

Medienmitteilung

NIQ Markt Monitor Schweiz 1. - 3. Quartal 2026

Root, 28. Oktober 2026 - Der Schweizer Detailhandel bleibt auf Wachstumskurs. Per Ende des dritten Quartals 2026 liegt der Umsatz gemäss NIQ Markt Monitor 2.2 Prozent über dem Vorjahresniveau. Beide Hauptsegmente tragen zu dieser Entwicklung bei: Food/Nearfood wächst um 2.4 Prozent, Nonfood um 2.0 Prozent.

Der Schweizer Detailhandel wächst auch per Ende September. Gleichzeitig bleibt die Konsumentenstimmung gedämpft: Mit -36 Punkten liegt sie im September 2026 gemäss Bundesamt für Statistik (BFS) unter dem Vorjahresniveau. Die Konsumentinnen und Konsumenten zeigen sich weiterhin zurückhaltend und konzentrieren sich verstärkt auf selektive, bedarfsorientierte Anschaffungen. Die Teuerung beträgt laut Bundesamt für Statistik (BFS) im September 2026 +1.0 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Auch im dritten Quartal blieb das Wetter ein wichtiger Einflussfaktor für die Marktentwicklung. Die überdurchschnittlich sonnige und niederschlagsarme Witterung verschob die Nachfrage zwischen einzelnen Warengruppen und setzte sowohl positive als auch negative Impulse in verschiedenen Marktsegmenten.

Silke Volejnik, Retail Leader NielsenIQ Switzerland erklärt: *«Der Food-Markt bleibt auch nach dem 3. Quartal auf Wachstumskurs. Besonders Frischprodukte, Tiefkühlwaren und alkoholfreie Getränke sorgen für positive Impulse. Gleichzeitig zeigt sich, dass die Konsumentinnen und Konsumenten ihre Ausgaben weiterhin sehr gezielt steuern.»*

Der **Food-Bereich** erzielte kumuliert per Ende des 3. Quartals ein leichtes Umsatzwachstum. Zu den wichtigsten Impulsgebern zählten dabei die Tiefkühlprodukte, die sich weiterhin positiv entwickelten. Auch die Kategorie Kochzutaten trug mit einem moderaten Umsatzplus zur positiven Gesamtentwicklung bei. Dabei konnten höhere Preise die rückläufigen Absatzmengen ausgleichen. Demgegenüber verzeichneten die Bereiche Nahrungsmittel sowie Süsswaren und Snacks eine leicht negative Entwicklung. In beiden Kategorien wirkten sich sowohl sinkende Verkaufsmengen als auch tiefere Preise belastend auf den Umsatz aus.

Der **Getränkemarkt** entwickelte sich im bisherigen Jahresverlauf insgesamt ebenfalls erfreulich. Haupttreiber des Wachstums waren die alkoholfreien Getränke, die im Vergleich zum Vorjahr zulegen konnten. Insbesondere Mineralwasser und Süssgetränke setzten ihren positiven Trend fort, während die Kategorie Säfte rückläufig blieb. Bei den alkoholischen Getränken zeigte sich hingegen ein Umsatzrückgang gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Vor allem Wein und Spirituosen entwickelten sich schwach, während Bier ein leichtes Wachstum verzeichnete.

Auch die **Frischprodukte** erzielten eine positive Umsatzentwicklung. Besonders Milchprodukte, Convenience-Produkte sowie Gemüse und Früchte legten zu. Die steigenden Absatzmengen waren der Haupttreiber des Wachstums. Darüber hinaus trugen auch die Bereiche Metzgerei und Eier positiv zur

Entwicklung der Frischprodukte bei. Innerhalb der Metzgerei zeigten insbesondere Fleisch- und Geflügelprodukte eine hohe Wachstumsdynamik. Lediglich die Kategorie Bäckerei blieb über die ersten drei Quartale betrachtet leicht unter dem Vorjahresniveau.

Die **Nonfood-Märkte** präsentieren sich per Ende September 2026 grösstenteils positiv. Treiber dieser Entwicklung ist in erste Linie der Freizeitmarkt gefolgt von DIY. Weiter zeigt auch Heimelektronik ein Wachstum, während sich Fashion rückläufig entwickelt.

