

Medienmitteilung

*** Sperrfrist: 13. März 2025, 10.00 Uhr ***

Schweizer Online-Konsum wächst im Jahr 2024 erneut um 3.5 Prozent – Grösste Gewinner CH-Marktplätze

Bern/Root – Der HANDELSVERBAND.swiss hat gemeinsam mit NIQ/GfK und in Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Post die Gesamtmarkterhebung für den Onlinehandel in der Schweiz durchgeführt. Der Onlinehandel in der Schweiz verzeichnet im Jahr 2024 erneut ein Wachstum von 3.5 Prozent (inkl. Ausland).

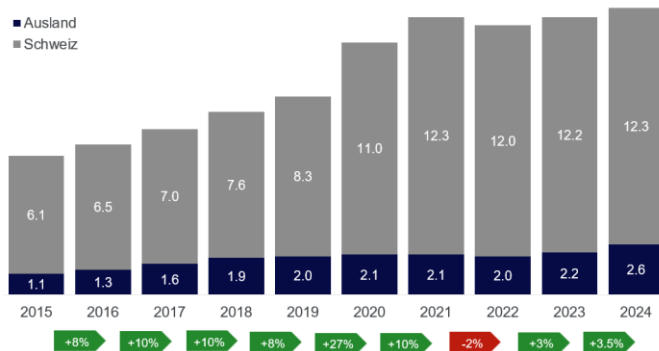
Die wichtigsten Erkenntnisse:

- **2024** kauften Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten für **14.9 Milliarden** (Vorjahr 14.4. Milliarden) Schweizer Franken Waren und Güter online ein
- Der Konsum im Onlinehandel steigt 2024 gegenüber 2023 um **+3.5 Prozent** oder **0.5 Milliarden Schweizer Franken**
- Die **Inland-Einkäufe** auf .ch-Domains steigen um **+1 Prozent** im Vergleich zum Vorjahr 2023
- Grosser Gewinner **Digitec Galaxus** mit **+18 Prozent** zu 2023
- **Fashion** bleibt nach einem Rückgang von 7 Prozent im Jahr 2023 auch 2024 auf dem gleichen Niveau bei -7 Prozent
- Der **Auslandeinkauf** wächst um 18 Prozent nach einem Anstieg von 10 Prozent im Jahr 2023. Haupttreiber bleiben die Kleinpakete aus Asien

Grafik: Entwicklung Marktvolumen der letzten 10 Jahre

Entwicklung Marktvolumen der letzten 10 Jahre

Umsatz 2015 – 2024 / in Mrd. CHF



- Konsum im Onlinehandel steigt 2024 gegenüber 2023 total um **+3.5%** oder **0.5 Mrd. CHF**
- **Inland-Einkäufe** auf .ch-Domains steigen um **+1%** im Vergleich zum Vorjahr 2023
- Grosser Gewinner **Digitec Galaxus** mit **+18%** zu 2023
- **Fashion** nach -7% in 2023 auch in 2024 bei -7%
- **Auslandeinkauf** steigt um **+18%** nach +10% in 2023. Treiber sind weiterhin die Kleinpakete aus Asien

Quelle: GfK Switzerland AG, HANDELSVERBAND .swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2024

Im Jahr 2024 konnte der Onlinehandel erneut um 3.5 Prozent wachsen und liegt bei insgesamt 14.9 Milliarden Schweizer Franken. Der Inlandumsatz (Käufe bei einem Schweizer Anbieter) wuchs lediglich um 1 Prozent auf 12.3 Milliarden Schweizer Franken. Grösster Gewinner auf dem Schweizer Markt ist Digitec Galaxus mit +18 Prozent zum Vorjahr. Der grösste Rückgang entfällt erneut auf Fashion, mit einem Minus von 7 Prozent im Jahr 2024 im Vergleich zum Jahr 2023, nach einem Rückgang von ebenfalls 7 Prozent im Jahr 2023 im Vergleich zum Jahr 2022. Es ist bemerkenswert, dass der Auslandsumsatz nach einem Anstieg von 10 Prozent im Jahr 2023 im Jahr 2024 erneut deutlich stärker gewachsen ist als der Inlandsumsatz. Während der Inlandsumsatz um 1 Prozent zunahm, verzeichnete der Auslandsumsatz ein Plus von 18 Prozent. Hauptursache dafür sind die Kleinpakete aus Asien. Dies trägt ebenfalls zum Rückgang bei den Schweizer Fashion-Anbietern bei, insbesondere im Fast-Fashion-Bereich.

