

# STATISTISCHE BERICHTE



Herausgeber: Statistisches Bundesamt / Wiesbaden

Arb.-Nr. V/23/73

Erschienen am 13. Februar 1962

Signatur ZS 1
3 F 3 IAC

0 4. MRZ. 2309

Sch



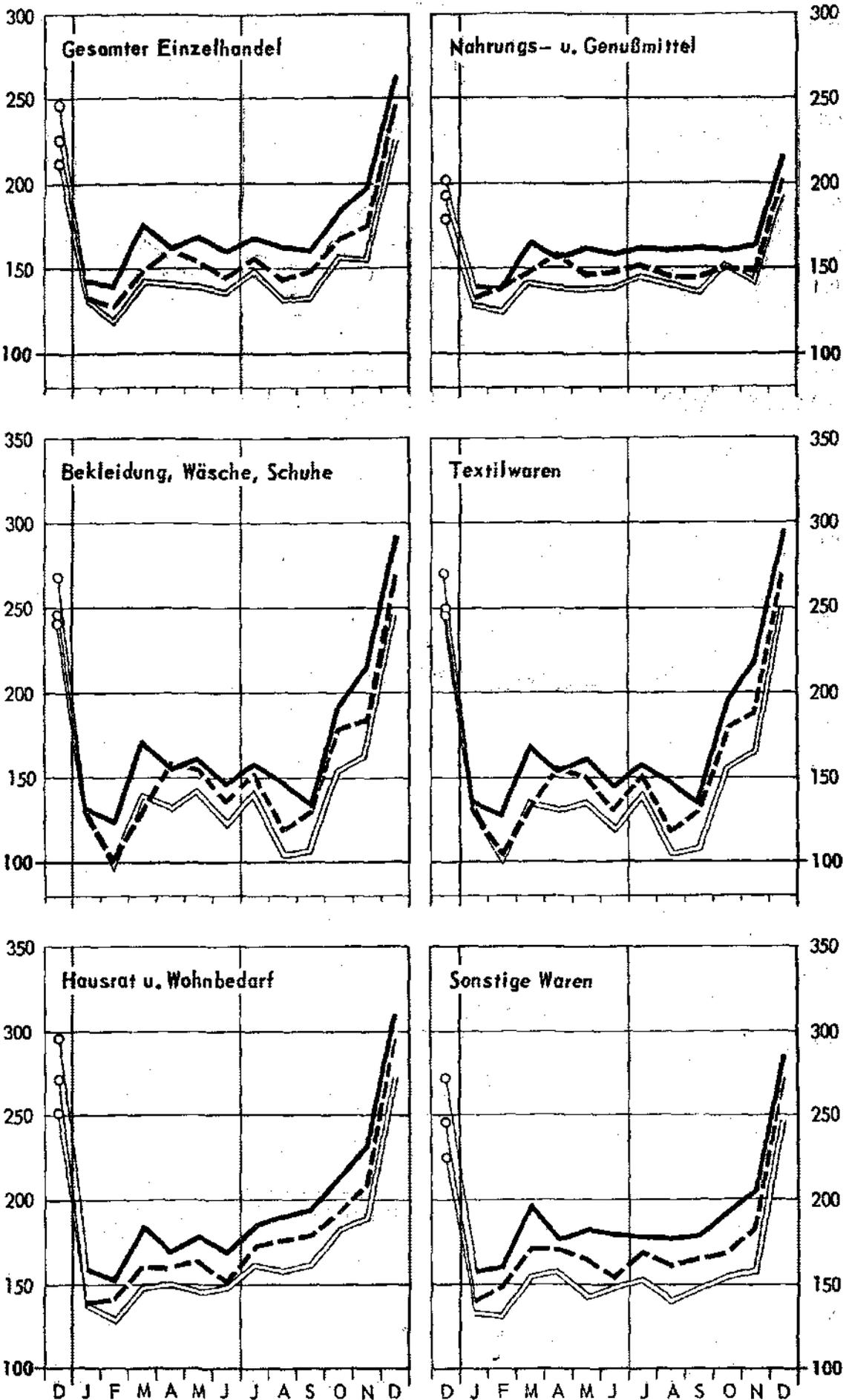
Umsätze des Einzelhandels 1961

Nachdruck - auch auszugsweise -  
nur mit Quellenangabe gestattet.

