



Medienmitteilung

GfK Markt Monitor Schweiz 1. Quartal 2022

28. April 2022

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

Rotkreuz, 28. April 2022 – Der GfK Markt Monitor zum Schweizer Detailhandel liegt per Ende März 2022 mit -6.0 Prozent im Minus gegenüber dem 1. Quartal 2021. Food-/ Nearfood entwickelt sich rückläufig mit Minus -9.5 Prozent verglichen mit dem hohen Vorjahresergebnis während der Coronakrise. Ebenfalls weiter beeinflusst von den Schliessungen und Wiedereröffnungen im Vorjahr erreicht Nonfood im 1. Quartal 2022 einen knappen Zuwachs von 0.1 Prozent.

Das **Nonfood Ergebnis** des GfK Markt Monitors im 1. Quartal 2022 wird durch die letztjährigen Lockdowns und Wiedereröffnungen für Geschäfte und Produkte des nicht-alltäglichen Bedarfs noch immer beeinflusst. Die einzelnen Monate zeigen sich sehr unterschiedlich: Januar und Februar 2022 liegen deutlich im Plus (Lockdown im Vorjahr, 18. Januar – 28. Februar 2021). Der Monat März hingegen zeigt sich rückläufig, wo die letztjährigen Wiedereröffnungen am 1. März 2021 zu sehr hohen Vorlagen führten.

Freizeit legt weiter zu; die Nachfrage in allen Teilbereichen der Spielwaren bleibt gross und im ersten Quartal 2022 waren auch die saisonalen Fasnachtsartikel wieder gefragt. Der Bereich Reisegepäck erholt sich aufgrund vermehrter Reisetätigkeit weiter. Bei Sport unterliegen einige Vorjahresperformer wie z.B. die E-Bikes der hohen Vorjahresvorlage und werden zum Teil durch Lieferengpässe zusätzlich gebremst, liegen jedoch über einen grösseren Zeitraum betrachtet weiter stark im Trend. Dies zusammen mit Warengruppen rund um den Wintersport, Fitnesshantwaren, Sporternährung und Camping Artikeln.

Die Erholung im **Fashionmarkt** geht auch im 1. Quartal 2022 weiter.

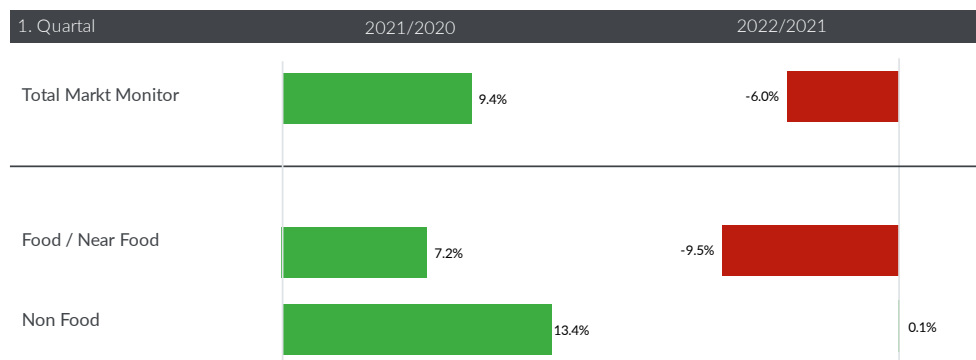
Der **Einrichtungsmarkt** verläuft leicht rückläufig, dies unter anderem bei Gartenmöbel oder auch Kochgeschirr. Die Hauptbereiche Möbel, Heimtextilien sowie Einrichtungsgegenstände verzeichnen eine erfreuliche Entwicklung.

Die vom Lockdown 2021 weniger betroffenen Bereiche **DIY** und **Heimelektronik** zeigen sich rückläufig. Eine Sättigung ist im 1. Quartal

2022 unter anderem bei Flachbildfernsehern oder auch Videospielekonsolen zu erkennen. Die meisten Artikel rund um das Homeoffice sind zwar ebenfalls rückläufig, erfreuen sich jedoch konstant grösserer Nachfrage als noch vor der Coronakrise.

Der Trend des **Online-Shoppings** hält an, verläuft im Vergleich mit dem sehr hohen Vorjahresquartal jedoch rückläufig und liegt per Ende März kumuliert bei minus 12 Prozent.

GfK Markt Monitor: wertmässige Entwicklung Detailhandel Schweiz Veränderung des Umsatzes in %



Quelle: GfK Markt Monitor Schweiz, siehe Universum, ohne Fachhandel, Ergänzung: The Nielsen Company für Food (abweichendes Universum): 2021/2020 +7.3% | 2022/2021 0.2%
27-Apr-22 • MarktMonitor Schweiz

© GfK

Konjunkturprognose: Die Expertengruppe senkt ihre Wachstumsprognose für die Schweiz im Jahr 2022 auf 2,8 % (Sportevent-bereinigtes BIP). Die gestiegene Teuerung und der Ukraine-Konflikt bremsen die Erholung berichtet die Expertengruppe. Hingegen habe sich laut Expertengruppe die epidemiologische Lage über Erwarten schnell entspannt. Für 2023 wird laut Expertengruppe unverändert ein Wachstum von 2,0 % erwartet; vom Krieg in der Ukraine gingen aber grosse Risiken für die globale Konjunktur aus.

Für das Jahr 2022 wird eine durchschnittliche Arbeitslosenquote von 2.1 Prozent erwartet; für das Jahr 2023 erwartet das Bundesamt für Statistik (BFS) eine durchschnittliche Arbeitslosenquote von 2.0 Prozent.

Das Bundesamt für Statistik erwartet für 2022 eine Jahresteuern von 1.9 Prozent für das Jahr 2022 und von 0.7 Prozent für das Jahr 2023.

Der Kalendereffekt liegt per März 2022 kumuliert bei -1.



GfK Markt Monitor

Der 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 GfK Markt Monitor weist keinen Anspruch auf Repräsentativität für den

Diese Medienmitteilung inklusive Grafiken und Definitionen finden Sie ab **28. April 2022** auch unter: <http://www.gfk.com/de-ch/presse/presse/>

Eine umfassende Dokumentation „Detailhandel Schweiz“ können Sie hier bestellen: www.detailhandel-schweiz.ch

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

Über GfK

Seit über 85 Jahren vertrauen uns Kunden weltweit, indem wir sie bei geschäftskritischen Entscheidungsprozessen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien unterstützen. Mit unseren verlässlichen Daten und Erkenntnissen, kombiniert mit fortschrittlicher künstlicher Intelligenz, haben wir den Zugang zu umsetzbaren Handlungsempfehlungen in Echtzeit revolutioniert, die die Marketing-, Vertriebs-, und Organisations-Effektivität unserer Kunden und Partner steigern. Auf diese Weise versprechen und liefern wir Wachstum durch Wissen – **G**rowth from **K**nowledge.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de-ch