



Medienmitteilung

GfK Markt Monitor Schweiz 1. Quartal 2024

1. Mai 2024

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

Root, 1. Mai 2024 – Der GfK Markt Monitor des Schweizer Detailhandels liegt per Ende März 2024 mit 1.7 Prozent im Plus gegenüber dem Vorjahresquartal. Food-/ Nearfood erzielt ein Wachstum von 4.2 Prozent. Nonfood hingegen entwickelt sich rückläufig mit einem Minus von 2.6 Prozent.

Per Ende März 2024 liegen die meisten Nonfood Märkte unter dem Ergebnis des Vorjahresquartals. Der Schweizer Detailhandel wird auch im 1. Quartal 2024 von zurückhaltendem Einkaufsverhalten und unterdurchschnittlicher Konsumentenstimmung beeinflusst. Die Teuerung liegt gemäss Bundesamt für Statistik (BFS) im Monat März 2024 bei plus 1.0 Prozent.

Es gibt auch Nonfood Märkte, die sich positiv entwickeln: **DIY** liegt per Ende März 2024 an der Spitze in Bezug auf kumuliertes Wachstum. Dies einerseits aufgrund der tiefen Vorjahresvorlage, andererseits liessen die milden Wetterverhältnisse die Gartensaison bereits im ersten Quartal starten und alle Artikel rund um das Gärtnern wurden vermehrt nachgefragt.

Freizeit entwickelt sich ebenfalls positiv: Das Teilsegment Reisen liegt im ersten Quartal 2024 wiederum über dem Vorjahresergebnis. Auch **Sport** liegt über Vorjahr; dies vor allem bei Sporternährung, E-Bikes und Warengruppen rund um den Radsport. Aber auch Laufbänder, Hanteln, Home Trainer und Rudergeräte liegen im Trend. Die Bereiche Outdoor und Wintersport hingegen verzeichnen wetterbedingt Rückgänge. Und auch die **Spielwaren** liegen per Ende März 2024 leicht über dem Vorjahresquartal, wobei dieses Business immer auch stark ausverkaufungsabhängig ist.

Heimelektronik liegt verglichen mit dem Vorjahr im Minus. Nach der hohen Nachfrage nach technischen Konsumgütern in den letzten drei Jahren macht sich nun eine Marktsättigung bemerkbar. Vereinzelte Warengruppen wie Haarstyling Geräte, elektrische Zahnbürsten, Fritteusen sowie auch Digitalkameras wurden trotzdem stärker nachgefragt als im Vorjahr und liegen per Ende März im Plus.

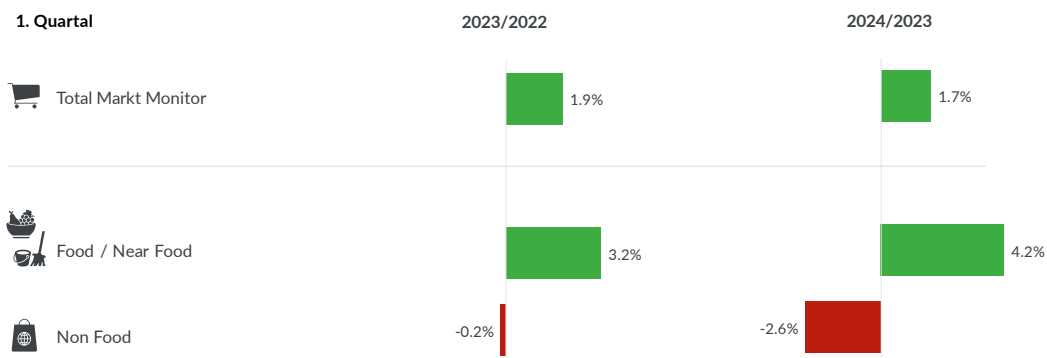
Auch bei **Fashion** zeigt sich ein Rückgang und die hohen Vorjahresvorlagen sowie das Niveau 2019 werden bei Weitem nicht erreicht. Grössere Einbussen sind insbesondere bei wärmerer Bekleidung wie Jacken, Mäntel, Pullover und Hosen zu beobachten.

Haushalt/Wohnen verläuft per Ende März 2024 ebenfalls in den meisten Bereichen rückläufig.

Das **Online-Shopping** bleibt konstant im Trend und erreicht per Ende März 2024 kumuliert ein Wachstum von rund 2 Prozent.

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 4

Konjunkturprognose: Die Expertengruppe Konjunkturprognosen erwartet für das Jahr 2024 ein Sportevent-bereinigtes BIP der Schweiz von 1.1 Prozent gefolgt von 1.7 Prozent für 2025.

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

Jahresteuering: Das Bundesamt für Statistik erwartet für das Jahr 2024 eine Jahresteuering von 1.5 Prozent. Für das Jahr 2025 wird eine Teuerung von 1.1 Prozent erwartet.

Der Kalendereffekt liegt per März 2024 kumuliert bei plus 2.0 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.

Diese Medienmitteilung inklusive Grafiken und Definitionen finden Sie ab **1. Mai 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