

Medienmitteilung

Zürich, 15. Januar 2018

Globaler Detailhandel wächst über vier Prozent

Migros und Coop rücken in der Top 50 weiter vor

Die 250 grössten Detailhändler weltweit erzielten im Geschäftsjahr 2016 einen Umsatz in der Höhe von 4,4 Billionen US-Dollar*. Dies entspricht einem Wachstum von insgesamt 4,1%, so der neue Bericht [Global Powers of Retailing 2018](#) von Deloitte. Der europäische Anteil an den Umsätzen der Top 250 fiel innerhalb von 10 Jahren von 39,4% auf 33,8%. Der Abstand gegenüber Nordamerika nimmt zu, asiatische Detailhändler gewinnen an Boden. Die vier im Bericht genannten Schweizer Detailhändler machen jedoch alle Plätze gut.

Mit Blick auf die Teilsektoren zeigt sich, dass die Detailhandelsparte Bekleidung und Accessoires zum ersten Mal in vier Jahren nicht das Wachstum anführt. Jedoch kann sie sich unter den anderen Teilsektoren als die rentabelste und globalisierteste behaupten. Die Sparte Hartwaren und Freizeitartikel verzeichnet in 2016 ein Wachstum von knapp 8%, nahezu doppelt so viel wie die Top 250 zusammen. Anbieter von Konsumgütern mit hoher Umschlagshäufigkeit (FMCG)¹ sind in der Rangliste die bei weitem grössten (durchschnittlicher Detailhandelsumsatz in Höhe von nahezu 21,7 Milliarden US-Dollar) und die am häufigsten aufgeführten Unternehmen: Die 135 Detailhändler repräsentieren 54% der Top 250 Unternehmen und zwei Drittel des Umsatzes.

Nicht nur der europäische Anteil an den Umsätzen der Top 250 gab nach, sondern auch die Anzahl der europäischen Unternehmen in der Rangliste war rückläufig: Lediglich 82 Detailhändler haben ihren Sitz in Europa (GJ 2015: 85, GJ 2014: 93). Trotz des sinkenden Anteils sind europäische Detailhändler weiterhin global am aktivsten, da sie nach Wachstumschancen ausserhalb ihres gesättigten Heimatmarkts Ausschau halten. Nahezu 41% ihrer Gesamtumsätze erzielten sie im Ausland – beinahe doppelt so viel wie die Unternehmen der Top 250 insgesamt.

"Die Bedeutung der europäischen Unternehmen im globalen Detailhandelsmarkt ist in den letzten zehn Jahren zurückgegangen. Gründe dafür sind die langsamere Erholung der europäischen Volkswirtschaften nach der globalen Finanzkrise, die Unsicherheit rund um den Brexit und die schwache Entwicklung einiger grosser Detailhändler mit Sitz in Europa. Die Zukunftsaussichten sind jedoch vielversprechend: Die Weltwirtschaft wächst beständig und die Indikatoren für europäische Detailhändler sind positiv", erläutert Konstantin von Radowitz, Head of Consumer & Industrial Products bei Deloitte. "Schweizer Detailhändlern ist das robustere globale Wirtschaftswachstum besonders willkommen. Jedoch müssen sie sich auch negativen Folgen steigender Einkommensungleichheit, protektionistischen Massnahmen sowie Auswirkungen und Chancen stellen, die digitale Technologien für den traditionellen Detailhandel in der Schweiz bergen."

Schweizer Detailhändler widerstehen dem internationalen Wettbewerbsdruck

Die Schweizer Marktführer Migros und Coop konnten in Ranking der 250 weltweit grössten Detailhändler Plätze gut machen: Migros (Detailhandelsumsätze von 24,1 Milliarden US-Dollar) belegt Platz 39 und Coop (Detailhandelsumsätze von 22,4 Milliarden US-Dollar) klettert auf Platz 43. Beide verbessern sich damit um zwei Plätze gegenüber dem Vorjahr. Die Umsätze des Schweizer Reise-Detailhändlers Dufry übertrafen den Durchschnitt der Region deutlich; das Unternehmen rangiert auf Platz 127 (152 im Vorjahr). Das Basler Unternehmen expandierte in den letzten Jahren erfolgreich. Die Detailhandelsumsätze betragen 7,7 Milliarden US-Dollar im Jahr 2016 und legten seit 2011 jährlich im Schnitt um 24,4% zu. Das Luxusgüterunternehmen Richemont mit Sitz in Genf stieg um drei Plätze auf Platz 138.

