

## Nonfood

Alle Untergruppen der Nonfood-Konsumgütersparte zeichnen ein positives Bild der Geschäftstrends. Sowohl der Rückblick auf 2007 als auch die Aussichten für das laufende Jahr sind erfreulich. Dahinter stehen die erneut verbesserten Einkommensperspektiven, welche die Schweizer Konsumenten in Kauflaune versetzen. Nicht nur für Mode- und Pflegeprodukten zeigten sich Haushalte ausgabefreudiger, sondern auch bei grösseren Anschaffungen langlebiger Gebrauchsgüter wie Haushaltsgeräten und Möbeln.

### Pflege hoch im Kurs

Das Geschäft mit Reinigungs- und Körperpflegemitteln erfreute sich eines anhaltend hohen Wachstums. Obwohl in diesem hart umkämpften Markt ein grosser Preisdruck herrscht, sind die Erträge bei den von uns befragten Unternehmen deutlich gestiegen. Der allgemeine Gesellschaftstrend, der einem gepflegten Äusseren einen grösseren Stellenwert beimisst, beflügelt die Produzenten von Kosmetik- und Pflegeprodukten weiterhin. Die Unternehmen rechnen auch in Zukunft mit hohen Wachstumszahlen. So werden gemäss unserer Umfrage für 2008 umfangreiche Investitionen geplant. Der Verkauf von Haushaltsgeräten ist im Vergleich zu den Reinigungs- und Körperpflegemitteln deutlich stärker von der konjunkturellen Lage abhängig. Für 2007 bedeutete dies stark gestiegene Umsätze und Erträge sowie erhöhte Personalbestände. Eine besondere Rolle in der Nachfrage nach Haushaltsgeräten spielte die starke Bautätigkeit, weil Neubezüge von Wohnungen stets mit zusätzlichem Einrichtungsbedarf einher gehen. Allerdings wird der Kostendruck auch 2008 gross bleiben. Gleichzeitig wird erwartet, dass die Verkaufspreise weiter leicht nachgeben, worunter die Ertragslage leiden wird. Eine verstärkte Auslandsorientierung könnte hingegen für weiteres Wachstumspotenzial sorgen.

### Multimedia auch für Möbel

Auch für die überwiegend binnenmarktorientierten Möbelhersteller ist die Bautätigkeit von entscheidender Bedeutung. Der Bauboom der letzten Jahre wirkte sich sehr positiv aus. Die Schweizer Möbelbranche hat eine klare Fokussierung auf kaufkräftige Kunden, welche viel Wert auf Qualität, Design, Komfort und Funktionalität legen. Im Markt der Standardmöbel sind die einheimischen Unternehmen wegen ihrer hohen Kosten nicht konkurrenzfähig. Neue Möglichkeiten im Hochpreissegment könnten sich den Schweizer Möbelherstellern im Bereich Multimedia-Möbel ergeben. Heute sind Möbel und HiFi-Technik häufig noch getrennte Elemente, doch in Zukunft könnten diese vermehrt als ganzes Paket verkauft werden. Die Aussichten für die Möbelhersteller bleiben gut, da die rege Bautätigkeit vorerst noch anhalten dürfte.

### Früchte der Restrukturierung

Die schweizerische Bekleidungs- und Schuhindustrie war in den letzten Jahrzehnten im Zuge der Globalisierung stark dezimiert worden. Die verbliebenen Unternehmen bewiesen indes erneut, dass die schwierige Umstrukturierung Früchte trägt: Umsatz und Ertrag konnten weiter verbessert werden. Im laufenden Jahr sollte es im gleichen Stil weitergehen. Die arbeitsintensiven Produktionsprozesse wurden auch in dieser Industrie zumeist an kostengünstigere Standorte ausgelagert. In der Schweiz verblieben häufig nur noch die Kernfunktionen wie Unternehmensführung, Design, Vertrieb, Marketing und Logistik. Während die befragten Unternehmen höhere Investitionen planen als in früheren Jahren, besteht weiterhin nur ein bescheidener zusätzlicher Personalbedarf. ■

