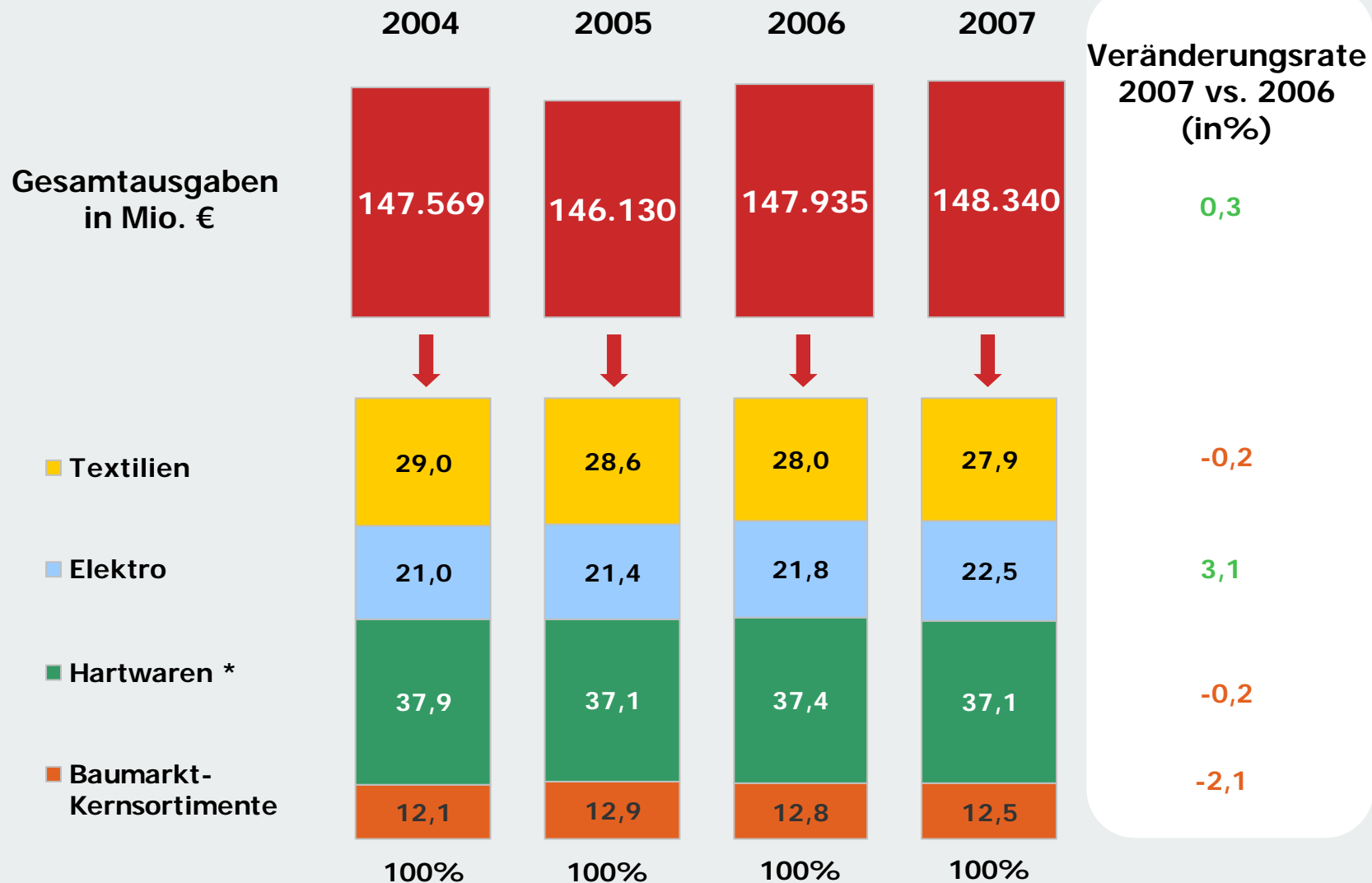


# Nonfood-Märkte 2007 durch Elektrobereich hauchdünns im Plus

1



## Nonfood-Märkte 2007 durch Elektrobereich hauchdünn im Plus

2

- Mit einem nominalen Zuwachs von 0,3 % auf 148,3 Mrd. Euro waren die Nonfoodmärkte in Deutschland 2007 letztlich nur noch hauchdünn im Plus.
- Nachdem die Entwicklung bis zum September noch freundlicher aussah, machte ein schwaches 4. Quartal die Hoffnung auf ein ähnlich gutes Ergebnis wie im Vorjahr zunichte. Zum einen ist dies auf einen Basiseffekt (vorgezogene Anschaffungen im Schlussquartal 2006) zurückzuführen, zum anderen aber auch auf die eintretende Kaufzurückhaltung der Verbraucher angesichts stark gestiegener Energie- und LEH- Preise.
- Einzig die Elektromärkte hielten den Nonfood- Markt im Plus, wenngleich auch hier das 4. Quartal Minusraten mit sich brachte. Dementsprechend hat der Elektrobereich innerhalb der Nonfood-Nachfrage in den letzten Jahren deutlich an Bedeutung gewonnen. Treiber waren hier - neben der nach wie vor boomenden Fernsehgeräte-Nachfrage - Bereiche wie mobile Navigationssysteme, Spielkonsolen, - software und Espressomaschinen.
- Umgekehrt zeigten sich die Textilmärkte - auch aufgrund des ausgefallenen Winters - erneut, wenn auch nur leicht, rückläufig und haben dementsprechend weiterhin an Bedeutung verloren.
- Das stärkste Minus hatten 2007 allerdings die Baumarkt-Kernsortimente zu verzeichnen, obwohl diese im 1. Halbjahr aufgrund einer hervorragenden Gartensaison noch deutlich im Plus lagen.

Nähere Informationen bei:

Dr. Wolfgang Adlwarth  
Tel. 0911 / 395 - 3664  
[wolfgang.adlwarth@gfk.com](mailto:wolfgang.adlwarth@gfk.com)

