

01.02.2008 – 08:00 Uhr

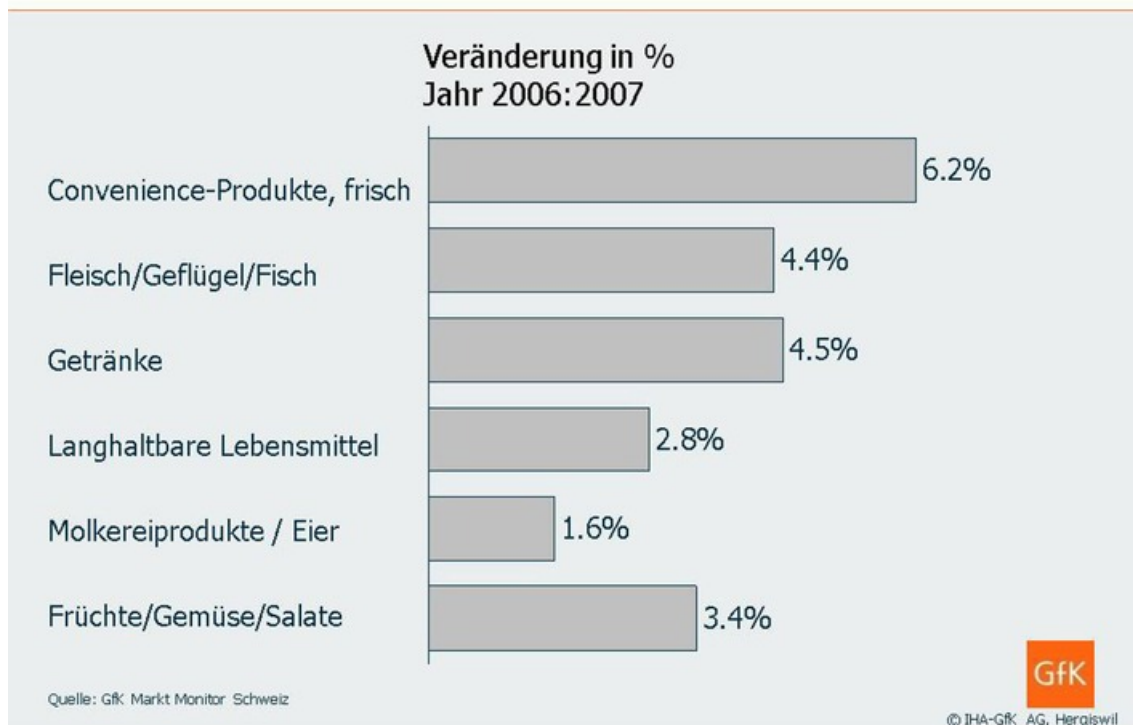
GfK Markt Monitor Schweiz: Starkes Wachstum im Schweizer Detailhandel mit einem Plus von 4 Prozent

GfK Retail and Technology

GfK Markt Monitor Schweiz Thomas Hochreutener

01. Februar 2008

Wertmässige Entwicklungen in den Food Märkten



Hergiswil (ots) -

- Hinweis: 3 Infografiken stehen zum kostenlosen Download bereit unter: <http://www.presseportal.ch/de/pm/100010243/> -

Der Schweizer Detailhandel erzielte im Jahr 2007 gegenüber dem Vorjahr einen Umsatzzuwachs von 4 Prozent. Eine solche hohe Zuwachsrates hat der Schweizer Handel in den letzten 10 Jahren nicht mehr erreicht.

Überdurchschnittlich entwickelten sich die Märkte für Frisch-Convenience-Produkte, Geflügel, Wohnungseinrichtungen und Unterhaltungselektronik. Dies sind die Resultate des GfK Markt Monitor Schweiz.

Gewinnermärkte

Gewinner sind weiterhin die frisch, gekühlten Convenience-Produkte wie Fertiggerichte, abgepackte Sandwiches, Fertigsalate und Salatsaucen. Nicht mithalten können in diesem Bereich die frisch gekühlten Pizzas (-3 Prozent).

Die Molkereiprodukte verzeichneten insgesamt ein leichtes Plus von 2 Prozent. Dies liegt unter dem Marktwachstum von 3.3 Prozent für den Foodmarkt. Dieser Markt ist einerseits geprägt von wegfallenden Abgaben und Zöllen, was zu einer Verbilligung der verarbeiteten

Milchprodukte führen sollte. Auf der anderen Seite ist - vor allem international - eine grössere Nachfrage nach Milchprodukten festzustellen. Dies hat bereits zu Preisaufschlägen bei einzelnen Produktgruppen geführt. Bisher waren die Auswirkungen in der Schweiz noch bescheiden, doch die Milchpreiserhöhung wird sich spätestens 2008 auch bei uns auswirken.

