

## PRESS RELEASE

---

**AlixPartners Consumer Priorities Survey 2023**

### **Konsumverhalten steuert auf Jahrestiefpunkt zu: Schweiz droht schwaches Weihnachtsgeschäft**

- **AlixPartners-Studie zeigt: Geldsorgen der Schweizer Konsumenten dämpfen Weihnachtsgeschäft**
- **Zurückhaltung wird sich auch in 2024 fortsetzen: Konsumenten wollen Ausgaben vor allem im Non-Food-Bereich reduzieren; Elektronik-, Freizeit- und Baumarktartikel am stärksten betroffen**
- **Anbieter müssen sich auf rückläufige Nachfrage und noch stärkere Preissensitivität einstellen; Aktionen und Vergünstigungen gewinnen an Bedeutung**
- **Reise-, Gastronomie- und Unterhaltungssektor schrumpfen ebenfalls – Verbraucher wollen mehr Zeit zu Hause verbringen**
- **Sinkende Nachfrage befeuert Konsolidierung mehrerer Konsumsektoren**

**Zürich (14. November 2023)** – Zurückhaltung lautet das Credo der Stunde – zumindest unter den Schweizer Konsumenten. Wie die aktuelle „Consumer Priorities Survey“ der globalen Beratung AlixPartners zeigt, müssen sich sowohl die Retailer und Konsumgüterhersteller, als auch der Gastronomie- und Freizeit-Sektor hierzulande auf ein weiterhin zurückhaltendes Verbraucherverhalten einstellen. Dies gilt nicht nur mit Blick auf das Vorweihnachtsgeschäft: Laut der Studie, die im Oktober 2023 unter 1.000 Verbraucher in der Schweiz durchgeführt wurde, will ein wesentlicher Anteil aller Befragten im kommenden Jahr die Ausgaben über alle Konsumsektoren hinweg reduzieren. Grund dafür sind zum einen die steigenden Kosten für Wohnen, Gesundheit und Mobilität, zum anderen bestehende sowie neue geopolitische Krisen. Die Folge: Die Konsumentenstimmung lässt spürbar nach, wie auch die letzte Umfrage des Staatssekretariats für Wirtschaft (SECO) bestätigt. „Anbieter müssen sich über das Vorweihnachtsgeschäft hinaus für längere Zeit auf eine sinkende Nachfrage einstellen. Zusammen mit den steigenden Betriebskosten dürfte dies die Konsolidierung in mehreren Konsumsektoren weiter beschleunigen“, fasst Nordal Cavadini, Partner & Managing Director von AlixPartners, zusammen.

#### **Weihnachtsgeschäft – Konsumrekorde bleiben aus**

Weihnachten steht vor der Tür, doch für viele Schweizer Anbieter dürfte es dieses Jahr nur wenig Grund zur Freude geben: Wie die aktuelle Umfrage von AlixPartners zeigt, wird das für den Handel wichtige vierte Quartal, inklusive dem Weihnachtsgeschäft, verhalten ausfallen. Jedoch nicht aufgrund von Lieferengpässen, die zum Teil die Vorjahre beeinflusst haben, sondern wegen der Geldsorgen vieler Konsumenten. Rund ein Viertel aller Befragten wird weniger als noch vor einem Jahr für Geschenke ausgegeben, ein Fünftel plant zudem Einsparungen beim Weihnachtsfest. Dem Zeitgeist entsprechend, werden Aktionen und Rabatte bereits in der Vorweihnachtszeit eine wichtige Rolle spielen. „Es ist zu erwarten, dass vorweihnachtliche Rabatttage wie der Black Friday dieses Jahr nochmals mehr an Bedeutung gewinnen, als dies in anderen Jahren bereits der Fall war“, erklärt Cornelia Brühwiler, Partner von AlixPartners.

