

# STATISTISCHE BERICHTE



Ausgegeben am  
04. MRZ. 2009  
Wiw  
Sel

Herausgeber: Statistisches Bundesamt / Wiesbaden

Arb.-Nr. V/23/70

Erschienen am 2. August 1961

Signatur ZS 1
3F3 I j

Umsätze des Einzelhandels im 1. Halbjahr 1961

Nachdruck - auch auszugsweise -  
nur mit Quellenangabe gestattet.

Umsätze des Einzelhandels im 1. Halbjahr 1961

Die Umsätze der Einzelhandelsgeschäfte im Bundesgebiet ohne Berlin lagen im 1. Halbjahr 1961, wie aus den bisher vorliegenden Ergebnissen der monatlichen Repräsentativstatistik hervorgeht, zu jeweiligen Preisen um 9 vH und zu konstanten Preisen um 8 vH höher als im 1. Halbjahr 1960.

Zur Kennzeichnung des Umsatzbildes im Berichtszeitraum gehört außer der Feststellung, daß sich die konjunkturelle Belebung im Einzelhandel im gleichen Ausmaß wie im Jahre 1960 fortgesetzt hat, die Tatsache, daß sich die Umsatzschwerpunkte gegenüber 1960 etwas verlagert haben. Dies äußert sich darin, daß nicht mehr der Einzelhandel mit "Sonstigen Waren" die stärkste Umsatzausweitung zeigt, sondern daß der Einzelhandel mit Bekleidung, Wäsche und Schuhen, der bereits im 2. Halbjahr 1960 das gleiche Wachstumstempo erreichte wie der Bereich "Sonstige Waren", nunmehr aber an der Spitze liegt.

Zunahme (+) der Umsatzwerte gegenüber dem jeweiligen Vorjahrsabschnitt

vH

Warenbereich	1961		Jahr		1960		1. Halbjahr	
	1. Halbjahr		Jahr		2. Halbjahr		1. Halbjahr	
	je- wei- ligen	zu kon- stan- ten						
	Preisen							
Nahrungs- und Genußmittel	+ 6	+ 8	+ 6	+ 6	+ 4	+ 7	+ 8	+ 5
Bekleidung, Wäsche, Schuhe	+ 11	+ 8	+ 9	+ 8	+ 12	+ 10	+ 6	+ 4
Hausrat und Wohnbedarf	+ 10	+ 6	+ 8	+ 7	+ 9	+ 7	+ 7	+ 7
Sonstige Waren	+ 10	+ 7	+ 11	+ 10	+ 12	+ 10	+ 10	+ 9
Einzelhandel insgesamt	+ 9	+ 8	+ 9	+ 8	+ 9	+ 9	+ 8	+ 6
darunter: Textilwaren	+ 12	+ 9	+ 9	+ 8	+ 12	+ 10	+ 6	+ 6

In den einzelnen Warenbereichen ergibt sich für den Beobachtungszeitraum folgendes Bild: Im Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln (ohne Bäcker und Fleischer) blieb die Zuwachsrate der Umsätze (+ 6 vH) unverändert gegenüber dem gesamten Jahr 1960, wenn man die Umsätze zu jeweiligen Preisen rechnet. Betrachtet man aber die Umsatzentwicklung unter Ausschaltung der Preiseinflüsse, so kann man feststellen, daß sich die Steigerungsrate von 6 vH auf 8 vH erhöht hat.

Der Einzelhandel mit Bekleidung, Wäsche und Schuhen setzte zu jeweiligen Preisen um 11 vH und zu konstanten Preisen um 8 vH mehr um als im 1. Halbjahr 1960. Die damit erzielte höchste Umsatzsteigerung innerhalb der Warenbereiche liegt zwar um 1 Punkt unter der Steigerungsrate des 2. Halbjahres 1960. Dieses Nachlassen ist aber fast ausschließlich auf den Schuhwareneinzelhandel zurückzuführen, dessen Umsätze im bisherigen Ablauf des Jahres 1961 weit weniger zunahm als bei den übrigen Branchen dieses Bereichs. Der Textilwareneinzelhandel allein, also die Fachgeschäfte und die Textilwarenabteilungen der Warenhäuser sowie der Versandgeschäfte, erreichte im Berichtszeitraum mit einer Zunahme um 12 vH die gleiche Umsatzsteigerung wie im 2. Halbjahr 1960.

