



## Medienmitteilung

### Der Schweizer Fashionmarkt erholt sich 2021, der Home & Living Markt erneut im Plus

23. Februar 2022

Verona Klug  
Marketing & Communication  
GfK Switzerland  
[verona.klug@gfk.com](mailto:verona.klug@gfk.com)

**Rotkreuz, 23. Februar 2022 – GfK blickt auf die Entwicklungen im Schweizer Fashion- und Home & Living Markt 2021. Der Fashionmarkt erholt sich und verzeichnet gegenüber 2020 ein Wachstum von 8%. Der Home & Living Markt wächst weiter und erreicht ein Plus von 2% gegenüber dem Vorjahr.**

Trotz des erneuten Lockdowns zu Beginn des Jahres 2021, erholt sich der **Fashionmarkt** 2021. Mit einem Totalvolumen von 7.4 Mrd. CHF konnte zwar 2021 noch nicht das Umsatzlevel vor der Pandemie erreicht werden, dennoch wurde gegenüber 2020 ein Plus von 0.54 Mrd. CHF realisiert. Damit konnte der Fashionmarkt seit langem zum ersten Mal wieder ein Wachstum erreichen. Dies ist sicherlich auch des starken Einbruchs aufgrund der Pandemie im Jahr 2020 geschuldet. Denn insgesamt ist dies ein rückläufiger Markt und verliert seit 2013 2.75 Mrd. CHF. Die Erholung des Marktes fällt im Jahr 2021 gemässigt aus, da „Work from Home“ und die fast nicht stattfindenden saisonalen Events weiterhin eine negative Auswirkung auf das Einkaufsverhalten hatten.

Der Bereich Damen generierte gut dreiviertel des gesamten Umsatzes im Fashionmarkt. Sowohl die Bereiche Damen, Herren als auch Kinder verzeichneten ein Umsatzplus, wobei der Bereich Herren am stärksten wuchs (+10%).

Zum ersten Mal seit Jahren wuchs auch das stationäre Geschäft wieder (+6%) - der Einkauf im Geschäft wird also nach wie vor von den Kunden geschätzt.

Das Fashion-Onlinegeschäft wächst weiterhin. 30% des Umsatzes wurden 2021 online generiert. War die Hemmschwelle zum Online-Kauf vor der Pandemie gegebenenfalls für einige Konsumenten noch etwas höher, so zeichnet sich nun ab, dass sich die Haltung der Konsumenten gegenüber Onlinekäufen grundsätzlich positiv verändert hat und der Aspekt der Convenience geschätzt wird. Mittlerweile haben fast alle Händler die Möglichkeit des Fashion-Online-Einkaufs umgesetzt, was auch der klaren Erwartung der Konsumenten entspricht.

Verschiedene Ansätze, um den Kunden ein vollumfängliches Einkaufserlebnis zu bieten, wurden auch 2021 weiterverfolgt. Zum Beispiel der Fokus auf individuellen Kundenservice und Personalisierung oder auch Sortimentserweiterungen in komplementäre Bereiche wie Beauty und Haustieraccessoires.

### **Schweizer Home & Living Markt erneut im Plus**

Der Home & Living Markt konnte im Jahr 2021 – nach einem bereits erfolgreichen 2020 – weiter wachsen. Mit einem Gesamtvolumen von 5.59 Mrd. CHF wurde ein Plus von 2% erreicht.

Der Sektor Möbel macht im Markt mit über 40% den grössten Umsatzanteil aus. Besonders profitiert haben die Polstergarnituren und die Gartenmöbel. Alle Sektoren – Möbel, Einrichtung, Heimtextilien, Haushalt und Dekoration - konnten gegenüber dem Vorjahr ein Plus realisieren, am meisten profitiert haben die Haushaltswaren (+3%).

Auch hier verschiebt sich das Geschäft weiterhin Richtung Online: Insgesamt betrug der Online-Anteil 2021 17%; dies entspricht einem Wachstum von 16% gegenüber dem Vorjahr.

Der Kanal Möbel- und Einrichtungshändler konnte den Umsatz im Jahr 2021 leicht ausbauen, während die Warenhäuser anteilmässig kleiner wurden. Die Baumärkte und Gartenzentren, die bereits in den vergangenen Jahren in einzelnen Kategorien an Wichtigkeit gewonnen haben, konnten 2021 als „Lockdown-Ausnahme“ im Januar und Februar 2021 profitieren und den Umsatz ausbauen.

Es ist zu erwarten, dass der Fashion- und der Home & Living Markt einen erfolgreichen Jahresbeginn haben werden, da im Vorjahr die Geschäfte (anteilig im Januar und Februar) wiederholt schliessen mussten. Das stationäre Geschäft macht in beiden Märkten den Grossteil des Umsatzes aus, wenn auch mit abnehmender Tendenz aufgrund des anhaltenden Online-Ausbaus.

### **Zur GfK Prognose**

Die in dieser Medienmitteilung vorgestellten Erkenntnisse stammen aus den folgenden Quellen: GfK Panel Home Track und Fashion, GfK Gesamtmarktschätzung

Diese Medienmitteilung inklusive Grafiken und Definitionen finden Sie ab **23. Februar 2022** auch unter: <http://www.gfk.com/de-ch/presse/presse/>

**Medienkontakt:** Verona Klug, T +041 632 9115, [verona.klug@gfk.com](mailto:verona.klug@gfk.com)



## Über GfK

Seit über 85 Jahren vertrauen uns Kunden weltweit, indem wir sie bei geschäftskritischen Entscheidungsprozessen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien unterstützen. Mit unseren verlässlichen Daten und Erkenntnissen, kombiniert mit fortschrittlicher künstlicher Intelligenz, haben wir den Zugang zu umsetzbaren Handlungsempfehlungen in Echtzeit revolutioniert, die die Marketing-, Vertriebs-, und Organisations-Effektivität unserer Kunden und Partner steigern. Auf diese Weise versprechen und liefern wir Wachstum durch Wissen – **G**rowth from **K**nowledge.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com/de-ch](http://www.gfk.com/de-ch)