

# Handel im Wandel - Detailhandel Schweiz

Umsatzentwicklung 1990 – 2013 in Mrd. CHF



Ø jährliches Wachstum 1990–1999

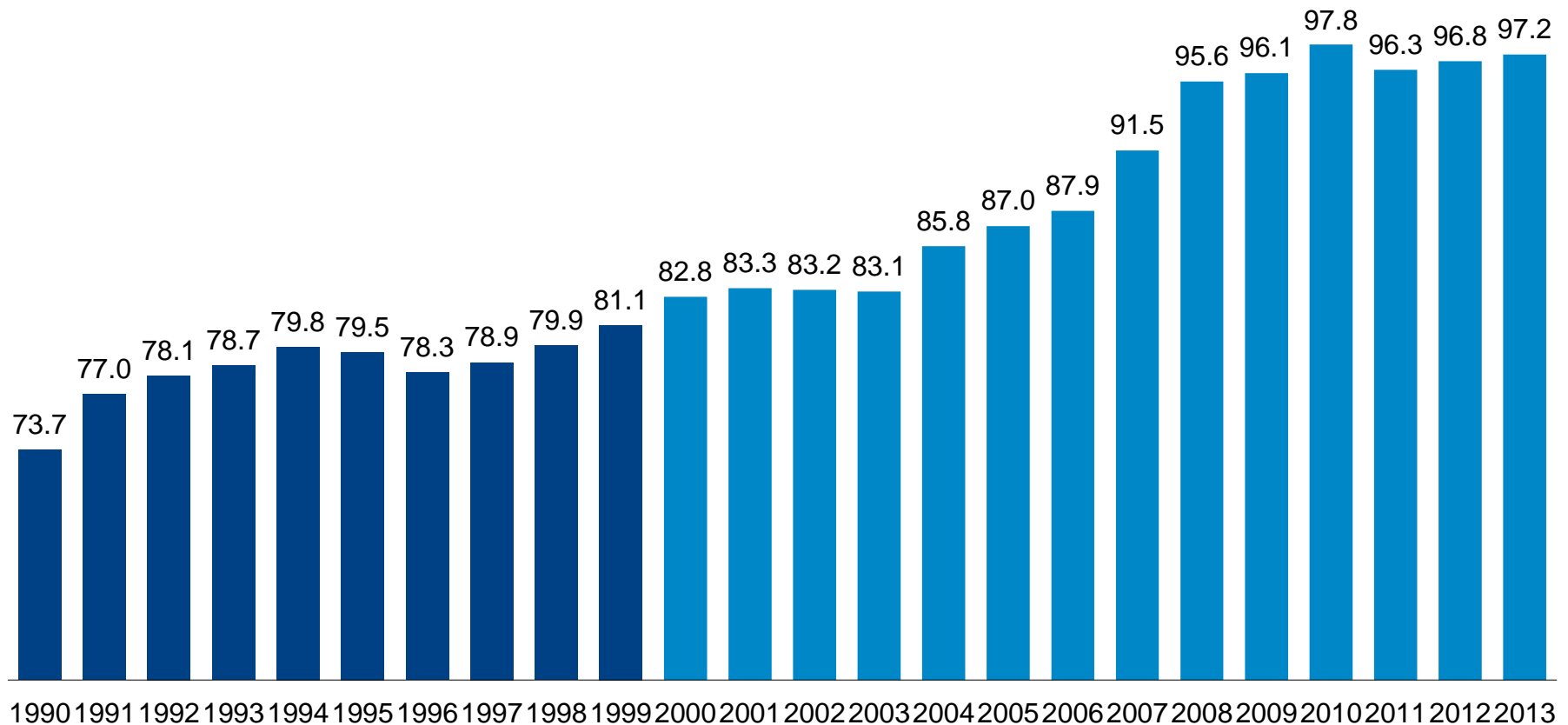
**0.7%**

Ø jährliches Wachstum 2000–2009

**1.3%**

Ø Wachstum 2010–2013

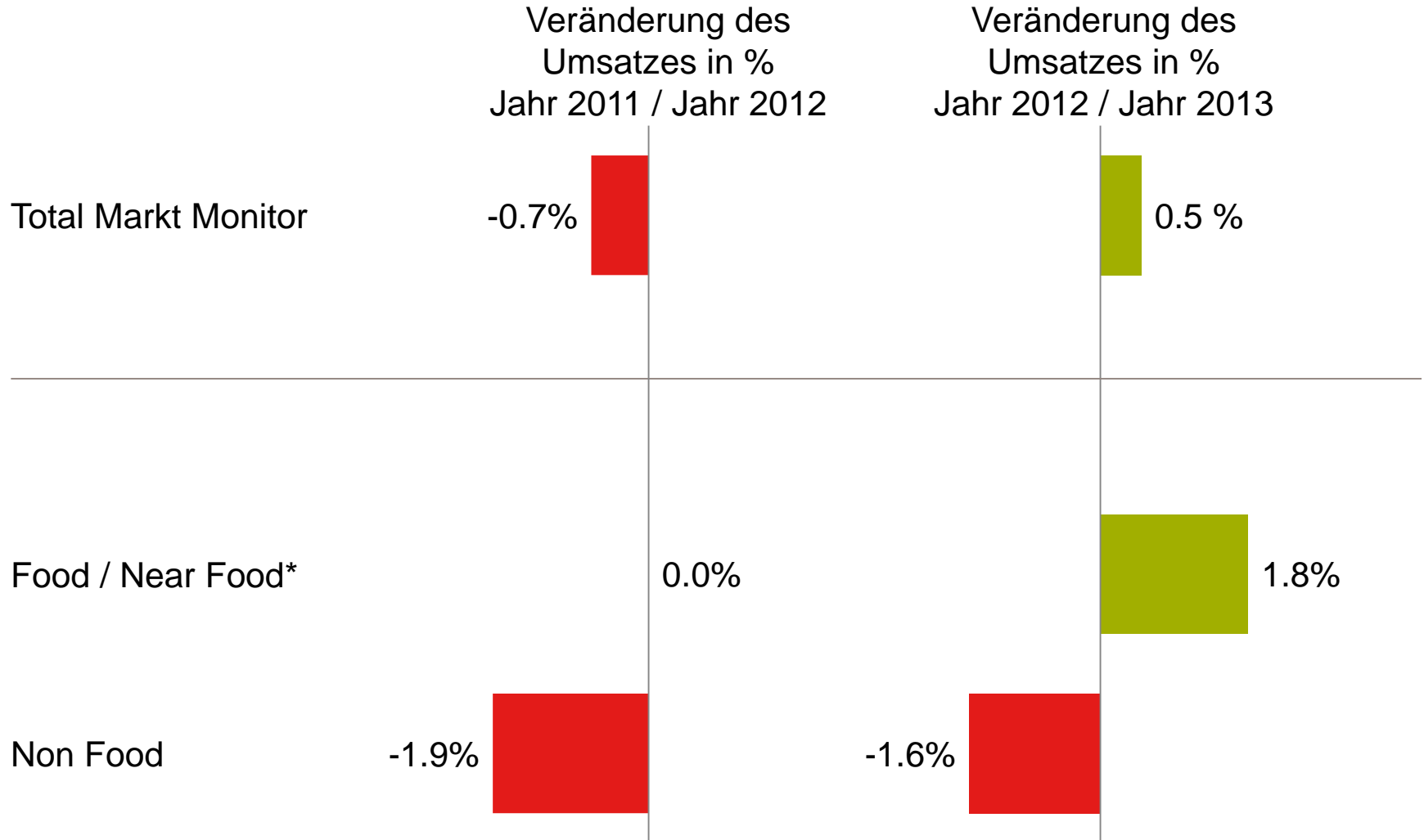
**- 0.2%**



Quelle: BAK Basel, Stand: März 2014

