

Medienmitteilung

NIQ Markt Monitor Schweiz 1. – 2. Quartal 2025

Root, 30. Juli 2025 - Schweizer Detailhandel wächst im ersten Halbjahr 2025 leicht:

Laut NIQ Markt Monitor stieg der Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 0.4 Prozent.

Während der Bereich Food/Nearfood ein Plus von 0.7 Prozent verzeichnete, entwickelte sich der Nonfood-Sektor mit einem leichten Rückgang von 0.2 Prozent nahezu stabil.

Während das erste Quartal 2025 noch von rückläufigen Entwicklungen geprägt war, liegt der Schweizer Detailhandel im ersten Halbjahr insgesamt im Plus. Die Konsumentenstimmung bleibt zwar auf tiefem Niveau, verbesserte sich jedoch im zweiten Quartal leicht. Die Teuerungsrate sank laut Bundesamt für Statistik (BfS) im Juni 2025 auf +0,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat. Sonnige, warme Tage im Juni begünstigten zudem das Einkaufsverhalten in einzelnen Branchen.

Silke Volejnik, Retail Leader NielsenIQ Switzerland erklärt: «Im Food-Bereich haben Preisveränderungen massgeblich die Umsatz- und Mengenentwicklung im 1. Halbjahr 2025 beeinflusst – aber nicht immer gleichermassen. Während Preissenkungen etwa bei Kochzutaten und Gemüse zu höheren Verkaufszahlen, aber sinkendem Umsatz führten, sorgten Preiserhöhungen bei Süswaren und Snacks für weniger Absatz, jedoch mehr Umsatz.»

Im Vergleich zum ersten Halbjahr des Vorjahres verzeichnet der Bereich **Food** insgesamt einen leichten Umsatzzanstieg, der vorwiegend preisgetrieben ist. Besonders Tiefkühlprodukte sowie Süswaren und Snacks konnten ein starkes Umsatzwachstum erzielen. Die Kategorie Nahrungsmittel entwickelte sich hingegen nur leicht positiv. Bei den Kochzutaten kam es sogar zu einem Rückgang des Umsatzes, obwohl die Verkaufsmenge gestiegen ist – ausschlaggebend dafür war eine deutliche Preisreduktion. Umgekehrt verhielt es sich bei den Süswaren und Snacks: Eine signifikante Preiserhöhung führte in dieser Warengruppe zu einer spürbaren Abnahme der Absatzmenge.

Der **Getränkemarkt** entwickelte sich im ersten Halbjahr insgesamt leicht positiv. Besonders alkoholfreie Getränke konnten gegenüber dem Vorjahr ein moderates Umsatzwachstum erzielen. Im Gegensatz dazu lagen die alkoholischen Getränke deutlich unter dem Vorjahresniveau, wobei sich insbesondere die Kategorie Wein durch eine besonders schwache Entwicklung auszeichnete.

Im ersten Halbjahr konnte der Bereich **Frischprodukte** insgesamt ein solides Umsatzwachstum verzeichnen. Besonders Metzgereiprodukte und Milchprodukte entwickelten sich überdurchschnittlich positiv, getrieben vor allem durch steigende Verkaufszahlen. Auch Früchte und Eier legten deutlich zu: Bei den Früchten sorgte eine spürbare Preisreduktion für einen erheblichen Anstieg der Absatzmenge, während bei den Eiern trotz stabiler Preise eine deutliche Mengenzunahme erzielt wurde. Einzig die Kategorie Gemüse zeigte eine negative Entwicklung. Obwohl mehr verkauft wurde, führten stark gesenkte Preise zu einem insgesamt rückläufigen Umsatz.

Die **Nonfood-Märkte** verzeichnen per Ende Juni 2025 kumuliert betrachtet einen leichten Rückgang, die einzelnen Sektoren entwickeln sich sehr unterschiedlich:

Silke Volejnik: «In den Nonfood-Märkten hat vor allem das sommerliche Juni-Wetter einen positiven Einfluss auf die Nachfrage insbesondere in den Bereichen Garten, Freizeit und Sommer-Fashion. Heimelektronik bleibt dagegen hinter dem starken Vorjahr zurück, mit Rückgängen bei Smartphones und Fernsehern. Online-Shopping bleibt im Trend und wächst auch im 1. Halbjahr 2025 überdurchschnittlich.»

DIY liegt in Bezug auf Nachfrage und kumuliertes Wachstum an der Spitze (+4.9 Prozent). Während das 1. Quartal leicht rückläufig war, lag das 2. Quartal klar im Plus. Zudem lud das Sommerwetter vom Juni in den Garten ein, sei es zum Arbeiten oder Vergnügen. Dies führte zu einer verstärkten Nachfrage bei allen Garten-Warengruppen wie beispielsweise Gartenbewässerung, Poolzubehör, Schwimmbecken, Grillgeräte, Pflanzerde/Substrate sowie motorbetriebene Rasenmäher. Aufgrund des heissen Juni-Wetters erzielten Klimaanlage, Ventilatoren und Luftreiniger/Befeuchter ein Spitzenergebnis.

