

Onlinehandelsmarkt 2025

Publikation 12. März 2026



NIQ powered by **GfK** intelligence



HANDELSVERBAND
ASSOCIATION DE COMMERCE
.SWISS

NIQ Markt Monitor Schweiz 2025

Die Währung im Schweizer Detailhandel

Total Store – Universum / integrierte Händler

Stand März 2026

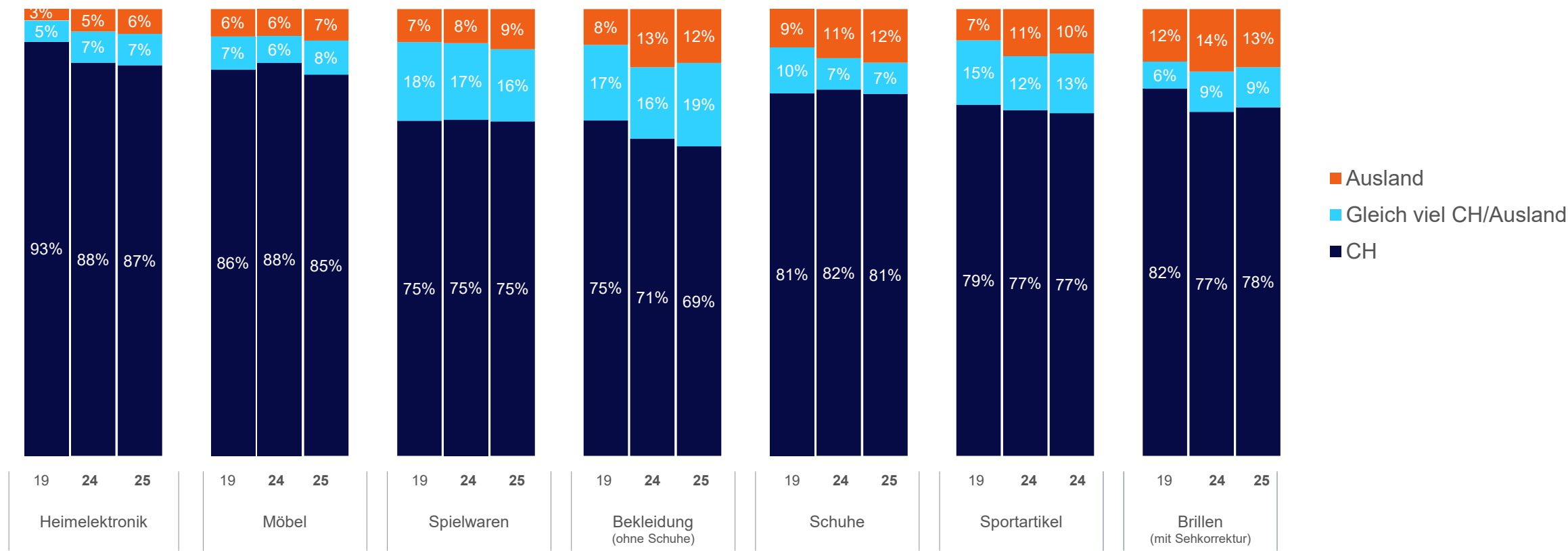
Lebensmittelhändler/ Grossverteiler	Warenhäuser/ Formate mit versch. Sortimenten	Bekleidungs- filialisten	Schuhfilialisten	Multisport-Filialisten	Multimedia- filialisten	Baumärkte/ Gartencenter
coop MIGROS SPAR Volg	coop city MANOR DIE POST LIVIQUE lumimart	Ackermann BAYARD C^o, L^{TD} BELDONA C&A H&M Jelmoli PKZ Quelle WE	BINGO SHOE DISCOUNT DOSENBACH MAX SHOES MY SHOES OCHSNER SHOES Tschümperlin VÖGELE SHOES WALDER	DECATHLON INTERSPORT online shop KELLERSPORTS OCHSNER SPORT Qsport STÖCKLI SPORTX TRANSA VELOPLUS	amazon BRACK.CH Conforama digitec.ch ex libris mac GALAXUS Inter Discount Media Markt m electronics mobilezone Office World QoQa Qooking STEG	BAUHAUS coop bau+hobby DO IT+GARDEN MIGROS HORNBACH JUMBO Landi OBI wyss GartenHaus ZULAUF

Ausgeschlossen: Dienstleistungen, Vermietung, Rabatte/ Gutscheine, Recycling, Gastronomie, Tarife, Tabak/ Zigaretten/ Zigarren, Sonstiges

★ Hochgerechnet

Kaufort – Schweiz oder Ausland

Wo haben Sie die Produkte gekauft? 2019 zu 2024 & 2025



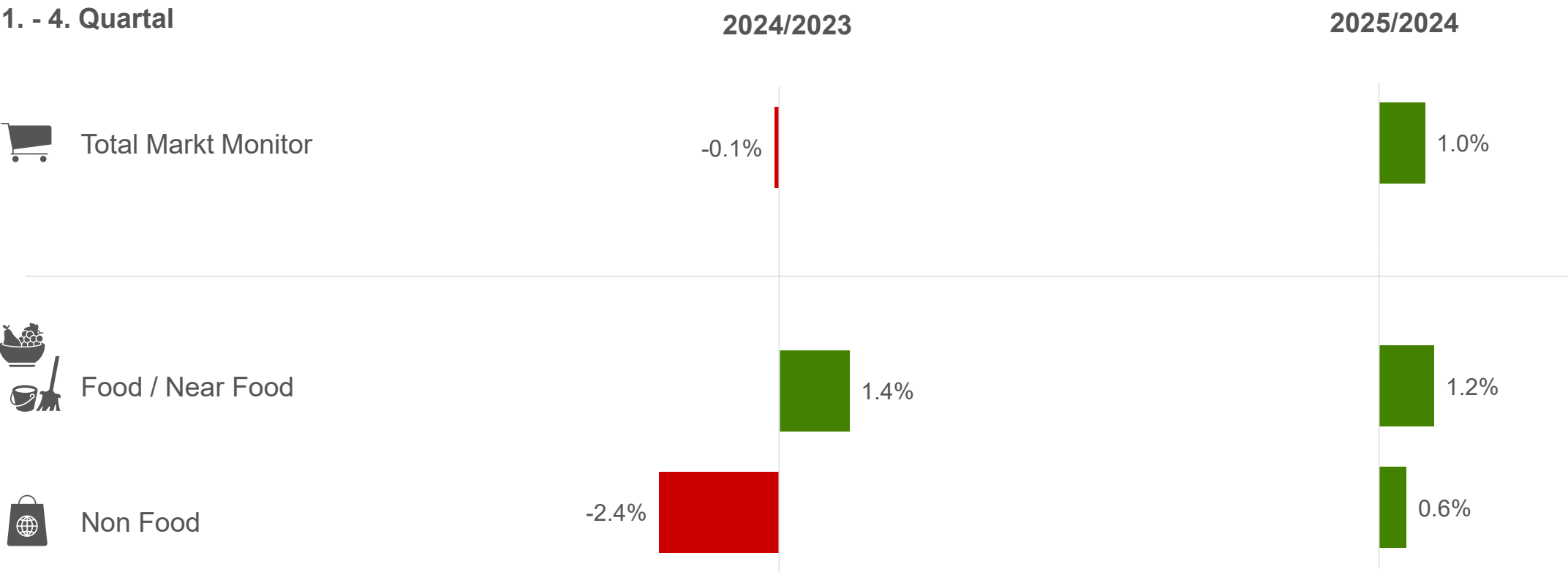
Basis = 1'004 Personen, Filter: hat Produkt gekauft
Frage: Welche dieser Produkte (nur neue Produkte, keine Occasionsware) haben Sie in den letzten 6 Monaten neu gekauft? Bitte geben Sie an, ob Sie diese in der Schweiz oder im Ausland gekauft haben.

Quelle: NielsenIQ, eBus Studie «Kauf Produkte» 2025

NIQ Markt Monitor: wertmässige Entwicklung Detailhandel Schweiz

Veränderung des Umsatzes in %

1. - 4. Quartal

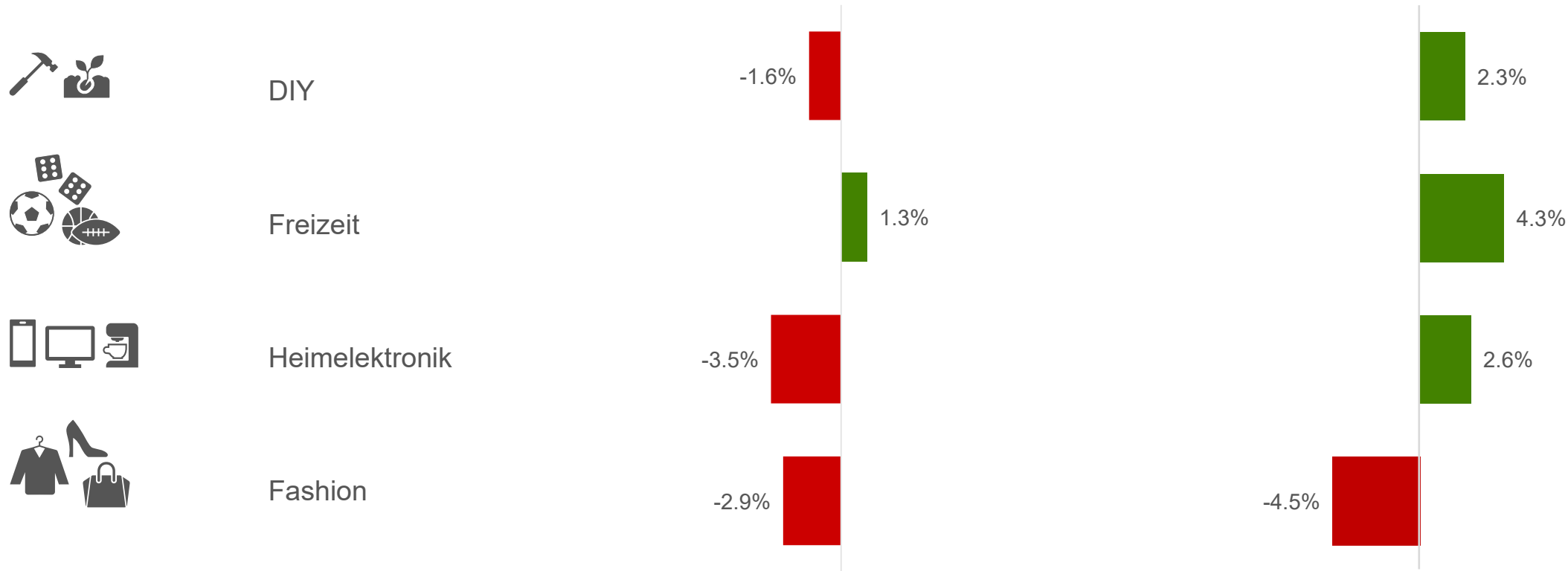


Quelle: NIQ Markt Monitor Schweiz, siehe Universum, ohne Fachhandel. Ergänzung: NielsenIQ für Food/Nearfood (abweichendes Universum) 2024/2023 +1.3% | 2025/2024 +0.8%

NIQ Markt Monitor: wertmässige Entwicklung Non-Food Märkte

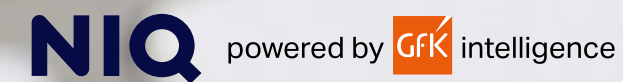
Veränderung des Umsatzes in %

1. - 4. Quartal



Quelle: NIQ Markt Monitor Schweiz, siehe Universum, ohne Fachhandel

Onlinehandelsmarkt Schweiz 2025



Studiendesign

Grund- gesamtheit

Alle Mitglieder des Handelsverband.swiss sowie weitere Onlinehändler.

Total wurden die Daten von über 350 Unternehmen integriert.
Grosse Onlinehändler, die keine Daten publizieren, wurden von
HANDELSVERBAND.swiss und NielsenIQ qualifiziert geschätzt.

