

GfK Switzerland AG

Obermattweg 9, 6052 Hergiswil, Telefon +41 41 632 91 11
info.ch@gfk.com, www.gfk.ch

Verband des Schweizerischen Versandhandels
Association Suisse de Vente par Correspondance
General Wille-Strasse 144, 8706 Meilen, Telefon +41 58 310 07 17
info@vsv-versandhandel.ch, www.vsv-versandhandel.ch

Meilen/Hergiswil, 27. März 2011

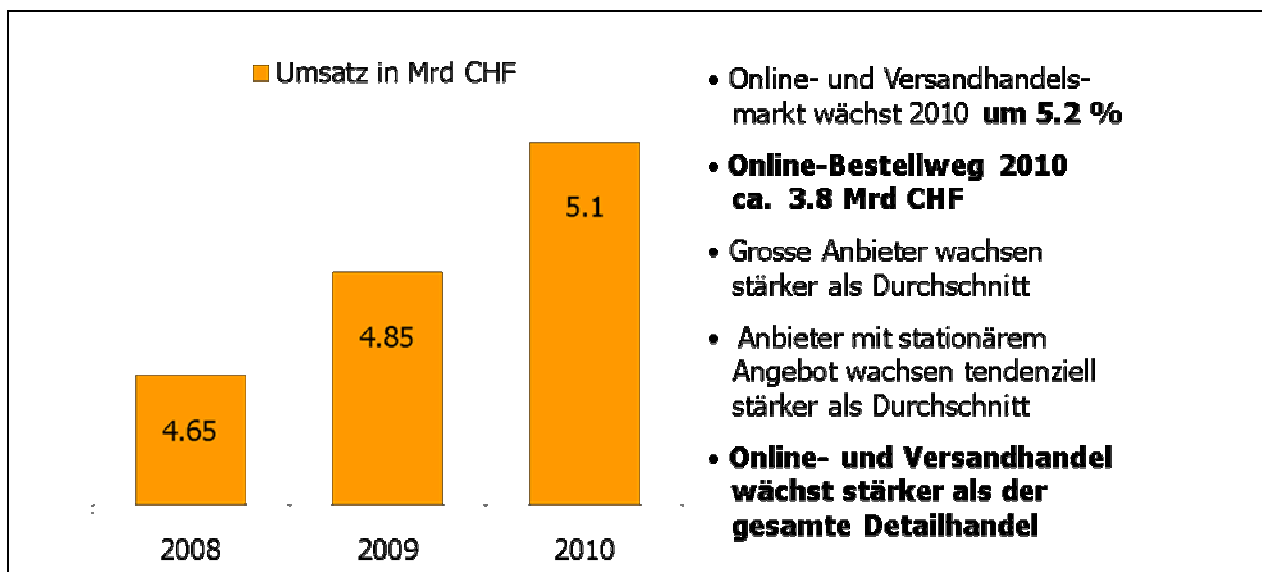
Medienmitteilung

Der Verband des Schweizerischen Versandhandels VSV hat zusammen mit der GfK zum dritten Mal die Gesamtmarkterhebung für den Online- und Distanzhandel in der Schweiz durchgeführt:

Der Schweizer Consumer Online- und Versandhandel 2010 wächst 5.2 %

Die wichtigsten Resultate im Überblick:

- Im Jahre 2010 wurden in der Schweiz über Internet und Kataloge von Privatpersonen für 5.1 Mrd. CHF Waren bestellt:
 - 3'750 Mio. CHF von Privatpersonen bei Unternehmen in der Schweiz (B2C)
 - 850 Mio. CHF über Auktionsplattformen/Tauschbörsen (Ricardo/ebay)
 - 500 Mio. CHF Online-Einkäufe von SchweizerInnen im Ausland
- Der reine Onlinebestellanteil beträgt rund 3.8 Mrd. CHF oder 75 % des Gesamtmarktes
- Klassische Werbemedien treiben Online-Bestellungen
- Bezahlung gegen Rechnung bleibt der wichtigste Zahlungsweg



GfK Switzerland AG

Obermattweg 9, 6052 Hergiswil, Telefon +41 41 632 91 11
info.ch@gfk.com, www.gfk.ch

**Verband des Schweizerischen Versandhandels
Association Suisse de Vente par Correspondance**

General Wille-Strasse 144, 8706 Meilen, Telefon +41 58 310 07 17
info@vsv-versandhandel.ch, www.vsv-versandhandel.ch

Der Online- und Versandhandelsmarkt wächst weiterhin stärker als der stationäre Handel und gewinnt weiter an Relevanz für den Detailhandel. Mittlerweile macht der Online- und Versandhandel 5 % des gesamten Detailhandelsumsatzes aus.

Im Bereich Heimelektronik werden mittlerweile bereits rund 15 % des Umsatzes online realisiert. GfK und VSV gehen davon aus, dass der Online- und Versandhandel auch 2011 wiederum ein Wachstum von 5 % realisieren kann.

