

# Discounter stoßen an Wachstumsgrenzen

Kronberg. Nach dem Siegeszug der vergangenen Jahre stoßen Deutschlands Discounter an Wachstumsgrenzen. Das Expansionstempo der Billig-anbieter sei 2007 drastisch gesunken. Marktführer Aldi habe sogar erstmals in der Unternehmensgeschichte Umsatzeinbußen auf dem Heimatmarkt hinnehmen müssen, berichteten die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) und die Unternehmensberatung Accenture in einer am Montag in Kronberg veröffentlichten Studie. Die Wachstumsschwäche der Discounter hat der Studie zufolge zwei Gründe. Zum einen lassen sich kaum noch neue Kunden gewinnen: Schon heute kaufen 98 Prozent der Verbraucher mehr oder weniger regelmäßig bei Billiganbietern. Dazu komme die demographische Entwicklung. Als Discount-stammkunden gelten vor allem junge Familien. Doch deren Anteil an der Bevölkerung wird bis 2020 von derzeit 31 auf 28 Prozent sinken. Das Geschäft der Discounter werde durch die wachsende Marktsättigung immer schwieriger, betonten die Forscher in ihrer Studie. Seit 2003 sei der Quadratmeterumsatz der Discounter um 8,1 Prozent auf 3648 Euro gesunken. (AP/jW)

<https://www.jungewelt.de/artikel/107808.discounter-stoßen-an-wachstumsgrenzen.html>