Silke Volejnik, Retail Leader NielsenIQ Switzerland erklärt: *«Die Nonfood-Märkte entwickeln sich auch per Ende September mehrheitlich positiv. Wachstumstreiber bleiben insbesondere Freizeit und DIY. Die sonnigen und niederschlagsarmen Sommermonate haben die Nachfrage nach Produkten für Outdoor-Aktivitäten zusätzlich gestützt.»*

Freizeit bleibt der wichtigste Wachstumstreiber im Nonfood-Bereich. Stärkere Impulse kommen aktuell aus dem **Sportsegment**: Radsport entwickelt sich weiterhin dynamisch, gestützt durch eine grosse Nachfrage nach Trekking- und Rennrädern, Fahrradcomputern und weiterem Radzubehör. Daneben zählen Sporternährung und Fitnessprodukte weiterhin zu den Wachstumstreibern. Aufgrund der warmen, niederschlagsarmen klimatischen Bedingungen profitieren auch weitere Outdoor-Warengruppen wie Camping und Wassersport von einer hohen Nachfrage. **Spielwaren** entwickeln sich ebenfalls positiv und profitieren weiterhin von einer starken Nachfrage insbesondere nach Konstruktionssets. Auch das Teilsegment **Reisen** zeigt eine erfreuliche Entwicklung und erreicht das Vorjahresniveau.

Der **DIY-Markt** knüpft im dritten Quartal an die positive Entwicklung des ersten Halbjahres an und baut das Umsatzwachstum weiter aus. Während in den ersten sechs Monaten Warengruppen rund um Kühlung, Gartenbewässerung, Poolpflege sowie E-Mobility-Lösungen einen wichtigen Beitrag zur kumulierten Entwicklung leisten, setzen im dritten Quartal vor allem Produkte aus dem Bereich Gardening zusätzliche Wachstumsimpulse. Rasensamen und Pflanzeerde profitieren von einer regen Nachfrage im Zusammenhang mit Nachsaaten, Pflege- und Erneuerungsarbeiten nach der Sommerperiode. Daneben entwickeln sich auch winterharte Aussenpflanzen und Haushaltsinsektizide positiv.

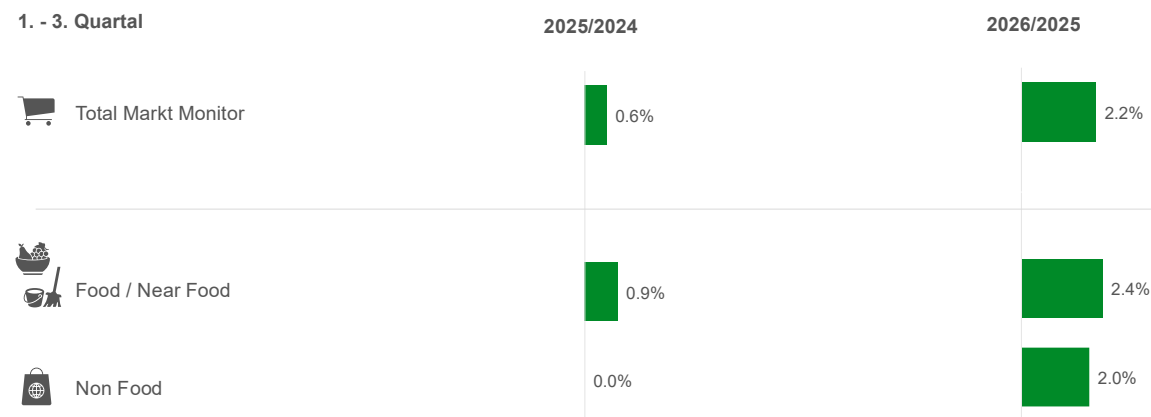
Der Markt für **Heimelektronik** schliesst die ersten drei Quartale 2026 mit einem positiven Umsatzwachstum ab. Als wichtige Wachstumstreiber erweisen sich die Haushaltskleingeräte, allen voran Staubsauger, Küchenmaschinen und Mixer sowie Sodawasser-Zubereitungssysteme. Gleichzeitig entwickelt sich das Segment Foto weiterhin erfreulich, gestützt durch die starke Nachfrage nach Digitalkameras und Camcordern. Auch Telecom legt gegenüber dem Vorjahr zu, wobei insbesondere Mobiltelefone und Wearables zum Wachstum beitragen. Im Bereich der Haushaltsgrossgeräte sorgen vor allem Kühlschränke, Gefrierschränke und Waschmaschinen für positive Impulse. Consumer Electronics hingegen entwickelt sich rückläufig.