Methode

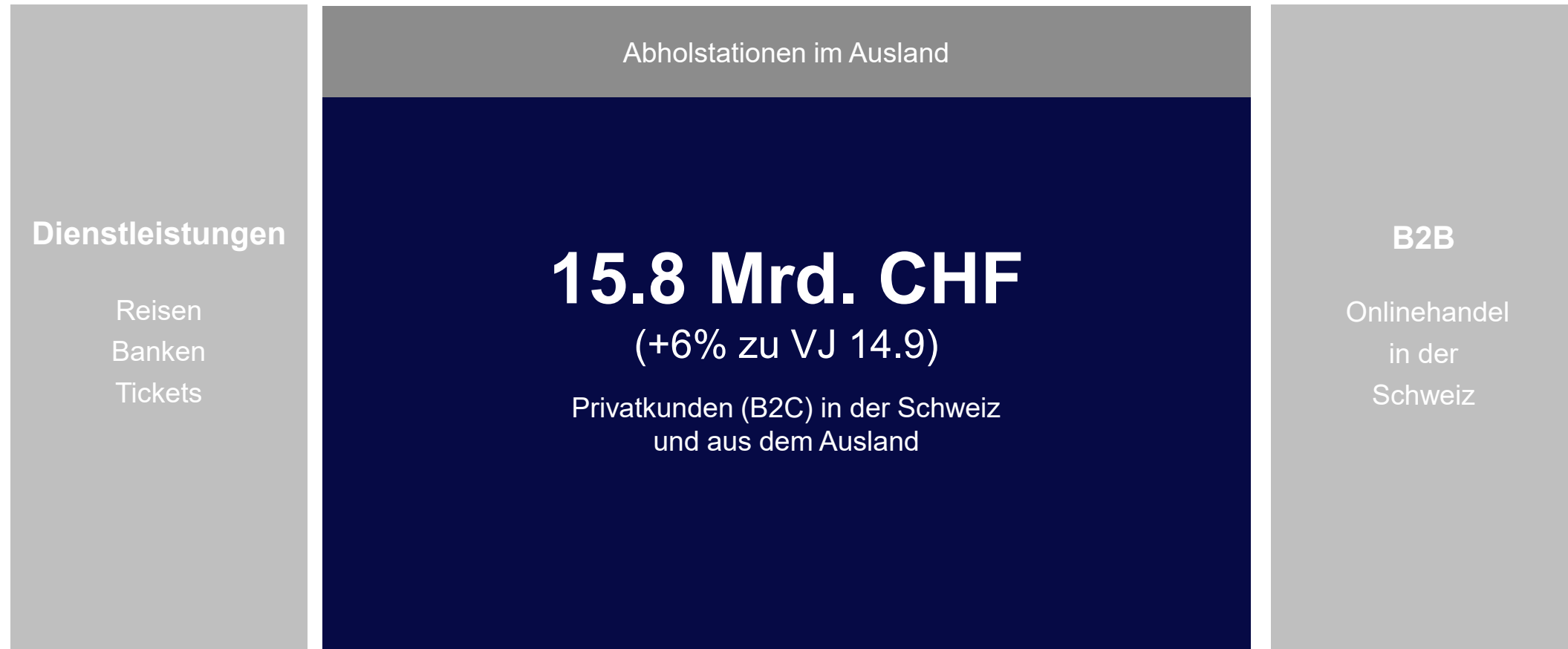
Onlinebefragung

Erhebungs- - zeitraum

Erhebung im Jan/Feb 2026 für das Jahr 2025

Onlinehandel-Umsatz 2025

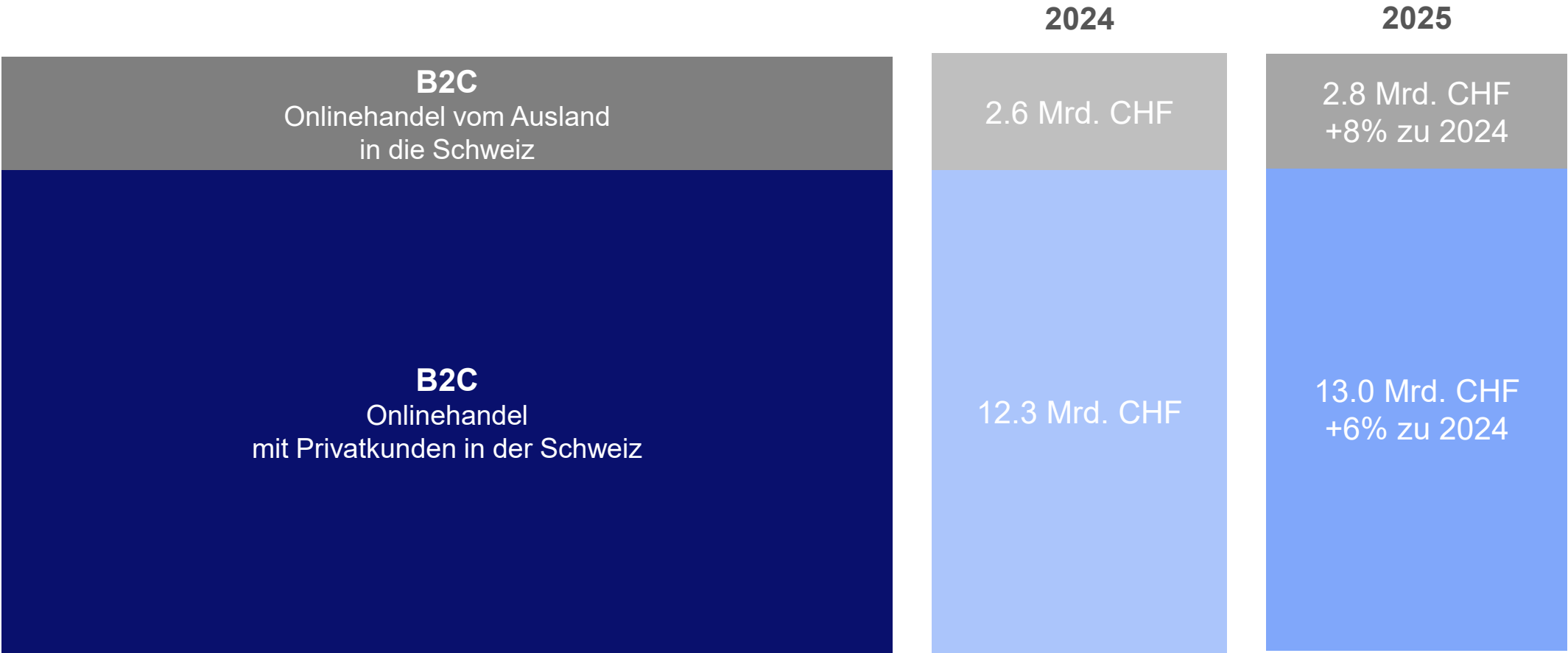
Schweiz inkl. Direktversand aus Ausland



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

Onlinehandel-Umsatz 2025

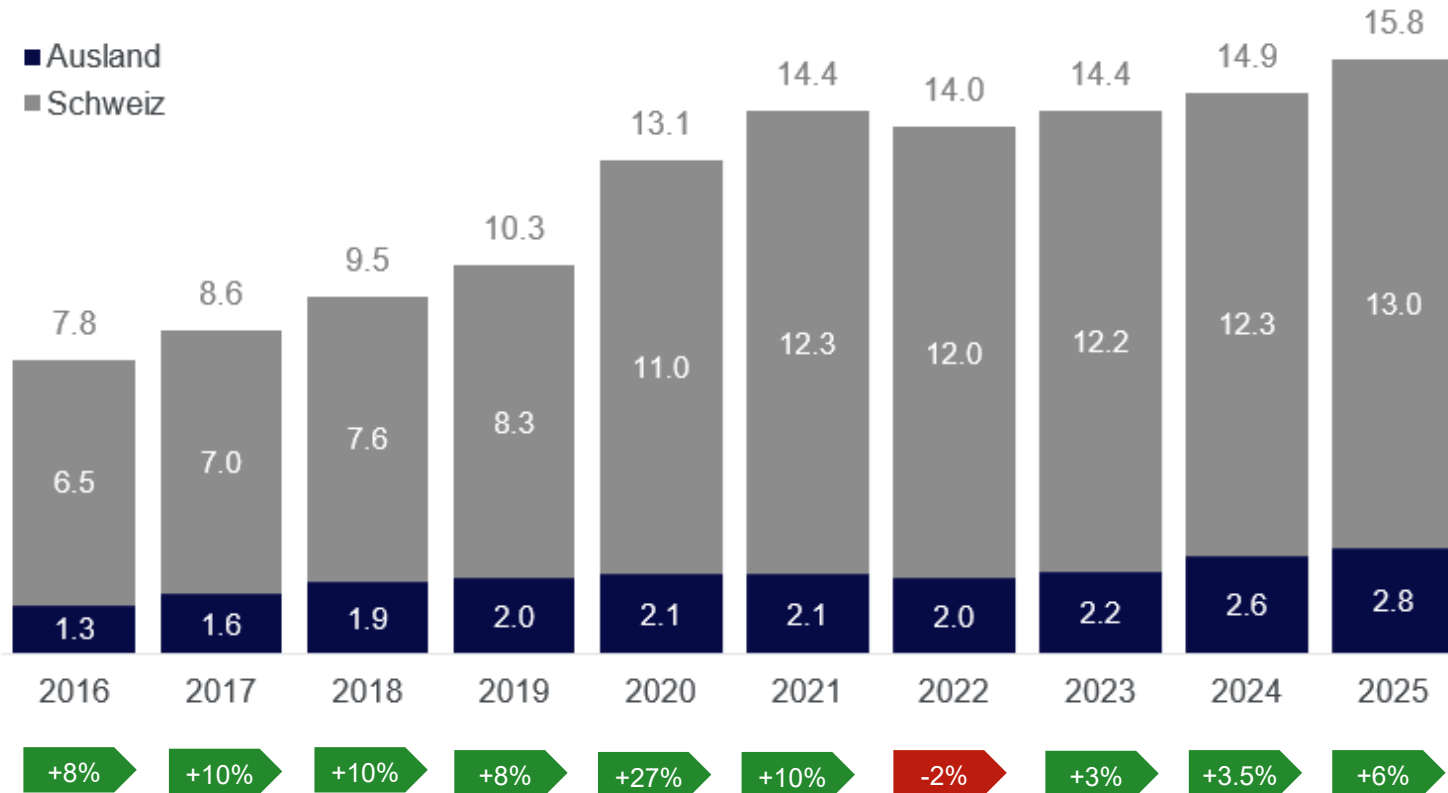
Schweiz inkl. Direktversand aus Ausland / Vergleich Vorjahr



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

Entwicklung Marktvolumen der letzten 10 Jahre

Umsatz 2016 – 2025 / in Mrd. CHF

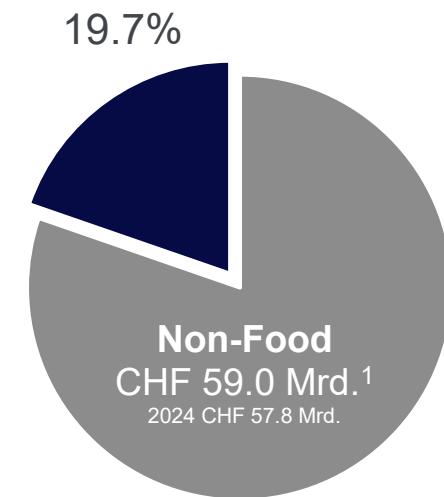
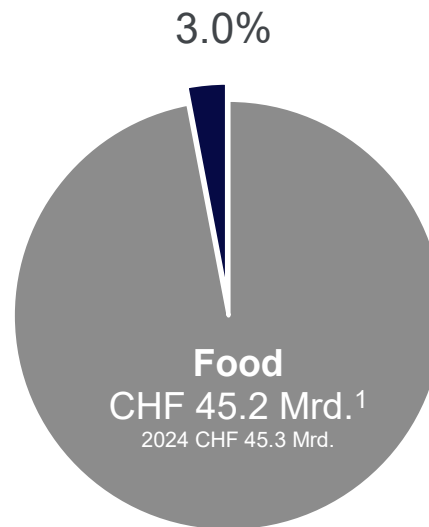
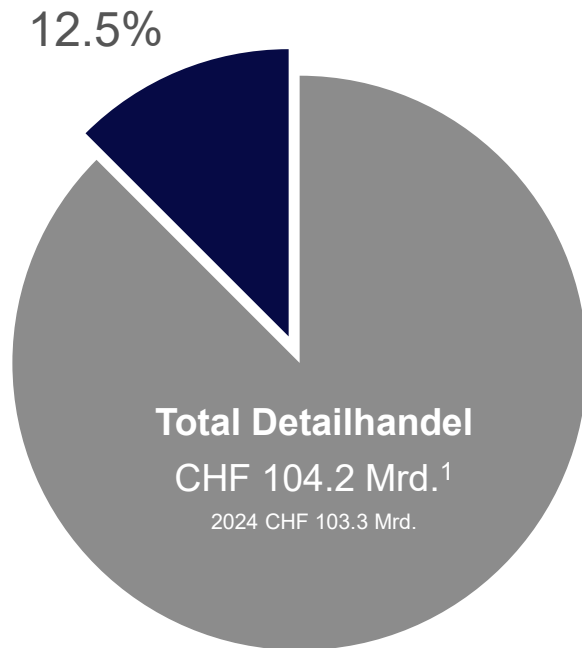