Der Einzelhandel mit Hausrat und Wohnbedarf setzte im 1. Halbjahr 1961 um 10 vH mehr um, wenn man die jeweiligen Preise zugrunde legt. Das relative Ausmaß des Umsatzwachstums hat sich somit gegenüber 1960 (+ 8 vH) etwas erhöht, wobei allerdings auch die seit Herbst vorigen Jahres zu beobachtende stärkere Tendenz zur Preiserhöhung mit zu berücksichtigen ist. Zu konstanten Preisen gerechnet, beläuft sich die Zunahme auf 6 vH.

Die gleiche Höhe der Zuwachsrate wie beim Einzelhandel mit Hausrat und Wohnbedarf ergibt sich beim Einzelhandel mit "Sonstigen Waren", der dem Wert nach um 10 vH mehr umsetzte. Nach Ausschaltung der Preiseinflüsse beträgt die Erhöhung gegenüber dem 1. Halbjahr 1960 7 vH.

Wenn man die Umsatzentwicklung in den einzelnen Geschäftszweigen näher untersucht, dann stellt man fest, daß in den Geschäftszweigen des Einzelhandels mit Nahrungs- und Genussmitteln das Umsatzwachstum vorwiegend in ähnlichem Umfang weiter gestiegen ist wie im 2. Halbjahr 1960. Aber im Geschäftszweig Obst und Gemüse treten bemerkenswerte Veränderungen gegenüber diesem Zeitraum und noch stärker gegenüber dem 1. Halbjahr 1960 zutage, wenn man die wertmäßigen Umsatzveränderungen von - 1 vH (1. Halbjahr 1961), - 7 vH (2. Halbjahr 1960) und + 11 vH (1. Hj. 1960) nebeneinander stellt. Hinter diesen Angaben stehen jedoch stärkere Preisveränderungen. Nach Ausschaltung dieser Einflüsse ergibt sich, daß im 1. Halb-

Zu-(+) bzw. Abnahme (-) der Umsatzwerte<sup>1)</sup> in den  
Geschäftszweigen gegenüber dem jeweiligen  
Vorjahrsabschnitt

vH

Geschäftszweig	1961.	1960	
	1. Halbjahr	2. Halbjahr	1. Halbjahr
Lebensmittel aller Art	+ 6	+ 5	+ 8
Obst, Gemüse, Südfrüchte	- 1	- 7	+ 11
Fische und Fischwaren	+ 6	+ 11	+ 6
Milch und Milcherzeugnisse	+ 5	0	+ 3
Schokolade und Süßwaren	+ 7	+ 9	+ 5
Wein und Spirituosen	+ 7	+ 7	+ 8
Tabakwaren	+ 8	+ 7	+ 4
Konsumgenossenschaften	+ 5	+ 4	+ 8
Gemischtwarengeschäfte	+ 7	+ 7	+ 6
Oberbekleidung	+ 17	+ 17	+ 5
Textilwaren aller Art	+ 9	+ 9	+ 3
Meterwaren	+ 4	+ 2	+ 3
Wäsche und Bettwaren	+ 10	+ 9	+ 5
Wirk-, Strick- und Kurzwaren	+ 6	+ 7	+ 5
Herrenartikel, Hüte, Schirme	+ 21	+ 23	+ 6
Schuhwaren	+ 4	+ 16	+ 5
Eisenwaren und Küchengeräte	+ 9	+ 10	+ 7
Porzellan und Glaswaren	+ 12	+ 11	+ 5
Beleuchtungs- und Elektrogeräte	+ 8	+ 6	+ 6
Rundfunk-, Fernseh-, Phonoartikel	+ 11	+ 5	- 2
Möbel	+ 7	+ 6	+ 4
Teppiche und Gardinen	+ 8	+ 9	+ 10
Bücher	+ 10	+ 12	+ 5
Papier- und Schreibwaren	+ 13	+ 11	+ 8
Galanterie- und Lederwaren	+ 12	+ 16	+ 4
Uhren, Gold- und Silberwaren	+ 12	+ 16	+ 9
Apotheken	+ 5	+ 6	+ 6
Drogerien	+ 10	+ 8	+ 5
Farben und Anstrichbedarf	+ 11	+ 4	+ 3
Seifen, Bürsten, Parfümerieartikel	+ 14	+ 13	+ 10
Photo und Optik	+ 12	+ 8	+ 2
Landmaschinen und Geräte	+ 25	+ 22	0
Nähmaschinen und Zubehör	+ 1	+ 3	+ 4
Büromaschinen und Büromöbel	+ 11	+ 15	+ 16
Fahrräder, Krafträder und Zubehör	0	+ 6	+ 5
Kraftwagen und Zubehör	+ 11	+ 15	+ 20
Blumen	+ 8	+ 8	+ 10
Brennmaterial	+ 4	+ 9	+ 5

