

Medienmitteilung

Zürich/Genf, 11. Mai 2021

Global Powers of Retailing: Schweizer Detailhändler bleiben in Top 50 – Corona beschleunigt Strukturwandel

Das neue Deloitte Ranking Global Powers of Retailing 2021 listet Migros und Coop weiterhin unter den 50 umsatzstärksten Detailhändlern der Welt auf. Amazon ist auf Platz 2 vorgerückt und hat Costco überholt, liegt aber immer noch weit hinter dem Detailhandelsgiganten Walmart. Richemont konnte seine Position unter den Top 100 zwar halten, die Detailhandelsumsätze dürften inzwischen pandemiebedingt jedoch niedriger ausfallen. Das gilt in noch grösserem Ausmass für Dufry – obwohl das Unternehmen im Untersuchungszeitraum noch zu den am schnellsten wachsenden Detailhändlern zählte. Die pandemiebedingten Reisebeschränkungen wirkten sich stark negativ aus. Gleichzeitig profitierten die Schweizer Detailhändler generell von den Grenzschliessung, welche die Schweizer dazu zwangen, zu Hause einzukaufen. Die Verlagerung in Richtung Onlinehandel wurde durch die Pandemie massiv beschleunigt. Lokale Lebensmittelgeschäfte schliesslich profitierten im Pandemiejahr erheblich von der starken Zunahme des Home-Office.

Gemäss der Studie geht die Konzentration im Retailsektor voran: Der Anteil der 10 grössten Detailhändler am Gesamtumsatz der Top 250 stieg erneut – nach 32,2% im Vorjahr auf neu 32,7%. Die Top-10-Detailhändler erzielten im Geschäftsjahr 2019 ebenso wie die Top-250-Detailhändler ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum von 4,4% – ein Minus von 1,9 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahreswert. Die Liste der Top 10 wird weiterhin von US-amerikanischen Unternehmen dominiert: Sieben der zehn Unternehmen haben ihren Sitz in den USA. Europa hat mit 87 in der Region ansässigen Unternehmen den höchsten Anteil an den Top-250-Detailhändlern.

Für die aktuelle Studie wurden öffentlich verfügbare Daten für das Geschäftsjahr 2019 (Geschäftsjahre der Unternehmen bis 30. Juni 2020) herangezogen. Im Folgejahr 2020 verzeichnete der Retailsektor in der Schweiz ein Wachstum, das in erster Linie auf die herausragende Performance der Lebensmitteldetailhändler zurückzuführen war, zumal viele Konsumentinnen und Konsumenten während der Pandemie Lebensmittel gegenüber anderen Produkten bevorzugten. Während der strengeren Lockdowns in Europa im Frühjahr und Winter 2020 profitierten die Schweizer Detailhändler von der Schliessung der Grenzen zu den Nachbarländern, die die Menschen dazu zwang, zu Hause anstatt wie oft in Deutschland, Frankreich oder Italien einzukaufen.

Rang in 250 rank	Veränderung	Unternehmen	Heimatmarkt	Detailhandelsumsatz (USD Mio.) im Geschäftsjahr	Durchschnittliche Wachstumsrate Detailhandelsumsatz GJ14-19
1	-	Walmart Stores, Inc.	USA	523,964	1.5%
2	+1	Amazon.com, Inc.	USA	158,439	17.7%
3	-1	Costco Wholesale Corporation	USA	152,703	6.3%
4	-	Schwarz Group	Deutschland	126,124	7.4%
5	-	The Kroger Co.	USA	121,539	2.3%
6	-	Walgreens Boots Alliance, Inc.	USA	115,994	8.7%
7	-	The Home Depot, Inc.	USA	110,225	5.8
8	-	Aldi Einkauf GmbH & Co. oHG	Deutschland	106,326 ^e	6.4%
9	-	CVS Health Corporation	USA	86,608	5.0%
10	-	Tesco PLC	Grossbritannien	81,347	0.8%
40	-1	Migros-Genossenschafts-Bund	Schweiz	24,968 ^{e**}	1.2%
46	-	Coop Group	Schweiz	23,339 ^{e**}	0.6%
96	-	Compagnie Financière Richemont SA	Schweiz	11,094 ^{**}	12.9%
124	-4	Dufry AG	Schweiz	8,663	16.2%

g = geschätzt // ** Umsatz umfasst Grosshandel- und Detailhandelsumsatz

Coop und Migros bleiben unter den Top 50

Die beiden dominierenden Detailhändler Migros und Coop verteidigten im Ranking ihre starken Positionen unter den Top 50 mit den Ranglistenplätzen 40 beziehungsweise 46. Im Pandemiejahr 2020 konnten beide ihre Umsätze dann erheblich steigern, da die Menschen zu Hause bleiben mussten, mehr Lebensmittel kauften und selbst kochten. Immer mehr Menschen in der Schweiz haben zudem das Onlineshopping für sich entdeckt, und sowohl die Migros-Gruppe als auch Coop verzeichneten im Onlinegeschäft ein Umsatzwachstum von mehr als 45%.

Das in der Schweiz ansässige Luxusgüterunternehmen Richemont hielt Platz 96, nachdem es im Vorjahr in die Top 100 aufgestiegen war. Die Pandemie veranlasste die Richemont-Gruppe dann im letzten Jahr dazu, ihre digitalen Kapazitäten auszubauen. Der Onlineverkauf glich die Verluste, die im Jahr 2020 durch die Schliessung von Läden und das Ausbleiben des Tourismus entstanden, teilweise aus.