© GfK 2014 | Detailhandel Schweiz 2014 | Thomas Hochreutener

# Wertmässige Entwicklungen im Detailhandel Schweiz

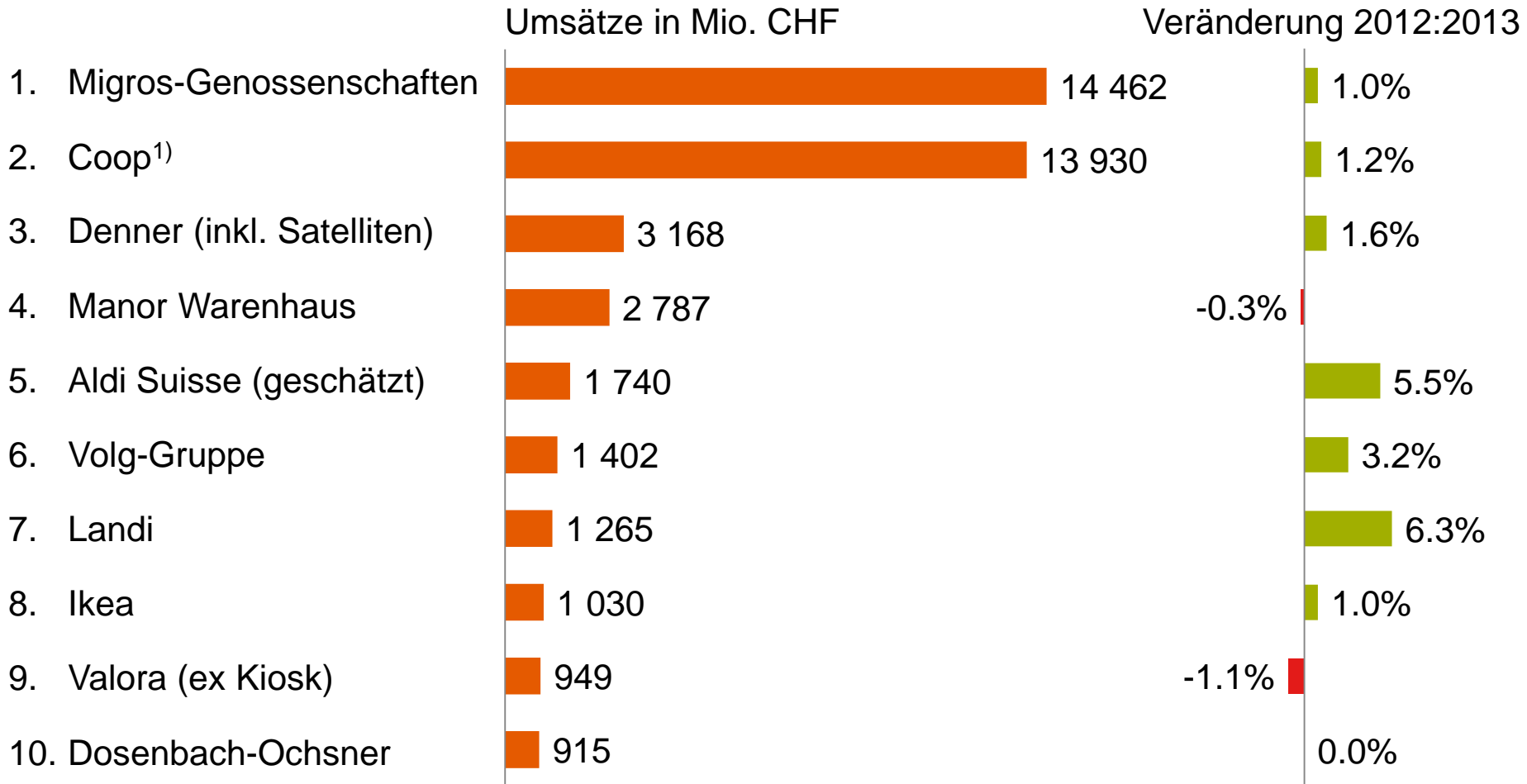


Quelle: GfK Markt Monitor Schweiz

\*Quelle Food / Near Food: The Nielsen Company (ohne Verteiler Aldi/Lidl)

# Hitliste im Schweizer Detailhandel 2013 – Konsumentensicht