- ⬡ Konsum im Onlinehandel steigt 2025 gegenüber 2024 total um **+6%** oder **0.9 Mrd. CHF**
- ⬡ **Inland-Einkäufe** bei Schweizer Händlern steigen um **+6%** im Vergleich zum Vorjahr 2024
- ⬡ **Digitec Galaxus als Gewinner**
Marktplätze behaupten ihre Position
- ⬡ **Fashion** nach -7% in 2024 bei **+2.5%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

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

Onlinehandel-Anteile 2025

In % des gesamten Schweizer Detailhandels



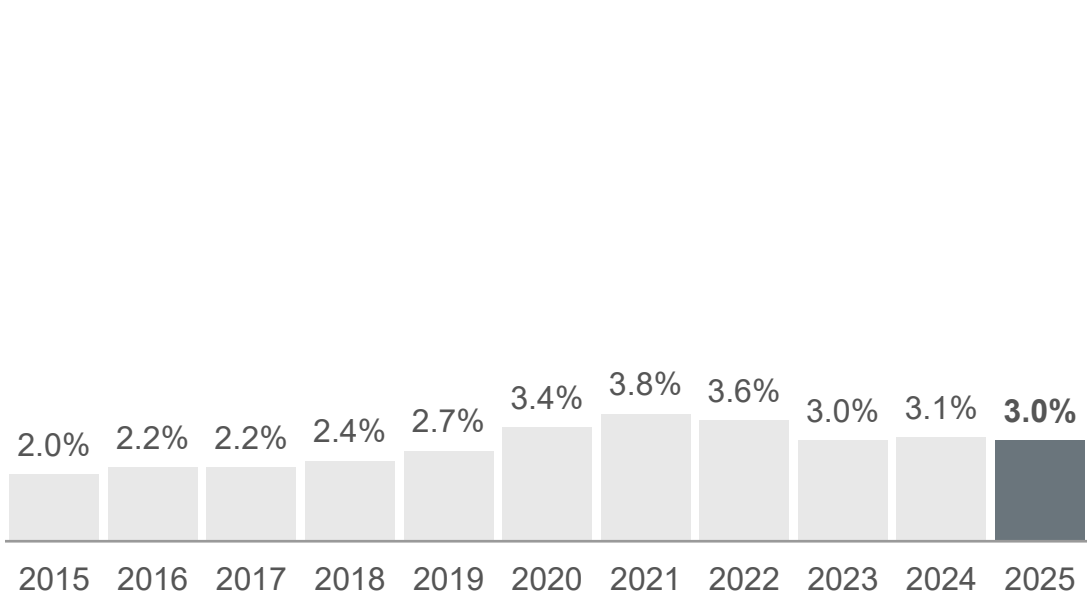
¹ Provisorische Jahreszahlen hochgerechnet auf Vorjahresbasis mit provisorischen BfS Veränderungsquoten

Quelle: BfS (Bundesamt für Statistik); NielsenIQ, HANDELSVERBAND.swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2025

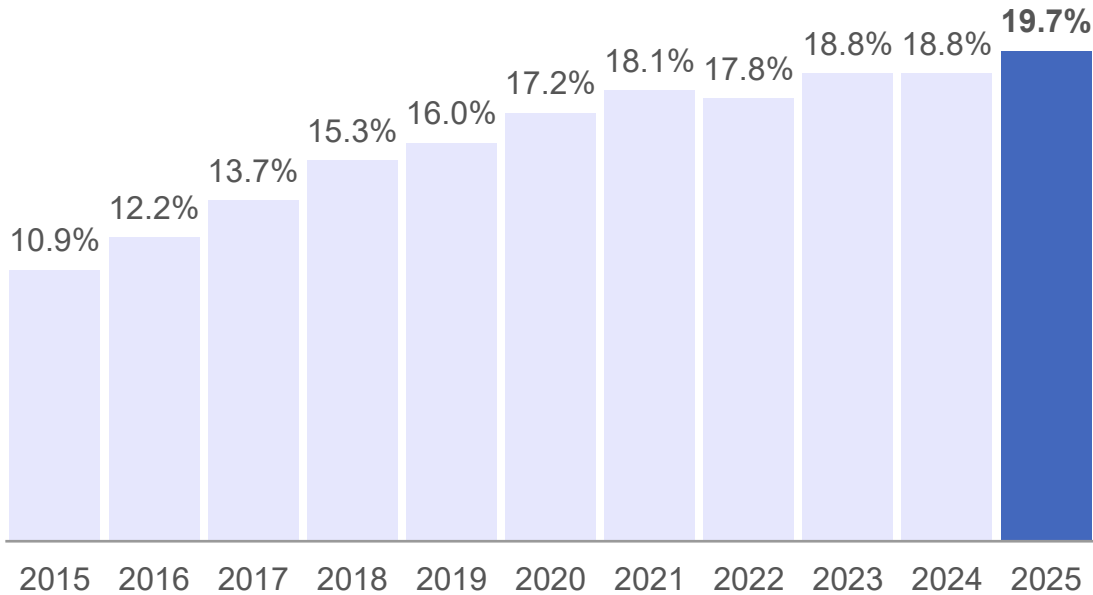
Entwicklung Onlinehandel-Anteile

Wertmässige Anteile in % am Detailhandel Schweiz

Food



Non-Food

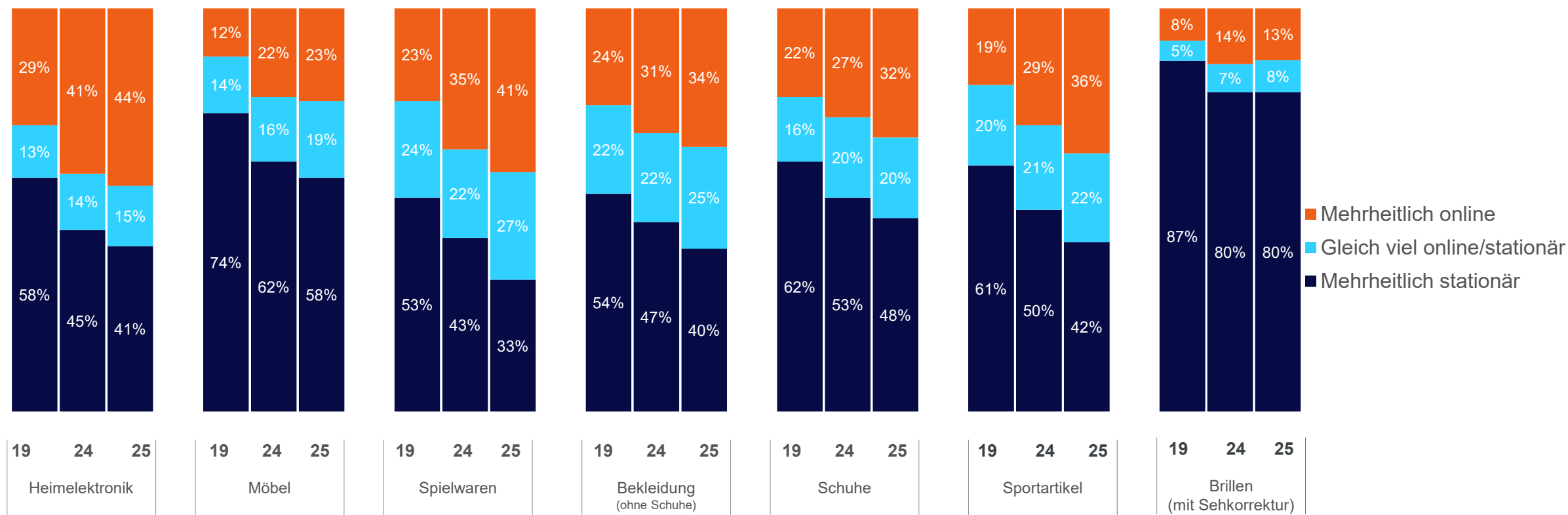


Ab 2022 provisorische Jahreszahlen hochgerechnet auf Vorjahresbasis mit provisorischen BfS Veränderungsquoten

Quelle: BfS (Bundesamt für Statistik); NielsenIQ, HANDELSVERBAND.swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2025

Bevorzugter Kaufkanal

Wo haben Sie die Produkte gekauft? 2019 im Vergleich zu 2024 & 2025

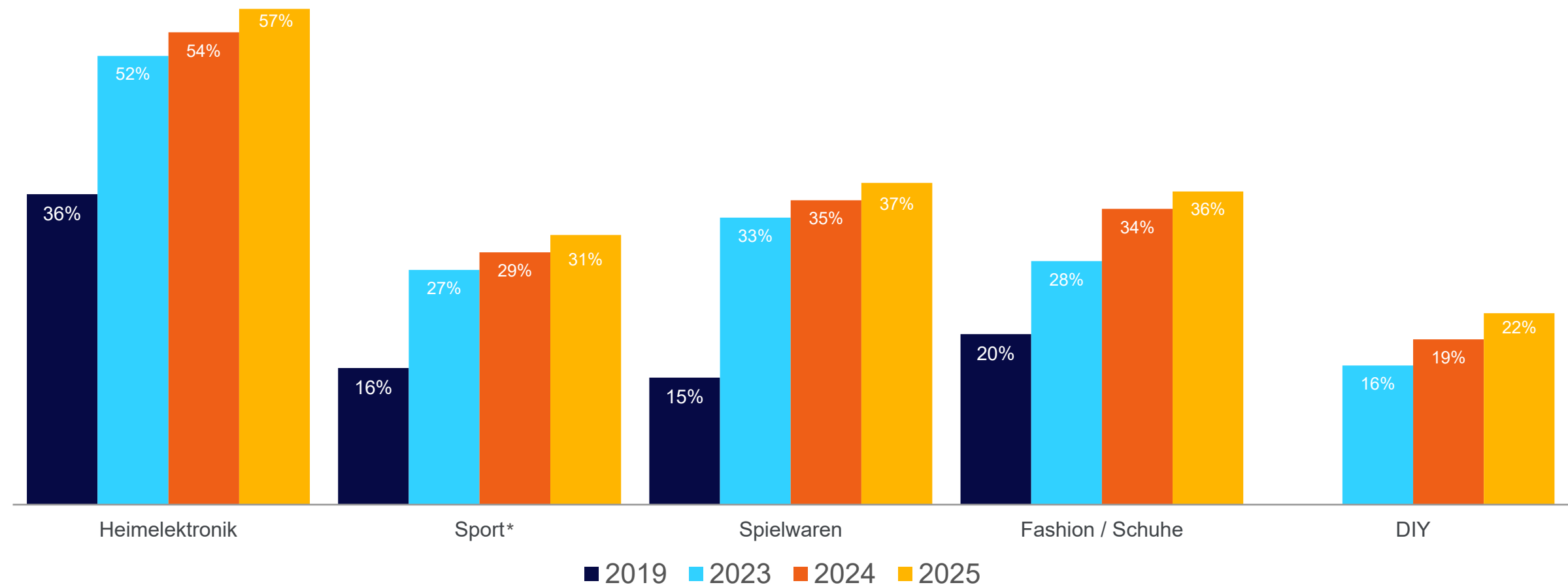


Basis = 1'004 Personen, Filter: hat Produkt gekauft
Frage: Wo haben Sie diese Produkte in den letzten 6 Monaten gekauft?