Wieviel wurde gekauft?

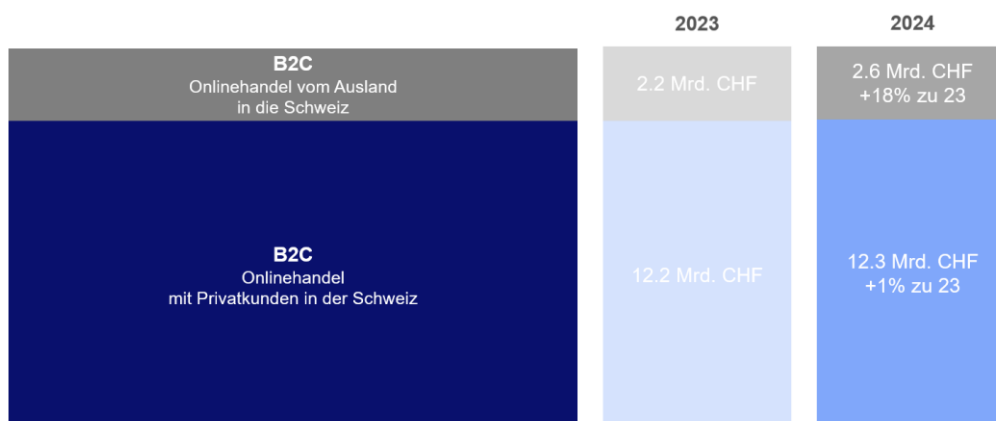
2024 wurden in der Schweiz Waren für 14.9 Milliarden Schweizer Franken von Privatpersonen im Onlinehandel bestellt, davon:

- 12.3 Milliarden Schweizer Franken direkt bei Händlern in der Schweiz (Einkauf in Schweizer Franken inkl. MWST).
- 2.6 Milliarden Schweizer Franken direkt bei Händlern im Ausland.

Grafik: Onlinehandel-Umsatz 2024

Onlinehandel-Umsatz 2024

Schweiz inkl. Direktversand aus Ausland / Vergleich Vorjahr



Quelle: GfK Switzerland AG, HANDELSVERBAND.swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2024

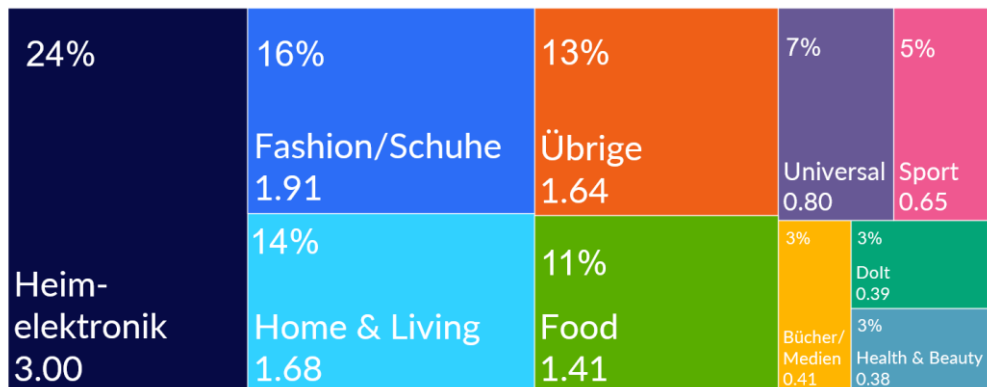
Was wird in der Schweiz bestellt?