(ohne Ausland, ohne Brenn- und Treibstoffe) – Food und NonFood



1) Alle Verkaufsstellen, die mit Coop beschriftet sind (ohne Interdiscount, TopTip/Lumimart, Christ Uhren & Schmuck, Import Parfumerie, Dipl. Ing. Fust)

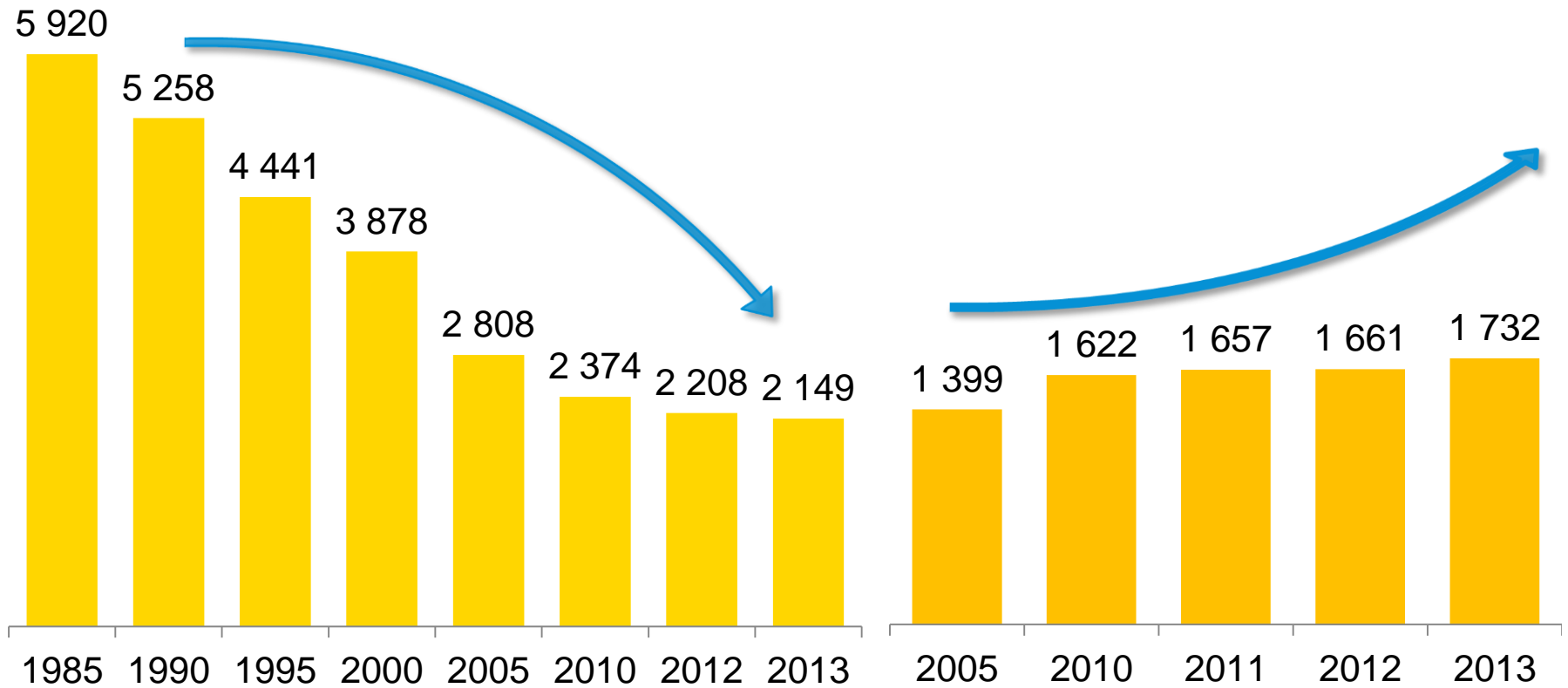
# Ablöseprozess im Schweizer Lebensmittel-Detailhandel