Transformative Veränderung, wiedererstarkter Handel

Der Bericht [Global Powers of Retailing 2018](#) analysiert ferner, wie die Regeln des Detailhandels im Zuge des transformativen Wandels neu geschrieben werden. Innovation, Kollaboration, Konsolidierung, Integration und Automatisierung sind erforderlich, um dem Handel neues Leben einzuhauchen. Die Geschäftstätigkeit der Detailhändler wird sich jetzt und für die Zukunft von Grund auf ändern.

Die vier Trends, mit denen sich der Bericht befasst:

- **Erstklassige digitale Kompetenzen entwickeln.** Aus Konsumentensicht geht es beim Einkaufen nicht um den Vergleich Online versus Offline oder welches der bevorzugte Kanal zum Erwerb eines Produkts ist. Konsumenten denken weniger an die Auswahl des Kanals sondern ihre Bequemlichkeit: Die Entscheidungsfindung und die Informationssuche vor dem Einkauf sind zudem fluide Vorgänge und Kunden schwanken zwischen Online und Offline auf dem Weg zum Produktkauf.
- **Durch die Kombination von Offline und Online wird verlorener Boden wiedergutmacht.** Viele Akteure, die den digitalen Entwicklungen anfänglich noch hinterherhinkten, holen Versäumtes auf und gewinnen rasch und deutlich an Boden.
- **Einzigartige und spannende Einkaufserlebnisse ermöglichen.** Noch sind die traditionellen Ladengeschäfte nicht vom Aussterben bedroht: 90% der weltweiten Detailhandelsumsätze werden immer noch vor Ort erwirtschaftet. Um aber mit dem Bedürfnis nach einem einfachen Einkauf und dem endlosen Produktangebot online mithalten zu können, sind einzigartige Kundenerlebnisse und eine starke Markenbindung entscheidend.
- **Detailhandel mit den neusten Technologien neu erfinden.** Selten bot sich die Möglichkeit, aufgrund von schnell voranschreitendem technologischen Fortschritt und bahnbrechenden Innovationen die Geschäftsmodelle des Detailhandels so schnell und so umfassend zu verändern wie zurzeit. Themen wie das Internet der Dinge (z.B. automatisierte Bezahlssysteme), künstliche Intelligenz (z.B. Bestellunterstützung durch Amazon Echo oder Google Home), erweiterte und virtuelle Realität sowie Roboter sollten bei jedem Detailhändler auf dem Radar sein.

Die zehn weltweit grössten Detailhändler und die Schweizer Unternehmen

Die fünf grössten Detailhändler konnten ihre Positionen an der Spitze behaupten. Eine Kombination aus organischem Wachstum, Übernahmen und Wechselkursschwankungen sorgte dafür, dass sich der Rest der Top 10 verschoben hat. Die 10 grössten Unternehmen stellen nun 30,7% des Gesamtdetailhandelsumsatzes der Top 250; im Vorjahr waren es noch 30,4%. Nach wie vor haben sieben der wichtigsten globalen Detailhändler ihren Sitz in den USA, zwei in Deutschland.

Ranking der Top 250	Δ im Rang	Unternehmen	Herkunftsland	Detailhandelsumsatz 2016 (Mio. USD)
1	↔	Wal-Mart Stores, Inc.	USA	485 873
2	↔	Costco Wholesale Corporation	USA	118 719
3	↔	The Kroger Co.	USA	115 337
4	↔	Schwarz Group	Deutschland	99 256
5	↔	Walgreens Boots Alliance, Inc.	USA	97 058
6	↑+4	Amazon.com, Inc.	USA	94 665
7	↓-1	The Home Depot, Inc.	USA	94 595
8	↔	Aldi Einkauf GmbH & Co. oHG	Deutschland	84 923s
9	↓-2	Carrefour S.A.	Frankreich	84 131
10	↑+2	CVS Health Corporation	USA	81 100
39	↑+2	Migros-Genossenschafts-Bund	Schweiz	24 152s*
43	↑+2	Coop Group	Schweiz	22 401s*
127	↑+25	Dufry AG	Schweiz	7 736
138	↑+3	Compagnie Financière Richemont SA	Schweiz	7 007