## **Trend zum günstigeren Einkauf setzt sich fort: Discounter gewinnen weiter an Beliebtheit**

Der für die Weihnachtszeit angekündigte Sparkurs wird sich bei den Schweizer Konsumenten auch 2024 fortsetzen: Laut der Studie planen rund 20% aller Befragten im kommenden Jahr ihre Ausgaben für Lebensmittel zu reduzieren. Viele wollen dabei auf die oftmals günstigere Discounter-Alternative setzen. Eine wesentliche Rolle beim Einkaufsverhalten werden zukünftig auch Aktionen sowie rabattierte Ware spielen: So erwarten die Experten von AlixPartners u.a. eine steigende Nachfrage nach Lebensmitteln, die kurz vor dem Ablaufdatum stehen und somit zu einem vergünstigten Preis verkauft werden. Trotz der Verschiebung zu günstigeren Preislagen scheint der Lebensmittelsektor vergleichsweise milde davon zu kommen. Wie die Studie zeigt, wird die Zurückhaltung der Konsumenten den Non-Food-Bereich im kommenden Jahr deutlich direkter und härter treffen. Denn was im Food-Bereich günstiger eingekauft wird, landet im Non-Food-Bereich immer öfter erst gar nicht im Einkaufswagen. So bekundet der Studien nach jeweils mehr als ein Drittel aller Befragten die Absicht, sowohl bei Elektronik- (45%), Sport- (43%) und Baumarktartikeln (42%) als auch bei Kleidung (37%) zukünftig weniger auszugeben.

## **Urlaub, Essen und Entertainment – der Trend geht zu den eigenen vier Wänden**

Auch für die Reise-, Gastronomie- und Unterhaltungsbranche fällt die Prognose für das kommende Jahr zurückhaltend aus. Dies sei laut den Consumer-Experten von AlixPartners vor allem auf zwei Faktoren zurückzuführen: Einerseits lässt der Corona-bedingte Nachhol-Effekt der vergangenen beiden Jahre allmählich nach. Andererseits dämpft der finanzielle Engpass vieler Haushalte aufgrund steigender Lebenserhaltungskosten zusätzlich die Ausgabebereitschaft. Besonders betroffen ist laut den Umfrageergebnissen der Bereich Ausser-Haus-Unterhaltung – 38% der Befragten wollen hier ihre Ausgaben einschränken, gefolgt von den Sektoren Gastronomie- (33%), Reise- und Tourismus (32%). In diesen Bereichen wird die grosse Mehrheit der Befragten, die sparen wollen, mehr Zeit zu Hause verbringen und die Ausgaben für Veranstaltungen, Restaurantbesuche oder Reisen deutlich reduzieren. „Vergünstigte Tickets, eine einfachere Verpflegung oder kürzere Reisen können zwar auch den Geldbeutel schonen, spielen aber eine untergeordnete Rolle. Für die Schweizer gilt: Entweder richtig oder gar nicht“, resümiert Beatrix Morath, Partner & Managing Director von AlixPartners, die Konsumprognose für diese Sektoren.

## **Über die Global Consumer Priorities Study 2023**

Bei der aktuellsten Global Consumer Priorities Study wurden im Oktober 2023 durch YouGov im Auftrag von AlixPartners mehr als 10.000 Verbraucher in sieben Ländern befragt, darunter 1.000 in der Schweiz. Die Umfrage ist länderübergreifend nach Geschlecht, Alter und Wohnort (für die Schweiz: Deutschschweiz / Romandie) repräsentativ.

## **Über AlixPartners**

Die global agierende Beratung AlixPartners steht für die ergebnisorientierte Unterstützung namhafter Mandanten bei zeitkritischen und komplexen Transformations- und Ertragssteigerungsprogrammen. Tiefgreifende Branchenexpertise und funktionale Kompetenz sowie die Kenntnis der Hebel erfolgreicher Restrukturierung ermöglichen es AlixPartners, den Wandel von Gross- und mittelständischen Unternehmen zielgerichtet zu begleiten. Mit über 3.000 Mitarbeitern ist AlixPartners weltweit in 25 Büros vertreten, darunter seit dem Jahr 2014 auch mit einem eigenen Büro in der Schweiz. AlixPartners-Berater arbeiten an herausfordernden Projekten, die die Zukunft von Unternehmen massgeblich beeinflussen, oft in kritischen Situationen, bei denen viel auf dem Spiel steht – When it really matters. [www.alixpartners.com](http://www.alixpartners.com)

## **Weitere Informationen**

IWK Communication Partner  
Florian Bergmann / Judith Spiessberger  
T +49 (0)89 2000 30-30  
F +49 (0)89 2000 30-40  
AlixPartnersCh@iwk-cp.com