Quelle: NielsenIQ – eBus Studie «Kauf Produkte» 2025

Online-Anteile Detailmärkte Non-Food

Wertmässige Anteile



Quelle: NielsenIQ– Panel Daten und Gesamtmarktschätzungen*. Für DIY keine Vergleichsdaten für 2019 vorhanden.



Jelmoli

Wandel im Retail Evolution oder Revolution?



ACTION

● **micasa**

DECATHLON

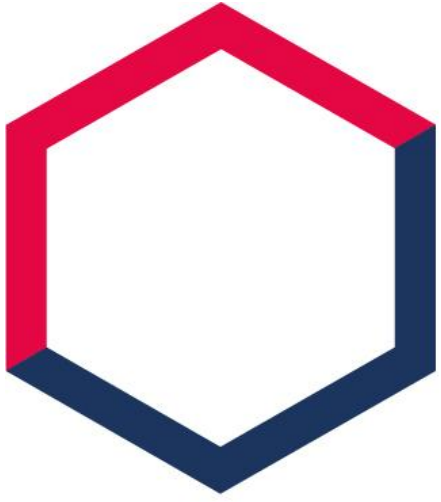


SHEIN



Media Markt

ROSSMANN



HANDELSVERBAND

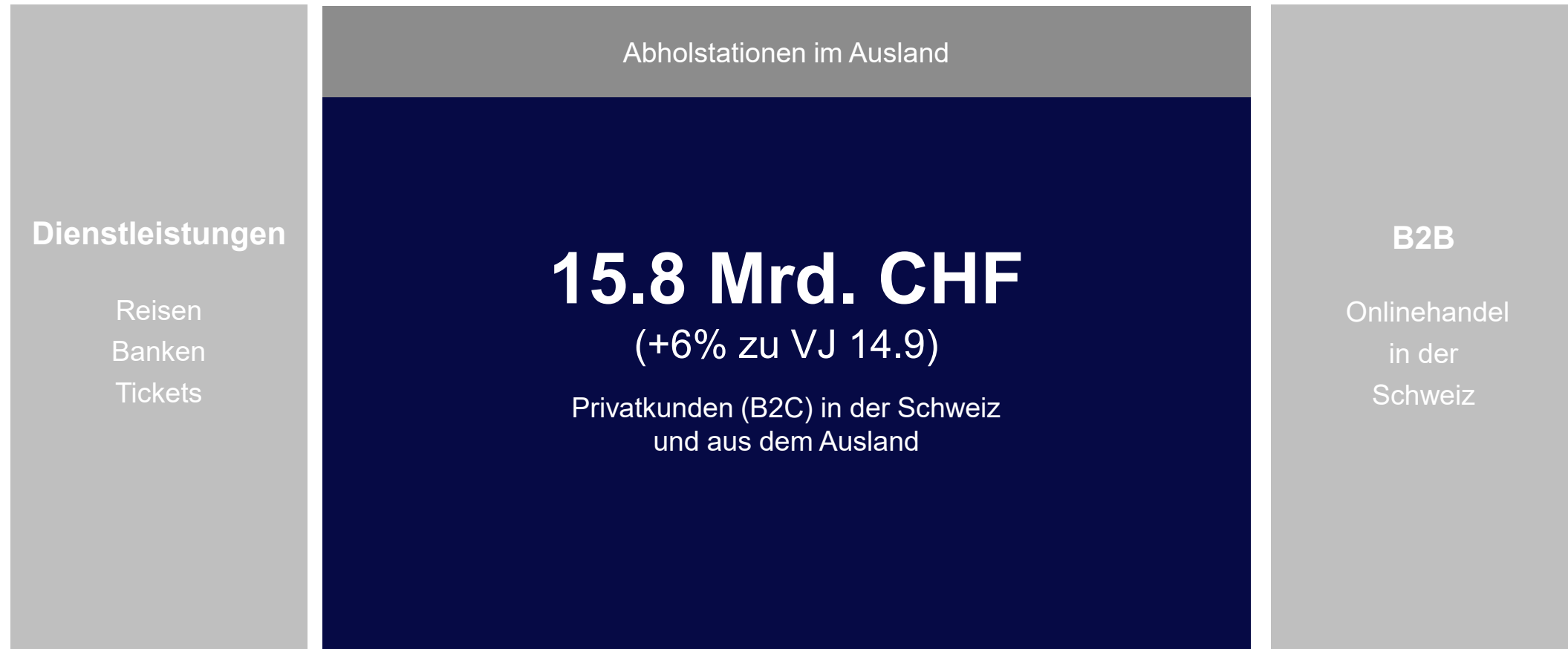
ASSOCIATION DE COMMERCE

.SWISS



Onlinehandel-Umsatz 2025

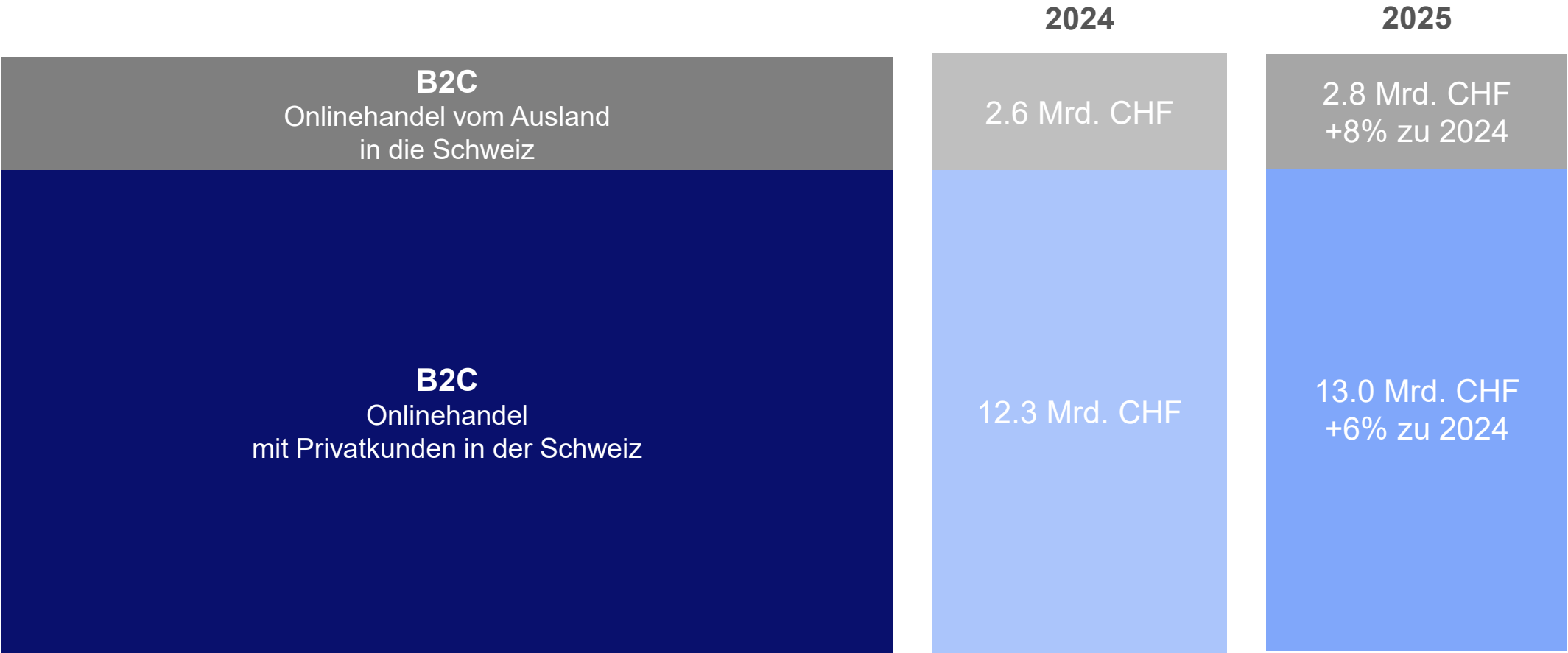
Schweiz inkl. Direktversand aus Ausland



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

Onlinehandel-Umsatz 2025

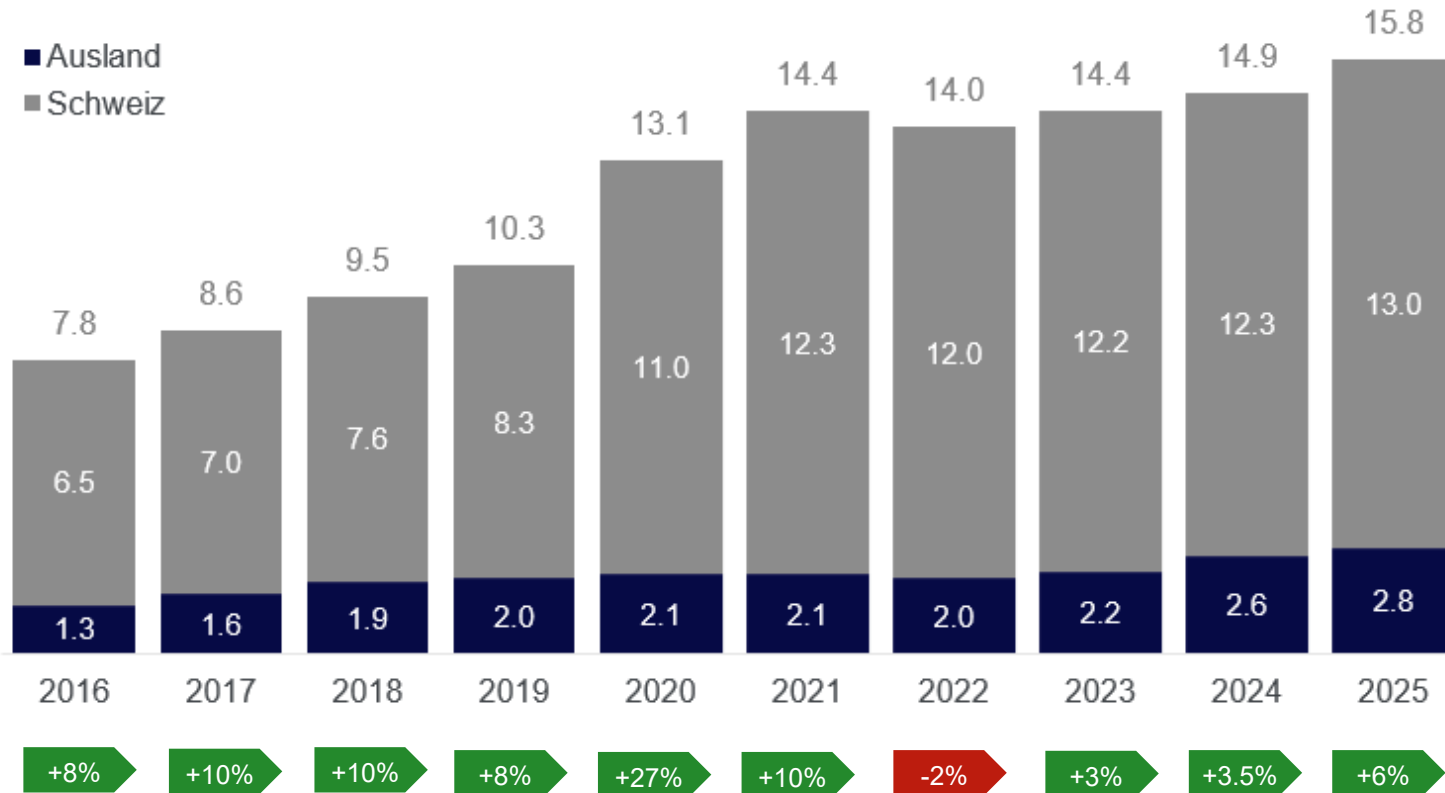
Schweiz inkl. Direktversand aus Ausland / Vergleich Vorjahr



