

## Pressemitteilung

### GfK Markt Monitor Schweiz

#### **Hergiswil, 12. August 2011 – Schwierige Zeit für den Schweizer Detailhandel: Minus 1.6 Prozent im 1. Semester 2011 gegenüber dem Vorjahr.**

Nachdem der Schweizer Detailhandel sehr verhalten ins neue Jahr gestartet ist, hat sich die Situation im 2. Quartal 2011 nicht verbessert. Insgesamt büsste der Schweizer Detailhandel 1.6 Prozent ein, wobei der Lebensmittelhandel mit einem Minus von 1.8 Prozent etwas mehr einbüsste als der NonFood-Handel.

Verschiedene Faktoren spielen eine Rolle beim Lebensmittelhandel:

- Tiefere Preise bei vielen Produkten auf Grund des Preiskampfes und der vielen Preissenkungsrunden.
- Der Einfluss des starken Schweizerfrankens, der vor allem bei importierten Frischprodukten zu bedeutenden Preissenkungen führte. Auf der anderen Seite lädt der günstige Wechselkurs zu vermehrten Einkäufen ins benachbarte Ausland ein.

Der NonFood-Bereich büsste insgesamt rund 1 Prozent ein. Einziger Gewinner waren die Wohnungseinrichtungsmärkte mit einem Plus von 0.6 Prozent, wobei vor allem die Märkte für Heimtextilien und Haushaltswaren positive Zuwachsraten erreichten. Die übrigen 4 Bereiche Multimedia, Fashion und Sport/Spielwaren und DO-IT / Garten büssten zwischen 0.6 und 4.1 Prozent ein. Vor allem der Markt für Multimedia (Unterhaltungselektronik, IT, Foto und Entertainment) büssten über 4 Prozent ein, wobei es innerhalb der Märkte bedeutende Unterschiede gab. Gefragt waren Note- und Webbooks, während die Unterhaltungselektronik massive Verluste hinnehmen musste.

Die Teuerung betrug im Juni 2011 gegenüber dem Vorjahr 0.6 Prozent. Für das Jahr 2011 prognostiziert das Bundesamt für Statistik eine Teuerung von 0.7 Prozent.

## Märkte

Der **NonFood-Markt** erreichte im 1. Semester 2011 insgesamt ein Minus von 1.3 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Die **Gewinner und Verlierer im 1. Semester 2011 in den NonFood-Märkten** waren:

	Wertmässige Veränderungen in % gegenüber 1. Sem. 2010
• IT/Hardware (Note- und Webbooks, Desk Computer)	+ 4 %
• Haushaltwaren (Geschirr, Tischdeko, Küchenutensilien)	+ 2 %
• Garten (Blumen/Pflanzen/Geräte etc.)	+ 1 %
• Foto (Apparate und Zubehör)	- 5 %
• Consumer Electronics (Audio, TV, Video)	- 15 %

Das markante Minus bei den Consumer Electronics ist zurückzuführen auf Faktoren wie

- Sehr starkes 1. Semester 2010 dank sehr hohem Werbedruck der wichtigsten Händler (Jubiläen von Media Markt und Interdiscount)
- Die Fussball-Weltmeisterschaft brachte im 2010 positive Impulse, im 2011 fehlten diese Impulse. Im 2. Semester 2011 wird jedoch eine Erholung des Marktes erwartet.
- Sättigungstendenzen in verschiedenen Märkten und massiver Preisdruck

Der GfK Markt Monitor Schweiz ist eine Dienstleistung der GfK Switzerland AG in Zusammenarbeit mit über 30 Detailhändlern. Er informiert quartalsweise über die aktuelle Marktentwicklung.



GfK Switzerland

Diese Medienmitteilung inklusive Grafiken und Definitionen finden Sie ab dem 12. August 2011 auf

[www.gfk.ch](http://www.gfk.ch) > Infopool/Pressemitteilungen

Freundliche Grüsse

GfK Switzerland AG  
Thomas Hochreutener

GfK Switzerland AG (Hergiswil/NW) ist laut Branchenstatistik des vsms das grösste Marktforschungsinstitut der Schweiz und bietet Marktforschungsdienstleistungen in allen Bereichen. GfK Switzerland AG gehört seit 1999 zur international tätigen GfK-Gruppe mit Hauptsitz in Nürnberg. Mit Unternehmen in über 100 Ländern gehört die GfK zu den grössten Marktforschungsinstituten der Welt.

GfK Switzerland AG  
Obermattweg 9  
6052 Hergiswil

Tel +41 (0)41/632-91 11  
Fax +41 (0)41/632-91 23  
[www.gfk.ch](http://www.gfk.ch) · [www.gfk.com](http://www.gfk.com)  
[info.ch@gfk.com](mailto:info.ch@gfk.com)

Mitglied vsms swiss interview  
institute®