



Medienmitteilung

Die Branche Do-it-yourself (DIY) & Garten profitiert auch in 2021 von Pandemie Effekten

20. April 2022

Verona Klug
Marketing & Sales Manager CH
GfK Switzerland
verona.klug@gfk.com

Aktuelle GfK-Daten bestätigen deutliches Wachstum der Branche gegenüber 2019

Rotkreuz, 20. April 2022 – Das Wachstum gegenüber 2019 beträgt über 20 Prozent in der Branche Do-it-yourself (DIY) & Garten. Nach zwei aussergewöhnlichen Jahren erwartet GfK aufgrund von verschiedenen Faktoren ein herausforderndes 2022 und geht von einem Rückgang der DIY-Umsätze aus.

Es überrascht wenig, dass es sich die Menschen in der Schweiz während der pandemiebedingten Lockdowns in den letzten zwei Jahren in ihrem eigenen Zuhause so angenehm wie möglich einrichten wollten. Entsprechend viel wurde im Bereich Haus und Garten gewerkelt und investiert.

Jürg Zweifel, GfK-Experte im Bereich Do-it-yourself, bestätigt: «In den letzten zwei Jahren wurden fast 30 Prozent mehr Umsatz sowohl im Bereich Hochdruckreiniger als auch im Bereich Power Tools, wie z.B. Bohrmaschinen und Sägen generiert. Im Bereich Powered Gardening, z.B. Rasenmäher und Heckenscheren, liegt der Umsatz mit einem Plus von knapp 10 Prozent über dem Vergleichswert 2019. Ausserdem hält die positive Entwicklung bei Elektrowerkzeugen mit Akku weiterhin an».

Die Produktgruppen Garten und Grill sind die Haupttreiber in 2021

Die zwei grössten Produktgruppen beeinflussen den Markt am stärksten. Es handelt sich um den Haupttreiber Garten, der in 2021 mit Plus über 10 Prozent gegenüber 2020 zugelegt hat. In diesem Bereich sind die Produktgruppen Lebendgrün, Saatgut, Setzlinge und Schnittblumen über 19 Prozent gewachsen. Des Weiteren ist es der Grill und Grillzubehör, die ein Wachstum von 12 Prozent gegenüber Vorjahr verzeichnen.

Ausblick 2022

Die Entwicklung 2022 des DIY-Marktes wird, wie in vielen anderen Branchen auch, von folgenden Einflüssen geprägt sein:

- Nach zwei aussergewöhnlich starken Jahren wird eine gewisse Marktsättigung erwartet. Die Konsumenten werden ihre Freizeit auch wieder vermehrt ausserhalb des eigenen Haushalts verbringen.
- Aufgrund der Komponentenverknappung im Hartwarenbereich und massiv teureren Transportwegen werden auch die Produktpreise kurzfristig ansteigen. Ob diese Preiserhöhungen von den Konsumenten akzeptiert werden, ist fraglich.
- Steigende Verunsicherung sowie die Sanktionen gegenüber Russland haben vor allem die Energiepreise explosionsartig in die Höhe schnellen lassen und drücken damit spürbar auf die allgemeine Konsumentenstimmung.

Vor diesem Hintergrund geht GfK von einem Rückgang der DIY-Umsätze vs. 2021 von 8 Prozent aus. In 2022 wird ein Gesamtumsatz von 4'15 Mio. CHF in der Branche DIY erwartet.

Nach den letzten zwei Jahren sieht dieser Rückgang nach viel aus, allerdings bedeutet diese Prognose im Vergleich zu 2019 ein Plus von 12 Prozent. Ob die Prognose zutrifft, ist auch von den Witterungsbedingungen in den Frühlings- und Sommermonaten abhängig.

Zur Studie

GfK erhebt über seine Handelspanels regelmässig in mehr als 70 Ländern weltweit Umsatzdaten für die Segmente DIY, Garten, Unterhaltungselektronik, Foto, Telekommunikation, Informationstechnologie, Büroausstattung, Elektrogross- und Kleingeräte.

Medienkontakt: Verona Klug, T +41 41 632 9115, verona.klug@gfk.com

Über GfK

GfK. Growth from Knowledge. 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 – **Growth from Knowledge**.