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

Entwicklung Marktvolumen der letzten 10 Jahre

Umsatz 2016 – 2025 / in Mrd. CHF

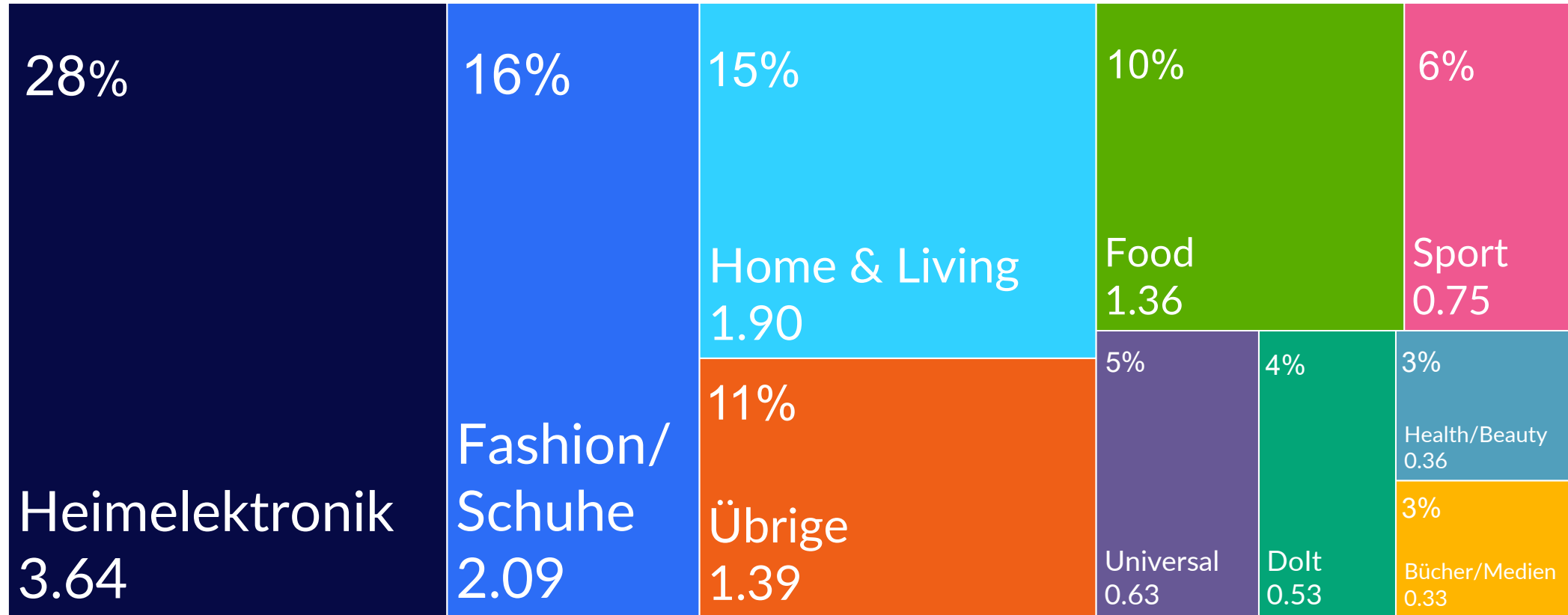


- ⬡ Konsum im Onlinehandel steigt 2025 gegenüber 2024 total um **+6%** oder **0.9 Mrd. CHF**
- ⬡ **Inland-Einkäufe** bei Schweizer Händlern steigen um **+6%** im Vergleich zum Vorjahr 2024
- ⬡ **Digitec Galaxus als Gewinner**
Marktplätze behaupten ihre Position
- ⬡ **Fashion** nach -7% in 2024 bei **+2.5%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

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

Branchenverteilung im B2C Online Markt Schweiz 2025

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



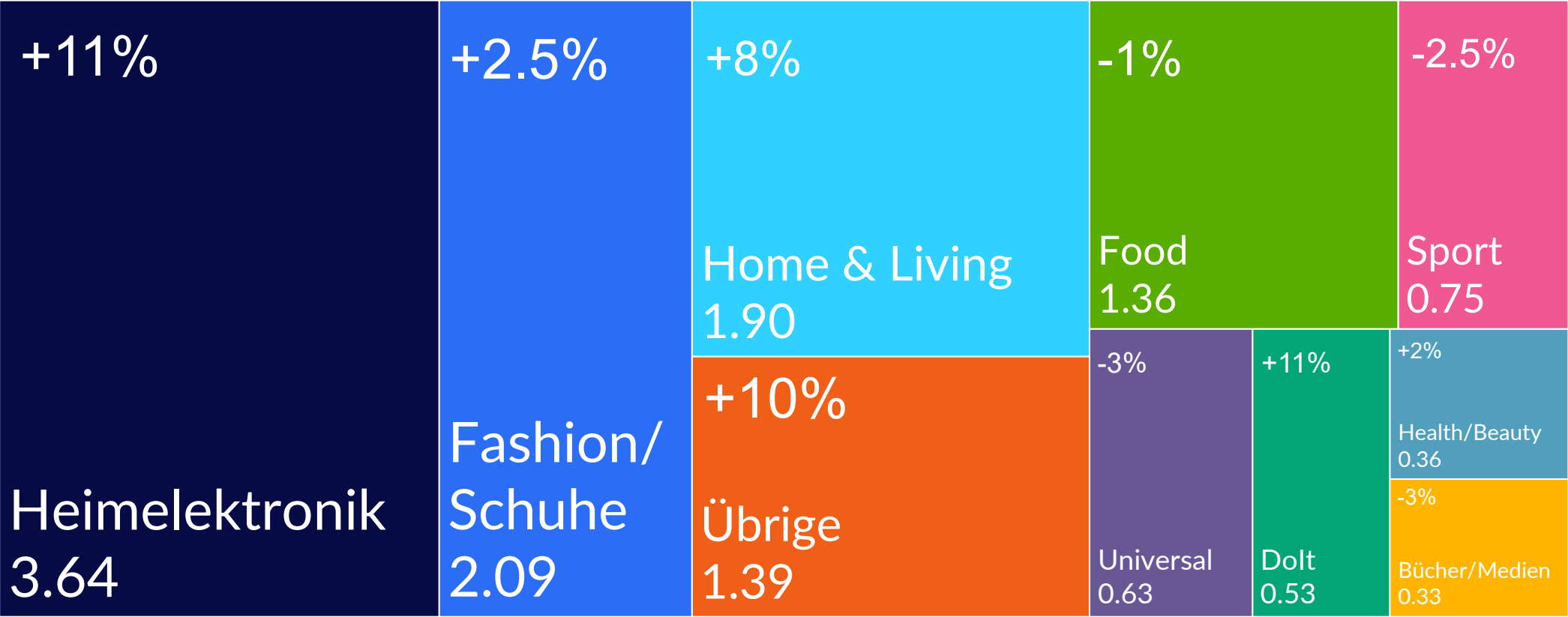
Basis = B2C – Volumen von 13.0 Mrd. CHF ohne Auslandseinkäufe

* 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 – Jahrerhebung Onlinehandel Schweiz 2025

Branchenverteilung im B2C Online Markt Schweiz 2025 zu 2024

Volumen in Mrd. CHF (Händlerfokus* ohne Sortimentsbereinigung)
Vergleich zum VJ



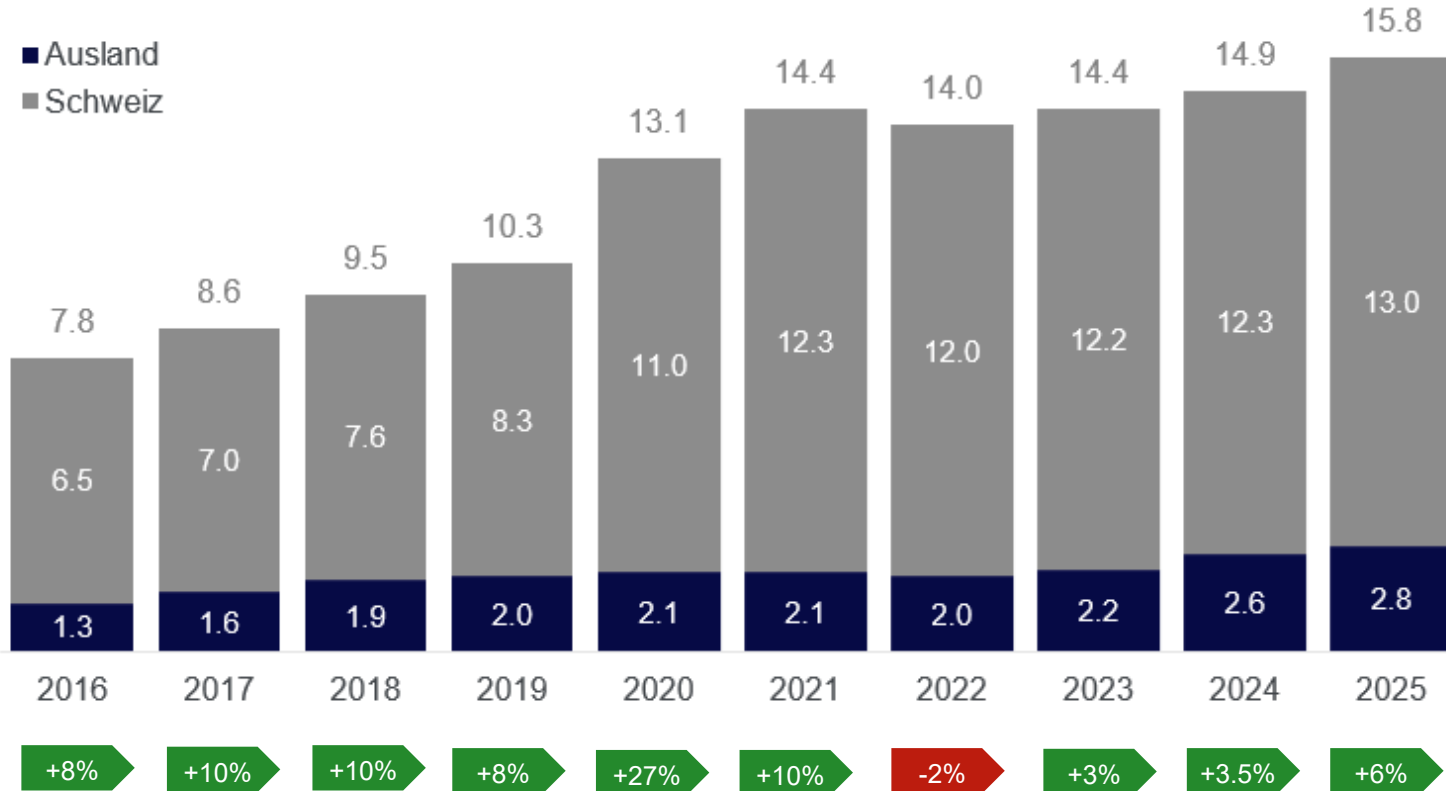
Basis = B2C – Volumen von 13.0 Mrd. CHF ohne Auslandseinkäufe

* 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

Auslandsanteil - 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
- ⬡ **Auslandseinkauf** steigt um **+8%** nach +18% in 2024 - Abflachung des Wachstums

