

30.01.2007 - 12:00 Uhr

GfK Markt Monitor Schweiz: Detailhandel mit 1,8 Prozent plus

Hergiswil (ots) -

Der Schweizer Detailhandel kann für das Jahr 2006 einen Umsatzzuwachs von 1.8 Prozent verzeichnen. Preisbedingt legen Früchte, Gemüse und Salat am meisten zu. Positiv entwickeln sich auch Fleisch und Fisch. Dies sind die ersten Resultate des von IHA-GfK in Kooperation mit 17 Detailhändlern neu entwickelten GfK Markt Monitor Schweiz. Er informiert vierteljährlich über die neusten Marktentwicklungen.

Gewinnermärkte

Der Markt für Früchte/Gemüse/Salate erzielt im Jahr 2006 mit einem Plus von 5,4 Prozent die höchste Zuwachsrate. Nur wenige Teilmärkte wie exotische Früchte, frische Kräuter oder verpackte Fertigsalate verzeichnen auch mengenmässige Zunahmen. Somit erreichen vor allem Convenience- und Deluxe-Produkte bedeutende Zuwächse. Die Preiserhöhungen sind vor allem eine Folge der Wetterkapriolen. Entweder war es zu nass oder zu trocken.

Der Fleischmarkt und Fischmarkt (Frischfleisch, Charcuterie, Wurst, Frischgeflügel und Frischfisch) erreicht im Jahr 2006 mit einem Plus von 3 Prozent ein gutes Resultat. Wert- und mengenmässige Zunahmen verzeichneten das Frischfleisch und Frischfisch, während das Frischgeflügel immer noch an Nachwehen der Vogelgrippe leidet. In den letzten Monaten hat sich dieser Trend allerdings gekehrt. Jetzt kaufen die Konsumenten wieder vermehrt Geflügelfleisch.

Die langhaltbaren Lebensmittel (Back- Kochzutaten, Konserven, Grundnahrungsmittel, Frühstücksprodukte, Tiefkühlprodukte, Süsswaren) verzeichnen ein Plus von 1,6 Prozent. Erfolgreich sind vor allem Convenience-Produkte wie Fertiggerichte und Fertigsalate sowie Märkte, bei denen wir einen Trend zu höherwertigen Produkten feststellen (Speiseöl, Essig, dunkle Schokolade, etc.)

Der NearFood-Markt (Wasch-/Reinigungsmittel, Körperpflege, Tiernahrung, etc.) erreicht nur ein Plus von 0,4 Prozent. Positiv entwickeln sich die Märkte für Gesichtspflege (+9 Prozent), Haarentfernung (+6 Prozent), Körperpflege (+3 Prozent)

Der NonFood-Markt erreicht im Jahr 2006 eine Zunahme von 1 Prozent. Bei den Electronics/Entertainment sind die Flat TVs, die MP3 Player und die Telekom-Produkte (vor allem die Telefonkarten) die grossen Renner. Beim Markt für Home/Do it yourself und Haushalt gewinnen vor allem die Möbel (+6 Prozent).

Der Markt für persönlichen Bedarf (Uhren/Schmuck, Freizeit/Sport und Spielwaren) stagniert. Bekleidung und Schuhe leiden unter dem warmen Wetter im Herbst 2006. Positiv entwickelt sich aber der Markt für Mode Accessoires.

Diese Medienmitteilung inklusive Grafiken und Definitionen finden sie auf www.gfk.ch im Pressedienst

IHA-GfK AG ist mit einem Umsatz von 63 Mio. Franken und einem Marktanteil von 31% gemäss SMS-Branchenstatistik 2005 das grösste Marktforschungsinstitut in der Schweiz. IHA-GfK gehört zur GfK-Gruppe, die in über 70 Ländern vertreten ist und mit einem Umsatz von 937 Mio. Euro auf Platz 5 der Weltrangliste für Marktforschungsinstitute steht.

Kontakt:

IHA-GfK AG
Obermattweg 9
CH-6052 Hergiswil
Tel.: +41/41/632'91'11
Fax: +41/41/632'91'23
E-Mail: info@gfk.com
Internet: <http://www.gfk.ch>

Thomas Hochreutener
Retail & Technology
Tel.: +41/41/632'93'64
Fax: +41/41/632'23'64
E-Mail: thomas.hochreutener@gfk.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010243/100523675> abgerufen werden.