1) Umsatzwerte zu jeweiligen Preisen  
jahr 1961 um 25 vH und im 2. Halbjahr 1960 um 10 vH mehr, dagegen im 1. Halb-  
jahr 1960 um 10 vH weniger abgesetzt wurde als zur jeweiligen Zeitspanne  
des Vorjahres.

Im Einzelhandel mit Bekleidung, Wäsche und Schuhen ist charakteristisch für die Umsatzsituation im 1. Halbjahr 1961, daß die Unterschiede im Ausmaß der Umsatzbelegung - Rückgänge sind nicht zu verzeichnen - innerhalb der Geschäftszweige recht erheblich sind. Dabei fällt auf, daß sich insbesondere bei den Branchen des Textilwareneinzelhandels die Steigerungsraten gegenüber dem 2. Halbjahr 1960 im allgemeinen nur wenig verändert haben. An der Spitze liegt weiterhin der Geschäftszweig Herrenartikel (+ 21 vH), dessen Umsatzzunahme allerdings etwas abgeschwächt ist gegenüber dem 2. Halbjahr 1960 (+ 23 vH). Wie bereits angedeutet, ist beim Schuhwareneinzelhandel eine deutliche Verlangsamung im Umsatzwachstum eingetreten. Die Steigerungsquote fiel von 16 vH im 2. Halbjahr 1960 auf 4 vH im 1. Halbjahr 1961.

In den Geschäftszweigen des Einzelhandels mit Hausrat und Wohnbedarf haben sich die Steigerungssätze gegenüber dem 2. Halbjahr 1960 vorwiegend leicht erhöht. Die Fachgeschäfte für Rundfunk-, Fernseh- und Phonokartikel, die damals eine Umsatzzunahme um 5 vH erzielten, haben im 1. Halbjahr 1961 ihre Umsätze - wohl im Zusammenhang mit der am 1. Juni d.J. erfolgten Einführung des 2. Fernsehprogramms - sogar um 11 vH gegenüber dem 1. Halbjahr 1960 gesteigert.

Bei den übrigen Geschäftszweigen zeigten sich einige wesentliche Veränderungen in dem Ausmaß der Umsatzsteigerung. Wenn auch im allgemeinen weiterhin ein verhältnismäßig starkes Umsatzwachstum festzustellen ist, so ist doch unverkennbar, daß einige Verschiebungen im Verbrauch eingetreten sind. Die Geschäftszweige, die vorwiegend Geschenk- und Luxusartikel führen, wie Galanterie- und Lederwaren sowie Uhren, Gold- und Silberwaren, erzielten mit einer Zunahme von 12 vH gegenüber dem 1. Halbjahr 1960 eine recht bemerkenswerte Umsatzsteigerung. Gemessen an der Wachstumsrate im 2. Halbjahr 1960 (+ 16 vH), bedeutet dies jedoch eine gewisse Verlangsamung. Die gleiche Tendenz zeigt sich noch deutlicher beim Einzelhandel mit Kraftwagen (+ 11 gegenüber + 15 vH im 2. Halbjahr 1960), mit Büromaschinen (+ 11 gegenüber ebenfalls + 15 vH) und mit Brennmaterial (+ 4 gegenüber + 9 vH).

Im Gegensatz zu den vorgenannten Geschäftszweigen hat sich die Umsatz-tätigkeit recht bemerkenswert erhöht bei den Photogeschäften (von 8 auf 12 vH), den Farbenhandlungen (von 4 auf 11 vH) und beim Landmaschinen-einzelhandel (von 22 auf 25 vH).