Anzahl Verkaufsstellen

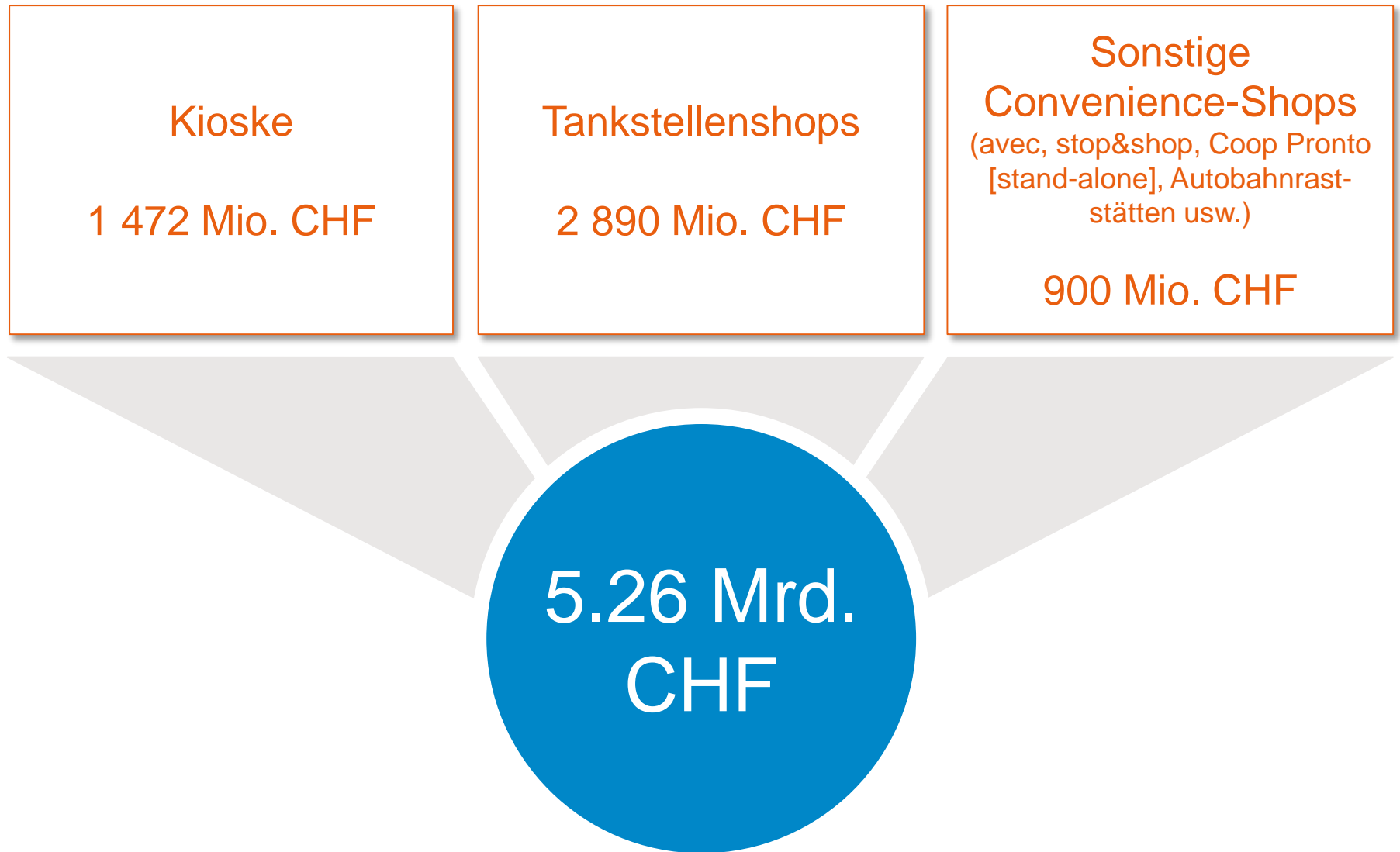


Selbständige Lebensmitteldetaillisten  
(ohne Fachgeschäfte)

Tankstellen- und Convenience-Shops  
(ohne Kioske)