Die befragten Unternehmen zeigen sich für 2011 optimistisch: 69 % der Unternehmen erwarten steigende Umsätze, 29 % gehen von einer Stagnation aus. Ebenso positiv wird die Ergebnisentwicklung eingeschätzt.

Eingesetzte Zahlungsmittel

Erstmals wurde abgefragt, welche Zahlungsmittel die Kunden heute im Online- und Versandhandel einsetzen. Auch im Online-Zeitalter scheint den Schweizern die Bezahlung gegen Rechnung das liebste Zahlungsmittel zu sein: 92 % der Bestellungen werden heute noch gegen Rechnung ausgeliefert, erst 5 % der Bezahlungen erfolgten 2010 per Kreditkarte.

Entwicklung einzelner Sortimentsgruppen B2C

Im Jahre 2010 haben sich insbesondere die Bereiche Heimelektronik und Wohnen (Möbel/Heimtextilien) sehr stark entwickelt. Der Bereich Heimelektronik konnte um weitere 15 % wachsen, Wohnen legte um über 10 % zu.

Der Bereich Wohnen hat online bisher eher eine untergeordnete Rolle gespielt und scheint nun ebenfalls Geschwindigkeit aufzunehmen. Gerade der Möbelmarkt (Kleinmöbel, Accessoires) hat in der Schweiz online noch ein grosses Potential, der Bereich Heimtextilien war schon immer stark im Versandhandel präsent. Stagniert hat der Bereich Textilien, aber auch Bücher/CD/Medien.

1'100 CHF Umsatz pro Schweizer Haushalt

Im Durchschnitt kauft jeder Schweizer Haushalt pro Jahr für rund CHF 1'100 bei einem Schweizer Versandunternehmen ein und bestellt 7mal pro Jahr online oder offline Ware.

Entwicklung B2B

Der B2B Versandhandel hat den Rückgang aus dem Jahr 2009 fast wettmachen können und verzeichnete ein Wachstum von 6 %. Sowohl die Bauausrüster als auch Büromittel- und Technikversender (PC/Peripherie) konnten ihre Umsätze steigern und schon fast wieder die Rekordwerte aus dem Jahr 2008 realisieren. Mittlerweile gehen 2 von 3 Bestellungen im B2B-Bereich online ein.

GfK Switzerland AG

Obermattweg 9, 6052 Hergiswil, Telefon +41 41 632 91 11
info.ch@gfk.com, www.gfk.ch

Verband des Schweizerischen Versandhandels
Association Suisse de Vente par Correspondance
General Wille-Strasse 144, 8706 Meilen, Telefon +41 58 310 07 17
info@vsv-versandhandel.ch, www.vsv-versandhandel.ch

Detailresultate aus der Befragung der VSV-Mitglieder

Wiederum haben 105 Mitglieder des VSV zu Spezialthemen Auskunft gegeben und lassen interessante Entwicklungen im Markt erkennen. Die im VSV organisierten Versandunternehmen generieren über 60 % des Volumens im Schweizerischen Versandhandel.

Online-Bestellungen legen weiter zu – dank klassischen Werbemedien

Im Jahr 2010 ist bei den VSV-Mitgliedern jede zweite Bestellung online erfolgt. Die telefonischen und schriftlichen Bestellungen gehen laufend zurück, sind aber nach wie vor wichtig.

Die Nutzung der Bestellkanäle erlaubt allerdings keine Rückschlüsse auf die Relevanz der eingesetzten Werbemittel. Es kann häufig nicht eindeutig geklärt werden, wo der ursprüngliche Kaufimpuls ausgelöst wurde. Hat der Katalog den Kunden zur Bestellung im Internet veranlasst, eine Fernsehwerbung, ein Inserat oder eben doch Google?

Aufgrund der stabilen Auflagen der klassischen Werbemittel wie Katalog, Mailing oder Zeitungsbeilage kann festgestellt, dass der „alte“ Weg noch immer einen hohen Einfluss auf das Bestellverhalten der Kunden hat und als Impulsgeber vorläufig unverzichtbar ist.

Newsletter & Mailing

Die Kundenaktivierung erfolgt aber neben den klassischen Wegen immer stärker über Online-Massnahmen. Die Anzahl versandter elektronischer Newsletter stieg auf 515 Mio. Jeder Haushalt erhält im Durchschnitt pro Woche rund 3 elektronische Newsletter.

Interessant zu beobachten ist, dass die Versandfrequenz der Newsletter tendenziell noch steigt, die Anzahl beworbener Adressen aber abnimmt. Dies ist damit zu erklären, dass die Unternehmen bemüht sind, die Angebotsrelevanz für Ihre Kunden zu erhöhen und nicht mehr einfach jedes Angebot allen möglichen Kunden zustellen.

