



Medienmitteilung

GfK Markt Monitor Schweiz 1.-4. Quartal 2023

5. Februar 2024

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

Rotkreuz, 5. Februar 2024 – Der GfK Markt Monitor des Schweizer Detailhandels schliesst das Jahr 2023 mit einem Plus von 0.9 Prozent, begünstigt durch das Wachstum in Food-/ Nearfood von 3.3 Prozent. Nonfood hingegen entwickelt sich rückläufig mit einem Minus von 2.5 Prozent.

Alle Non-Food-Märkte entwickeln sich per Ende Dezember 2023 rückläufig. Das zurückhaltende Einkaufsverhalten und die unterdurchschnittliche Konsumentenstimmung, getrieben durch die externen Einflussfaktoren wie Sorgen um Inflation, steigende Gesundheitskosten und die allgemeine wirtschaftliche Unsicherheit, beeinflussen den Schweizer Detailhandel deutlich. Hinzu kommt ein verstärktes Abwarten auf Aktionen und eine Werteverstärkung hin zu «Experience above all» bei den Konsumenten, was sich zusätzlich vermehrt auf die Märkte auswirkt. Gemäss Bundesamt für Statistik (BFS) liegt die durchschnittliche Jahresteuierung für das Jahr 2023 bei plus 2.1 Prozent.

Am wenigsten rückläufig zeigt sich **Freizeit**: Aufgrund des konstanten Reisetrends liegt das Teilsegment Reisen auch per Dezember 2023 erneut über dem Vorjahresergebnis. **Sport** liegt knapp unter Vorjahr, Rückgänge zeigen sich vor allem bei Outdoorhartwaren in den Bereichen Camping, Trecking, Outdoorsport, aber auch bei Ski- und Langlauf. Auch Fussballbekleidung und Fussballhartwaren sind rückläufig, dies aufgrund der Fussball WM im Dezember 2022. Trotzdem fallen einige Warengruppen wie Rennräder, Radsportzubehör, Sporternährung sowie auch Skibekleidung positiv auf. Es gibt einen rückläufigen Trend bei **Spielwaren** und der Rekordwert an Weihnachten konnte 2023 gegenüber den Vorjahren nicht mehr erreicht werden.

Es zeigt sich auch ein Rückgang bei **Fashion** und die hohen Vorjahresvorlagen sowie das Niveau 2019 werden bei Weitem nicht erreicht. Die Einbussen sind breitflächig beobachtbar: Bei wärmerer Bekleidung wie Jacken, Mäntel, Pullover, Hosen sowie auch bei Winterschuhen und Accessoires wie Schals, Mützen und Handschuhe.

Aber auch Blusen, Kleider sowie Unterwäsche werden weniger nachgefragt als im Vorjahr. Regenbekleidung hingegen erreicht zumindest im niederschlagsreichen Monat Dezember einen Zuwachs.

Haushalt/Wohnen verläuft per Ende Dezember 2023 ebenfalls rückläufig. Grössere Einbussen verzeichnen unter anderem Kerzen, Leuchtkörper, Küchenhilfen/Vorbereiten, Tischkochen (nicht elektrisch) und Sammelalben. Die Advents- und Weihnachtsbeleuchtung sowie auch Weihnachtsdekorationen verzeichnen einen Zuwachs und liegen an Weihnachten 2023 wieder stärker im Trend.

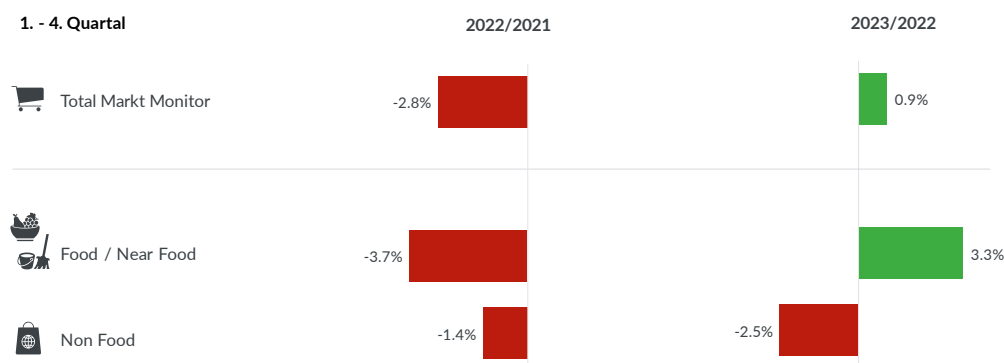
Heimelektronik liegt verglichen mit dem Vorjahr im Minus. Die Konsumenten tätigen ihre Einkäufe entweder sehr preisbewusst oder greifen zu hochpreisigen Produkten, insbesondere während Promotionen bei Premium-Artikeln. Die stärkere Tendenz hin zu Premium-Produkten geht jedoch zu Lasten der Ware im mittleren Preissegment. Einzelne Warengruppen wie Videospielkonsolen, Headsets, Smartphones, elektrische Zahnbürsten und Haarstyling-Geräte sowie auch Digitalkameras wurden stärker nachgefragt als im Vorjahr und liegen per Ende Dezember im Plus.

