GfK Markt Monitor Schweiz

1. Quartal 2024

Die Währung im Schweizer Detailhandel

Susanne Moser
Market Intelligence
29/04/2024

Agenda

1 Figures

2 Definitionen

© GfK

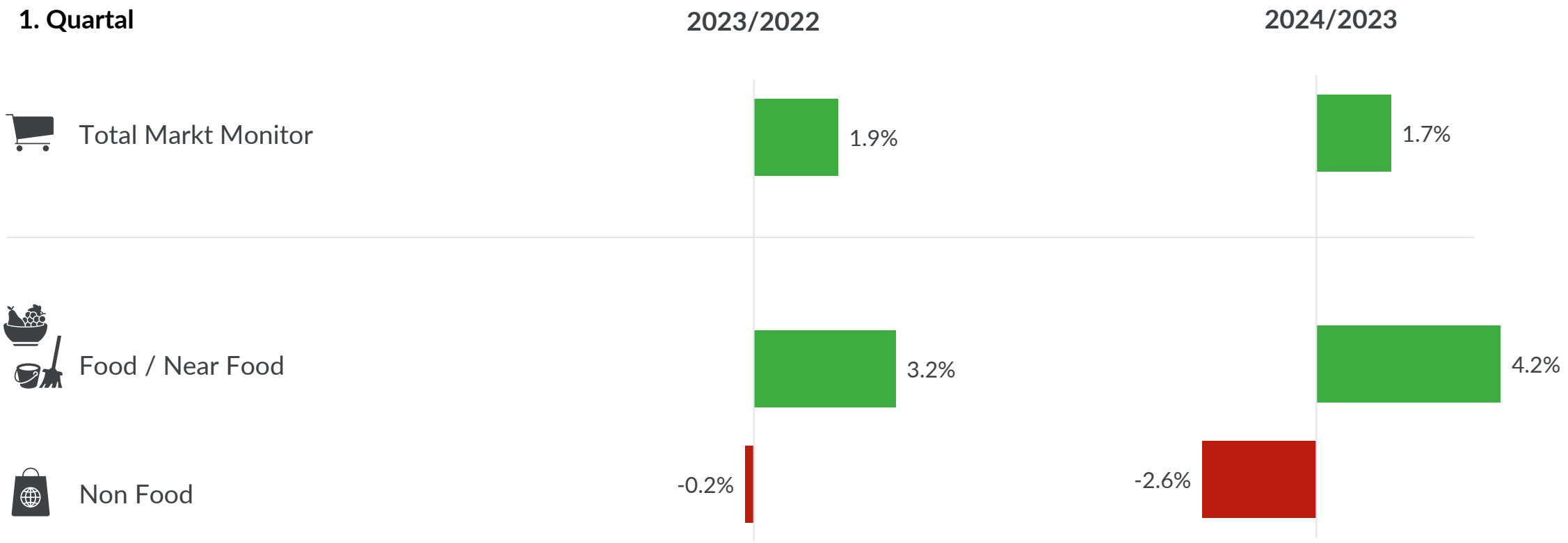
01

Figures

© GfK

GfK Markt Monitor: wertmässige Entwicklung Detailhandel Schweiz

Veränderung des Umsatzes in %



GfK Markt Monitor Schweiz, siehe Universum, ohne Fachhandel. Ergänzung: The Nielsen Company für Food/Nearfood (abweichendes Universum) 2023/2022 +3.5% | 2024/2023 +4.2%