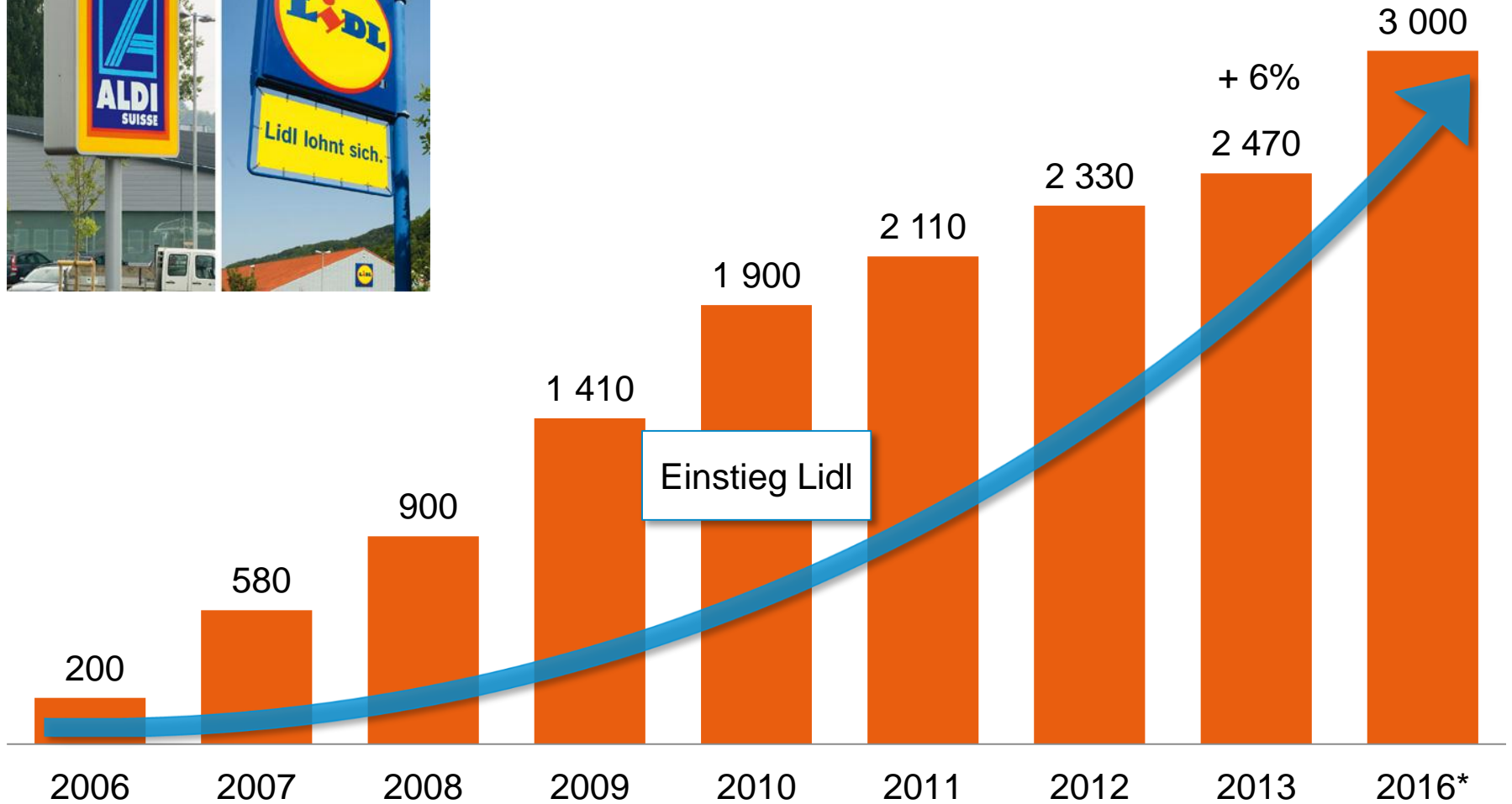


# Volumen des Convenience-Retail Marktes 2013



# Aldi und Lidl in der Schweiz

Geschätzte Verkaufsumsätze in Mio. CHF



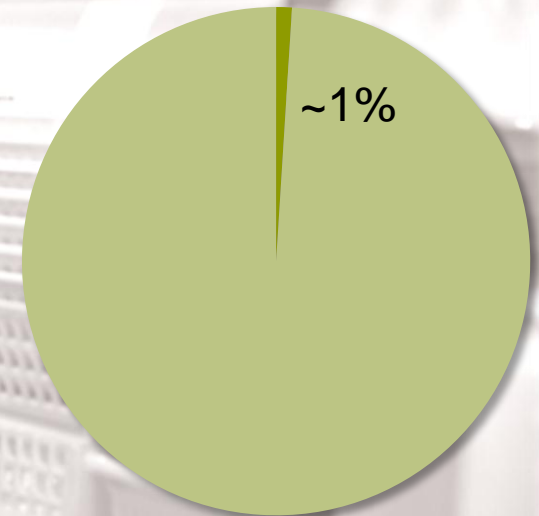
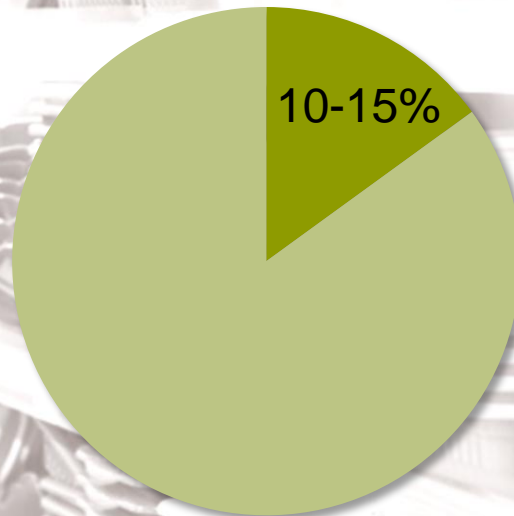
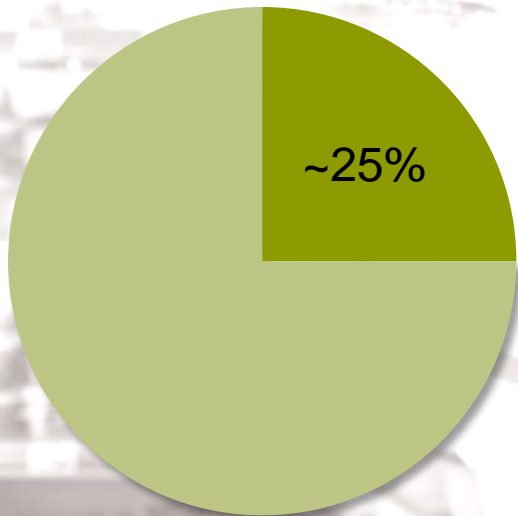
\*Prognose GfK