Freizeit gehört ebenfalls zu den Gewinnern und liegt über dem Vorjahres-Halbjahr (+3.8 Prozent). **Sport** erzielt einen Zuwachs; insbesondere bei Sporternährung, Laufbändern, Hanteln, Trekkingbikes, Radsportzubehör und allem rund um den Wassersport (vor allem SUP). Letzteres ist zurückzuführen auf die wetterbedingt tiefen Vorjahresergebnisse. **Spielwaren** liegen ebenfalls über dem Niveau des Vorjahres. Wichtige Treiber für dieses Wachstum sind insbesondere Konstruktions-Sets sowie Games/Puzzles. Das Teilsegment **Reisen** verläuft rückläufig.

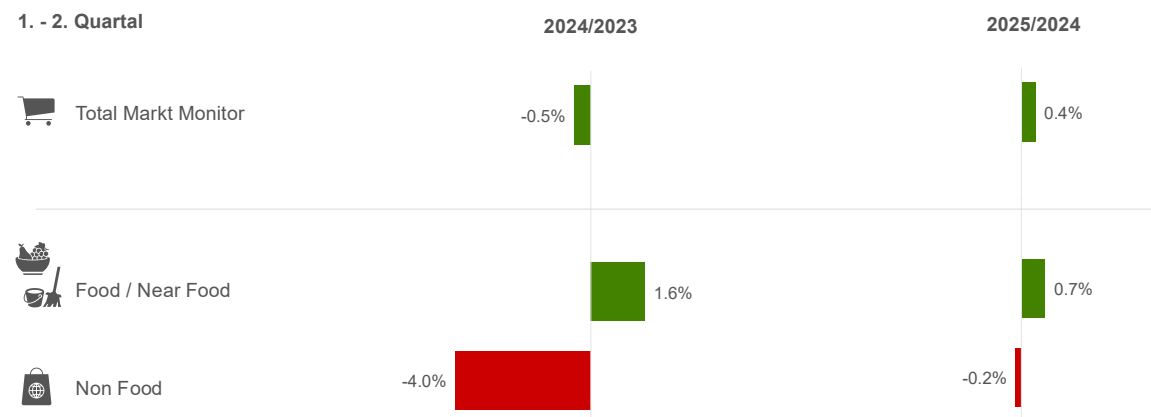
Verglichen mit dem Vorjahr liegt **Heimelektronik** leicht im Minus (-1.1 Prozent). Die grössten Rückgänge sind bei Smartphones und sowie auch Flachbildfernsehern zu beobachten, bei Letzteren aufgrund der hohen Vorjahresvorlage durch die Fussball EM 2024. Hingegen legen Videospielkonsolen, Haushaltkleingeräte und IT-Produkte wie Computer und Notebooks gegenüber dem Vorjahr zu.

Fashion entwickelt sich rückläufig (- 4.2 Prozent). Umsatzstarke Warengruppen wie zum Beispiel Pullover/Sweatshirts und Hosen gehören zu den Verlierern. Fussballbekleidung liegt aufgrund der letztjährigen Fussball EM 2024 ebenfalls im Minus. Bade- und Strandbekleidung/-schuhe, Shorts/Bermudas sowie T-Shirts verzeichneten hingegen ein Umsatzplus, nicht zuletzt dank dem sommerlichen Juni.

Online-Shopping bleibt konstant im Trend und erreicht per Ende Juni 2025 kumuliert ein Wachstum von fast 8 Prozent.

NIQ Markt Monitor: wertmässige Entwicklung Detailhandel Schweiz

Veränderung des Umsatzes in %



Quelle: NIQ Markt Monitor Schweiz, siehe Universum, ohne Fachhandel. Ergänzung: NielsenIQ für Food/Nearfood (abweichendes Universum) 2024/2023 +1.7% | 2025/2024 +0.6%

NIQ powered by intelligence

Confidential and proprietary © 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

3

Konjunkturprognose: Die Expertengruppe Konjunkturprognosen erwartet für das Jahr 2025 ein Sporteventbereinigtes BIP der Schweiz von 1.3 Prozent gefolgt 1.2 Prozent für 2026.

Arbeitslosenquote: Für das Jahr 2025 erwartet das Bundesamt für Statistik (BFS) eine durchschnittliche Arbeitslosenquote von 2.9 Prozent. Für das Jahr 2026 liegt die Prognose laut BFS bei 3.2 Prozent.

Jahresteuierung: Das Bundesamt für Statistik erwartet für das Jahr 2025 eine Jahresteuierung von 0.1 Prozent. Für das Jahr 2026 wird eine Teuerung von 0.5 Prozent erwartet.

Der Kalendereffekt liegt per Juni 2025 kumuliert bei -0.6 Prozent.

Zum NIQ Markt Monitor

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

Diese Medienmitteilung inklusive Grafiken und Definitionen finden Sie ab 30. Juli 2025 auch unter:

Seit dem 24. Juni 2025 ist die neue Ausgabe der Publikation *NIQ Detailhandel Schweiz* verfügbar – mit aktuellen Insights und Entwicklungen rund um den Schweizer Detailhandel. [Hier](#) können Sie die aktuelle Ausgabe bestellen.

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

Über NIQ

Nielsen IQ (NIQ) ist ein weltweit führendes Consumer Intelligence Unternehmen, das ein umfassendes Verständnis des Kaufverhaltens von Verbrauchern liefert und neue Wege zum Wachstum aufzeigt. 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 www.niq.com/de