

**GfK Switzerland AG**

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

**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, 23. März 2010

**Medienmitteilung – Sperrfrist: 23. März 2010, 11.00 Uhr**

## **Der Schweizer Distanzhandel 2009**

### **Online-Anteil im Distanzhandel erstmals über 50 %**

Der Verband des Schweizerischen Versandhandels VSV hat zusammen mit der GfK zum zweiten Mal die Gesamtmarkterhebung für den Online- und Distanzhandel in der Schweiz durchgeführt: Im Jahre 2009 wurden in der Schweiz über Internet oder Kataloge für 3.5 Mrd. CHF Waren an den Privatkunden (B2C) verkauft. Für rund 850 Mio CHF ist Handel über Auktionsplattformen zwischen Privatpersonen (C2C) betrieben worden und für 500 Mio CHF wurde Ware online im Ausland bestellt. Der Distanzhandel mit Geschäftskunden (B2B) hat 2009 rund 1.1 Mrd. CHF umgesetzt.

Dabei ist der Online-Bestelleingang 2009 erneut um 13 % gestiegen, Bestellungen per Telefon oder Bestellkarte nehmen dagegen laufend ab. Der Online-Bestellanteil im Geschäft mit Privatkunden beläuft sich 2009 auf 51.5 %, im Bereich Geschäftskunden auf 56 %.

### **1'000 CHF Umsatz pro Schweizer Haushalt**

Im Durchschnitt kauft jeder Schweizer Haushalt pro Jahr für rund CHF 1'000 bei einem Schweizer Versandunternehmen ein und bestellt rund 6-mal pro Jahr online oder offline Ware.

### **Entwicklung einzelner Sortimentsgruppen B2C**

Der Gesamtmarkt Online-und Distanzhandel ist mit 4.1 % stärker gewachsen als der Detailhandel. Stark nachgefragt werden weiterhin Textilien, Heimelektronik, Bücher und Food. Textilien machen mit rund 1 Mia CHF Umsatz immer noch den grössten Anteil im Distanzhandel aus und im Jahr 2009 konnte ein Wachstum von 2 % erreicht werden, wohingegen der Gesamtmarkt um 1 % geschrumpft ist. Im Verhältnis zum gesamten textilen Detailhandel macht der textile Versandhandel rund 9 % aus!

Stark gewachsen ist 2009 der Bereich Multimedia. Hier spürt der stationäre Handel die Konkurrenz aus dem Internet – Preistransparenz, Produktvergleiche und Bewertungen im Internet werden diesen Trend auch 2010 stützen und die stationären Händler wie Media Markt oder M-Electronic etc. nötigen den Online-Handel ebenfalls ins Betracht zu ziehen.

**GfK Switzerland AG**

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

**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

**Entwicklung B2B**

An den B2B Versendern ist die Finanzkrise 2009 nicht spurlos vorbeigegangen. Während der Bereich Büromaterial ohne grösseren Einbruch über die Runden gekommen ist, hat der Bereich Werkzeuge/Baubedarf aber auch der Bereich PC/Peripherie doch empfindliche Umsatzeinbussen hinnehmen müssen.

Die vielfach angekündigte Wirtschafts-Erholung wird die B2B-Versender freuen und für 2010 wieder für eine positive Entwicklung sorgen.