Obwohl der Reisedetailhändler Dufry im Vergleich zum Vorjahr vier Plätze verlor und nun Platz 124 belegt, gilt er mit einer beeindruckenden jährlichen Wachstumsrate von 16,2% seit 2014 immer noch als einer der 50 wachstumsstärksten Detailhändler weltweit. Das Unternehmen sah sich jedoch mit einem äusserst herausfordernden Jahr 2020 konfrontiert, da die internationalen Reisebeschränkungen das Detailhandelsgeschäft beeinträchtigten. So ging der Umsatz im Geschäftsjahr 2020 um beinahe 70% zurück.

Langfristige Auswirkungen: Lokal und online

Die wachstumsstarken Detailhändler konnten im Geschäftsjahr 2020 die durch die COVID-19-Pandemie geschaffenen neuen Konsummöglichkeiten nutzen, indem sie vor allem auf Onlineshopping und Lieferservice setzten. So brachten sie ihre Geschäfte durch die Krise. Andere Detailhändler litten aufgrund der von der Pandemie verursachten Änderungen des Konsumverhaltens, der erzwungenen Schliessung von Geschäften und der Reiseverbote unter einer geringeren Nachfrage nach ihren Produktkategorien. Ausserdem gelang es ihnen weniger gut, schnell auf Onlinelösungen umzusteigen.

«Im Jahr 2020 erlebten wir eine starke Verschiebung in Richtung Onlinegeschäft, die sich jetzt weiter verfestigt», erklärt Karine Szegedi, Partner und Consumer Industry Leader bei Deloitte Schweiz. «Jede und jeder zehnte in Europa kauft mittlerweile online Lebensmittel ein. Ein ähnliches Wachstum verzeichneten wir auch beim Non-Food – angesichts geschlossener Geschäfte haben sich die Konsumentinnen und Konsumenten schnell an Onlineeinkäufe gewöhnt.»

Einkaufen in der Nachbarschaft

Da ein Grossteil der Menschen auch heute noch von zu Hause aus arbeitet, verschwimmen die Grenzen zwischen Privatsphäre und Büro. «Die Konsummuster haben sich während der Pandemie verändert. Es werden mehr Kalorien zu Hause konsumiert und die Ausgaben für Möbel, Gartenprodukte und Heimfitnessgeräte stiegen», so Karine Szegedi.

Darüber hinaus kauften die Menschen mehr vor ihrer Haustür ein, was Lebensmittelgeschäften in der Nachbarschaft, lokal verankerten Unternehmen und Produzenten aus der Region zugutekam. «Die Corona-Massnahmen wirkten sich besonders negativ auf die innerstädtischen Geschäfte aus», erläutert Karine Szegedi. «Auch in der Schweiz konnten wir hingegen beobachten, dass Unternehmen in den Dörfern und Nachbarschaften von einem grösseren Zustrom der Menschen profitierten, die von zu Hause aus arbeiteten.»

Im Detailhandel kam es zu bedeutenden pandemiebedingten Veränderungen, welche die Interaktion der Kundschaft mit den Marken in den kommenden Jahren stark beeinflussen werden. «Der Onlinetrend und die Veränderung der Mobilität infolge der Pandemie werden den Strukturwandel im Detailhandel in Zukunft weiter beschleunigen», so Karine Szegedi.

Kontakt: Michael Wiget
Leiter Externe Kommunikation
Tel.: +41 58 279 70 50
E-Mail: mwiget@deloitte.ch

Kontakt: Adrian Zebib
External Communications Specialist
Tel.: +41 58 279 61 42
E-Mail: azebib@deloitte.ch

Über [Global Powers of Retailing](#)

Die Studie ermittelt die 250 grössten Detailhändler auf der Welt durch Analyse der öffentlich verfügbaren Daten für das Geschäftsjahr 2019 (Geschäftsjahre der Unternehmen bis 30. Juni 2020) und analysiert ihre Performance auf Regionen- und Produktsektorebene. Ausserdem bietet sie einen globalen Wirtschaftsausblick, untersucht die 50 am schnellsten wachsenden Detailhändler und stellt die Neueinsteiger in die Top 250 vor.

Deloitte Schweiz

Deloitte ist ein führendes Prüfungs- und Beratungsunternehmen in der Schweiz und bietet branchenspezifische Dienstleistungen in den Bereichen Audit & Assurance, Consulting, Financial Advisory, Risk Advisory sowie Tax & Legal. Mit rund 2000 Mitarbeitenden an den sechs Standorten Basel, Bern, Genf, Lausanne, Lugano und Zürich (Hauptsitz) betreut Deloitte Unternehmen und Organisationen jeder Rechtsform und Grösse aus allen Wirtschaftszweigen.

Deloitte AG ist eine Tochtergesellschaft von Deloitte North and South Europe (NSE), einem Mitgliedsunternehmen der Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL) mit über 330 000 Mitarbeitenden in mehr als 150 Ländern.

Anmerkung für die Redaktion

In dieser Medienmitteilung bezieht sich Deloitte auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“) eine "UK private company limited by guarantee" (eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach britischem Recht) und ihren Mitgliedsunternehmen, die rechtlich selbstständig und unabhängig sind. Eine detaillierte Beschreibung der rechtlichen Struktur von DTTL und ihrer Mitgliedsunternehmen finden Sie auf unserer Webseite unter deloitte.com/ch/de/about

Deloitte AG ist eine Tochtergesellschaft von Deloitte LLP, dem Mitgliedsunternehmen in Grossbritannien von DTTL. Deloitte AG ist eine von der Eidgenössischen Revisionsaufsichtsbehörde (RAB) und der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht FINMA zugelassene und beaufsichtigte Revisionsgesellschaft.

Die Informationen in dieser Medienmitteilung haben ihre Richtigkeit zum Zeitpunkt des Versandes.