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

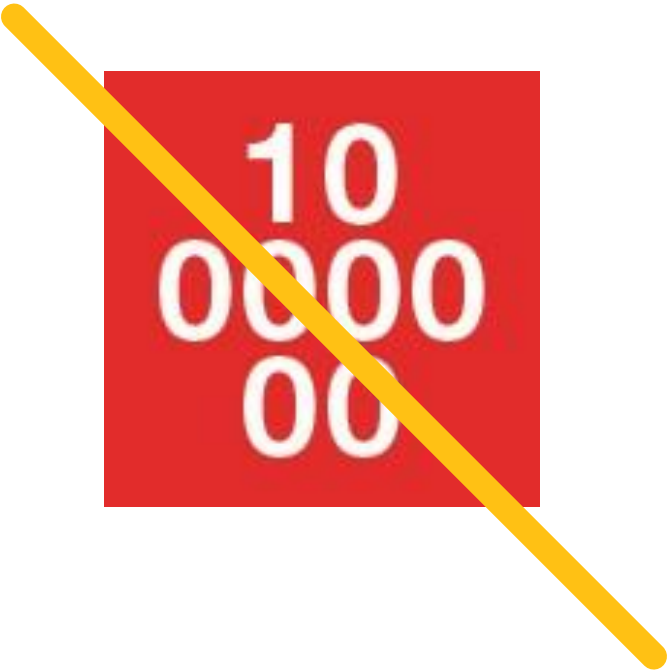


Pakete 2023



HANDELSVERBAND
ASSOCIATION DE COMMERCE
.SWISS

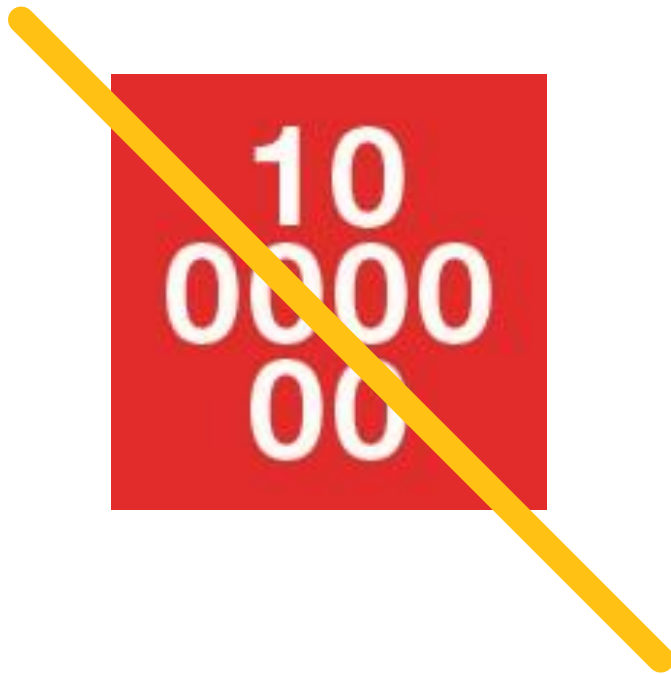
15-18 Mio. Pakete 2024



10
0000
00



HANDELSVERBAND
ASSOCIATION DE COMMERCE
.SWISS



16-20 Mio.
Pakete 2025



Umsatz 2023



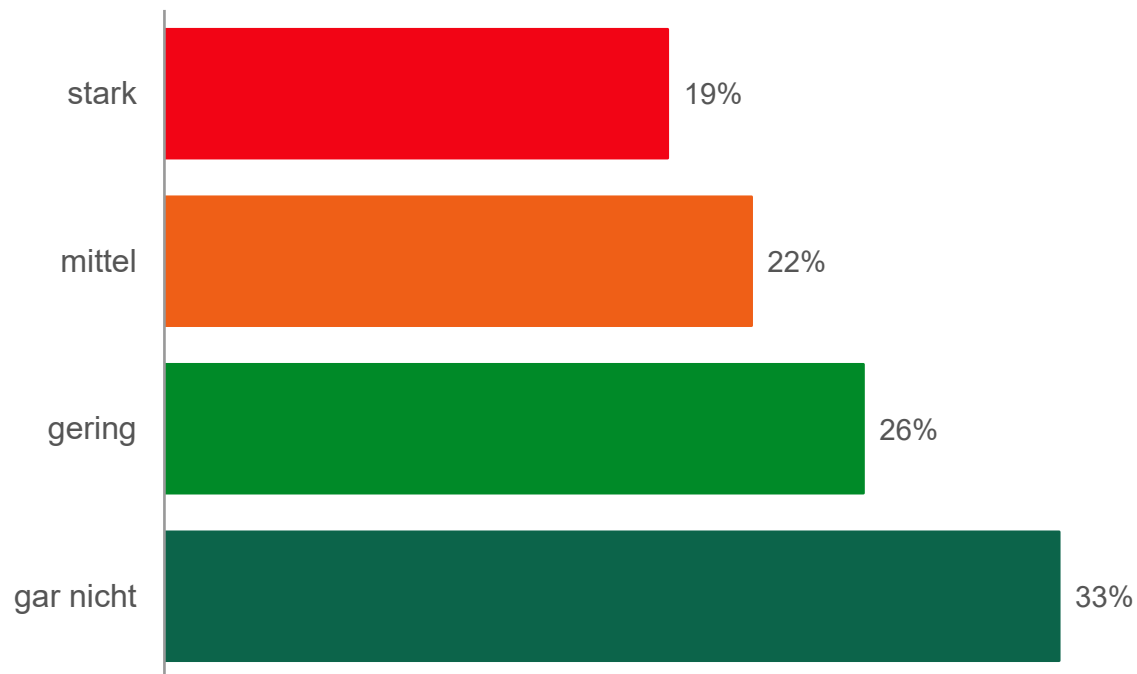
900 Mio. CHF
Umsatz 2024



1 Mrd. CHF
Umsatz 2025

Wie stark spüren Sie in Ihrem Geschäftsverlauf die asiatischen Plattformen?

z.B. Temu oder Shein?



Auswirkungen

- 41% der antwortenden Unternehmen spüren die asiatischen Plattformen **stark oder mittel**
- 59% der antwortenden Unternehmen spüren die asiatischen Plattformen **gering oder gar nicht**

Basis: n=96 Unternehmen

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

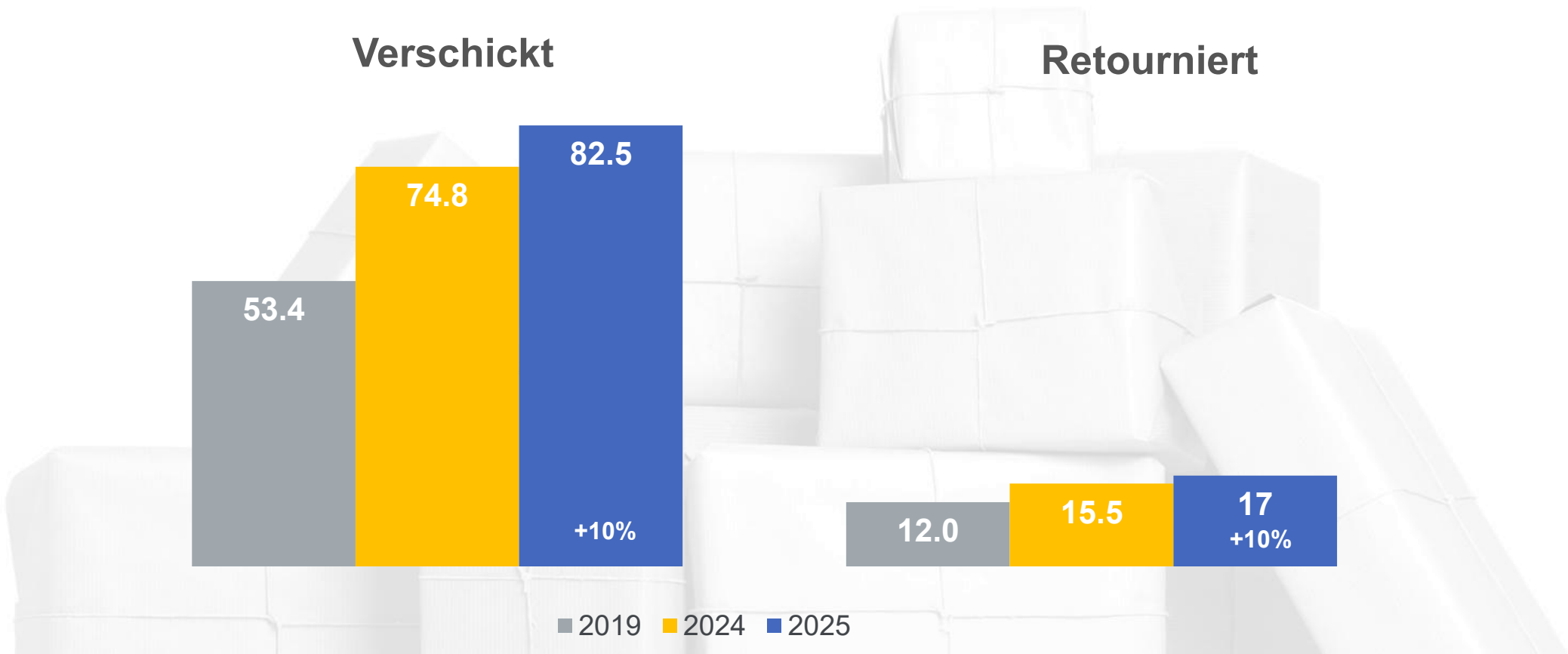
carpathia®
digital.business.competence

© 2006 The Authors
Journal compilation © 2006 Blackwell Publishing Ltd

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

Paketmengen HANDELSVERBAND.swiss 2025

Ausgesandte Pakete vs. retournierte Pakete in Mio. Stück



Basis: alle Handelsverband.swiss Mitglieder B2C

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

Zusammenfassung 2025



Erneutes Wachstum

Onlinehandel wächst gesamt um **+6%** zum VJ



Umsatz in der CH

gleichfalls um **+6%** zum VJ



Online-Auslandseinkauf steigt «nur» um **+8%**
Abflachung des Wachstums



Paketvolumen steigt um **+10%**



Marktplätze und Portale als Gewinner



41% spüren die asiatischen Plattformen **stark oder mittel**



Heimelektronik 28%, Fashion 16%, Home & Living 15% am gesamten Onlinehandel Schweiz



Fashion legt vorallem durch Zalando um **+2.5%** zu



26% der Konsumenten bezahlen mit **Twint** (Vorjahr 28%)

Blick in die Kristallkugel 2026



Online Wachstum von
ca. 5% erwartet



Januar 2026 zeigt **gute
Tendenz**



67% erwarten einen
steigenden Umsatz
(Vorjahr 58%)