**Detailresultate aus der Befragung der VSV-Mitglieder****Das Thema 2009: Online – Offline**

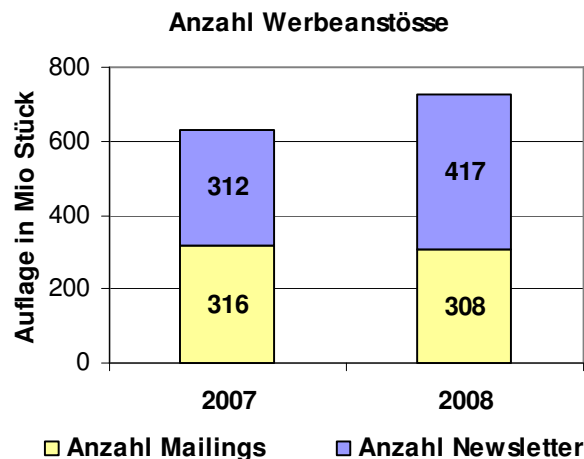
Die im VSV organisierten Versandunternehmen machen über 60 % des Volumens im Schweizerischen Distanzhandel aus. Entsprechend aussagekräftig sind die erhobenen Detail-Daten insbesondere unter dem Aspekt der viel zitierten Unterschiede zwischen Offline und Online-Bestellungen:

**Papier als Impulsgeber für den Online-Handel**

Sowohl Befragungen bei Konsumenten als auch die Erfahrung der VSV-Mitglieder zeigen, dass das Papier-Mailing immer noch ein sehr wichtiger Impulsgeber für den Kauf ist – sowohl für Offline- als auch Online-Bestellungen. Gemäss Studie des bvh (Bundesverband des Deutschen Versandhandels) haben 67 % der Online-Besteller vor der Bestellung im Internet in einem Katalog oder Mailing geblättert!

**Online-Werbung nimmt weiter zu**

Die Neukundengewinnung und Kundenaktivierung erfolgt immer stärker über Online-Massnahmen. Die Anzahl versandter elektronischer Newsletter sogar um 33%. Insgesamt wurden 2009 rund 417 Mio Newsletter versandt – aber auch immer noch 308 Mio adressierte und unadressierte Mailings und Kataloge in Papier!



**GfK Switzerland AG**

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

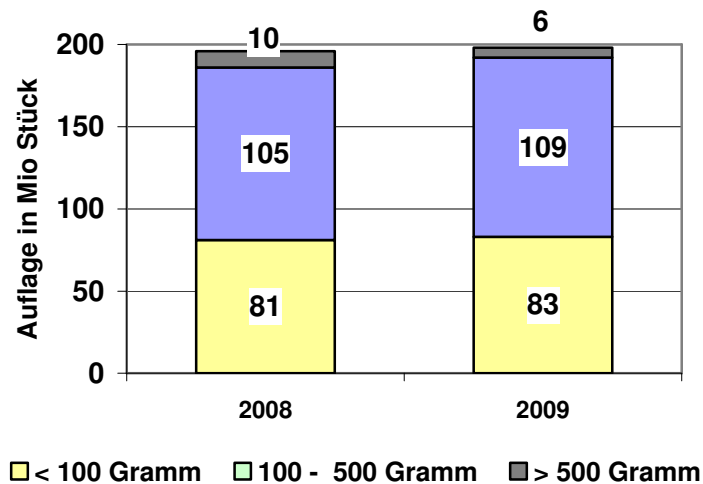
**Verband des Schweizerischen Versandhandels**  
**Association Suisse de Vente par Correspondance**  
General Wille-Strasse 144, 8706 Meilen, Telefon +41 58 310 07 17  
info@vsv-versandhandel.ch, www.vsv-versandhandel.ch

**Neukundengewinnung**

In der Neukundengewinnung werden die finanziellen Mittel offensichtlich von Offline zu Online verlagert. Die Ausgaben für Suchmaschinenmarketing (SEM) sind um 20 % gestiegen, während die unadressierten Werbesendungen um rund 15 % auf neu 72 Mio. Stück pro Jahr abgenommen haben. Zugenommen hat dagegen die Anzahl an Zeitungsbeilagen um 10 % auf neu 37 Mio Exemplare.

**Adressierte "Offline" Mailings nehmen 2009 um 5.3 Mio zu!**

Im Jahr 2009 haben die VSV Mitglieder 5.3 Mio adressierte Mailings mehr verschickt (+ 3.4 %) als im Vorjahr, total 191.9 Mio Stück.

