Basis: 103 VSV-Mitglieder

Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz –  
topsoft 24.9.2009

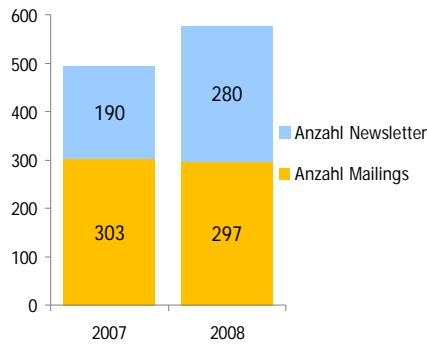


VSV - VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



## ERGEBNIS – CHANNEL MIX „PUSH“

Auflagen in Mio Stück



Basis: 103 VSV-Mitglieder

- Mailinganstösse gehen leicht zurück: -2%
- Newsletter nehmen zu 50% zu
- Jeder Schweizer Haushalt erhält theoretisch 1.5 Newsletter und 1.5 Mailing pro Woche
- Die Unternehmen verschicken im Schnitt alle 10 Tage Newsletter (Vorjahr alle 14 Tage)
- Die Auflagen der Newsletter nehmen stark zu: 97'000 Newsletter pro Aussand (Vorjahr 77'000)

Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz –  
topsoft 24.9.2009

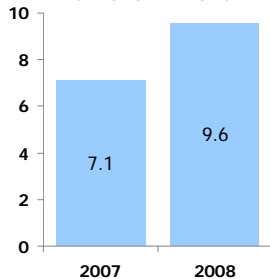


VSV - VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



## ERGEBNIS - SUCHMASCHINEN

Aufwand in Mio. CHF



Basis: 54 VSV-Mitglieder, welche 60 % der ausgewiesenen Bestellungen generieren!

- Aufwand für SEM steigt um 35% (Basis 54 meldende Firmen) auf fast 10 Mio. CHF
- Hauptsächlich Aufwand für Ad Words und Suchmaschinenoptimierungen der Webseite
- Im Vergleich zum Aufwand für herkömmliche Mailings immer noch ein relativ geringer Betrag
- Suche nach dem Gleichgewicht online - offline geht weiter: markantes Wachstum vorhersehbar

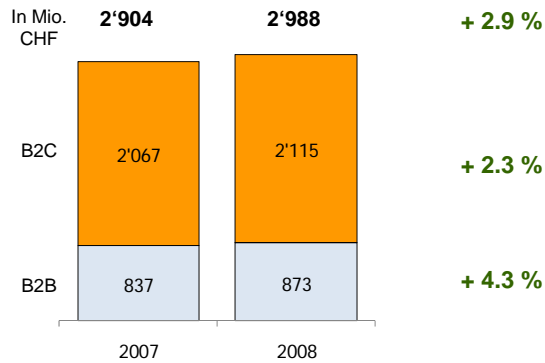
Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz –  
topsoft 24.9.2009



VSV - VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



## ERGEBNIS – UMSATZ MITGLIEDER



Basis: 103 VSV-Mitglieder

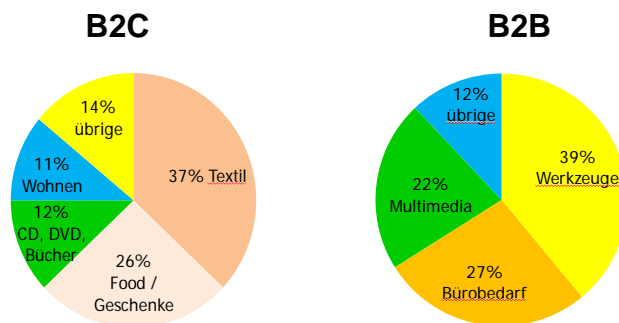
Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz –  
topsoft 24.9.2009



VSV - VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



## ERERGEBNIS – UMSATZSTRUKTUR



Basis: 103 VSV-Mitglieder

Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz –  
topsoft 24.9.2009

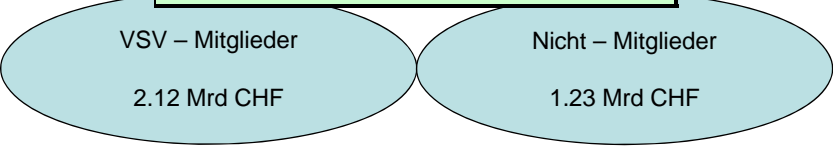


VSV – VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



## ERGEBNIS – UMSATZ B2C GESAMT

**Schweizer Online- und Distanzhandel  
B2C**  
La Redoute, Quelle, Le Shop, Jelmoli  
Vedia, VAC, Cornelia, Nespresso, Coop@home  
**TOTAL = 3.35 Mrd CHF**



Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz –  
topsoft 24.9.2009



VSV – VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



## ERGEBNIS – ANTEIL RETAIL

In CHF	Umsatz Total	Umsatz Online- + Distanzhandel	Marktanteile in % des Gesamtmarktes
Total	95.6 Mrd.	3.35 Mrd.	3.5%
Food	46.4 Mrd.	0.55 Mrd.	1.2%
Non Food	49.2 Mrd.	2.8 Mrd.	5.7%
		• Bekleidung/Schuhe/Sport	9%
		• Multimedia	9%

- Gesamtmarkt Bekleidung/Schuhe/Sport: 10 Mrd CHF (Quelle GfK)  
- Gesamtmarkt Multimedia: 9 Mrd CHF (Quelle GfK)

Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz –  
topsoft 24.9.2009

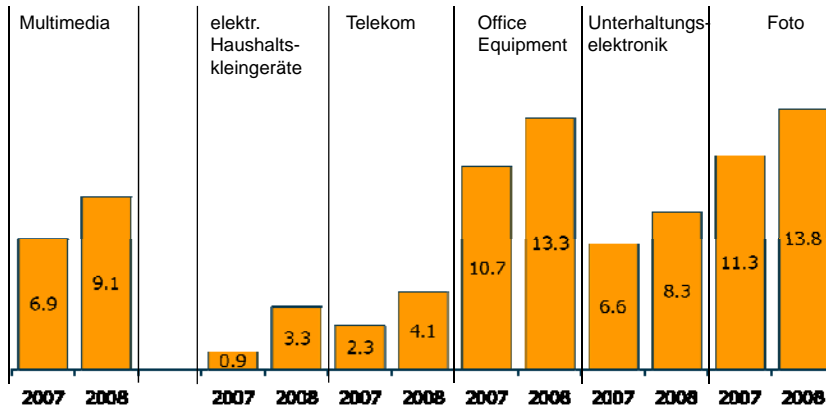


VSV - VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



## ERGEBNIS – MULTIMEDIA DETAILS

Anteile in % vom Gesamtmarkt



Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz –  
topsoft 24.9.2009



VSV - VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



## ERGEBNIS – „AUKTIONEN“



- Marktanteil ricardo: rund 70 %
- rund 10 Mio Transaktionen
- Anteil Profis / B2C geschätzt: 35 – 50 %
- Vergleich Umsatz Glattzentrum: 648 Mio CHF

Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz –  
topsoft 24.9.2009



VSV – VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



## ERGEBNIS – IMPORTE

- keine Zahlen offiziell verfügbar
- grosse Anbieter, welche diesen Umsatz treiben:  
amazon.de, ebay.de, ebay.com, landsend.com, victoriassecret.com,....  
und unendlich viele Klein und Kleinstanbieter
- **Schätzung GfK: 500 Mio CHF**

Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz –  
topsoft 24.9.2009



VSV – VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



## ERGEBNIS – GESAMT B2C / B2B

Dienstleistungen	Online-Handel Ausland (Import)	
	500 Mio CHF	
	Schweizer Online- und Distanzhandel B2C	Schweizer Grosshandel B2B
	3'350 Mio CHF	1000 Mio CHF
Auktionshäuser / Tauschbörsen (C2C, B2C, B2B)		
800 Mio CHF		

➔ **Gesamtmarkt B2C: 4'650 Mio CHF**

Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz –  
topsoft 24.9.2009



VSV – VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



## STATUS AUGUST 2009



Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz –  
topsoft 24.9.2009



VSV – VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



## STATUS AUGUST 2009

- Stagnation (Umsatz) der Grossen – Channel Shift geht weiter
- Spezialanbieter wachsen weiter
- Preisaggressive Konzepte gehören zu den Gewinnern
- Margenerosion auf Industriemarken (Vergleichbarkeit – Transparenz)
- Neue Channel-Entries stehen bevor (Schild, Vögele, MediaMarkt)

Entwicklung des Online- und Distanzhandels in der Schweiz –  
topsoft 24.9.2009



VSV – VERBAND DES  
SCHWEIZERISCHEN VERSANDHANDELS



## AUSBLICK – TRENDS - THESEN

- Multi-Channel: Es werden insbesondere stationäre Unternehmen vermehrt ins Internet drängen und den Zusatzverkauf zu suchen oder aber auch einfach den bestehenden Kunden bei der Marke zu halten
- Starke stationäre Marken werden online ebenfalls dominant - Markenbekanntheit und Kundenvertrauen als Grundvoraussetzung für Online-Handel
- Online- und Distanzhandel wird 2009 mehr Wachstum aufweisen können als der stationäre Handel
- Steigende Preissensitivität der Kunden führt ins Internet (Transparenz-, Vergleichbarkeit) → führt zu Margenerosion bei austauschbaren Gütern
- Polarisierung: Zunehmende Spezialisierung vs. Long Tail
- Tante-Emma Läden: jedermann ist ein Händler - ricardo und ebay als Einstiegsportal