Fashion verzeichnet im dritten Quartal eine deutliche Abschwächung der Marktdynamik und liegt kumuliert per Ende September 2026 unter dem Vorjahresniveau. Insbesondere der aussergewöhnlich schwache September, der von Wetter- und Saisonverschiebungseffekten geprägt war, belastet das Ergebnis spürbar.

Online-Shopping bleibt konstant im Trend und liegt per Ende September 2026 kumuliert bei einem Wachstum von über 10 Prozent.

NIQ Markt Monitor: wertmässige Entwicklung Detailhandel Schweiz

Veränderung des Umsatzes in %



Wertentwicklung zu laufenden Preisen (nominal), nicht inflationsbereinigt.

Quelle: NIQ Markt Monitor Schweiz, siehe Universum, ohne Fachhandel. Ergänzung: NielsenIQ für Food/Nearfood (abweichendes Universum) 2025/2024 0.8% | 2026/2025 + 1.6%

NIQ powered by  intelligence

Confidential and proprietary © 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

3

Konjunkturprognose: Die Expertengruppe Konjunkturprognosen erwartet für das Jahr 2026 ein Sporteventbereinigtes BIP der Schweiz von 1.7 Prozent und 1.6 Prozent für 2027.

Arbeitslosenquote: Für das Jahr 2026 liegt die Prognose laut Bundesamt für Statistik (BFS) bei 3.1 Prozent und für 2027 bei 3.0 Prozent.

Jahresteuierung: Das Bundesamt für Statistik erwartet für das Jahr 2026 und auch für 2027 eine Jahresteuierung von 0.6 Prozent.

Der Kalendereffekt liegt per September 2026 kumuliert bei -0.2 Prozent.

Zum NIQ Markt Monitor

Der Markt Monitor Schweiz ist eine NIQ Dienstleistung in Zusammenarbeit mit über 40 grossen Schweizer Detailhändlern. Diese erzielen rund 40-50 Prozent des gesamten Detailhandelsumsatzes. Nicht integriert ist der Fachhandel. Der NIQ Markt Monitor weist keinen Anspruch auf Repräsentativität für den Gesamtmarkt auf. Hierfür macht NIQ diverse Gesamtmarktschätzungen.

Diese Medienmitteilung inklusive Grafiken und Definitionen finden Sie ab 28. Oktober 2026 auch unter:

Die aktuelle Publikation **NIQ Detailhandel Schweiz** ist ab sofort verfügbar – mit aktuellen Insights und Entwicklungen rund um den Schweizer Detailhandel. [Hier](#) können Sie die aktuelle Ausgabe bestellen.

Medienkontakt: Verona Klug, T +041 632 9115, verona.klug@nielseniq.com

Über NIQ

NielsenIQ (NYSE: NIQ) ist ein weltweit führendes Consumer Intelligence Unternehmen, das ein umfassendes Verständnis des Kaufverhaltens von Verbrauchern liefert und neue Wege zum Wachstum aufzeigt. Durch die Kombination einer unvergleichlichen globalen Datenabdeckung und detaillierter Verbraucher- und Handelsmessungen mit jahrzehntelanger KI-Modellierungsexpertise entwickelt NIQ Entscheidungssysteme, die Unternehmen dabei helfen, komplexe Daten in sicheres Handeln umzusetzen.

NIQ ist in mehr als 90 Ländern tätig und deckt rund 82 Prozent der Weltbevölkerung sowie über 7,4 Billionen US-Dollar an globalen Verbraucherausgaben ab. Über cloudbasierte Plattformen, fortschrittliche Analysen und KI-gestützte Insights liefert NIQ The Full View™ – und unterstützt Marken und Händler dabei zu verstehen, was Verbraucher kaufen, warum sie es kaufen und welche Schritte als Nächstes sinnvoll sind.

Weitere Informationen finden Sie unter www.niq.com/de