



Medienmitteilung

15. April 2024

Der Schweizer Sportmarkt 2023 verliert nur leicht und hält hohes Umsatzniveau

15. April 2024

Verona Klug
Marketing & Communications
T +41 41 9115
verona.klug@gfk.com

Root, 15. April 2024 – Der Sportmarkt Schweiz (exkl. Bikes) ist 2023 um 1.5 Prozent zurückgegangen, dies nach Steigerungen von 2 Prozent im letzten und rekordverdächtigen 14 Prozent vor zwei Jahren. Das Umsatzvolumen beträgt rund 2.17 Milliarden Schweizer Franken.

Trotz der Inflation und einer negativen Stimmung bei den Konsumenten ist der Sportmarkt in der Schweiz nur geringfügig gesunken. Innerhalb des Marktes verzeichnete der Bereich **Hartware** (z.B. Skis, Rucksäcke, Helme, Fitnessgeräte) einen Rückgang um 3 Prozent, während **Textil** um 2 Prozent zurückging. Erneut schnitt der Bereich **Schuhe** am besten ab, mit einem Zuwachs von 3 Prozent.

Der Teilmarkt **Outdoor** bleibt weiterhin bedeutend, mit einem Umsatz von rund 450 Millionen Schweizer Franken, was knapp 20 Prozent des gesamten Sportmarktes entspricht. Der Umsatz im Bereich Textil blieb konstant auf hohem Niveau, während der Bereich Hartware an Umsatz verlor, insbesondere im Bereich **Camping**, der im letzten Jahr stark zugenommen hatte. Auch der Umsatz mit Outdoorschuhen ging zurück, wurde jedoch teilweise durch den Trend bei Trailrunningschuhen kompensiert. Generell bleibt "Running" im Trend und verzeichnet ein Wachstum von 4 Prozent.

Der Bereich **Leisure**, welcher alles für die Freizeit umfasst und sportlich, bequem und lässig ist, wächst weiterhin. Insbesondere bei Schuhen zeigt sich dies mit einem Umsatzplus von 5 Prozent. Die Grenze zwischen Freizeitschuhen und regulären Strassenschuhen verschwimmt jedoch zunehmend.

Im Kalenderjahr 2023 ging der Umsatz für **Snow** um 2 Prozent zurück, trotz eines milden "Nichtwinters" im Jahr 2022. Dennoch bleibt die Nachfrage nach Wintersport ungebrochen, wie die guten Buchungszahlen in Wintersportorten zeigen.

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

Auch der Umsatz im Bereich **Fitness** ging weiter zurück (-3 Prozent). Die Fitnessgeräte, die während der Corona-Pandemie gekauft wurden, scheinen ihre maximale Nutzungsdauer erreicht zu haben.

Der Online-Umsatz im Sportmarkt legt wieder zu - sind die Turbojahre vorbei?

Nach einer Verschnaufpause im Jahr 2022, in dem die Bedeutung des Online-Umsatzes erstmals zurückging, verzeichnete der Umsatz wieder einen Anstieg: 28 Prozent (+1 Prozent) aller Sportsätze wurden 2023 über das Internet getätigt. Das Einkaufsverhalten wird zunehmend digital: Eine GfK-Studie zeigt, dass 2023 Sportartikel zunehmend sowohl "hybrid" (also sowohl online als auch stationär) als auch ausschliesslich online gekauft wurden (insgesamt 71 Prozent). Vor der Pandemie lag dieser Wert bei 62 Prozent.

Der Velomarkt erlebt einen Rückgang

Massive Überlagerungen, die zu Preisnachlässen führen, sowie eine Marktsättigung haben dazu geführt, dass der Umsatz im Velomarkt im Jahr 2023 deutlich zurückging. Dagegen stiegen die Umsätze für Velozubehör sowie für Service und Reparaturen. Auch der Markt für Gebrauchtvelos ist nicht zu unterschätzen, da während der Pandemie viele gebrauchte Fahrräder auf den Markt kamen. Während einige Velofahrerinnen und -fahrer möglicherweise ihr Interesse verloren haben, haben andere nach dem Kauf eines Einsteigermodells ein Upgrade durchgeführt.

Prognose für 2024

Die schlechte Konsumentenstimmung, steigende Kosten in verschiedenen Bereichen und die daraus resultierende Kaufzurückhaltung sowie verstärkte Suche nach Promotionen deuten darauf hin, dass der Markt im Jahr 2024 tendenziell eher abnehmen wird. Obwohl eine steigende Bevölkerung und das Onlinegeschäft als Treiber dies wahrscheinlich nicht vollständig ausgleichen können.

Kurt Meister, GfK Experte im Bereich Sportmarkt, fasst abschliessend zusammen: „Die Bedeutung des Sports bleibt dennoch im Trend. Die Initiative zur Erhaltung der Gesundheit, das Streben nach mentaler Entspannung, die Aufrechterhaltung der Fitness und das zur Schau tragen dessen v.a. in der Badesaison, sei es durch Aktivitäten im Freien oder im Leistungssport, erfreuen sich weiterhin grosser Beliebtheit bei Jung und Alt. Es ist anzunehmen, dass das Engagement für Sport die Menschen auch im Jahr 2024 finanziell etwas kosten wird.“

Zur GfK Prognose

Die in dieser Medienmitteilung vorgestellten Erkenntnisse stammen aus den folgenden Quellen: GfK Panel Sport, rund 70 Prozent 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 **15. April 2024** 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 +41 41 632 9115, verona.klug@gfk.com

Über GfK

GfK. Growth from Knowledge.

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 auf www.gfk.com/de.