

## Veränderung gegenüber dem Vorjahresmonat in Prozent

Einzelhandel Juli 2008	Nominal	Real
Insgesamt	3,1	0,0
<b>Darunter:</b>		
Lebensmittel, Getränke, Tabakwaren	2,2	- 2,9
<b>davon:</b>		
Nicht-Facheinzelhandel	2,4	- 2,9
Facheinzelhandel	- 0,4	- 3,9
Nicht-Lebensmittel	3,9	2,0
<b>davon:</b>		
Textilien, Bekleidung, Schuhe	3,4	4,1
Einrichtungsgegenstände, Haushaltsgeräte etc., Baubedarf	2,1	1,0
Sonstiger Facheinzelhandel	4,5	6,0
Kosmetische, pharmazeutische und medizinische Produkte	0,7	0,1
Sonstiger Einzelhandel mit Waren verschiedener Art	1,9	1,4
Versandhandel	4,7	4,4

## Umsätze im Juli real unverändert

Laut Statistischen Bundesamtes setzte der Einzelhandel im Juli 2008 nominal 3,1 Prozent mehr und real genau so viel um wie im Juli 2007

■ **DAS JULI-ERGEBNIS** wurde aus Daten von sieben Bundesländern berechnet, in denen

circa 76 Prozent des Gesamtumsatzes im deutschen Einzelhandel getätigt werden. Im

Vergleich zum Juni 2008 war der Umsatz des Einzelhandels im Juli 2008 unter Berücksich-

tigung von Saison- und Kalendereffekten nominal um 1,3 Prozent und real um 1,5 Prozent niedriger.

Der Einzelhandel mit Lebensmitteln, Getränken und Tabakwaren setzte im Juli 2008 nominal 2,2 Prozent mehr und real 2,9 Prozent weniger um als im Juli 2007.

Bei den Supermärkten, SB-Warenhäusern und Verbrauchermärkten wurde nominal 2,4 Prozent mehr und real 2,9 Prozent weniger umgesetzt, beim Facheinzelhandel mit Lebensmitteln lagen die Umsätze sowohl nominal als auch real unter den Werten des Vorjahresmonats (nominal minus 0,4 Prozent und real minus 3,9 Prozent).

### Nicht-Lebensmittel waren im Juli im Vorteil

Im Einzelhandel mit Nicht-Lebensmitteln (also auch CE-Produkte) wurde in allen Branchen dieses Bereichs nominal und real mehr als im Juli 2007 abgesetzt (Einzelhandel mit Nicht-Lebensmitteln insgesamt: nominal plus 3,9 Prozent, real plus 2,0 Prozent).

In den ersten sieben Monaten des Jahres 2008 setzte der Einzelhandel nominal 2,2 Prozent mehr und real 0,5 Prozent weniger um als vergleichbaren Vorjahreszeitraum.

## Digitale Warensicherung für Speicher-basierende Artikel

Die Frankfurter Firma DiSa Digital Safety GmbH arbeitet im Bereich der elektronischen Warensicherung für geblisterte digitale SB-Artikel, wie zum Beispiel Speicherkarten, Sim-Karten, USB-Sticks, MP3-Player und viele weiteren Artikel

■ **KERNPUNKT** dieser Warensicherung: Die entsprechenden zum Verkauf stehenden Artikel im Geschäft sind für den »Langfinger« nicht nutzbar. Bei Einsatz des Systems benötigen die Waren daher keine Plastiksicherungsbehälter oder Hinterglaspräsentationen mehr, sondern können wie andere SB-Artikel offen im Regal präsentiert werden. An der Kasse wird das Produkt bezahlt und dann mithilfe des DiSa-Aktivators entschert. Erst

damit wird das Produkt wieder funktionsfähig – ein Prozess, der an der Kasse höchstens fünf Sekunden dauert.

Durch den Einsatz dieses neuen Systems werden viele der heute eingesetzten Sicherungssysteme überflüssig. Auch die Zeit, die Mitarbeiter in Handelsunternehmen für diese Sicherungssysteme aufwenden müssen, und die damit verbundenen Kosten, können künftig entfallen. Die begehrten Artikel sind damit SB-

fähig. Spontankäufe werden möglich, und das Personal im Handel kann sich wieder seiner eigentlichen Tätigkeit, dem Verkaufen widmen. Nach den bisherigen Erfahrungen mit dem DiSa-System, gibt es fast keinen Schwund. Die Inventurdifferenzen dieser Produkte ist nahe null.

Das interessante am DiSa-System ist die Sicherheit über die gesamte Supply-Chain von der Produktion über den ganzen Transportprozess bis zur Inbesitznahme durch den Kunden. Hinzu kommt, dass Versicherungsschutz ohne separate Auflagen möglich ist. Individuelle Zusatz-Sicherungsmaßnahmen entfallen.

Das Auszeichnungslogo ist auf allen von DiSa-gesicherten Produkten zu finden. Es informiert darüber, dass es sich nicht lohnt, ein solches Produkt mitzunehmen, ohne zu bezahlen. [www.digital-safety.de](http://www.digital-safety.de)



Emailschild von ca. 1920

### 21. Reklame-Börse in München-Pasing

► **Am 19. Oktober** findet wieder von zehn bis 16 Uhr die alljährliche Reklame-Börse in München statt (Pasinger Fabrik, S-Bahnhof Pasing) statt – veranstaltet vom ehemaligen Verlagsmarketingmanager **Hermann Witte-mann**. Über 10.000 historische Reklameobjekte, auch aus der Radio- und Elektrobranche, werden dort zu bestaunen sein.