

Medienmitteilung

NIQ Publikation Detailhandel Schweiz

Sperrfrist: Dienstag, 24. Juni 09:00

Root, 24. Juni 2025 - Der Schweizer Detailhandel blickt auf ein herausforderndes Jahr zurück. Im Jahr 2024 wurde ein Gesamtumsatz von 103.7 Milliarden Schweizer Franken erzielt – ein leichtes Wachstum von 0.6 Prozent. Während der Food-Bereich um 1.8 Prozent zulegte, blieb der Non-Food-Sektor mit -0.1 Prozent nahezu stabil.

Das Marktumfeld war geprägt von intensivem Preiswettbewerb bei Discounter und Supermärkten, dem Markteintritt internationaler Anbieter wie Rossmann und Action sowie anhaltenden Diskussionen rund um Temu, Shein und die Anpassung der Wertfreigrenze beim Einkaufstourismus.

Zahlreiche Handelsunternehmen richteten ihre Strategien neu aus und stärkten ihr Kerngeschäft. Auch im Onlinehandel rückt eine klare Positionierung zunehmend in den Fokus.

DETAILHANDELSUMSÄTZE

Entwicklung 1990–2024 / in Mrd. CHF (nominell zu laufenden Preisen)

	1990	2000	2010	2015	2023	2024
DETAILHANDELS-UMSATZ TOTAL	74.0	81.6	96.2	93.9	103	103.7
Zuwachs gegenüber Vorperiode	5.4%	0.7%	1.9%	-2.1%	0.5%	0.6%
Food	26.6	29.5	37.6	39.9	45.6	46.4
Zuwachs gegenüber Vorperiode	6.8%	1.5%	2.3%	1.1%	3.1%	1.8%
Non-Food ¹⁾	47.4	52.1	58.6	54.6	57.4	57.3
Zuwachs gegenüber Vorperiode	4.6%	0.2%	1.6%	-3.2%	-1.5%	-0.1%

1) Ohne Motorfahrzeuge, Brenn- und Treibstoffe.

Revision der Detailhandelsumsatzstatistik durch das BAK Economics mit rückwirkender Korrektur der Detailhandelsumsätze ab Januar 2022.

Quelle: Berechnungen BAK Economics. Stand Mai 2023, nominell zu laufenden Preisen.

Detailhandel Schweiz 2024

Im Lebensmittel-Detailhandel setzte sich das Wachstum auch 2024 fort. Die Umsätze im Food-Sektor stiegen gegenüber dem Vorjahr um 1.8 Prozent. Preisstrategien prägten den Markt: Aldi Suisse senkte dauerhaft die Preise für ausgewählte Produkte, Migros führte ein neues «Tiefpreis»-Sortiment ein.

Die Zahl der Verkaufsstellen zeigt langfristig einen Rückgang seit 2000 (-27.8 Prozent), stieg in den letzten Jahren jedoch wieder an – getrieben durch die Expansion von Discounter und Grossverteilern.

Silke Volejnik, Retail Leader NielsenIQ Switzerland ordnet ein: «Beim Einkaufsverhalten beobachten wir weiterhin, dass die Schweizer Haushalte tendenziell häufiger einkaufen gehen, dabei aber pro Einkauf weniger ausgeben. Diesem Trend folgen inzwischen die Detailhändler, indem sie ihr Filialnetz weiter ausbauen».

Der Non-Food-Bereich verzeichnete 2024 einen leichten Umsatzrückgang von 0.1 Prozent, nach -1.5 Prozent im Vorjahr. Im Non-Food Bereich prägten strukturelle Veränderungen das Marktbild: Migros trennte sich im Zuge ihres Fachmarkt-Verkaufs unter anderem von den Marken melectronics und SportX. Zugleich traten mit Rossmann und Action zwei internationale Anbieter mit Expansionsstrategie in den Schweizer Markt ein.

Hitliste Detailhandel Schweiz Rang 2024 1-10

Hitliste Detailhandel Schweiz 2024 Rang 1 - 10

nur Firmen mit Umsatzmeldung

		Umsatz in Mio. CHF	Veränderung 2024:2023
1	Migros Supermärkte (inkl. migros.ch) (ohne MwSt.)	13 068	-1.2%
2	Coop Supermärkte (inkl. coop.ch) (ohne MwSt.)	12 088	2.0%
3	Denner (inkl. Denner Partner Betriebe)	3 872	-3.7%
4	Digitec Galaxus	3 228	17.6%
5	Volg-Gruppe	1 772	1.0%
6	Landi (ohne MwSt.)	1 457	-0.9%
7	Ikea ¹⁾	1 239	-3.4%
8	Jumbo (ohne MwSt.) ²⁾	1 073	-4.2%
9	Coop Pronto	993	0.5%
10	Otto's	993	1.5%

1) Umsätze Geschäftsjahr Sept.-Aug. Seit 2018 wird der Umsatz nur noch inkl. Services (Einnahmen aus Serviceleistungen) kommuniziert.
2) Übernahme Jumbo Markt AG ab August 2021 (davor Bau und Hobby). Ab 2022 Zusammenführung von Jumbo und Bau und Hobby unter dem Namen Jumbo.

Quelle: Geschäftsberichte/Umsatzmeldungen Lebensmittel-Detailhändler

Onlinehandel 2024

Der Onlinehandel setzte sein Wachstum 2024 fort: Der B2C-Umsatz stieg um 500 Millionen auf 14.9 Milliarden Schweizer Franken. Während die Käufe über .ch-Domains um 1 Prozent zunahmen, wuchs der grenzüberschreitende Onlinehandel um 18 Prozent – insbesondere durch asiatische Anbieter. **Evgenij Isakulov, E-Commerce Leader NielsenIQ Switzerland & Austria erklärt:** «Die Bedeutung ausländischer Anbieter im Schweizer Onlinehandel nimmt weiter zu – insbesondere chinesische Plattformen gewinnen an Marktanteil. Gleichzeitig bleibt die Nachfrage nach lokalen Anbietern stabil».

Prognosen deuten auch für 2025 auf weiteres Wachstum hin. Neben etablierten Marktplätzen gewinnt auch Social Commerce, insbesondere bei der Generation Y, zunehmend an Bedeutung.

Ausblick 2025

Angesichts eines anhaltend dynamischen Marktumfelds bleibt der Schweizer Detailhandel gefordert, seine Positionierung weiter zu schärfen. Der Fokus auf das Kerngeschäft, klare Sortimentsprofile und eine enge Kundenorientierung werden 2025 zentrale Erfolgsfaktoren sein. Gleichzeitig bieten neue digitale Instrumente und Marktentwicklungen die Chance, Trends frühzeitig zu erkennen und gezielt darauf zu reagieren.

Zur Studie

Am 24. Juni 2025 erscheint die neue Auflage der Publikation NIQ Detailhandel Schweiz.

Die Publikation ist über den [Webshop](#) oder via [E-Mail](#) erhältlich.

Diese Medienmitteilung inkl. Grafiken finden Sie ab 24. Juni 2025 auch unter:

<https://nielseniq.com/global/de/news-center/2025/niq-publikation-detailhandel-schweiz/>

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

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