Quelle: GfK Switzerland AG

© GfK 2014 | Detailhandel Schweiz 2014 | Thomas Hochreutener

# Non Food – Wertmässige Anteile bei den Discountern

Jahr 2013



# Auslandeinkäufe 2013

## Auslandeinkäufe der Schweizer

**Total** 2012/13  
**CHF 10.0 Mrd.** + 7%

Gezielter Einkauf  
 im Ausland

CHF 5.0 Mrd.

2012/13

+ 10%

Ferien / Besuch  
 Geschäftlich / Ausflug

CHF 3.8 Mrd.

2012/13

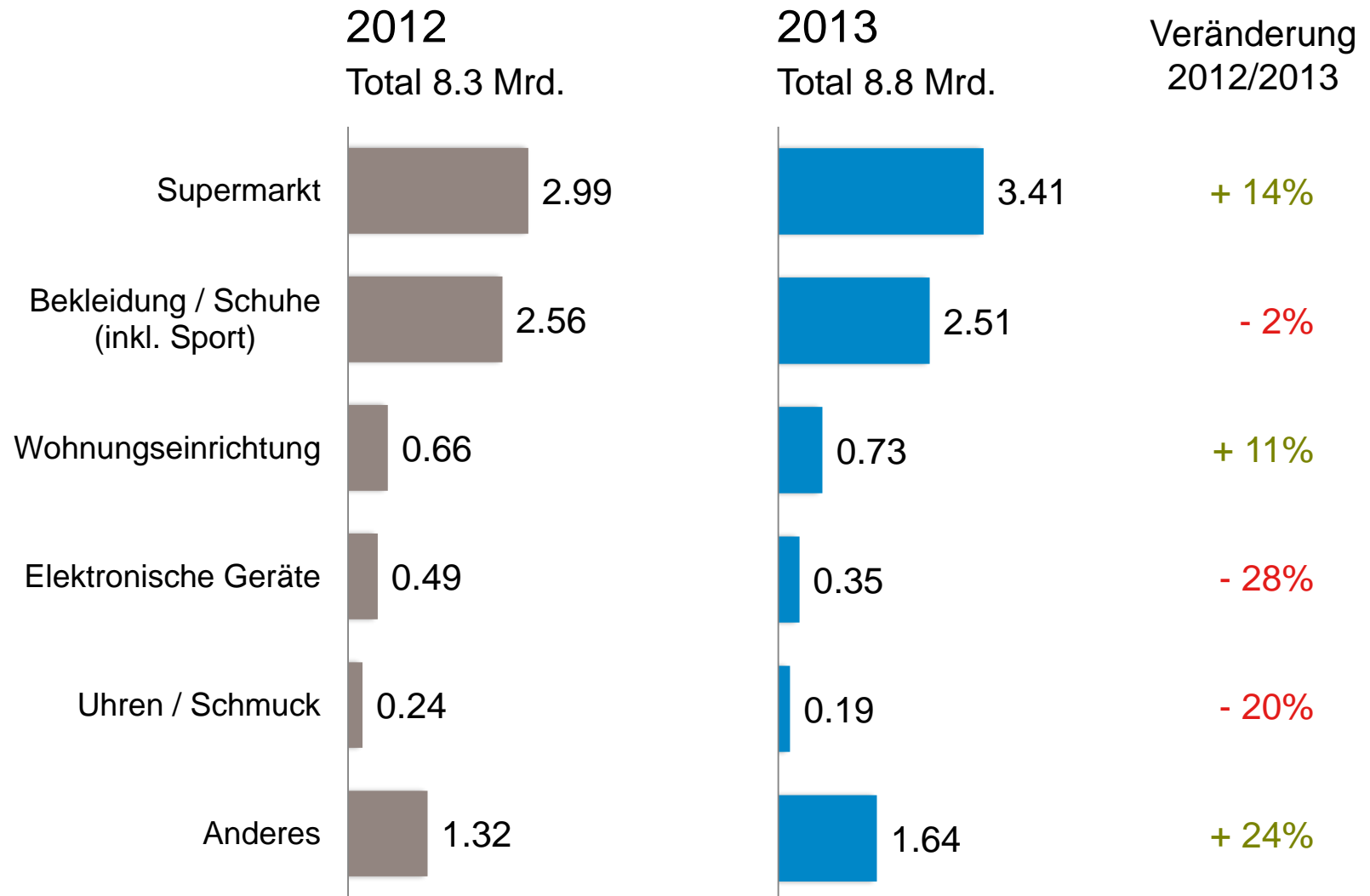
+ 3%

Online  
 CHF 1.2 Mrd.

Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten haben in **Online-Shops** Waren im Gegenwert von rund 1.2 Mrd. Franken eingekauft, die in Fremdwährung (z.B. Euro, Dollar, etc.) bezahlt wurden (wegen Abfrageänderung keine Vergleichsdaten 2012 vorhanden).



# Alle Auslandeinkäufe im stationären Handel in Mrd. CHF pro Jahr



Nur Stationärer Handel  
Wachstum der Haushaltsanzahl und Währungskursänderungen berücksichtigt / 2013 inklusive Tabak

# Gezielte Auslandeinkäufe

Zurückgelegte Km mit dem Auto für den gezielten Auslandseinkauf (Hin- & Rückfahrt)

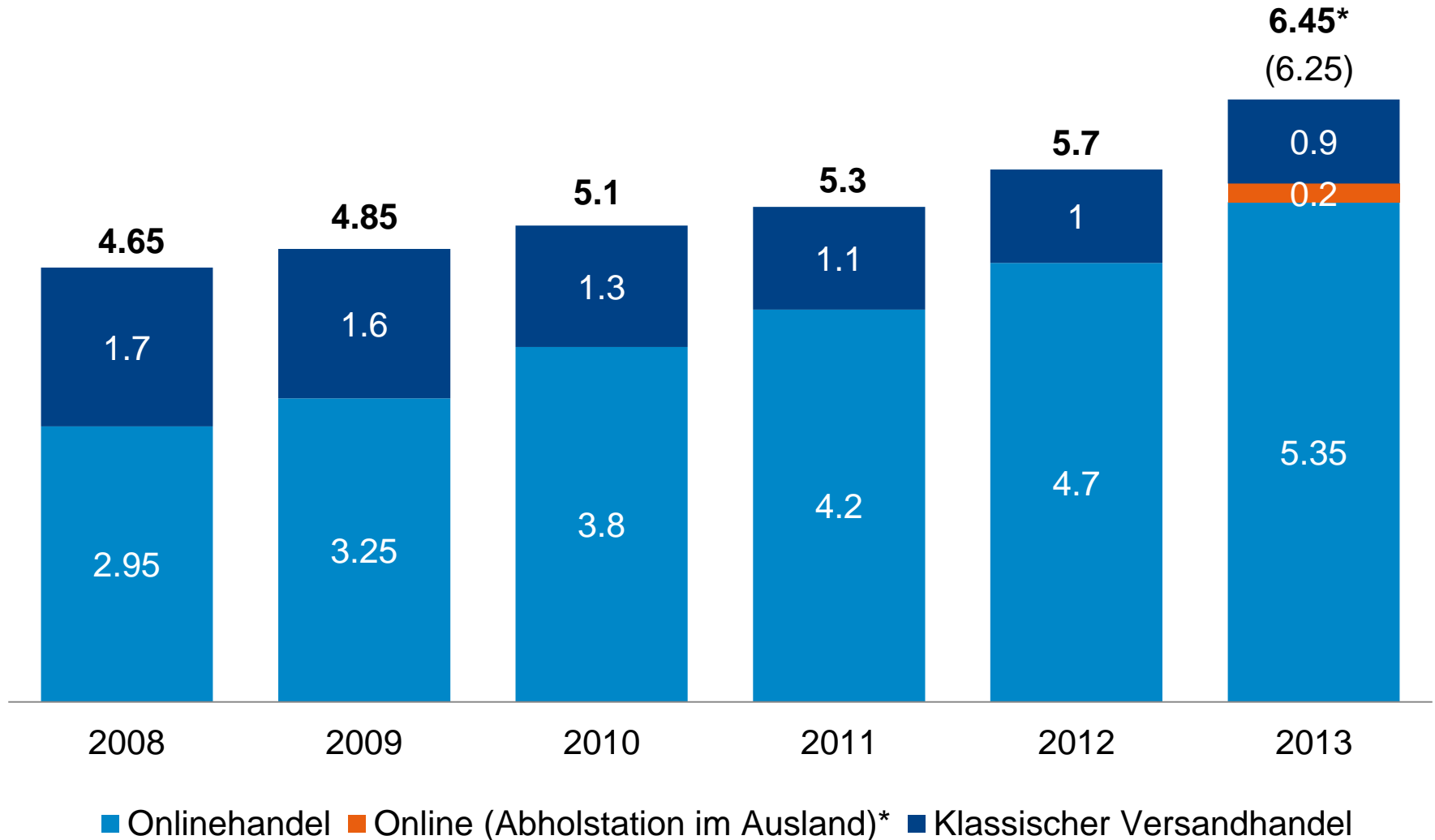


Durchschnitt	2012	2013
Gefahrene Kilometer für den gezielten Auslandeinkauf – im Durchschnitt	67 km	74 km