DIY verläuft in den meisten Bereichen rückläufig. Die grössten Einbussen liegen bei Flüssiggas, Brennholz, Kompressoren/Generatoren und Elektroinstallationen aufgrund der hohen Vorjahresvorlage durch die Vorratseinkäufe im Jahr 2022.

Das **Online-Shopping** bleibt konstant im Trend und erreicht per Ende Dezember 2023 kumuliert ein Wachstum von rund 3.5 Prozent.

GfK Markt Monitor: wertmässige Entwicklung Detailhandel Schweiz

Veränderung des Umsatzes in %



Konjunkturprognose: Die Expertengruppe Konjunkturprognosen berichtet für 2023 ein Sportevent-bereinigtes BIP der Schweiz von 1.3 Prozent und erwartet für 2024 ein deutlich unterdurchschnittliches Wachstum der Schweizer Wirtschaft von 1.1 Prozent (Prognose von September: 1.2 Prozent). Im Zuge einer allmählichen Erholung der Weltwirtschaft sollte sich das Wachstum 2025 bei 1.7 Prozent normalisieren, prognostiziert die Expertengruppe. Risiken im Zusammenhang mit dem monetären Umfeld stehen laut Expertengruppe jedoch weiterhin im Vordergrund.

Arbeitslosenquote: Für das Jahr 2023 wird eine durchschnittliche Arbeitslosenquote von 2.0 Prozent berichtet; für das Jahr 2024 erwartet das Bundesamt für Statistik (BFS) eine durchschnittliche Arbeitslosenquote von 2.3 Prozent gefolgt von 2.5 Prozent für das Jahr 2025.

Jahresteuierung: Das Bundesamt für Statistik erwartet für das Jahr 2023 eine Jahresteuierung von 2.1 Prozent. Für das Jahr 2024 wird eine Teuerung von 1.9 Prozent und für 2025 von 1.1 Prozent erwartet.

Der Kalendereffekt liegt per Ende 2023 kumuliert bei -0.2 Prozent.

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 Gesamtmarkt auf. Hierfür macht GfK diverse Gesamtmarktschätzungen.

Wir liefern den Full View™, das weltweit umfassendste und klarste Verständnis des Kaufverhaltens von Verbrauchern.

Der strategische Zusammenschluss von NIQ und GfK bringt zwei Unternehmen zusammen, die unabhängig voneinander bereits erhebliche Investitionen in Omnichannel-Abdeckung, Business Intelligence-Tools und prädiktive Analysen getätigt haben. Mit einer einzigartigen globalen Reichweite und Branchenkenntnis ist das kombinierte Unternehmen in der Lage, sein Wachstum zu beschleunigen, indem es den Full View™ zum Verbraucherverhalten rund um den Globus bietet.

Information zum neuen NIQ GfK Standort Schweiz: Seit dem 1. Januar 2024 befindet sich das kombinierte Unternehmen mit dem Hauptstandort in der Schweiz in Root D4.



An NIQ
Company

Diese Medienmitteilung inklusive Grafiken und Definitionen finden Sie ab **5. Februar 2024** auch unter: <http://www.gfk.com/de-ch/presse/presse/>

Am 18. Juni 2024 erscheint die neue Auflage der **Publikation GfK Detailhandel Schweiz**. Diese können Sie hier vorbestellen: <https://www.gfk.com/de/gfk-publikation-detailhandel-schweiz-2024>

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

Über GfK

Seit über 89 Jahren vertrauen uns Kunden auf der ganzen Welt, denn wir beantworten datenbasiert zentrale Fragen für ihre Entscheidungsprozesse. Wir unterstützen ihr Wachstum durch unser umfassendes Verständnis des Kaufverhaltens und der Dynamiken, die Märkte, Marken und Medientrends beeinflussen. 2023 haben die Branchenführer GfK und NIQ sich zusammengeschlossen und bieten ihren Kunden durch diesen Zusammenschluss eine einmalige globale Reichweite. Mit einer ganzheitlichen Sicht auf den Handel und den umfassendsten Erkenntnissen über Konsumenten, bereitgestellt durch zukunftsweisende Analytik auf modernsten Plattformen, treibt GfK „Growth from Knowledge“ voran.

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