

Medienmitteilung

NIQ/GfK Markt Monitor Schweiz 1.-4. Quartal 2024

5. Februar 2025

Verona Klug
Marketing & Communication
GfK Switzerland
verona.klug@nielseniq.com

Root, 5. Februar 2024 – Der NIQ/GfK Markt Monitor des Schweizer Detailhandels liegt per Ende Dezember 2024 mit einem Rückgang von Minus 0.2 Prozent leicht unter dem Vorjahr. Food-/ Nearfood erzielt ein Wachstum von 1.3 Prozent. Nonfood hingegen entwickelt sich rückläufig mit einem Minus von 2.6 Prozent.

Der **Food**-Bereich verzeichnet insgesamt einen leichten Umsatzanstieg im Vergleich zum Vorjahr. Nahrungsmittel wachsen weiter, während auch Kochzutaten zulegen. Süsswaren und Snacks entwickeln sich besonders positiv. Den stärksten Anstieg in dieser Kategorie verzeichnet Schokolade, wobei dieser Zuwachs hauptsächlich auf Preiserhöhungen zurückzuführen ist, während die Verkaufsmenge nur geringfügig zunahm.

Der **Getränkemarkt** entwickelt sich insgesamt etwas rückläufig. Während alkoholfreie Getränke nahezu stabil bleiben, liegen alkoholische Getränke unter dem Vorjahresniveau. Innerhalb der alkoholfreien Getränke entwickeln sich einzig Süssgetränke positiv und verzeichnen einen leichten Zuwachs.

Der Bereich **Frischprodukte** zeigt insgesamt ein leichtes Umsatzwachstum. Bäckereiprodukte wachsen weiter, während Convenience-Produkte auf gleichem Niveau zulegen. Eier verzeichnen einen besonders starken Anstieg, der hauptsächlich auf eine höhere Verkaufsmenge zurückzuführen ist. Bei Gemüse zeigt sich ein spürbarer Rückgang, während Früchte, Metzgerei und Milchprodukte nur marginale Veränderungen aufweisen.

Die meisten **Nonfood-Märkte** verzeichnen per Ende Dezember 2024 einen Rückgang. Die nach wie vor gedämpfte Konsumentenstimmung resultiert in einer anhaltenden Zurückhaltung beim Kaufverhalten. Black Friday und auch das Weihnachtsgeschäft verliefen in **einigen** Bereichen positiv, vermochten die Verluste der Vormonate jedoch nicht auszugleichen. Die Teuerungsrate ist leicht gesunken und lag laut dem Bundesamt für Statistik (BFS) im Dezember 2024 bei plus 0.6 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat. 2024 belief sich die durchschnittliche Jahresteuern auf 1.1 Prozent.

GfK GmbH
Sophie-Germain-Straße 3 – 5
90443 Nürnberg
Deutschland

T +49 911 395 0

Vorstand:
Emilie Darolles
Joshua Hubbert

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
John Blenke

Handelsregister:
Nürnberg HRB 42397

Freizeit liegt als einziger Bereich im Nonfood im Plus: **Sport** erzielt im Jahr 2024 insbesondere bei Radsport, Laufbändern, Rudergeräten, Hanteln, Home Trainer und Sporternährung positive Ergebnisse. Generell resultiert aus dem Bereich Hartwaren ein Plus, während Textil und Schuhe leicht unter Vorjahr bleiben. Der Markt bleibt insgesamt unverändert auf dem hohen Niveau des vergangenen Jahres. **Spielwaren** verzeichnen ebenfalls einen leichten Umsatzzuwachs, dies auch aufgrund eines starken Weihnachtsgeschäftes sowie der immer wichtiger werdenden Zielgruppe «Kidults». Online erzielt einen Zuwachs, das stationäre Geschäft verläuft rückläufig. Das Teilsegment **Reisen** liegt unter dem Vorjahresergebnis.

Im Vergleich zum Vorjahr zeigt **Heimelektronik** ein Minus, was die anhaltende Marktsättigung auch Ende 2024 deutlich widerspiegelt. Trotzdem legten einige Warengruppen wie Haarstyling-Geräte, elektrische Zahnbürsten, Fritteusen und Headsets im Vergleich zum Vorjahr zu und verzeichnen positive Entwicklungen. Ausserdem performten Notebooks, Computer, Monitore, Radiogeräte und Flachbildfernseher im Monat Dezember 2024 äusserst positiv.

Haushalt/Wohnen verläuft per Ende Dezember 2024 in den meisten Bereichen rückläufig. Die grössten Einbussen sind bei Lebensmittellagerung/Aufbewahrung, Einrichtungsdekoration, Boxspring/Polsterbetten, Bettwäsche sowie auch Bad- und Tischtextilien zu beobachten. Kochgeschirr, LED-Lampen und die Weihnachtsbeleuchtung hingegen verlaufen positiv.

