



Medienmitteilung

Der Schweizer Sportmarkt 2022 hält hohes Umsatz-Niveau

20. April 2023

Verona Klug
Marketing & Communication
GfK Switzerland
verona.klug@gfk.com

Rotkreuz, 20. April 2023 – GfK blickt auf die Entwicklungen im Sportmarkt 2022 und präsentiert eine Prognose für 2023. Der Sportmarkt Schweiz (exkl. Bikes) ist 2022 um 2 Prozent gewachsen, dies nach der Rekordwachstumsrate von 14 Prozent im Jahr 2021. Das Umsatzvolumen beträgt rund 2.2 Milliarden Schweizer Franken.

Im Unterschied zu anderen Non-Food Märkten konnte der Schweizer Sportmarkt das sehr hohe Niveau nach der Pandemie halten. Die Bereiche **Hartware** (z.B. Skis, Rucksäcke, Helme, Fitnessgeräte) und **Schuhe** haben je um 2 Prozent zugenommen. Der Bereich **Textil** ist um 2 Prozent zurückgegangen.

Die Lust auf Outdoor spiegelt sich in den steigenden Zahlen wider

Als wichtigstes Segment blieb **Outdoor** mit einem Umsatz von knapp 500 Millionen Schweizer Franken. Dies entspricht rund 20 Prozent des gesamten Sportmarkts. Hier hat vor allem bei Hartware das Segment **Camping** stark zugenommen. Dies belegen auch die steigenden Abverkaufszahlen für Wohnmobile (Quelle: wohnmobilland-schweiz.ch): 2022 waren über 87'000 zugelassen oder 33 Prozent mehr als noch vor der Pandemie 2019.

Eine positive Entwicklung verzeichnete auch der Bereich **Leisure**, d.h. ein Trend der sich vor allem bei sportiven und bequemen Schuhen zeigte.

Rückläufig mit Minus 22 Prozent war im Jahr 2022 der Umsatz für den Bereich **Snow**. Auch für **Fitness** oder **Running** zeigte die Umsatzentwicklung mit Minus 3 Prozent abwärts.

Online macht Pause

Erstmals seit Jahren ging die Bedeutung des Onlineshoppings im Sportmarkt zurück, von 28 auf 27 Prozent. GfK beobachtet diese negative Entwicklung auch in anderen Branchen, wie z.B. Fashion. Der Einkauf im Geschäft wird von den Kunden geschätzt mit allen Vorteilen rund um Beratung, Service und Erlebnis.



Generell dürfte der Onlineumsatz in den nächsten Jahren, nicht nur für den Sportmarkt, wieder steigen.

Velomarkt bleibt auf hohem Niveau

Auf hohem Niveau hat sich der Velomarkt stabilisiert: Gemäss velosuisse wurden 2022 knapp 500 Tsd. Velos verkauft, was leicht unter Vorjahr liegt. Nochmals stark angestiegen mit knapp 20 Prozent ist die Anzahl der e-Bikes: 45 Prozent aller verkauften Bikes hatten einen elektrischen Antrieb. Dadurch hat sich auch der Durchschnittspreis pro Bike erhöht und dazu beigetragen, dass der Marktumsatz hoch bleibt.

Gemäss Brancheninfos sind die Lager jetzt sehr voll und zuviel bestellte Zweiräder werden wohl 2023 den Markt überschwemmen respektive nur mit Preisnachlässen zu verkaufen sein.

Ausblick Schweizer Sportmarkt 2023

Der Sportmarkt hat sich nach der Pandemie als sehr robust erwiesen und entgegen den Erwartungen keinen Umsatz verloren. Dennoch bleibt nach wie vor eine Unklarheit bzgl. der Konsumentenstimmung, der Inflation und den Folgen des Ukrainekriegs bestehen. Möglich ist auch, dass die Umsätze aus dem Sportmarkt in die angestammten Bereiche wie Reisen oder Freizeit etc. fließen. Wenn von dem folgenden Szenario ausgegangen werden kann, dass sich Online wieder positiv entwickelt, die Winterbedingungen mitspielen, die Verfügbarkeit der Ware wieder besser sein wird, die Bereiche Leisure und Outdoor weiter boomen und die Preise zu leicht höher tendieren, ist es nicht unrealistisch, dass der Markt das hohe Niveau von 2022 wieder erreichen kann.

Zur GfK Prognose

Die in dieser Medienmitteilung vorgestellten Erkenntnisse stammen aus den folgenden Quellen: GfK Panel Sport, rund 70% Abdeckung / Einschätzung Restmarkt wie aldi, Lidl, tchibo, otto's, Bächli u.a., inkl. Onlineanbietern mit ch-Domain wie z.B. zalando.ch

Diese Medienmitteilung finden Sie ab **20. April 2023** auch unter: <https://www.gfk.com/de/presse>

Medienkontakt: Verona Klug, T +041 632 9115, 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 – **Growth from Knowledge**.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de-ch