Händlern mit Hauptsortiment Heimelektronik machen weiterhin den grössten Anteil am Onlinehandel mit 24 Prozent Marktanteil aus. Gefolgt von Fashion mit 16 Prozent und Home & Living mit 14 Prozent. Diese drei Non-Food Branchen teilen sich über 50 Prozent des Schweizer Online Marktes. Food mit 11 Prozent komplettiert die wichtigsten vier Branchen, wobei insbesondere der Wein- und Getränkehandel online stark wächst. Universalversender, Sport, Bücher/ Medien, Dolt und Health & Beauty liegen unter der 10 Prozent Marke.

Grafik: Onlinehandel CH in Milliarden Schweizer Franken – Kategorisierung nach Hauptsortiment der Händler

Branchenverteilung im B2C Online Markt Schweiz

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



Basis = Basis: B2C – Volumen von 12.3 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: GfK Switzerland AG, HANDELSVERBAND swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2024

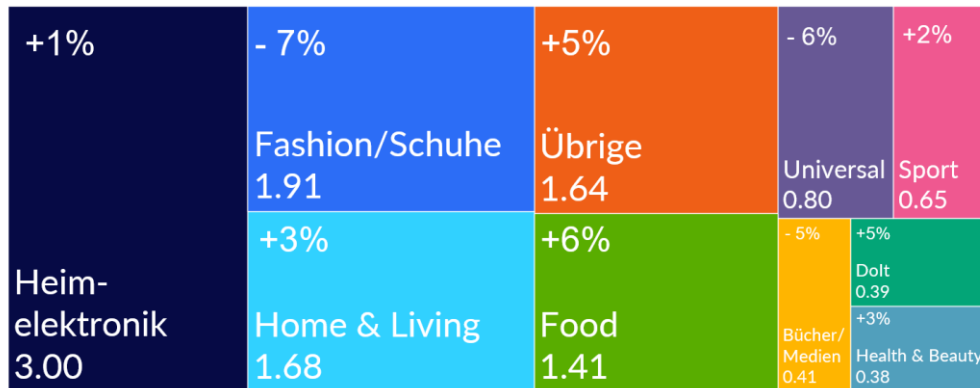
Verlierer- und Gewinner-Branchen im Jahr 2024

Es lässt sich eine unterschiedliche Branchenentwicklung beobachten: Food mit +6 Prozent zum Vorjahr ist der Gewinner. Die restlichen Branchen liegen unter der 5 Prozentmarke. Heimelektronik konnte sich, nach einem schlechten Jahr 2023, knapp im Plus halten. Fashion- und Universalversender, insbesondere jene mit einem traditionell hohen Fashion-Anteil, verzeichnen erneut Rückgänge von 6 bis 7 Prozent. Marktplätze und Portale zählen auch in diesem Jahr zu den Gewinnern.

Grafik: Branchen im B2C Online Markt Schweiz 2024 zu 2023 – Vergleich zum Jahr 2023

Branchen im B2C Online Markt Schweiz 2024 zu 2023

Vergleich zum VJ



Basis = Basis: B2C – Volumen von 12.3 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: GfK Switzerland AG, HANDELSVERBAND swiss, Schweizerische Post – Jahreserhebung Onlinehandel Schweiz 2024

Steigende Auslandseinkäufe / Direktimporte

Der Onlineeinkauf im Ausland hat mit 2.6 Milliarden Schweizer Franken einen neuen Höchststand erreicht und wächst gegenüber 2023 um +18 Prozent (nach +10 Prozent in 2023). Treiber dafür sind die Kleinpakete aus Asien. Diese werden von den grossen Plattformen vor allem per Luftfracht direkt nach Zürich und Genf geliefert. Für den Schweizer Handel stellt die Nichteinhaltung der Schweizer Gesetzgebung durch diese Plattformen ein Problem dar. Dies beginnt bei der Missachtung der Schweizer Preisbekanntgabeverordnung, dem Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG), der Verletzung der Produkthaftpflicht und reicht bis hin dazu, dass diese Plattformen keine vorgezogene Recyclinggebühr auf Elektronikartikel zahlen.