Im Metzgereibereich ist vor allem das Frischgeflügel wieder sehr stark gefragt. Nach dem Einbruch wegen der Vogelgrippe hat sich dieser Markt wieder erholt und erreicht im Jahr 2007 ein Plus von 18 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Ebenfalls positiv entwickeln sich Frischfisch (+7 Prozent) und Wurst/Charcuterie (+6 Prozent).

Die Getränke erzielten im Jahr 2007 ein Plus von 4.5 Prozent. Dabei waren die alkoholischen Getränke mit 5 Prozent leicht mehr gefragt als die alkoholfreien Getränke mit einem Plus von 3 Prozent. Gewinner sind vor allem die Isotonischen- und Sportgetränke sowie die Frucht- und Gemüsesäfte. Mineralwasser erreicht zwar mengenmässig ein leichtes Plus, aber der massive Preiskampf drückt diesen Markt in ein Minus von 3 Prozent. Alle alkoholischen Getränke verzeichnen wertmässig ein Plus. Das beste Ergebnis erreichte Schaumwein/Champagner mit einem Plus von 8 Prozent.

Die langhaltbaren Lebensmittel (Back-, Kochzutaten, Konserven, Grundnahrungsmittel, Frühstückssprodukte, Tiefkühlprodukte, Süsswaren) verzeichnen ein Plus von fast 3 Prozent. Erfolgreich sind insbesondere fremdländische Spezialitäten (+15 Prozent), langhaltbare Backwaren (+10 Prozent) und Kaffee (+4 Prozent). Weniger gefragt waren die tiefgekühlten Produkte.

Der NearFood-Markt (Wasch-/Reinigungsmittel, Körperpflege, Tiernahrung, etc.) erreicht ein Plus von 4 Prozent. Positiv entwickeln sich vor allem die Märkte für Dekokosmetik (+9 Prozent) und Gesichtspflege (+8 Prozent). Viele andere Märkte wie Haarpflege, Körperpflege oder Wasch- und Reinigungsmitteln erreichen ein Plus zwischen 3-5 Prozent.

Der NonFood-Markt erreicht im Jahr 2007 insgesamt eine Zunahme von fast 6 Prozent.

Bei den Electronics/Entertainment sind die Flat TVs, die MP3 Player und besonders die Video Games die grossen Renner. Auch Computer, vor allem Laptops waren gefragt. Beim Markt für Home/Do-it yourself und Haushalt gewinnen vor allem die Möbel (+10 Prozent). Insbesondere Betten, Schränke und Tische verzeichnen hohe Zuwachsraten.

Der Markt für persönlichen Bedarf (Uhren/Schmuck, Freizeit/Sport und Spielwaren) erreicht ein Plus von 5 Prozent. Positiv entwickeln sich Accessoires, Sportschuhe und Biking. Bekleidung und Schuhe erreichen bei den beobachteten Verteilern (Grossverteiler und Warenhäuser) ein Plus von über 4 Prozent.

Der GfK Markt Monitor Schweiz ist eine Neuentwicklung der IHA-GfK Schweiz in Zusammenarbeit mit 19 Detailhändlern. Er informiert vierteljährlich über die aktuelle Marktentwicklung.

Diese Medienmitteilung inklusive Grafiken und Definitionen finden Sie ab dem 1. Februar 2008 auf www.gfk.ch > Events & Presse/Pressedienst.

Kontakt:

IHA-GfK AG

Thomas Hochreutener
Obermattweg 9
6052 Hergiswil
E-Mail: thomas.hochreutener@gfk.com
Internet: www.gfk.ch; www.gfk.com; info.ch@gfk.com

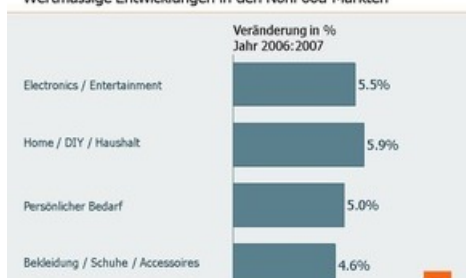
Medieninhalte

Wertmässige Entwicklungen in den Food Märkten



Wertmässige Entwicklungen in den Food Märkten Weiterer Text über ots und auf <http://www.presseportal.ch>. Die Verwendung dieses Bildes ist fuer redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck bitte unter Quellenangabe: "obs/IHA-GfK AG"

Wertmässige Entwicklungen in den NonFood Märkten



Wertmässige Entwicklungen in den NonFood Märkten Weiterer Text über ots und auf <http://www.presseportal.ch>. Die Verwendung dieses Bildes ist fuer redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck bitte unter Quellenangabe: "obs/IHA-GfK AG"

Wertmässige Entwicklungen im Gesamtmarkt



Wertmässige Entwicklungen im Gesamtmarkt Weiterer Text über ots und auf <http://www.presseportal.ch>. Die Verwendung dieses Bildes ist fuer redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck bitte unter Quellenangabe: "obs/IHA-GfK AG"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010243/100553885> abgerufen werden.