

Medienmitteilung

NIQ Markt Monitor Schweiz 1. – 3. Quartal 2025

Root, 4. November 2025 - Schweizer Detailhandel wächst zum 1. – 3. Quartal 2025 leicht:

Laut NIQ Markt Monitor stieg der Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 0.6 Prozent. Der Bereich Food/Nearfood verzeichnete ein Plus von 0.9 Prozent, der Nonfood-Sektor entwickelte sich ebenfalls positiv mit 0.1 Prozent.

Der Schweizer Detailhandel verzeichnet, wie bereits im ersten Halbjahr (+0.4 Prozent), insgesamt ein Plus. Die Konsumentenstimmung sank im dritten Quartal unter dem Wert des ersten Halbjahres. Die Teuerungsrate stieg laut Bundesamt für Statistik (BfS) im September 2025 auf +0.2 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat.

Silke Volejnik, Retail Leader NielsenIQ Switzerland erklärt: «Der Food-Bereich zeigt eine solide Entwicklung, getragen sowohl von Preissteigerungen als auch von gestiegener Nachfrage.»

Im Vergleich zu den ersten drei Quartalen im Vorjahr verzeichnet der **Food**-Bereich einen soliden Umsatzanstieg, gleichermassen preis- wie mengengetrieben. Süsswaren und Snacks zeigen die stärkste positive Entwicklung – getrieben durch deutliche Preiserhöhungen bei leicht rückläufiger Absatzmenge. Tiefkühlprodukte wachsen ebenfalls deutlich, allerdings mengengetrieben bei stabilen Preisen. Die Kategorie Kochzutaten stagniert umsatzmässig, da eine negative Preisentwicklung den Mengenzuwachs kompensiert.

Der **Getränkemarkt** verhielt sich in den ersten drei Quartalen insgesamt stagnierend. Innerhalb des Marktes bleibt der Konsum alkoholischer Getränke weiterhin rückläufig, trotz leicht tieferer Preise. Im Gegenzug konnten alkoholfreie Getränke ein moderates Umsatzwachstum erzielen, getrieben durch Preiserhöhungen bei Süssgetränken sowie eine gesteigerte Absatzmenge bei Mineralwasser zu höheren Preisen. Die Absatzmenge von Säften ging infolge spürbarer Preiserhöhungen in vergleichbarem Umfang zurück.

In den ersten drei Quartalen konnte der Bereich **Frischprodukte** ein solides Umsatzwachstum verzeichnen, hauptsächlich aufgrund erhöhter Nachfrage. Besonders Metzgereiprodukte, Milchprodukte und Früchte entwickelten sich positiv. Die Kategorie Gemüse zeigte eine negative Entwicklung: Obwohl die Absatzmenge stieg, führten deutlich gesenkte Preise zu einem insgesamt rückläufigen Umsatz.

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

Silke Volejnik: «Die Nonfood-Märkte zeigen insgesamt eine stabile Entwicklung mit Wachstum in Segmenten wie Freizeit, DIY und Heimelektronik. Gleichzeitig ist der Fashion-Bereich weiterhin unter Druck und verzeichnet einen Umsatzrückgang.»

Freizeit liegt in Bezug auf kumuliertes Wachstum an der Spitze. **Spielwaren** liegen deutlich über dem Niveau des Vorjahres. Wichtige Treiber für dieses Wachstum sind insbesondere Konstruktions-Sets/Aktionsfiguren. **Sport** erzielt ebenfalls einen Zuwachs: Dauerbrenner wie Sporternährung, Laufbänder, Hanteln, Trekkingbikes, Radsportartikeln sowie Radsportzubehör erfreuen sich ungebremsster Nachfrage. Aber auch Tennisschläger und E-boards gehören zu den Gewinnern. Und Campingküchen sowie -möbel konnten sich nach dem eher verregneten 2024 wieder steigern. Das Teilsegment **Reisen** verläuft rückläufig.

DIY entwickelt sich ebenfalls positiv. Das Plus wird teils getragen durch das gute Ergebnis im 2. Quartal, doch auch zu Beginn des 3. Quartals war die Nachfrage bei sommerlichen Warengruppen wie Klimaanlage und Ventilatoren anhaltend hoch. Motorbetriebene Rasenmäher erzielen auch im 3. Quartal erneut ein Topergebnis. Weiter verzeichnen auch Blumen-Fertigsträusse, Arbeitsbänke und Spanplatten einen Zuwachs.

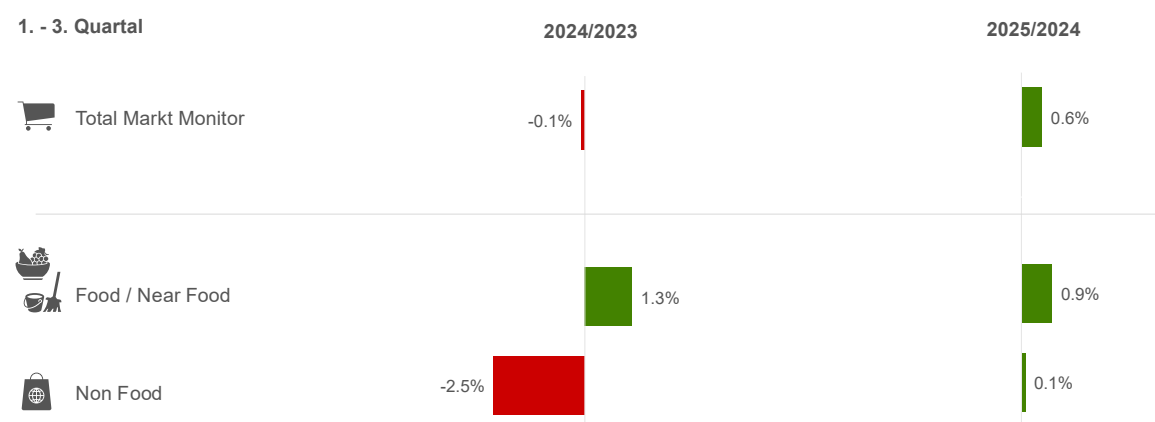
Verglichen mit dem Vorjahr liegt **Heimelektronik** leicht im Plus. Insbesondere Computer, Notebooks und Videospielkonsolen werden stärker nachgefragt. Bei Haushaltskleingeräten liegen Staubsauger ungebremsst im Trend. Flachbildfernseher (aufgrund der Fussball EM 2024) und Smartphones hingegen entwickeln sich rückläufig.

Fashion entwickelt sich rückläufig. Hierbei verlieren insbesondere umsatzstarke Warengruppen wie beispielsweise Pullover/Sweatshirts und Hosen. Kleider und Strümpfe verzeichnen ebenfalls ein Minus. Der frühe Herbstbeginn hat dafür die Nachfrage nach Strickjacken positiv beeinflusst.

Online-Shopping bleibt konstant im Trend und erreicht per Ende September 2025 kumuliert ein Wachstum von über 9 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 +1.3% | 2025/2024 +0.7%

NIQ powered by Grif 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 0.9 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 0.2 Prozent. Für das Jahr 2026 wird eine Teuerung von 0.5 Prozent erwartet.

Der Kalendereffekt liegt per September 2025 kumuliert bei -0.5 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 4. November 2025 auch unter: <https://nielseniq.com/global/de/news-center/2025/niq-markt-monitor-schweiz-1-3-quartal-2025/>

Seit 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

NielsenIQ (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