

Medienmitteilung

17. März 2020

Verona Klug
Marketing & Communications
GfK Switzerland AG
T +41 41 632 91 15
verona.klug@gfk.com

Myriam Meier
Market Manager
GfK Switzerland AG
+41 41 632 90 25
myriam.meier@gfk.com

Stabiler Wohnungseinrichtungsmarkt 2019 trotz grossem Umbruch

Rotkreuz, 17. März – Nach mehreren leicht rückläufigen Jahren blieb der Wohnungseinrichtungsmarkt in der Schweiz 2019 mit einem Umsatz von 5.24 Mrd. CHF stabil gegenüber Vorjahr. Obwohl der Markt im grossen Umbruch ist, ist er im Verhältnis zu vielen anderen Märkten umsatzmässig einer der stabilsten. Das sind Ergebnisse von GfK zum Wohnungseinrichtungsmarkt Schweiz 2019.

Das Marktumfeld im Home und Living Bereich ist in den letzten Jahren stark geprägt von Veränderungen.

Internationaler Einfluss wird stärker

Der internationale Einfluss wird in diesem Markt stärker, dies zeigen auch Eröffnungen von Konzepten in A-Lagen, z. T. auch nur mit Randsortimenten der Wohnungseinrichtungshäuser. XXXLutz eröffnete im August 2018 seine erste Schweizer Filiale und verkündete, neben einer Übernahme von sechs Interio Verkaufsstellen, die Übernahme der Pfister Gruppe.

Multichanneling wird weiterentwickelt und ausgebaut

Die Online-Anbieter - aus der Schweiz und dem Ausland - werden immer wichtiger und erweitern ihr Home- und Living-Sortiment. Pure-Player gibt es v. a. in Teilsortimenten, und anders als im Fashionmarkt, gibt es keine Konzentration auf einen wichtigen Player. Die bestehenden stationären Konzepte haben sich erfolgreich zu Multichannel-Anbietern entwickelt und bauen das Onlinegeschäft weiter aus.

Der Online-Anteil im Marktsegment betrug 2019 ca. 9% - ein Wachstum von 16% gegenüber Vorjahr. Auch für die nächsten Jahre wird hier ein Zuwachs erwartet.

Auslandseinkäufe stationär seit 2015 stabil

Das Thema Auslandseinkäufe war in diesem Markt 2012 ein neues

Phänomen und wird stationär seit 2015 weitgehend stabil eingeschätzt. Auch Online ist hier ein Wachstum zu erkennen.

Heterogene Konkurrenz: v.a. saisonaler Einfluss

Heterogene Konkurrenz für die klassischen Anbieter: Gartencenter und DIY-Händler spielen in diesem Markt vor allem saisonal eine wichtige Rolle. Discounter bauen ihr Sortiment im Wohnungseinrichtungsbereich immer weiter aus. Department Stores und Food Retailer bieten seit jeher wichtige Teilsortimente wie Heimtextilien und Haushaltswaren dieses Marktes an und spielen eine wichtige Rolle.

Zusammenfassung

Die etablierten Wohnungseinrichtungshäuser der Schweiz, die ca. 60% des Marktes verantworten, haben also diverse und neue Konkurrenz bekommen. Auch durch ihre früh gestartete Ausrichtung als Multichannel-Anbieter und durch stetige Sortimentserweiterung in neue Bereiche haben sie sich unter dem Strich 2019 wieder gut behauptet.

Der Markt ist im grossen Umbruch, im Verhältnis zu vielen anderen Märkten ist er umsatzmässig einer der stabilsten.

Basis der Schätzung

Quellen: GfK Panel, GfK Gesamtmarktschätzung

GfK – extracting the signals from the noise

In a world of data overflow, disruption and misuse, picking up the right “signal from noise” is key to win. We at GfK are the trusted partner with more than 85 years of experience in combining data and science to help you make the right business decisions. Together with our attention to detail and advanced Augmented Intelligence, we provide you with world-class analytics that delivers not just descriptive data but actionable recommendations always-on at your fingertips. As a result, you can make key business decisions with confidence which help you drive sales, organizational and marketing effectiveness. That’s why we promise to you “Growth from Knowledge”. For more information, please visit www.gfk.com/de-ch or follow GfK on Twitter [@Detailhandel_CH](https://twitter.com/Detailhandel_CH).