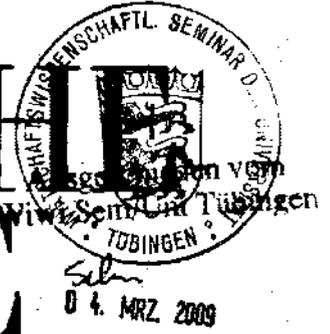


STATISTISCHE BERICHTE



ZG 43

Herausgeber: Statistisches Bundesamt / Wiesbaden

Arb.-Nr. V/23/64

Erschienen am 10. Februar 1960

Signatur ZS 1
3 F 3 I K C

Die Umsätze des Einzelhandels im Jahr 1959

Nachdruck - auch auszugsweise -
nur mit Quellenangabe gestattet.

Die Umsätze des Einzelhandels im Jahr 1959

Nach den bisher vorliegenden Ergebnissen der repräsentativen Einzelhandelsstatistik lagen die Umsatzwerte des Einzelhandels im Bundesgebiet (ohne Saarland und Berlin) 1959 um 5 vH höher als 1958. Das bedeutet, daß sich der Umsatz des Einzelhandels, der nach der Umsatzsteuerstatistik 1958 im Bundesgebiet (ebenfalls ohne Saarland und Berlin) 66,7 Mrd. DM betrug, um fast 3,5 Mrd. DM auf etwa 70 Mrd. DM erhöht hat. Dabei sind allerdings die Umsätze der von Einzelhandelsunternehmen mit Sitz in Berlin (West) im Bundesgebiet betriebenen Niederlassungen nicht berücksichtigt. Die Zuwachsrate gegenüber dem Vorjahr liegt ebenso hoch wie 1958. Schaltet man die Preisveränderungen aus, so ergibt sich für 1959 eine Umsatzsteigerung um 4 vH, während sie 1958 3 vH betrug. Die Umsätze des Einzelhandels insgesamt sind also 1959 wertmäßig etwa ebenso stark wie 1958, mengenmäßig sogar etwas stärker als 1958 gestiegen.

In den einzelnen Warenbereichen und Zweigen war die Entwicklung der Umsätze allerdings wieder unterschiedlich. Von den vier großen Warenbereichen erzielte der Einzelhandel mit Nahrungs- und Genußmitteln, mit Hausrat und Wohnbedarf sowie mit "Sonstigen Waren" einen wertmäßigen Zuwachs um je 6 vH. Für den Einzelhandel mit Bekleidung, Wäsche und Schuhen dagegen ergab sich nur eine Zuwachsrate von 2 vH.

Betrachtet man die Entwicklung der Zuwachsraten für mehrere Jahre, so deuten sich gewisse Umschichtungen in den Verbrauchsgewohnheiten an, selbst wenn man in Rechnung stellt, daß die Preise sich in den einzelnen

Zu- (+) bzw. Abnahme (-) gegenüber dem jeweiligen Vorjahrsabschnitt
vH

Warenbereich	Jahr 1959		1. Halbjahr 1959		Jahr 1958		Jahr 1957	
	wert- mäßig	preisbe- reinigt	wert- mäßig	preisbe- reinigt	wert- mäßig	preisbe- reinigt	wert- mäßig	preisbe- reinigt
Nahrungs- und Genußmittel	+ 6	+ 4	+ 3	+ 3	+ 5	+ 4	+ 7	+ 6
Bekleidung, Wäsche, Schuhe	+ 2	+ 3	+ 2	+ 3	+ 1	- 2	+ 9	+ 5
Hausrat und Wohnbedarf	+ 6	+ 6	+ 4	+ 4	+ 6	+ 4	+ 10	+ 5
Sonstige Waren	+ 6	+ 5	+ 5	+ 5	+ 7	+ 5	+ 8	+ 5
Einzelhandel insgesamt	+ 5	+ 4	+ 3	+ 4	+ 5	+ 3	+ 8	+ 5
darunter: Textilwaren	+ 2	+ 4	+ 1	+ 2	+ 1	- 2	+ 9	+ 5

Bereichen unterschiedlich entwickelt haben. So lag zum Beispiel die Zuwachsrate im Einzelhandel mit Hausrat und Wohnbedarf 1957 und 1958 über derjenigen im Einzelhandel mit Nahrungs- und Genußmitteln, während sie 1959 von dieser eingeholt wurde.

Es ist auch darauf hinzuweisen, daß der Einzelhandel mit Bekleidung, Wäsche und Schuhen, der 1958 eine Zuwachsrate von nur knapp 1 vH erreichte, im abgelaufenen Jahr seine Umsatzwerte um mehr als 2 vH gegenüber 1958 erhöhen konnte. Die preisbereinigten Umsätze, die 1958 um 2 vH hinter dem Vorjahr zurückblieben, übertrafen 1959 das Vorjahrsergebnis um 3 vH.