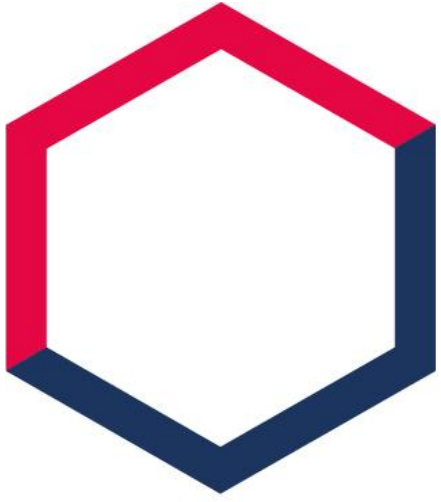
Konkurrenz aus dem
Ausland bleibt



**Preisdruck & extremer
Wettbewerb** die grössten
Herausforderungen



„AI-driven Commerce“
mittels **AI-Agenten** gewinnt
an **Relevanz**



HANDELSVERBAND

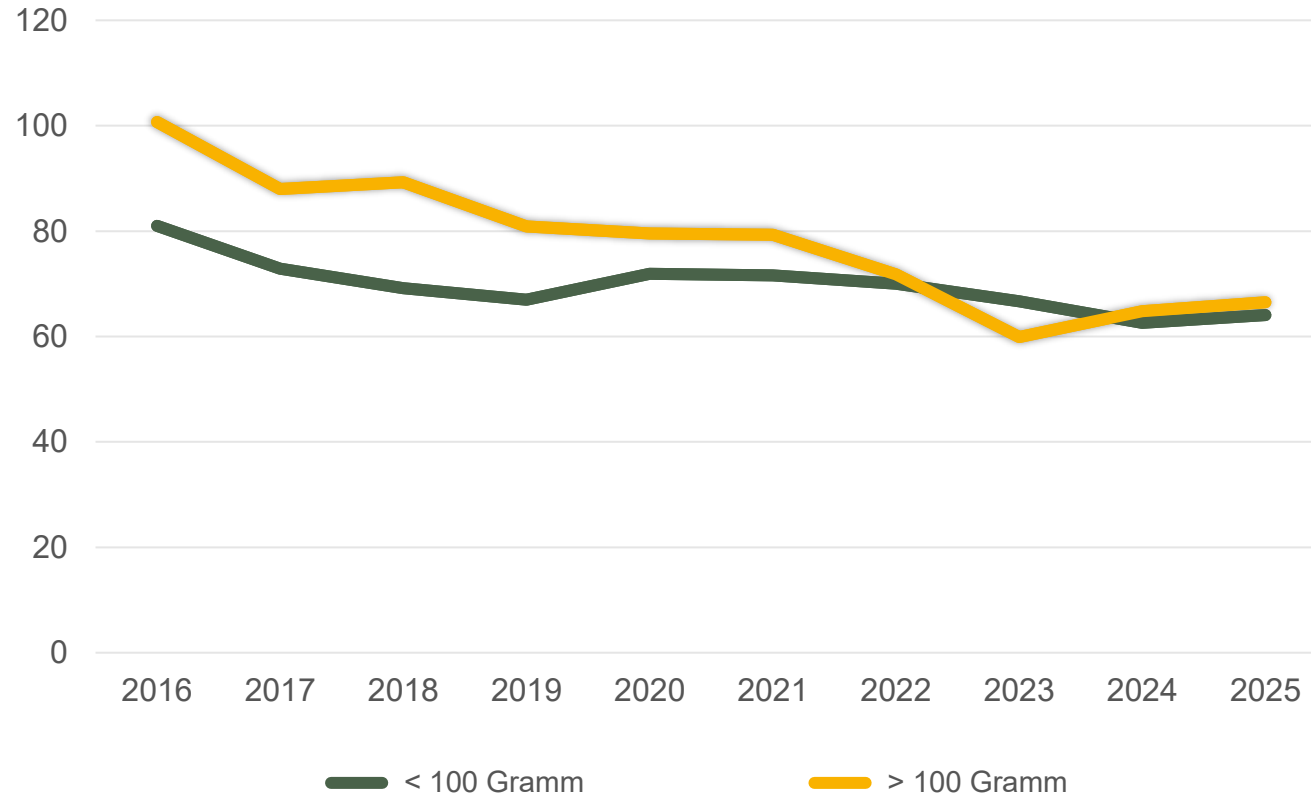
ASSOCIATION DE COMMERCE

.SWISS



Push-Werbedruck B2C (Print)

Printauflagenentwicklung Anzahl Mailings in Mio.



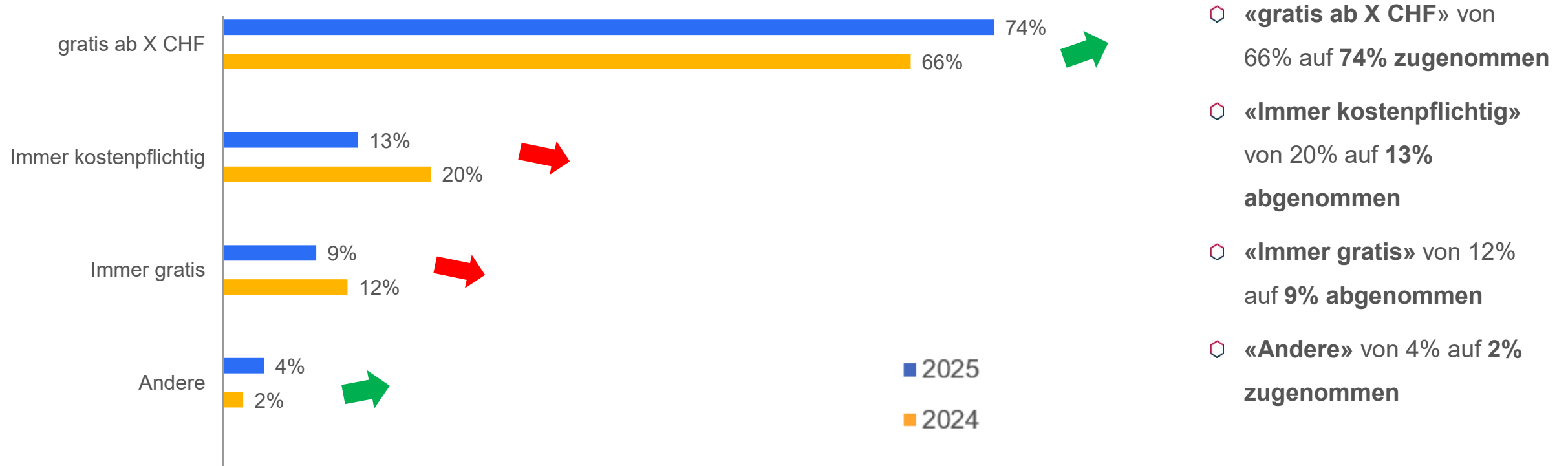
- 2025 leichte Erhöhung adressierter Printwerbung +3% zum VJ
- < 100g +2% zum VJ
- >100g +3% zum VJ
- Unadressierte Sendungen gewinnen gegenüber VJ um +28% vor allem durch stationäre Händler



Quelle: Schweizerische Post und Quick Mail – alle Handelsverband.swiss Mitglieder

Versandkosten

Gratis oder kostenpflichtig?

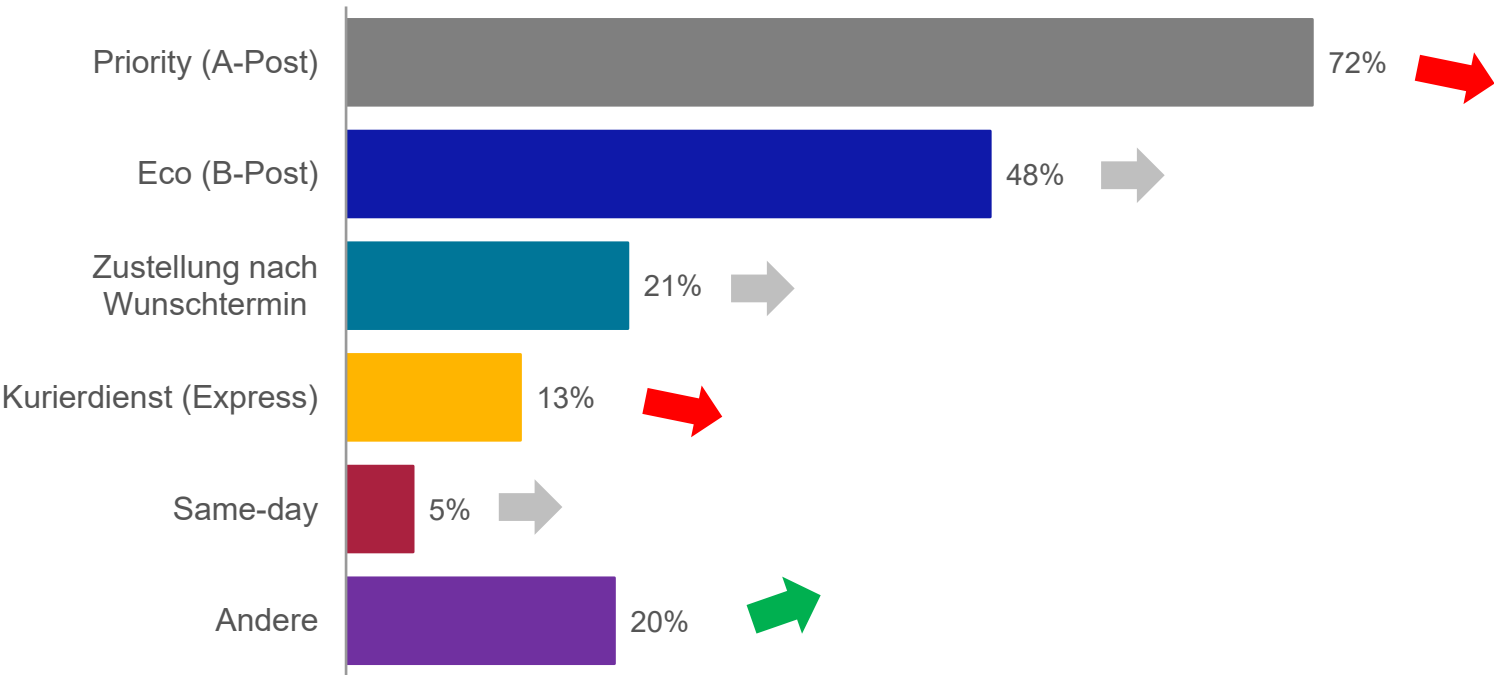


Basis: 2025: n=96 Unternehmen

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

Angebotene Lieferoptionen

Langsam oder schnell?



Basis: n=96 Unternehmen

Leseinterpretation

- 72% der antwortenden Unternehmen bieten Priority Versand an (VJ 77%)
- 48% der antwortenden Unternehmen bieten (auch) Eco Versand an

Das Total der Antworten kann infolge Mehrfachwahl 100% übersteigen.

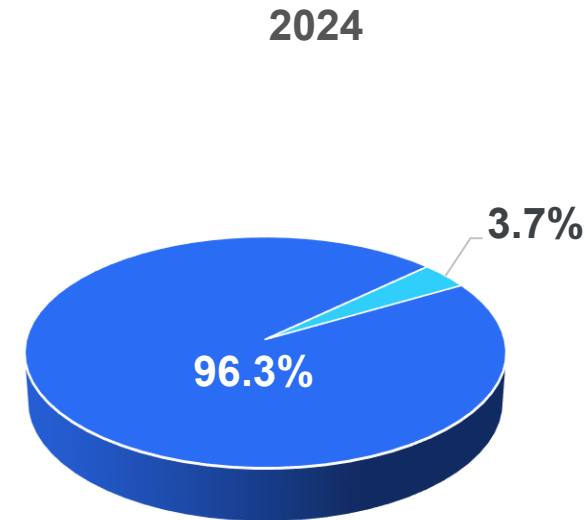
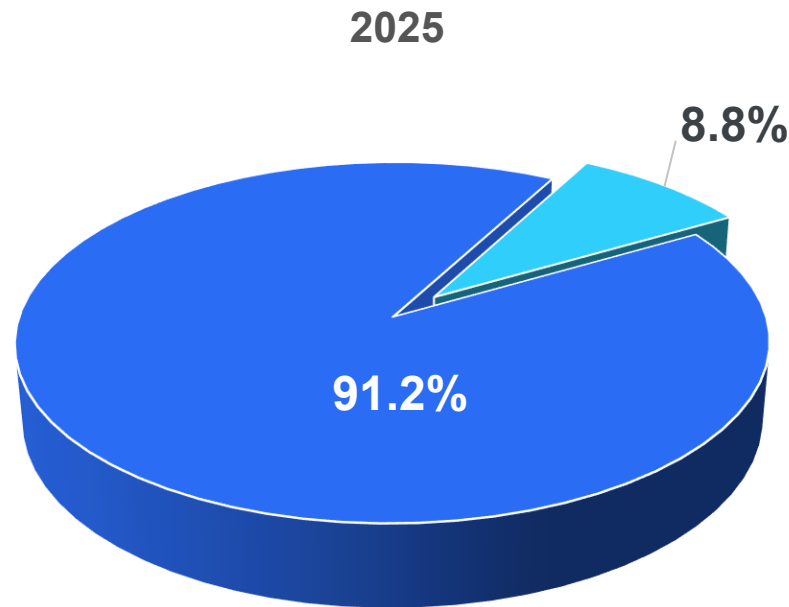
Interessant

Nur eine Option	46%
davon A-Post	57%
davon B-Post	30%
andere	13%



Click & Collect

Wieviel wird abgeholt?