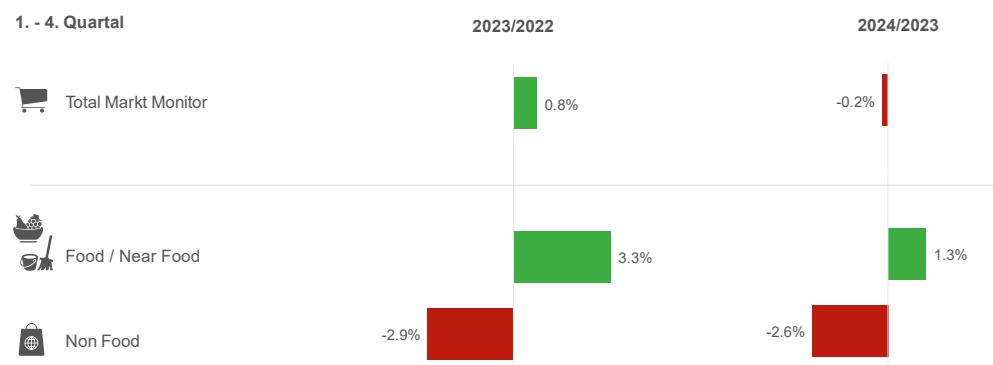
DIY liegt zum Jahresende 2024 ebenfalls unter dem Vorjahresergebnis. Besonders stark betroffen waren verschiedene Warengruppen im Bereich Garten: Einjährige Gartenpflanzen, Bewässerung, Dekoration, Aufbewahrung sowie auch Zäune. Der Bereich der motorbetriebenen Geräte hingegen liegt über dem Vorjahresergebnis.

Fashion verläuft ebenfalls rückläufig. Der Bereich Unterwäsche verzeichnet grössere Einbussen als Oberbekleidung und Strumpfwaren.

Online-Shopping bleibt konstant im Trend und erreicht per Ende Dezember 2024 kumuliert ein Wachstum von rund 3.5 Prozent.

NIQ/GfK Markt Monitor: wertmässige Entwicklung Detailhandel Schweiz

Veränderung des Umsatzes in %



Quelle: NIQ/GfK Markt Monitor Schweiz, siehe Universum, ohne Fachhandel. Ergänzung: The Nielsen Company für Food/ Nearfood (abweichendes Universum) 2023/2022 +3.6% | 2024/2023 +1.3%

Konjunkturprognose: Die Expertengruppe Konjunkturprognosen erwartet für das Jahr 2024 ein Sporteventbereinigtes BIP der Schweiz von 0.9 Prozent gefolgt von 1.5 Prozent für 2025 und 1.7 Prozent für 2026.

Arbeitslosenquote: Für das Jahr 2024 wird eine durchschnittliche Arbeitslosenquote von 2.4 Prozent berichtet; für die Jahre 2025 und 2026 erwartet das Bundesamt für Statistik (BFS) eine durchschnittliche Arbeitslosenquote von 2.7 Prozent.

Jahresteuierung: Das Bundesamt für Statistik erwartet für das Jahr 2024 eine Jahresteuierung von 1.1 Prozent. Für das Jahr 2025 wird eine Teuerung von 0.3 Prozent und für 2026 von 0.7 Prozent erwartet.

Der Kalendereffekt liegt per Dezember 2024 kumuliert bei 0.2 Prozent.

NIQ/GfK Markt Monitor

Der NIQ/GfK Markt Monitor Schweiz ist eine Dienstleistung der GfK Switzerland AG in Zusammenarbeit mit über 40 grossen Schweizer Detailhändlern. Diese erzielen rund 40-50 Prozent des gesamten Detailhandelsumsatzes. Nicht integriert ist der Fachhandel. Der NIQ/GfK Markt Monitor weist keinen Anspruch auf Repräsentativität für den Gesamtmarkt auf. Hierfür macht NIQ/GfK diverse Gesamtmarktschätzungen.

Diese Medienmitteilung inklusive Grafiken und Definitionen finden Sie ab **5. Februar 2025** auch unter:

<https://nielseniq.com/global/de/news-center/2025/gfk-markt-monitor-schweiz-1-4-quartal-2024/>

Medienkontakt: Verona Klug, T +041 632 9115, verona.klug@nielseniq.com

Über GfK – An NIQ company

Unternehmen auf der ganzen Welt vertrauen auf GfK, um zentrale Fragen für ihre Entscheidungsprozesse datenbasiert zu beantworten. 2023 haben sich die Branchenführer GfK und NIQ zusammengeschlossen und bieten ihren Kunden durch diesen Zusammenschluss eine einmalige globale Reichweite. Gemeinsam unterstützen wir ihr Wachstum durch unser umfassendes Verständnis des Kaufverhaltens und der Dynamiken, die Märkte, Marken und Medientrends beeinflussen. Mit einer ganzheitlichen Sicht auf den Handel und den umfassendsten Erkenntnissen über Konsumenten, bereitgestellt durch zukunftsweisende Analytik auf modernsten Plattformen bieten NIQ und GfK gemeinsam The Full View™.

Über NIQ

NIQ ist das weltweit führende 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. 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™.

NIQ, ein Portfoliounternehmen von Advent International, ist in mehr als 100 Märkten tätig und deckt mehr als 90 % der Weltbevölkerung ab. Weitere Informationen finden Sie unter niq.com/de.