## %-Anteil an gezielten Auslandeinkäufen mit dem Auto

<26 Kilometer	35%	35%
26-50 Kilometer	21%	19%
51-100 Kilometer	27%	24%
Mehr als 101 Kilometer	17%	22%

# Entwicklung des Online- und Versandhandels Schweiz 2008 – 2013, in Mrd. CHF

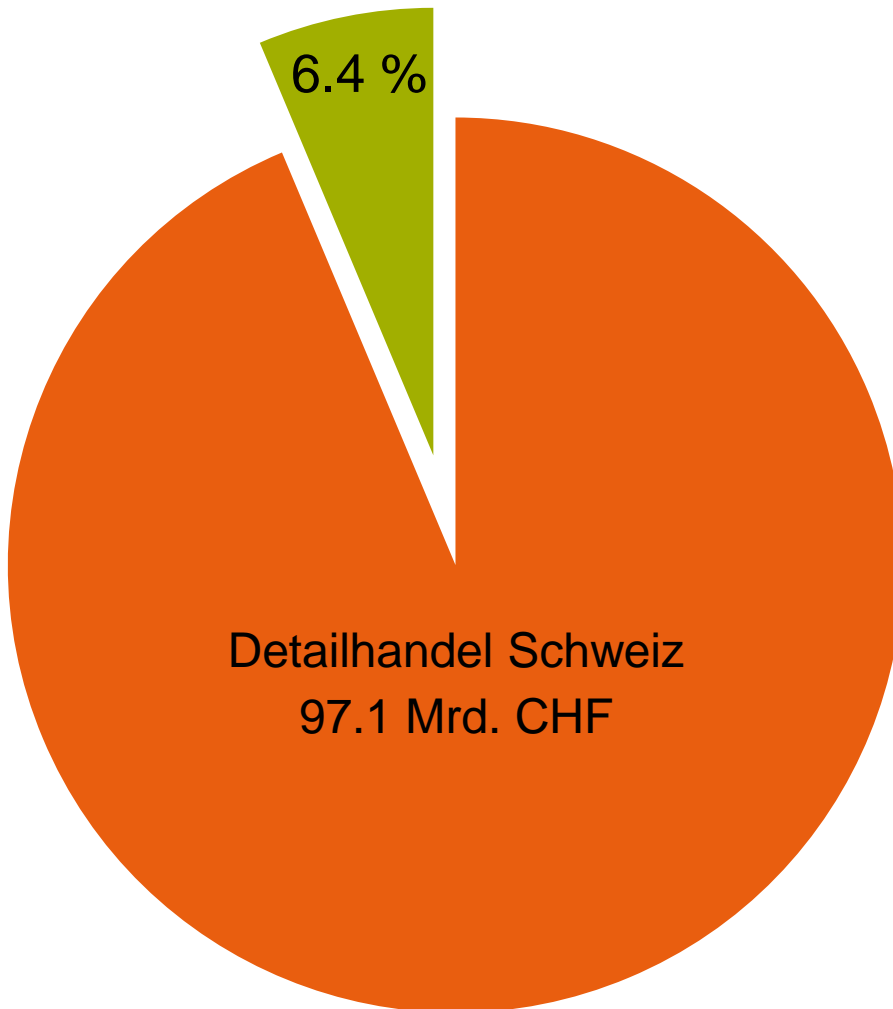


\* Zahlen erst ab 2013

Quelle: VSV/GfK 2014

© GfK 2014 | Detailhandel Schweiz 2014 | Thomas Hochreutener

# Wertmässiger Anteil des Online- und Versandhandels am gesamten Schweizer Detailhandel – Jahr 2013



## Bedeutende Unterschiede

Je nach Markt, von 1 % bis rund 30 %

## Detailhandel Schweiz – Ausblick 2014

- Brutto-Inlandprodukt wächst + 2%
- Jahresteuierung stabil + 0.1% (Prognose BfS)

### Detailhandel Schweiz

- Gesamtmarkt: Stagnation bis leichtes Wachstum 0 - 1 %
  - Lebensmittelmarkt: leichtes Wachstum + 1 - 2 %
  - NonFood-Märkte: leichter Rückgang 0 - 1 %

## Detailhandel Schweiz – Zusammenfassung

- Der Schweizer Markt ist in einer Umbruchphase, Profilierung ist notwendig
- Durch die Digitalisierung verändert sich die Welt in einem atemberaubenden Tempo. Diese bringen bedeutende Veränderungen im Informations- und Kaufverhalten.
- Der Online-Handel wächst seit Jahren überdurchschnittlich, doch je nach Branche sehr unterschiedlich: Multi-Channelling oder Cross-Channel ist in! Viele Händler versuchen hier ihr Glück!
- Mit dem Einkaufstourismus werden wir leben müssen
- Flächenexpansion verlangsamt sich massiv – keine neuen Projekte  
Filialschliessungen / -optimierungen sind an der Tagesordnung
- Ruhe an der Währungsfront – bleibt dies so?