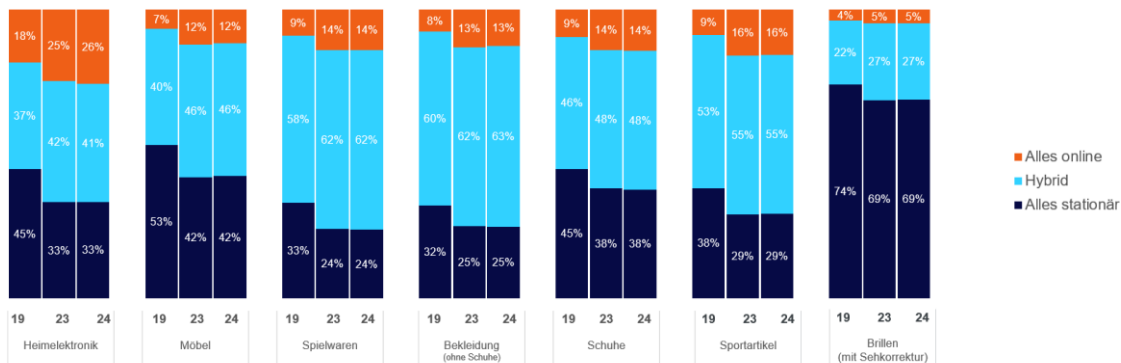
Bevorzugte Kaufkanäle

Die Studienergebnisse zeigen, dass die Konsumentinnen und Konsumenten auch 2024 weiterhin eine «Multikanal»-Strategie bevorzugen. Im Vergleich zum Jahr 2019 (vor der Pandemie) hat sich das Einkaufsverhalten hin zu einer zunehmend «hybriden» Einkaufsweise entwickelt. Diese Entwicklung ist in allen Branchen sichtbar, mit Ausnahme der «Brillen mit Sehkorrektur». Multikanal ist mittlerweile zur Norm geworden und stellt eine klare Erwartung dar.

Grafik: Bevorzugter Kaufkanal

Bevorzugter Kaufkanal

Wo haben Sie die Produkte gekauft? 2024 im Vergleich zu 2019 & 2023



Basis = 1'004 Personen, Filter: hat Produkt gekauft

Frage: Wo haben Sie diese Produkte in den letzten 6 Monaten gekauft?

Quelle: GfK Switzerland AG, GfK Switzerland AG – eBus Studie «Kauf Produkte» 2024

NIQ GfK SP HANDELSVERBAND

Confidential and proprietary © 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved

Ausblick 2025

Die Studienautoren gehen davon aus, dass der Online-Konsum 2025 sich weiter erholen wird und die Konsolidierung im Schweizer Retail zum grössten Teil abgeschlossen ist. Sie rechnen mit einem Wachstum im Onlinebereich von 4 bis 7 Prozent für das Jahr 2025 aufgrund einer verbesserten Konsumentenstimmung. Die Aussichten auf 2025 stimmen zuversichtlich. Die Vormachtstellung der Marktplätze und Portale wird weiter zunehmen, könnte jedoch aus dem Ausland vermehrt Konkurrenz erhalten. Im Detailhandel werden die «Multikanal- Anforderungen» sowohl auf der Fläche wie in den digitalen Kanälen weiter zunehmen und sich etablieren.

Social Commerce wird insbesondere für die Generation Z zunehmend wichtiger und eröffnet den Händlern zusätzliche Verkaufskanäle. Konsumentinnen und Konsumenten werden immer häufiger nach dem Motto «hier und jetzt – unabhängig davon, ob stationär oder online» einkaufen.