**Adressierte Mailings**

Interessant zu beobachten ist der Trend, dass auch bislang "reine" Online-Händler vermehrt auf klassische Printmassnahmen setzen, um den Kunden zu "aktivieren". Offenbar stossen pure Online-Händler mit reinem Online-Marketing an Wachstumsgrenzen und bearbeiten vermehrt auch "alte" Kanäle um den Kunden zum Kauf zu bewegen.

**Auflagen der "BigBooks" gehen zurück**

Die Auflagen der sogenannten BigBooks (Kataloge schwerer als 500 Gramm) sind rückläufig. Hier dürfte der Wegfall des Hauptkataloges von Quelle und Ackermann im Zuge der Turbulenzen in Deutschland einen erheblichen Einfluss auf die negative Entwicklung gehabt haben.

**Bestellwerte**

Der durchschnittliche Bestellwert beträgt im B2C Sektor beträgt bei den VSV Mitgliedern CHF 122 pro Bestellung, die B2B Anbieter können auf durchschnittliche Werte von CHF 370 pro Bestellung zählen.

**GfK Switzerland AG**

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

**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

**Retourenquoten**

Die durchschnittlichen Retourenquoten blieben mit 15.3 % im Jahr 2009 in etwa stabil. Hohe Retourenquoten weisen naturgemäss Textil-Versender aus, tiefe Retourenquoten werden im Bereich Food/Wein/Geschenke aber auch Multimedia und Bücher/CD/DVDs erzielt.

**Fokus: Schweizerische Post**

Weiterhin im Fokus des Distanzhandels steht die Schweizerische Post. Die VSV-Mitglieder generieren rund 30 % des Paketvolumens von PostLogistics und 7 % des Mailingvolumens von PostMail. Die VSV Mitglieder bringen der Post pro Jahr rund 350 Mio CHF Umsatz, die gesamte Distanzhandels-Branche dürfte für die Post etwa 500 Mio CHF Umsatz wert sein.

**Multi-Channel 2009**

Im Jahr 2009 sind insbesondere 2 Eintritte in den Schweizer Markt hervorzuheben. Die Firmen Schild und Calida haben das "Abenteuer" Multi-Channel in Angriff genommen und sind neu mit Online-Shops im Markt. Einen forschen Online-Expansionskurs konnte man bei ExLibris wahrnehmen, sicher einer der Online-Gewinner und Multi-Channel Player im Jahr 2009.

**Erwartete Markteintritte 2010**

Schon lange erwartet wird der Eintritt von Media Markt im Bereich Heimelektronik. Im Bereich Textilien wird von der Vögele-Geschäftsleitung offiziell 2011 als Startjahr genannt. PKZ, C&A oder auch H&M sind weitere Unternehmen, welche früher oder später den Schweizer Online-Textilmarkt bearbeiten und die Distanzhandelslandschaft massgeblich verändern werden.

**GfK Switzerland AG**

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

**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. Über 100 Mitglieder mit rund 3 Mia CHF Warenumsatz bearbeiten jährlich rund 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 88,7 Millionen CHF und einem Marktanteil von rund 40% (Branchenstatistik 2008) das grösste Marktforschungsinstitut der Schweiz und in den Geschäftsfeldern Retail and Technology, Custom Research und Media als Full Service Anbieter aktiv. Die Umfrageforschung von GfK Switzerland erfüllt als einziges Marktforschungsinstitut der Schweiz die anspruchsvollen Auflagen des Datenschutz-Gütesiegels "Good Priv@cy" von SQS und ist ISO-zertifiziert.

GfK Switzerland gehört zur international tätigen GfK-Gruppe mit Hauptsitz in Nürnberg. 10'000 MitarbeiterInnen in 115 operativen Unternehmen erwirtschaften einen Umsatz von 1,2 Milliarden Euro.

**Weitere Auskünfte:**

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