

# SPECIAL DIGITAL COMMERCE

**Roboter statt Menschen**  
Wie sich Hauslieferungen längerfristig kommerziell besser rechnen.  
Seite 25

**Digital Commerce Award**  
Der diesjährige «Digital Commerce Champion» ist der Pflanzen-Shop feey.ch.  
Seite 26

**Wie Netflix denken**  
Nicht einfach nur Produkte verkaufen, sondern auch wertvolle Inhalte erstellen.  
Seite 28

**Feey und Indvyit**  
Die beiden Award-Winner mehrerer Kategorien und ihr Alleinstellungsmerkmal.  
Seite 29



Digitec Galaxus AG: digitec.ch: 1125,0 (820,0) Millionen Franken; galaxus.ch: 561,0 (262,0) Millionen Franken (Schätzung Carpathia), gegründet 2001.

## Modehandel will sparen

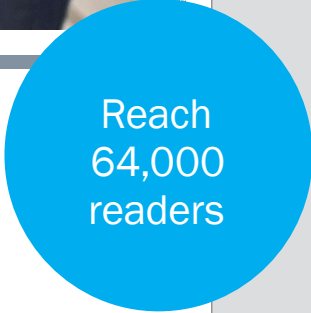
In Deutschland geht das Gespenst vom Ende der **Gratisretouren** um. Der Grund sind zwei Probleme.

ECKHARD BASCHKE

Die Preise für Transport und Verpackung seien hoch, der Boom der Corona-fahre in der Modebranche sei vorbei, erklärte letzte Woche der deutsche Bundesverband E-Commerce und Versandhandel. Modekonzerne wie H&M und Zara würden bald ein paar Euro für Retouren verlangen. Das liess aufschrecken, auch in der Schweiz. Tatsächlich liegen die deutschen und Schweizer Retourenquoten auf europäischem Rekordniveau, wie das Logistikunternehmen DPD jüngst ermittelte: ein gutes Viertel der bestellten Pakete geht wieder zurück. 2021 lag der Anteil zurückgegangener Pakete im Modebereich in der Schweiz sogar bei 40 Prozent – betroffen sind vor allem «Fast Fashion»-Anbieter. Vieles wird angesichts kos-

tenfreier Retouren und der fehlenden Möglichkeit der Anprobe bewusst in Varianten bestellt. Die beiden Argumente für Retourengebühren sind die hohen Kosten – die zurückgesandte Ware muss von Hand auf Beschädigungen, Flecken und Gerüche geprüft und wieder aufbereitet werden, wobei in der Schweiz 1 bis 2 Prozent entsorgt werden müssen – und der Umweltgedanke. Der Luzerner Nationalrat Michael Töngi von den Grünen etwa verlangt in seiner Motion vom Bundesrat Massnahmen. Dem widerspricht Patrick Kessler, Geschäftsführer vom Handelsverband swiss: Die Retoure werde im Normalfall in der Versandverpackung zurückgegeben, Retouren würden zu 98 Prozent in Umlauftransporten auf dem Rückweg mitgenommen, das Retourenproblem sei ein wirtschaftliches, aber kein nennenswertes ökologisches Problem.

Kessler ruft einen Grundsatz in Erinnerung: «Es ist nichts gratis, auch wenn gratis draufsteht. Jeder Händler, der Gratisretouren anbietet, hat dies irgendwo im Produktpreis einkalkuliert.» Aber sind Gratisretouren finanziell tragbar? «Ja, definitiv, wenn sie eben in der Preiskalkulation berücksichtigt sind und der Prozess gut aufgelegt ist. Grössere Unternehmen haben einen Prozesskostenvorteil.» Sollten Gratisretouren abgeschafft werden, geht Kessler davon aus, dass der durchschnittliche Bestellwert sinken wird, weniger Artikel im Warenkorb liegen und die Bestellfrequenz abnehmen werden. Aber was tun gegen hohe Retourenzahlen? Hilfreich wären aussagekräftigere Bilder und Beschreibungen und Beratungsleistungen. Zudem könnte notorischen Rücksendern die Bestellung auf Rechnung verwehrt werden. Die Retourendiskussion aber wird voraussichtlich weitergehen.



**Impressum**  
Der Special «Digital Commerce» ist eine redaktionelle Eigenbeilage der «Handelszeitung» und Bestandteil der aktuellen Ausgabe.  
Herausgeber: Redaktion und Verlag «Handelszeitung», Ringier Axel Springer Schweiz, 8021 Zürich.

# «Digital Commerce» special issue

Facts and figures, interviews and articles in the practical special edition of «Handelszeitung» on 25 May 2023

## Characteristics

After two golden years, a wind of change is blowing in online retail: the cautious mood among consumers due to the current economic situation is having an impact on sales, while investors are also becoming more cautious.

After the years of growth, retailers are now having to focus on greater efficiency and cost reduction again. In this age of the platform economy, it is more important than ever to establish direct customer access and to also keep abreast of rapid technological developments and adapt them for your own business. As demand falls, competition in the interconnected world of supply becomes more intense and puts further pressure on sales margins. This makes it all the more difficult for retailers to find alternative revenue models.

In the «Digital Commerce» special issue of Handelszeitung, influential topics for Swiss commerce are covered in interviews and articles together with relevant facts and figures. The special issue also provides insights into current developments in Swiss online retail and features the winners of the Digital Commerce Awards on 24 May 2023. There will be an additional circulation of the special issue available at the SCORE! – Swiss Conference for Retail and E-Commerce 2023 on 24 May.

**Book your ad in the special now and an online presence in a relevant environment – we'll be happy to advise you!**

## Pricing

Page format	Width x height mm	Gross price CHF 4c
1/1 page	291 x 438	13 500
Junior Page Mini	173 x 250	6 954
Junior Page Maxi	232 x 300	10 173
1/2 page, landscape	291 x 219	8 505
2/5 page	114 x 438	6 664
1/3 page, landscape	291 x 145	5 631
1/4 page, landscape	291 x 110	4 272
1/5 page, portrait	114 x 219	4 950

Other formats are available on request

## Online

All «Handelszeitung» specials are now also published online at [handelszeitung.ch/specials](https://handelszeitung.ch/specials).

We offer exciting advertising opportunities and formats. Expand your reach to include our online audience. We will be happy to advise you in detail.

## Conditions

Advertising rates valid from 01/01/2023. All prices in CHF/gross, AC YTP 15% plus 7.7% VAT. Prices subject to change. The general terms and conditions apply, and can be found at [www.ringier-advertising.ch](https://www.ringier-advertising.ch).

Key figures	Handelszeitung
Distributed circulation:	31,607 copies
Readership:	64,000 readers
Reach:	1,3%
Men/women:	67%/33%

Sources: WEMF-Circulation Bulletin 2022 and MACH Basic 2022-2, German-speaking Switzerland

## Publication date

Topic	Published	Advertisement deadline	Print material deadline
Digital Commerce	25.05.2023	11.05.2023	22.05.2023

## Preview of topics

- 2023 award winners – the best Swiss online shops 2023 at the Digital Commerce Award 2023
- Marketplaces
- Customer access in the age of the platform economy
- Direct-to-consumer
- Alternative revenue models in the digital age
- Social commerce and influencers
- Sustainability
- Other current topics

Subject to changes and additions

**Contact**  
Ringier Advertising

Michael Germann, [michael.germann@ringier.ch](mailto:michael.germann@ringier.ch)  
Tel. +41 44 259 89 63

**Delivery of print material**  
[anzeigen-prod@ringier.ch](mailto:anzeigen-prod@ringier.ch)