



# Medienmitteilung

## GfK Markt Monitor Schweiz 1. - 3. Quartal 2022

2. November 2022

Verona Klug  
Marketing & Communication  
GfK Switzerland  
[verona.klug@gfk.com](mailto:verona.klug@gfk.com)

**Rotkreuz, 2. November 2022 – Der GfK Markt Monitor Schweizer Detailhandel entwickelt sich zum 1. – 3. Quartal 2022 rückläufig mit einem Minus von 3.5 Prozent im Vergleich zur Vorjahresperiode. Nonfood verzeichnet einen Rückgang von minus 1.5 Prozent und Food-/ Nearfood verläuft ebenfalls rückläufig mit minus 4.8 Prozent. Verglichen mit dem Ergebnis vor der Pandemie 2019 steht der Schweizer Detailhandel per Ende September 2022 bei einem deutlichen Plus von 5 Prozent.**

Die pandemiebedingten Einflüsse für Geschäfte und Produkte des nicht-alltäglichen Bedarfs auf das **Nonfood Ergebnis** des GfK Markt Monitors wirken sich im 3. Quartal 2022 etwas weniger stark aus und die seit den Monaten Mai und Juni erkennbare Abflachung geht weiter.

**Freizeit** liegt in Bezug auf kumuliertes Wachstum an der Spitze. Dies ist unter anderem auf die vermehrte Reisetätigkeit und die Erholung im Bereich Reisegepäck zurückzuführen. Bei **Spielwaren** verläuft die Entwicklung im 3. Quartal 2022 eher flach, bei **Sport** leicht positiv.

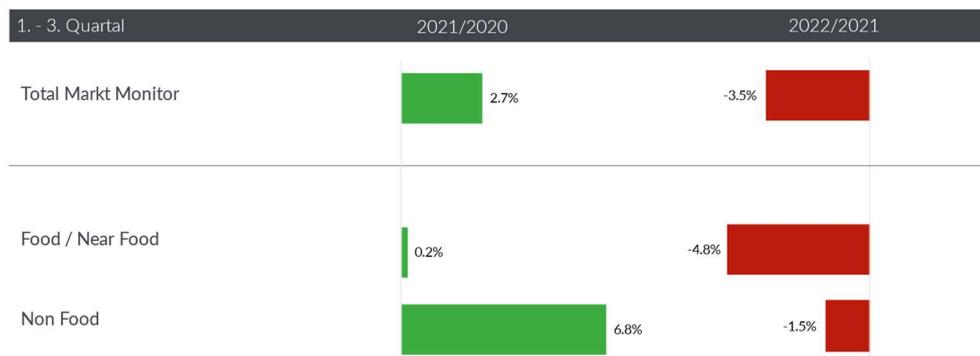
Im **Fashionmarkt** geht die Erholung und der Zuwachs in allen Bereichen weiter. In den warmen Sommermonaten gehörte alles rund um die Bade- und Strandbekleidung und Sommerschuhe zu den Topsellern, ab September wurde wärmere Bekleidung wie Mäntel, Pullover, Jacken sowie auch Regenbekleidung stärker nachgefragt. Generell reservieren sich Herr und Frau Schweizer Budget, um sich neu einzukleiden - dies nicht nur für die Ferienreise, sondern auch in der Freizeit, beim Kulturbesuch und im Office finden neue Outfits ihren Platz.

Der **Einrichtungsmarkt** und auch **DIY** hingegen sind per Ende September 2022 rückläufig. Die DIY- und Gartengeschäfte waren im Jahr 2021 vom Lockdown nicht betroffen und profitierten im Vorjahr enorm. Dies wirkt sich im Vergleich mit 2022 in Rückgängen in Bereichen wie Heimwerker, Reparaturen und Garten aus. Folgende Warengruppen entwickeln sich dennoch positiv und erfahren eine starke Nachfrage aufgrund der aktuellen globalen Unsicherheiten: Brennholz, Flüssiggas, Kompressoren/Generatoren, Elektroinstallationen sowie auch Kerzen und Taschenlampen.

**Heimelektronik** zeigt sich ebenfalls rückläufig. Dies ist grösstenteils auf sehr volle Lager zurückzuführen, was den bereits erhöhten Preisdruck weiter intensiviert; dies insbesondere bei Premium Produkten.

Das **Online-Shopping** verläuft im Vergleich mit den hohen Vorjahresergebnissen rückläufig mit einem Minus von knapp 3 Prozent, erholt sich aber Monat für Monat und liegt im 3. Quartal 2022 bereits wieder über den Vorjahresmonaten.

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



Quelle: GfK Markt Monitor Schweiz, siehe Universum, ohne Fachhandel. Ergänzung: The Nielsen Company **Near Food** (abweichendes Universum): 2021/2020 +0.4% | 2022/2021 1.1%  
28-Oct-22 • MarktMonitor Schweiz

© GfK

Konjunkturprognose: Die Expertengruppe für Konjunkturprognosen des Bundes senkt ihre Wachstumsprognose für die Schweiz deutlich auf 2,0 % im Jahr 2022 sowie auf 1,1 % im Jahr 2023 (Sportevent-bereinigtes BIP). Die Schweizer Wirtschaft blickt auf ein positives erstes Halbjahr 2022 zurück, die Aussichten haben sich laut Expertengruppe jedoch verschlechtert. Die angespannte Energielage und starke Preisanstiege belasten die Aussichten, v. a. in Europa, verlautet die Expertengruppe.

Für das Jahr 2022 wird eine durchschnittliche Arbeitslosenquote von 2.2 Prozent erwartet; für das Jahr 2023 erwartet das Bundesamt für Statistik (BFS) eine durchschnittliche Arbeitslosenquote von 2.3 Prozent.

Das Bundesamt für Statistik erwartet für 2022 eine Jahresteuierung von 3.0 Prozent und für das Jahr 2023 von 2.3 Prozent.

Der Kalendereffekt liegt per September 2022 kumuliert bei 0.

### **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.

### **GfK Podcast – Am Markt- und Konsumentenpuls**

**Wie reagieren Konsumenten auf die neuen Herausforderungen?** In einer Anfangs Oktober durchgeführten Befragung haben wir in einer **Studie mit 500 Befragten** untersucht, welche Sorgen und Ängste die Konsumenten im Moment beschäftigen. **Über 70% der Befragten** machen sich aktuell grosse Sorgen bezüglich eventueller **Versorgungsengpässe** im Energiebereich, also Benzin, Gas und Heizöl. Ausserdem denken **72% der Konsumenten**, dass die Auswirkungen des Kriegs in der Ukraine sie auf eine Weise persönlich betreffen werden. Weitere spannende Ergebnisse können Sie in der neuesten [Episode](#) anhören.

Diese Medienmitteilung inklusive Grafiken und Definitionen finden Sie ab **2. November 2022** auch unter: <http://www.gfk.com/de-ch/presse/presse/>

Eine umfassende Dokumentation „Detailhandel Schweiz“ können Sie hier bestellen: [www.detailhandel-schweiz.ch](http://www.detailhandel-schweiz.ch)

**Medienkontakt:** Verona Klug, T +041 632 9115, [verona.klug@gfk.com](mailto: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 – **Growth from Knowledge**.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com/de-ch](http://www.gfk.com/de-ch)