



Medienmitteilung

Im Jahr 2023 verzeichneten sowohl der Schweizer Fashion- als auch der Home & Living-Markt jeweils einen Rückgang von 2 Prozent

14. März 2024

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

Root, 14. März 2024 – GfK blickt auf die Entwicklungen im Schweizer Fashion- und Home & Living Markt im Jahr 2023. Gegenüber dem Vorjahr verzeichneten beide Märkte einen Rückgang von -2.0 Prozent.

Das Modejahr 2023 ging mit einem Rückgang von Minus 2.0 Prozent zum Vorjahr zu Ende. Das Totalvolumen betrug 7.49 Milliarden Schweizer Franken. Nach den Erholungsjahren 2021 und 2022, in welchen jedoch das Umsatzniveau der Vor-Pandemie nicht erreicht werden konnte, setzt der Fashionmarkt seine negative Entwicklung der letzten Jahre wieder fort.

Der Bereich Damen verzeichnete im Vergleich zum Vorjahr einen Verlust von rund 2 Prozent und trägt mit knapp 59 Prozent zum Gesamtumsatz bei. Der Bereich Herren hat mit einem Minus von 0.7 Prozent am wenigsten eingebüsst. Die grösste Umsatzeinbusse in Prozent wurde bei der Kinderbekleidung verzeichnet, mit einem Rückgang von -4.2 Prozent.

Dreiviertel des Gesamtumsatzes werden durch Bekleidung generiert, wobei ein Rückgang von 2.3 Prozent verzeichnet wurde. Der Bereich Accessoires war ebenfalls rückläufig mit -1.6 Prozent. Der geringe Rückgang von -0.8 Prozent im Schuhmarkt ist auf das positive Wachstum im Bereich Sportschuhe zurückzuführen, welcher ein Plus zum Vorjahr aufweist.

Das Onlinegeschäft verzeichnete zum zweiten Jahr in Folge einen Rückgang, dieses Mal um 2.4 Prozent im Jahr 2023. Insgesamt beläuft sich der Online-Anteil auf rund 28 Prozent. Beim stationären Geschäft ist hingegen der Rückgang mit -1.8 Prozent geringer ausgefallen.

Der gesamte **Home & Living Markt** sank im Jahr 2023 um -2.0 Prozent - von 5.48 Milliarden Schweizer Franken auf 5.37 Milliarden Schweizer Franken in absoluten Zahlen.

Während der stationäre Handel -2.8 Prozent eingebüsst hat, konnte der Online-Handel um 2.1 Prozent zulegen. Der Online-Anteil beträgt somit

GfK GmbH
Sophie-Germain-Strasse 3 – 5
90443 Nürnberg
Deutschland

T +49 911 395 0

Vorstand:
Emilie Darolles
Joshua Hubbert

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
John Blenke

Handelsregister:
Nürnberg HRB 42397

GfK Switzerland
Park 8
6039 Root D4
Schweiz

T +41 41 632 9111



neu 17.4 Prozent resp. 0.93 Milliarden Schweizer Franken. Der Online-Anstieg zum Vorjahr beträgt 0.7 Prozent Prozentpunkte.

Von den Sektoren Möbel, Einrichtung, Heimtextilien, Dekoration und Haushalt konnte lediglich Letzterer den Umsatz des Vorjahres mit 1.03 Milliarden Schweizer Franken halten. Insbesondere Produkte wie Wäscheständer, Wäschekörbe und Kleiderbügel verzeichneten ein Wachstum. Heimtextilien verzeichneten den geringsten Verlust mit einem Minus von 1.5 Prozent. Der grösste Umsatzrückgang in Prozent wurde bei den Dekorationsartikeln mit -5.5 Prozent verzeichnet. Dieser Sektor trägt mit 0.43 Milliarden Schweizer Franken zum Gesamtumsatz bei.

Im Allgemeinen gilt es festzuhalten, dass die erste Jahreshälfte für ein Umsatzplus zum Vorjahr gesorgt hat, während die Monate August bis Dezember rückläufig waren.

Prognose für 2024

In Anbetracht der aktuell trüben Konsumentenstimmung, dürften die Ausgaben im Fashionmarkt sowie auch im Home & Living Markt für das Jahr 2024 verhalten ausfallen. Demnach ist eher von einem erneuten Rückgang der beiden Märkte auszugehen oder im Optimalfall von einem Gleichstand zu 2023.

Zur Studie

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

Wir liefern den Full View™, das weltweit umfassendste und klarste Verständnis des Kaufverhaltens von Verbrauchern.

Der strategische Zusammenschluss von NIQ und GfK bringt zwei Unternehmen zusammen, die unabhängig voneinander bereits erhebliche Investitionen in Omnichannel-Abdeckung, Business Intelligence-Tools und prädiktive Analysen getätigt haben. Mit einer einzigartigen globalen Reichweite und Branchenkenntnis ist das kombinierte Unternehmen in der Lage, sein Wachstum zu beschleunigen, indem es den Full View™ zum Verbraucherverhalten rund um den Globus bietet.

Information zum neuen NIQ GfK Standort Schweiz: Seit dem 1. Januar 2024 befindet sich das kombinierte Unternehmen mit dem Hauptstandort in der Schweiz in Root D4.



An NIQ
Company

Diese Medienmitteilung inklusive Grafiken und Definitionen finden Sie ab **14. März 2024** auch unter: <http://www.gfk.com/de-ch/presse/presse/>

Am 18. Juni 2024 erscheint die neue Auflage der **Publikation GfK Detailhandel Schweiz**. Diese können Sie hier vorbestellen: <https://www.gfk.com/de/gfk-publikation-detailhandel-schweiz-2024>

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

Über GfK

Seit über 89 Jahren vertrauen uns Kunden auf der ganzen Welt, denn wir beantworten datenbasiert zentrale Fragen für ihre Entscheidungsprozesse. Wir unterstützen ihr Wachstum durch unser umfassendes Verständnis des Kaufverhaltens und der Dynamiken, die Märkte, Marken und Medientrends beeinflussen. 2023 haben die Branchenführer GfK und NIQ sich zusammengeschlossen und bieten ihren Kunden durch diesen Zusammenschluss eine einmalige globale Reichweite. Mit einer ganzheitlichen Sicht auf den Handel und den umfassendsten Erkenntnissen über Konsumenten, bereitgestellt durch zukunftsweisende Analytik auf modernsten Plattformen, treibt GfK „Growth from Knowledge“ voran.

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