Die Menge an klassischen Mailings (Kataloge, Flyer) ist leicht um 0.5 % auf 318 Mio Stück angestiegen. Auffallend ist der Rückgang der „dicken“ Kataloge um 30 % (Quelle/Ackermann Effekt). Leichte Kataloge konnten entgegen allen Horrorszenarien der Schweizerischen Post nochmals leicht zulegen und sind tragende „Frequenzbringer“ für jeden Versandhändler.

GfK Switzerland AG

Obermattweg 9, 6052 Hergiswil, Telefon +41 41 632 91 11
info.ch@gfk.com, www.gfk.ch

Verband des Schweizerischen Versandhandels
Association Suisse de Vente par Correspondance
General Wille-Strasse 144, 8706 Meilen, Telefon +41 58 310 07 17
info@vsv-versandhandel.ch, www.vsv-versandhandel.ch

Neukundengewinnung

Zur Neukundengewinnung werden die finanziellen Mittel immer häufiger online eingesetzt: Die Ausgaben für Suchmaschinenmarketing (SEM) sind erneut um 29 % gestiegen. Google wird sich darüber sicher freuen.

Wohin gehen die Werbeausgaben

Von 48 meldenden Firmen haben 36 die Mittel für neue Medien erhöht, 11 haben die Ausgaben unverändert belassen und 1 Unternehmen hat die Mittel für neue Medien gar reduziert. 8 Unternehmen investierten 2010 erstmals in Radio/Fernsehwerbung.

Reduziert wurden die Ausgaben dagegen für die klassischen Printmedien wie Katalog und Inserate. Nachdem aber auch festgestellt wurde, dass die Anzahl Mailings sogar leicht angestiegen ist, liegt der Schluss nahe, dass die Mailings leichter sein müssen und weniger umfangreich sein dürften.

Oder mit alten Worten formuliert: Frequenz ist alles. Ein Unternehmen muss für seine Kundengruppe heute fast überall und jederzeit präsent sein, nur in einem Kanal oder Medium aktiv zu sein reicht einfach nicht mehr aus. Es müssen laufend neue Impulse gesetzt werden.

Markteintritte - Trends

Bereits haben die textilen „stationären“ Händler Zara, Schild und Vögele den Schritt in den Schweizer Online-Handel gewagt. PKZ, C&A oder auch H&M müssen früher oder später folgen.

Im Bereich Heimelektronik hat kürzlich M-Electronics den Online Shop lanciert und auch Media Markt wagt endlich die ersten Schritte mit einem Online-Angebot in der Schweiz – man darf auf die verschiedenen Aktivitäten gespannt sein.

Für 2011 gilt: Online führt – wer den Zug jetzt verpasst wird früher oder später zu den Verlierern gehören.

GfK Switzerland AG

Obermattweg 9, 6052 Hergiswil, Telefon +41 41 632 91 11
info.ch@gfk.com, www.gfk.ch

Verband des Schweizerischen Versandhandels
Association Suisse de Vente par Correspondance
General Wille-Strasse 144, 8706 Meilen, Telefon +41 58 310 07 17
info@vsv-versandhandel.ch, www.vsv-versandhandel.ch

Über den VSV

Der Verband des Schweizerischen Versandhandels engagiert sich für fairen und erfolgreichen Distanzhandel mit Waren aller Art. 115 Mitglieder mit rund 3.2 Mia CHF Warenumsatz bearbeiten jährlich über 20 Mio Bestellungen. Die VSV Mitglieder generieren jährlich über 30 Mio Pakete, was mehr als 25 % des Paketvolumens der Schweizerischen Post ausmacht.

Das seit 30 Jahren eingeführte Vertrauenslogo geniesst bei den Kunden einen hohen Wiedererkennungswert und garantiert Seriosität und Transparenz im Distanzhandel.

Für weitere Auskünfte

Verband des Schweizerischen Versandhandels VSV,
Patrick Kessler, Präsident, General Willestrasse 144, 8706 Meilen
Tel +41 58 310 07 17, mailto: info@vsv-versandhandel.ch

**GfK Switzerland AG - Growth from Knowledge**

GfK Switzerland ist mit einem Umsatz von 84,2 Millionen CHF und einem Marktanteil von 37% das grösste Marktforschungsinstitut der Schweiz.

GfK Switzerland gehört zur international tätigen GfK-Gruppe mit Hauptsitz in Nürnberg. 10'000 MitarbeiterInnen in 150 operativen Unternehmen erwirtschafteten 2010 einen Umsatz von 1,292 Milliarden Euro. Damit gehört die GfK zu den grössten Marktforschungsinstituten der Welt.

Weitere Auskünfte:

GfK Switzerland AG,
Thomas Hochreutener, Obermattweg 9, 6052 Hergiswil
Tel +41 41 632 93 64, thomas.hochreutener@gfk.com, www.gfk.ch