Die Aufwärtsbewegung der Umsätze vollzog sich, vom Einzelhandel mit Bekleidung, Wäsche und Schuhen abgesehen, vornehmlich in der zweiten Hälfte des Jahres 1959. Für den Einzelhandel insgesamt ergab sich im ersten Halbjahr für die Umsatzwerte eine Zuwachsrate von 3 vH, die sich, vor allem infolge der Umsatzsteigerung in den Warenbereichen Nahrungs- und Genußmittel und Hausrat und Wohnbedarf, im zweiten Halbjahr so erhöhte, daß sie für das Gesamtjahr 1959 schließlich 5 vH erreichte.

Hierzu ist zu bemerken, daß die erhöhten Umsatzwerte im Warenbereich Nahrungs- und Genußmittel zum Teil auch auf die insbesondere seit dem Sommer 1959 gestiegenen Preise zurückzuführen sind. Wie die Tabelle zeigt, vermindert sich die Zuwachsrate für das Jahr 1959 gegenüber 1958 von 6 vH auf 4 vH, wenn man statt der jeweiligen Werte die preisbereinigten Umsätze zugrunde legt.

Weitere Unterschiede werden erkennbar, wenn man die Umsatzentwicklung in den einzelnen Geschäftszweigen verfolgt. So ist z.B. im Einzelhandel mit Milch und Milcherzeugnissen die Zuwachsrate 1959 (5 vH) gegenüber der des Vorjahres (3 vH) stärker gestiegen als im Einzelhandel mit Lebensmitteln aller Art und in der gesamten Warengruppe (6 vH gegenüber 5 vH).

Charakteristisch für die Umsatzentwicklung des Einzelhandels im Jahr 1959 ist die wiederbelebte Nachfrage nach Textilien und Bekleidungsgegenständen. 1958 hatten die Geschäftszweige Textilwaren aller Art sowie Oberbekleidung einen Umsatzrückgang gegenüber dem Vorjahr zu verzeichnen (- 2vH). 1959 setzten sie ebensoviel um wie 1958. Die Umsätze des Einzelhandels mit Meterwaren, die 1958 ebenfalls etwas niedriger gelegen hatten als 1957 (- 1 vH), nahmen 1959 gegenüber 1958 um 2 vH zu. Ebenso hoch war die Zuwachsrate im Einzelhandel mit Wirk-, Strick- und Kurzwaren, der 1958 seinen Umsatz gegenüber 1957 gehalten hatte. Der Einzelhandel mit Schuhwaren konnte die Zuwachsrate seiner wertmäßigen Umsätze von 3 vH im

Zu- (+) bzw. Abnahme (-) der Umsatzwerte
gegenüber dem jeweiligen Vorjahr

vH

Geschäftszweig	1959 gegen 1958	1958 gegen 1957	1957 gegen 1956
Lebensmittel aller Art	+ 6	+ 5	+ 7
Obst, Gemüse, Südfrüchte	+ 3	+ 3	+ 10
Milch und Milcherzeugnisse	+ 5	+ 3	+ 7
Textilwaren aller Art	0	- 2	+ 7
Meterwaren	+ 2	- 1	+ 11
Wirk-, Strick- und Kurzwaren	+ 2	0	+ 4
Oberbekleidung	0	- 2	+ 8
Schuhwaren	+ 4	+ 3	+ 9
Eisenwaren und Küchengeräte	+ 7	+ 8	+ 7
Beleuchtungs- und Elektrogeräte	+ 6	+ 9	+ 9
Rundfunk-, Fernseh-, Phonoartikel	+ 3	+ 13	+ 14
Teppiche und Gardinen	+ 5	+ 4	+ 9
Galanterie- und Lederwaren	+ 2	+ 2	+ 8
Uhren, Gold- und Silberwaren	+ 5	+ 6	+ 9
Seifen, Bürsten, Parfümerieartikel	+ 12	+ 10	+ 13
Landmaschinen und Geräte	+ 9	+ 18	+ 6
Büromaschinen und Büromöbel	+ 7	+ 2	+ 5
Fahrräder, Krafträder und Zubehör	+ 9	+ 6	+ 2
Kraftwagen und Zubehör	+ 14	+ 19	+ 8
Brennmaterial	- 5	0	- 3

Jahr 1958 auf 4 vH erhöhen.

Die Umsatzentwicklung im Einzelhandel mit Hausrat und Wohnbedarf war in den letzten Jahren durch das starke Interesse für größere Haushaltsmaschinen, Rundfunk-, Fernseh- und Phonoartikel und Elektrogeräte aller Art gekennzeichnet. Auf dieses Interesse war es vor allem zurückzuführen, daß die Zuwachsraten seiner Umsätze über dem Durchschnitt des gesamten Einzelhandels lagen. Das Wachstumstempo verlangsamte sich in diesem Warenbereich im ersten Halbjahr 1959. Im zweiten Halbjahr trat eine gewisse Belebung ein, so daß die Zuwachsraten in diesem Warenbereich ähnlich wie im Jahr 1958

über den Durchschnitt des gesamten Einzelhandels hinaus kam. Im Jahr 1957 hatte sie noch deutlich darüber gelegen. Es darf jedoch nicht übersehen werden, daß die Preisbindung gerade in diesem Warenbereich z.T. recht unterschiedlich gehandhabt worden ist, mit dem Ergebnis, daß die vom Verbraucher gezahlten Preise vielfach zurückgingen. Genaue Unterlagen hierüber stehen zwar nicht zur Verfügung, doch wird man annehmen können, daß die Mengenumsätze stärker gestiegen sind als die der Tabelle zugrunde liegenden Umsatzwerte.