s = Schätzung

* Umsatz ist einschliesslich Gross- und Detailhandelsumsatz

"Der Detailhandel steht vor einem grundlegenden Wandel. Der Kunde sagt wo es lang geht und rückt mehr und mehr in den Fokus. Durch die Möglichkeiten der heutigen Technologie ist er ständig vernetzt und beschleunigt durch sein Einkaufsverhalten die Veränderungen im Detailhandel", sagt Karine Szegedi, Partner Consumer & Industrial Products bei Deloitte. "Im Detailhandel verändern sich traditionelle Geschäftsmodelle rasant; das führt zu nie dagewesenen Umwälzungen. Diese sind aber auch notwendig – sowohl online als auch offline – um die Erwartungen anspruchsvoller Kunden zu erfüllen und seine Erlebnisse neu zu definieren. Die Verbreitung neuer Technologien wie das Bezahlen mit dem Smartphone oder per Self-Checkout verändert den Detailhandel in der Schweiz rasant, denn die Schweizer Kunden setzen diese Technologien beim Einkauf immer häufiger ein. Die Grenze zwischen dem Online- und Offline-Kunden verschwimmt weiter."

¹Fast Moving Consumer Goods: Produkte, die schnell und zu relativ niedrigen Kosten verkauft werden ("Fast-moving Consumer Goods", kurz FMCG).

– ENDE –

- ➔ Auf unserer Website erfahren Sie mehr über den jährlichen Bericht [Deloitte Global Powers of Retailing](#).
- ➔ Unsere Studie [Goodbye wallet, hello smartphone?](#) finden Sie auf unserer Website. Sehen Sie sich auch [unser Video](#) für eine Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse an.

Kontakt: Konstantin von Radowitz
Titel: Head of Consumer & Industrial Products
Tel.: +41 58 279 64 57
E-Mail: kvonradowitz@deloitte.ch

Kontakt: Karine Szegedi
Titel: Partner Consumer & Industrial Products
Tel.: +41 58 279 82 58
E-Mail: kszegedi@deloitte.ch

Kontakt: Krystina Koch
Titel: Communication Specialist
Tel.: +41 58 279 65 07
E-Mail: krkoch@deloitte.ch

Über die Global Powers of Retailing 2018

Der Bericht Global Powers of Retailing 2018 ermittelt die 250 weltweit grössten Detailhandelsunternehmen auf Basis des Umsatzes durch Analyse der öffentlich verfügbaren Daten für das Geschäftsjahr 2016 (einschliesslich Unternehmen, deren Geschäftsjahr im Juni 2017 endete). Im Bericht wird die Performance gestützt auf die geografische Region, den primären Produktbereich, die Aktivitäten im E-Commerce-Bereich und andere Faktoren analysiert. Ebenfalls darin enthalten sind eine Übersicht der 50 weltweit grössten Online-Detailhändler, ein Ausblick auf die Weltwirtschaft sowie eine Analyse der Marktkapitalisierung in der Detailhandelsindustrie.

Die vollständigen Resultate des Berichts finden Sie auf unserer Webseite: [Deloitte Global Powers of Retailing](#).

Über 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 über 1'800 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 West Europe, einem Mitgliedsunternehmen der Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL) mit über 264'000 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.

Deloitte AG ist eine Tochtergesellschaft von Deloitte NWE LLP, einem Mitgliedsunternehmen von DTTL. DTTL und Deloitte NWE LLP erbringen selbst keine Dienstleistungen gegenüber Kunden. Deloitte AG ist eine von der Eidgenössischen Revisionsaufsichtsbehörde (RAB) und der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht FINMA zugelassene und beaufsichtigte Revisionsgesellschaft.

Eine detaillierte Beschreibung der rechtlichen Struktur finden Sie auf unserer Webseite unter www.deloitte.com/ch/about

© 2018 Deloitte AG. Alle Rechte vorbehalten.