■ Postzustellung ■ Click & Collect

- 41% der Unternehmen **bieten Click & Collect an**
- Knapp **9% der Pakete** gehen über **Click & Collect**

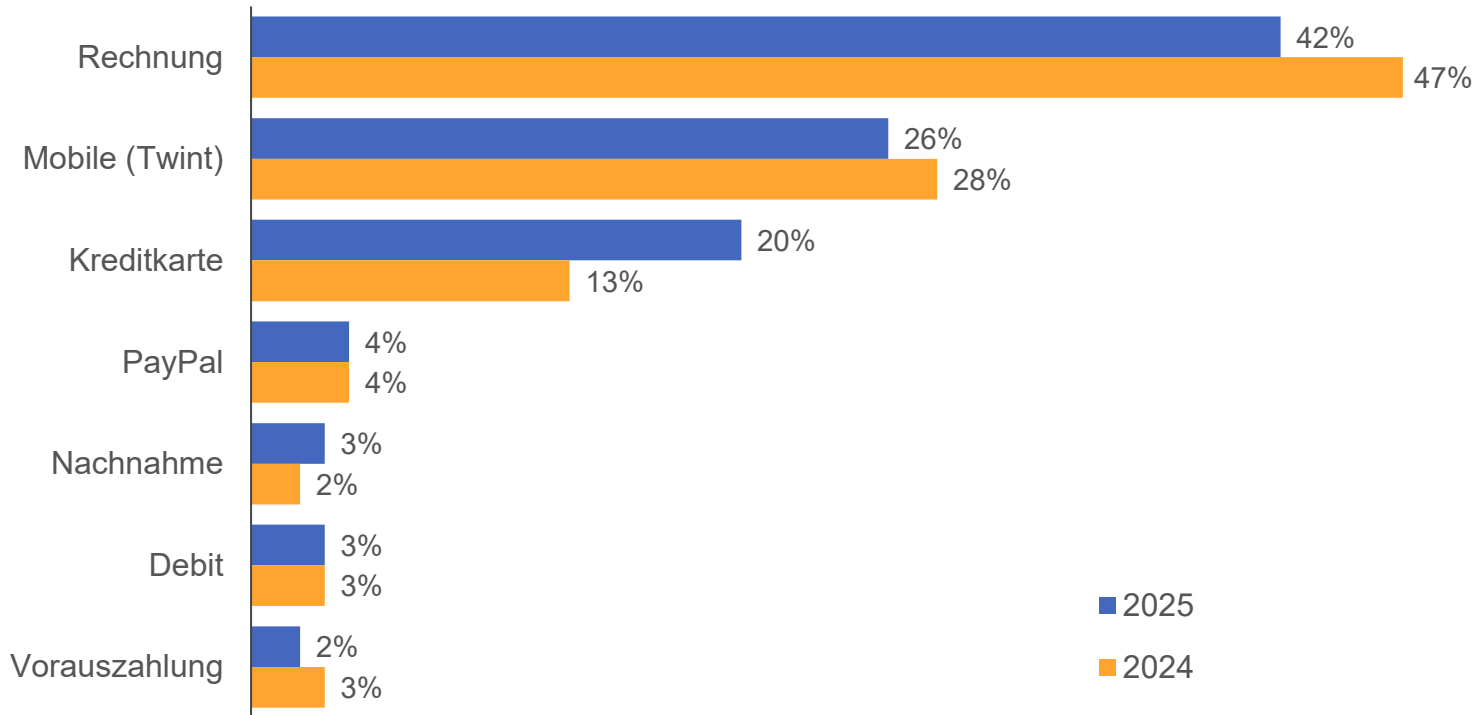
Basis: n=39 Unternehmen welche Click & Collect anbieten (von 96 Unternehmen = 41%)



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

Nutzung B2C Zahlungsmittel

Bezahlung mittels ...



Basis: n=96 Unternehmen

TOP 3 Zahlungsmittel

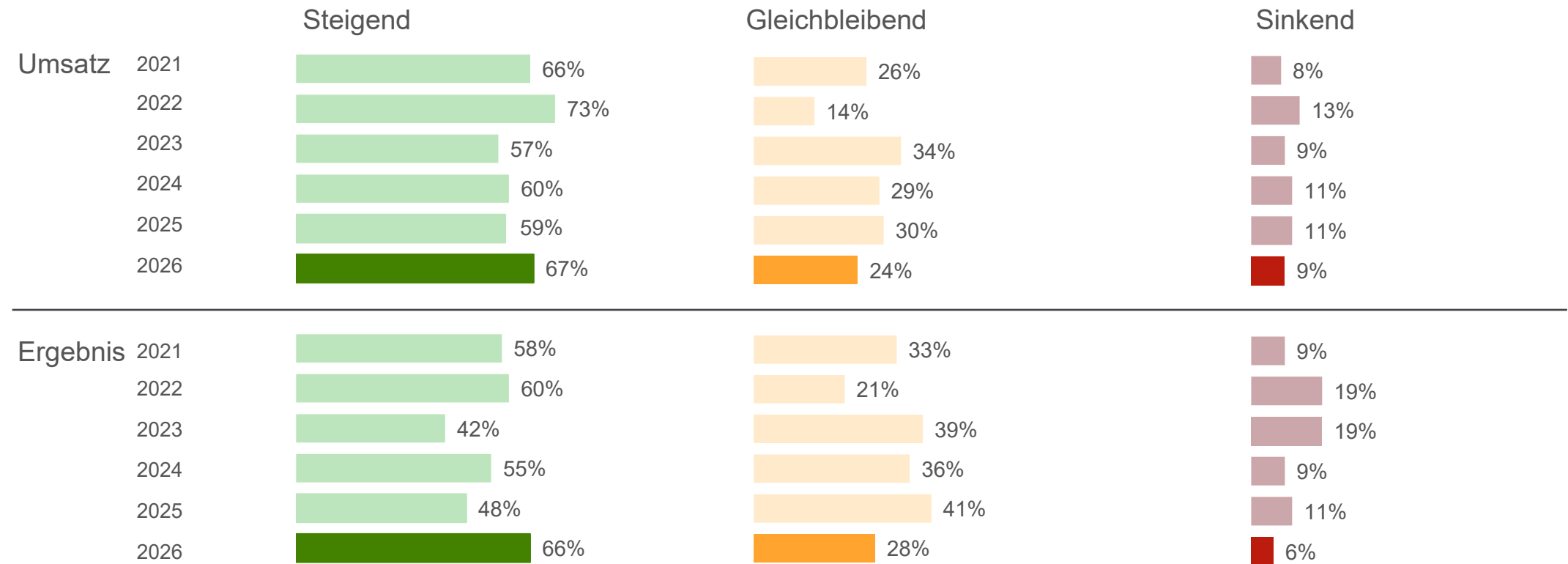
- Rechnung bleibt innerhalb der Schweiz nach wie vor der stärkste Bezahlweg, **verliert jedoch zu Gunsten der Kreditkarte (42%)**
- Mobile (Twint) **verliert um 2% Punkte** liegt aber noch vor der Kreditkarte (26%)
- Kreditkarte **gewinnt wieder (20%)**



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

Erwartungen für 2026

Umsatz und Ergebnis



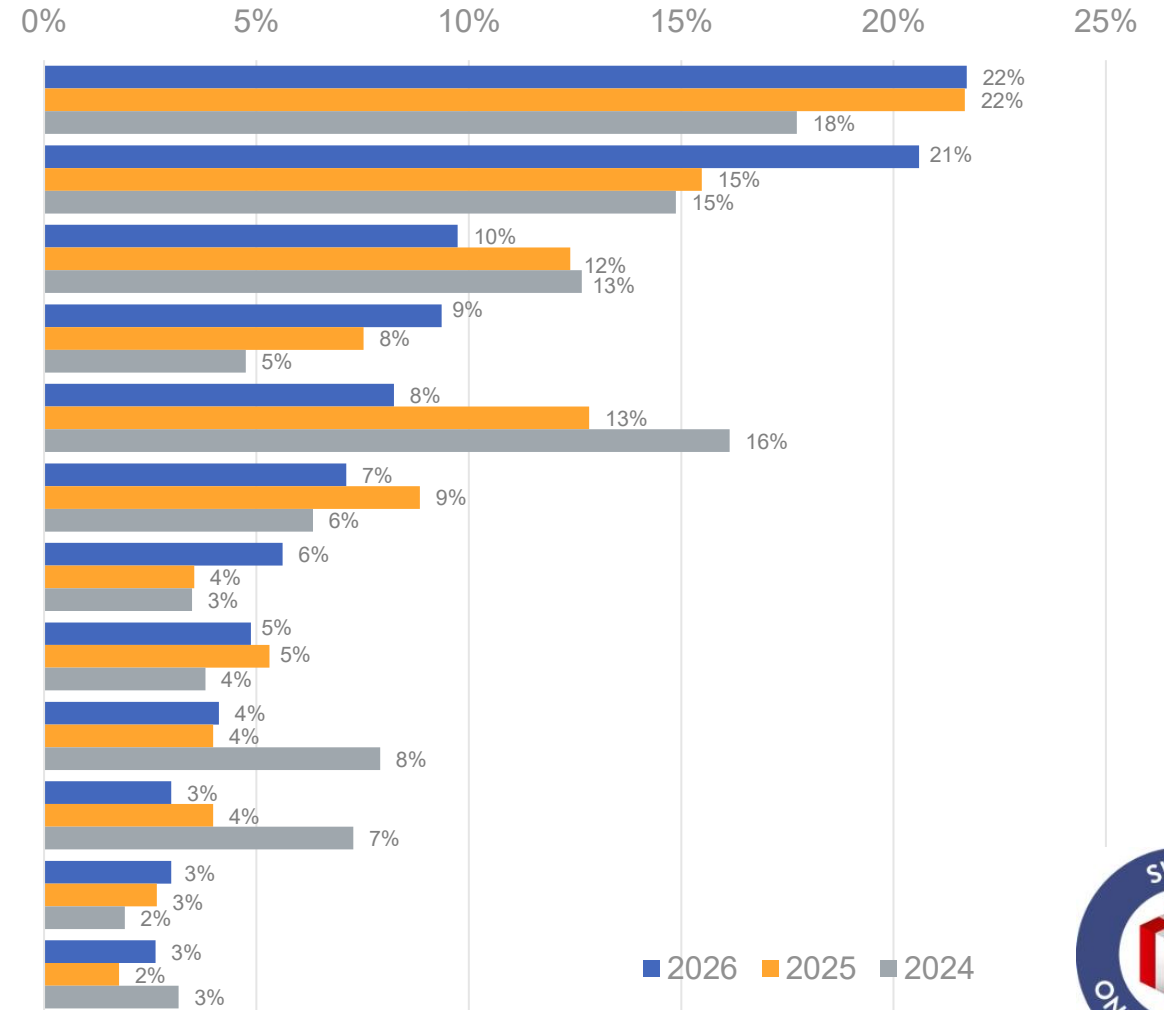
Basis: n=96 Unternehmen

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



Grösste Herausforderungen für 2026

Prozent Nennungen



Basis: n=96 Unternehmen

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

Blick in die Kristallkugel 2026



Online Wachstum von
ca. 5% erwartet



Januar 2026 zeigt **gute
Tendenz**



67% erwarten einen
steigenden Umsatz
(Vorjahr 58%)



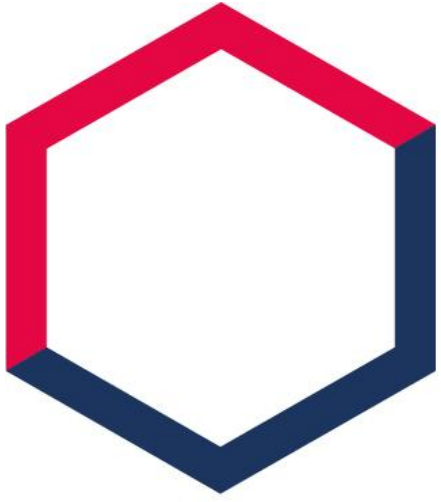
Konkurrenz aus dem
Ausland bleibt



**Preisdruck & extremer
Wettbewerb** die grössten
Herausforderungen



„AI-driven Commerce“
mittels **AI-Agenten** gewinnt
an **Relevanz**



HANDELSVERBAND

ASSOCIATION DE COMMERCE

.SWISS