Sieht man hiervon einmal ab, so ist festzustellen, daß die Umsatzwerte in drei Zweigen dieses Warenbereichs, nämlich im Einzelhandel mit Eisenwaren und Küchengeräten, mit Beleuchtungs- und Elektrogeräten und mit Rundfunk-, Fernseh- und Phonoartikeln 1959 gegenüber dem Vorjahr weniger stark zugenommen haben als 1958, daß die Zuwachsrate aber im Einzelhandel mit Teppichen und Gardinen 1959 etwas über derjenigen von 1958 lag.

Der Einzelhandel mit "Sonstigen Waren" setzt sich aus einer ganzen Reihe sehr verschiedenartiger Geschäftszweige zusammen. Dementsprechend ist das Bild, das sich in diesen Zweigen ergibt, recht unterschiedlich. Im Einzelhandel mit Galanterie- und Lederwaren ergab sich 1959 die gleiche Zuwachsrate wie 1958 (2 vH). 1957 hatte sie bei 8 vH gelegen. Auch im Einzelhandel mit Uhren, Gold- und Silberwaren scheint das Wachstumstempo sich zu verlangsamen. Die Zuwachsrate ist hier von 9 vH im Jahr 1957 über 6 vH 1958 auf 5 vH gesunken. Im Einzelhandel mit Seifen, Bürsten und Parfümerieartikeln verharren die Zuwachsraten schon seit Jahren auf einem bemerkenswert hohen Niveau; von 13 vH im Jahr 1957 schwächte sich der Umsatzanstieg 1958 leicht auf 10 vH ab und erreichte 1959 wieder 12 vH. Im Einzelhandel mit Landmaschinen und Geräten ist, wie zu erwarten war, auf die außergewöhnlich hohe Zuwachsrate des Vorjahres (18 vH) ein gewisser Rückschlag auf 9 vH erfolgt, doch liegt auch diese Zuwachsrate auf einem beachtlich hohen Niveau.

Im Einzelhandel mit Büromaschinen und Büromöbeln, dessen Umsätze 1958 nur leicht über denjenigen des Jahres 1957 gelegen hatten (+ 2 vH), war 1959 eine deutliche Erhöhung zu verzeichnen (+ 7 vH).

Der Einzelhandel mit Fahrrädern, Krafträdern und Zubehör hatte in den Jahren 1955 bis 1957 nur wenig an der allgemeinen wirtschaftlichen Aufwärtsentwicklung teilgenommen. Sein Jahresumsatz lag 1957 nur etwa 13 vH über dem Stand von 1954, während der Umsatz des gesamten Einzelhandels in der gleichen Zeit um mehr als ein Drittel zugenommen hatte. Schon 1958 trat in diesem Geschäftszweig eine fühlbare Belebung ein, die sich

1959 weiter fortsetzte mit dem Ergebnis, daß der Zuwachs seiner Umsatzwerte in diesem Jahr mit 9 vH beträchtlich über dem Einzelhandelsdurchschnitt liegt.

Der Einzelhandel mit Kraftwagen und Zubehör steht zwar mit einer Zunahme seiner Umsatzwerte um 14 vH 1959 ebenso an der Spitze aller in der Tabelle berücksichtigten Einzelhandelszweige wie 1958, jedoch ist das Ausmaß seines Umsatzwachstums (14 vH gegenüber 19 vH) im Vergleich zum Vorjahr fühlbar zurückgegangen.

In allen bisher behandelten Zweigen des Einzelhandels lagen die Zuwachsraten der Umsatzwerte 1959 höher als 1958. Nur im Einzelhandel mit Brennmaterial ergibt sich ein anderes Bild. Hier blieben die Jahresumsätze 1959 um 5 vH unter denen von 1958, während sie 1958 noch etwa ebenso hoch waren wie 1957. In dieser Zahl spiegeln sich die Absatzschwierigkeiten wider, die für die Kohle seit längerer Zeit bestehen.

Von Monat zu Monat hat sich der Umsatz des Einzelhandels insgesamt und seiner vier Warenbereiche, wie die graphische Darstellung erkennen läßt, auch 1959 im allgemeinen in ähnlicher Weise entwickelt wie in den beiden Vorjahren. Kleinere Abweichungen, die hierbei auftreten, gehen darauf zurück, daß sich die kirchlichen Feiertage und damit auch die zu den Festen, insbesondere Ostern und Pfingsten, üblichen Einkäufe gegenüber den Vorjahren etwas verschoben haben.