Die Medienmitteilung und Charts mit detaillierten Zahlen sind abrufbar ab dem 13. März 2025, 10.00 Uhr, auf: <https://nielseniq.com/global/de/news-center/2025/schweizer-online-konsum-wachst-im-jahr-2024-erneut-grosste-gewinner-ch-marktplatze/>

Medienkontakte:

Bernhard Egger, HANDELSVERBAND.swiss, T +41 58 310 07 17, info@handelsverband.swiss

Verona Klug, T +41 41 632 9115, verona.klug@nielseniq.com

Medienstelle – Die Schweizerische Post, T +41 58 341 00 00, presse@post.ch

Die Studie wurde realisiert durch:

HANDELSVERBAND.swiss

Online – Offline – Direct: Der HANDELSVERBAND.swiss vereint über 400 Händler, welche in der Schweiz rund 21 Mia. CHF Umsatz realisieren, davon 11 Mia. CHF online und 10 Mia. CHF stationär. Die Mitglieder betreiben rund 450 Onlineshops und über 2850 Verkaufsstellen. 70 % des B2C-Onlinehandels-Volumens und 25 % des stationären Non-Food-Handels der Schweiz sind in unserem Verband vertreten. Von A wie About You über Brack, Digitec Galaxus, PKZ, Sprüngli bis Z wie Zweifel Pomy-Chips sind sowohl kleine wie auch grosse Händler mit einem Ziel vereint, sich für die Multi Kanal Handelswelt in der Schweiz zu engagieren und diesen Wandel als Chance wahrzunehmen.

Für weitere Auskünfte

HANDELSVERBAND.swiss

Bernhard Egger, Geschäftsführer, +41 58 310 07 17, be@handelsverband.swiss

Die Schweizerische Post

Die Schweizerische Post ist ein Mischkonzern in den vier Märkten Logistik, Kommunikation, Mobilität und Finanzdienstleistungen. Ihre Dienstleistungen reichen von der Zustellung von Briefen, Paketen, Zeitungen über Güterlogistik, bis zu digitalen Kommunikationslösungen im Gesundheitswesen sowie für Behörden und Unternehmen. Im Mobilitätsmarkt betreibt die Post landesweit Buslinien im regionalen Personenverkehr, unterhält eine eigene Fahrzeugflotte und bietet nachhaltige Mobilitätslösungen für Geschäftskunden. Die Tochtergesellschaft PostFinance gehört zu den führenden Anbietern im Zahlungsverkehr, für Sparen und Anlegen sowie Vorsorge- und Finanzierungslösungen. Der Weltpostverein kürte die Schweizerische Post 2024 zum achten Mal in Folge zur «besten Post der Welt.».

Für weitere Auskünfte

Die Schweizerische Post, Wankdorfallee 4, 3030 Bern

Medienstelle, +41 58 341 00 00, presse@post.ch

Über NIQ

NIQ ist ein weltweit führendes Consumer Intelligence Unternehmen, das ein umfassendes Verständnis des Kaufverhaltens von Verbrauchern liefert und neue Wege zum Wachstum aufzeigt. Im Jahr 2023 schlossen sich NIQ und GfK zusammen, zwei Branchenführer mit beispielloser globaler Reichweite. NIQ ist in mehr als 90 Ländern tätig und deckt rund 85 Prozent der Weltbevölkerung sowie über 7,2 Billionen US-Dollar an globalen Verbraucherausgaben ab. Mit einer ganzheitlichen Betrachtung des Einzelhandels und den umfassendsten Einblicken in das Konsumverhalten, die mittels fortgeschrittener Analysen über hochmoderne Plattformen geliefert werden, bietet NIQ das Gesamtbild — the Full View™.

Weitere Informationen finden Sie unter niq.com/de