

## Pressemitteilung

GfK Markt Monitor Schweiz

**Der Schweizer Detailhandel ist im 4. Quartal 2009 gegenüber dem Vorjahresquartal um 1 Prozent gewachsen. Im Jahresvergleich stagniert er auf hohem Niveau – insgesamt hat der Schweizer Detailhandel eine leicht negative Entwicklung mit einem Minus von 0.4 Prozent**

**Hergiswil, 9. Februar 2010 – Die im Retail Monitor erfassten Schweizer Detailhändler erzielten im 4. Quartal 2009 gegenüber der Vorjahresperiode ein Umsatzplus von 1 Prozent. Hauptgewinner waren die NonFood-Märkte mit einem Plus von 2.2 Prozent. Dabei ist zu berücksichtigen, dass wir gegenwärtig in der Schweiz eine Minus-Teuerung von 0.5 Prozent haben.**

Im 4. Quartal 2009 erreichten alle 5 NonFood-Bereiche Zuwachsraten zwischen 1.1 und 2.6 Prozent. Diese Zahlen erstaunen umso mehr, als bereits das Weihnachtsgeschäft 2008 alle Rekorde gebrochen hatte.

Im Jahresvergleich stagniert der Schweizer Handel auf sehr hohem Niveau.

### Märkte

Die **Gewinner 2009 in den NonFood-Märkten** waren:

	Wertmässige Zunahmen in % Jahr 2008/2009
• Garten Accessoires (Grill, Zubehör, Töpfe etc.)	+ 13 %
• Druckerpatronen	+ 12 %
• IT-Hardware (Notebooks, Netbooks, Monitore etc.)	+ 10 %
• Fotoapparate incl. Zubehör	+ 7 %

Im letzten Jahr kauften die Schweizer mehr Gartenaccessoires wie Grillgeräte, Zubehör oder Gartentöpfe. Druckerpatronen waren ebenfalls sehr gefragt. Hohe Zuwachsraten erreichten auch die IT-Hardware wie Notebooks, Netbooks oder Monitore. Trotz massivem Preiskampf wurde doch ein wertmässiges Plus von 10 Prozent erreicht.



Die **Verlierer 2009 in den NonFood-Märkten** waren:

	Wertmässige Abnahmen in % Jahr 2008/2009
• Software	- 17 %
• Unbespielte Tonträger	- 13 %
• Koffern, Taschen	- 8 %
• TV/Videogeräte	- 7 %
• Dekogegenstände (Kerzen, Posters, Rahmen, Vasen, Spiegel etc.)	- 7 %
• Videospiele/-konsolen	- 7 %

Insgesamt kann festgestellt werden, dass es an neuen Märkten = Innovationen fehlt. Märkte wie Navigationsgeräte, Flachbildschirme, Videogames und Spielkonsolen etc. sorgten in der Vergangenheit für hohe Zuwachsraten. Doch die Sättigung und vielfach ein massiver Preiskampf führten im Jahr 2009 dazu, dass diese Märkte rückläufig waren. Neue Märkte wie Smartphones können die Rückgänge bei den traditionellen Märkten nicht oder nicht vollständig kompensieren.

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

Diese Medienmitteilung inklusive Grafiken und Definitionen finden Sie ab dem 10. Februar 2010 auf [www.gfk.ch](http://www.gfk.ch) > [Infopool/Pressemitteilungen](#)

Mit freundlichen Grüssen

GfK Switzerland AG  
Thomas Hochreutener



GfK Switzerland ist mit einem Umsatz von 88,7 Millionen CHF (2008) und einem Marktanteil von rund 40% das grösste Marktforschungsinstitut der Schweiz\* und bietet Marktforschungsdienstleistungen in allen Bereichen.

GfK Switzerland gehört seit 1999 zur international tätigen GfK-Gruppe mit Hauptsitz in Nürnberg. Über 10 000 Mitarbeiter/ -innen in 115 operativen Unternehmen in 100 Ländern erwirtschaften einen Umsatz von 1,22 Milliarden Euro (2008). Damit gehört die GfK zu den grössten Marktforschungsinstituten der Welt (\*)gemäß VSMS-Branchenstatistik

**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®**