© GfK

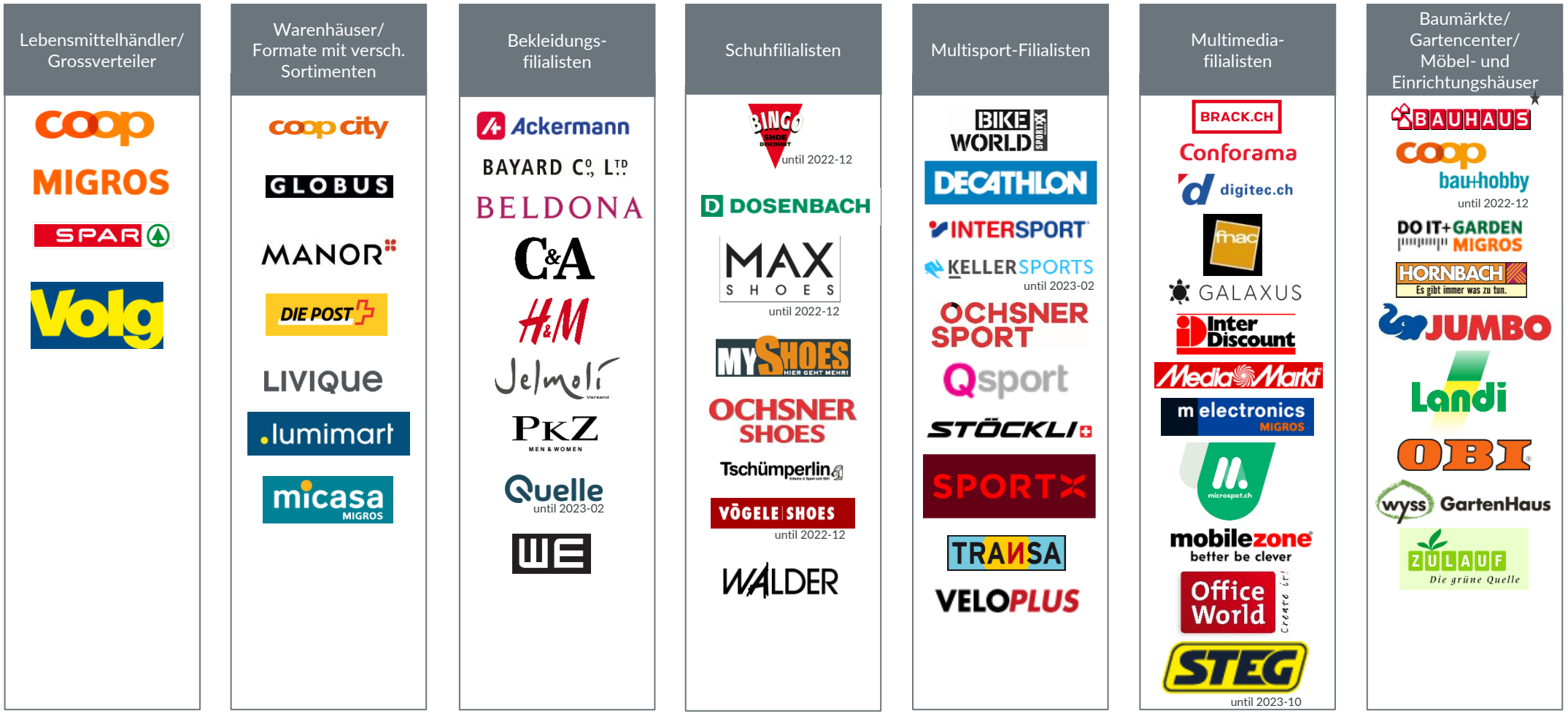
02

Definitionen

© GfK

Total Store - Universum / integrierte Händler

Januar 2024



★ Hochgerechnet

Ausgeschlossen: Dienstleistungen, Vermietung, Rabatte / Gutscheine, Recycling, Gastronomie, Tarife, Tabak / Zigaretten / Zigarren, Sonstiges

Lockdown-Phasen Detailhandel 2020-2021

Berücksichtigung bei Umsatzanalysen!

Schliessungen Non-Food Geschäfte

2020

16. März – 11. Mai

Ausnahmen:
Apotheken
Drogerien
Mobilfunkanbieter

Frühere Wiedereröffnung
27.04.2020
Baumärkte/Gartencenter

2021

18. Januar – 28. Februar

Ausnahmen:
Apotheken
Drogerien
Mobilfunkanbieter
Baumärkte
Gartencenter
Parfümerien

Quelle: GfK Switzerland AG

© GfK

Definitionen Detailhandel Schweiz / Umsatz

Detailhandel Schweiz	Grundsätzlich werden alle Produkte erfasst, die im Detailhandel Schweiz verkauft werden. Nicht erfasst werden: • Gastronomie, Take Away, Partyservice, Catering, Grosshandel • Tabakwaren • Motorfahrzeuge • Brenn- und Treibstoffe • Dienstleistungen
Umsatz	Nettoumsatz inkl. Mehrwertsteuer, Rabatte werden abgezogen
Abdeckung	Beim GfK Markt Monitor handelt es sich um ein Leaderpanel. Dies bedeutet, dass einige Player sowie der Fachhandel nicht enthalten sind. (Details siehe Total Store – Universum /integrierte Händler)

Quelle: GfK Switzerland AG

© GfK

Definitionen Märkte

Food	**Frischprodukte** (Molkereiprodukte, Brot, Früchte/Gemüse/Salate, Fleisch/Geflügel/Fisch, frisch gekühlte Produkte) **Getränke** (mit und ohne Alkohol) **Langhaltbare Lebensmittel** (Konserven, Süsswaren, Tiefkühlprodukte, Grundnahrungsmittel, Kochzutaten)
Near Food	**Personal Care** (Körperpflege, Papier- und Hygieneprodukte) **Home Care / Health Care** (Wasch-/ Reinigungsmittel und -hartwaren, Gesundheitsprodukte) **Tierbedarf**
Non Food	**Do-it-Yourself/Garten/Autozubehör** **Freizeit** (Sporthartwaren und Fahrräder, Reisegepäck, Lederwaren, Spielwaren) **Heimelektronik** (Unterhaltungselektronik, Haushaltgeräte, Tonträger, Telekom, IT, Foto) **Haushalt/Wohnen** (Möbel, Heimtextilien, Einrichtungsgegenstände, Haushaltswaren, Saison-Deko) **Fashion/Style** (Damen/Herren/Kinder/Baby inkl. Sportbekleidung, Schuhe inkl. Sportschuhe, Fashion Accessoires)

Quelle: GfK Switzerland AG

© GfK

An NIQ Company

Thank you

gfk.com