# UMSATZWERTE IM EINZELHANDEL

D 1954=100

==== 1959    - - - - 1960    ——— 1961



## Umsätze des Einzelhandels 1961

Nach den Ergebnissen der Repräsentativstatistik des Einzelhandels (Schnellstatistik) lagen die Umsätze der Einzelhandelsgeschäfte im Bundesgebiet ohne Berlin im Jahr 1961 zu jeweiligen Preisen um 10 % höher als 1960. Das bedeutet, daß in diesem Geschäftsbereich der Umsatz, der sich nach der Umsatzsteuerstatistik 1960 auf etwas über 82 Mrd. DM belief, um etwa 8 Mrd. DM auf rd. 90 Milliarden DM im Jahr 1961 gestiegen ist.

Wenn man bedenkt, daß die Einzelhandelsumsätze bereits im Jahr 1960 eine kräftige Aufwärtsentwicklung um 9 % zu verzeichnen hatten, so ist eine um weitere 10 % über diesen hohen Stand der Umsatztätigkeit hinausgreifende Erhöhung besonders bemerkenswert. Dies gilt allerdings in erster Linie für den Entwicklungsvergleich der Umsätze zu jeweiligen Preisen. Das Bild ändert sich etwas, wenn man die Preiseinflüsse ausschaltet. Dann liegen die Steigerungsraten 1961 und 1960 mit je 8 % auf gleicher Höhe. Dies ist darauf zurückzuführen, daß die Preisentwicklung im Einzelhandel 1961 einen stärkeren Auftrieb als 1960 erfahren hat, der sich im Durchschnitt des Jahres auf etwas über 2 % gegenüber 1960 beläuft. Die Preisenerhöhungen erfolgten vornehmlich in der zweiten Jahreshälfte.

Vergleicht man die Steigerungen der Umsätze zu jeweiligen Preisen in den einzelnen Warenbereichen, so ist auffallend, daß in den Bereichen Bekleidung, Wäsche und Schuhe, Sonstige Waren sowie Hausrat und Wohnbedarf nur geringe Intensitätsunterschiede im Wachstum auftreten. Die Umsätze lagen hier 1961 um 11, 10 bzw. 9 % über denen des Jahres 1960. Der Einzelhandel mit Nahrungs- und Genußmitteln (ohne Bäcker und Fleischer) folgte dagegen erst mit einigem Abstand; er erzielte eine Zunahme um 7 % gegenüber dem Vorjahr.

Zunahme gegenüber dem jeweiligen Vorjahr  
zu jeweiligen und konstanten Preisen  
%

Warenbereich	Jahr 1961		Jahr 1960		Jahr 1959	
	wert- mäßig	preis- berei- nigt	wert- mäßig	preis- berei- nigt	wert- mäßig	preis- berei- nigt
Nahrungs- und Genußmittel	7	6	6	6	6	4
Bekleidung, Wäsche, Schuhe	11	8	9	8	3	4
Hausrat und Wohnbedarf	9	5	8	7	6	7
Sonstige Waren	10	7	11	10	6	5
Einzelhandel insgesamt	<b>10</b>	<b>8</b>	9	8	5	4
darunter: Textilwaren	<b>12</b>	9	9	8	3	4

Bei der Gegenüberstellung der Zuwachsraten 1961 und 1960 (Umsätze zu jeweiligen Preisen gerechnet) ergibt sich in den drei Bereichen Nahrungs- und Genußmittel, Bekleidung, Wäsche und Schuhe sowie Hausrat und Wohnbedarf im Berichtsjahr eine Erhöhung des Wachstums um 1 bis 2 Punkte, während im Bereich Sonstige Waren die Zuwachsrate im Jahr 1961 um 1 Punkt niedriger liegt.

Im Einzelhandel mit Nahrungs- und Genußmitteln hat sich die Steigerungsquote der Umsätze von 6 % 1960 auf 7 % 1961 erhöht. In den letzten drei Jahren lassen die Zuwachsraten eine leicht ansteigende Tendenz erkennen. Dies wird besonders deutlich, wenn man in diesem Zeitraum die Ausweitung der Umsätze zu konstanten Preisen untersucht. Die jährlichen Steigerungssätze haben sich von 4 % im Jahre 1959 auf je 6 % 1960 und 1961 erhöht. Die Preisentwicklung in den Geschäften des Bereichs Nahrungs- und Genußmittel war im abgelaufenen Jahr leicht aufwärts gerichtet, wobei allerdings während der ersten Jahreshälfte 1961 der entsprechende Vorjahrsstand nicht erreicht wurde. Erst etwa ab August lagen die Verkaufspreise über denen der Vorjahrsmonate, so daß im Durchschnitt des Jahres 1961 das Preisniveau des Jahres 1960 etwa gehalten wurde.

In den Geschäftszweigen des Einzelhandels mit Nahrungs- und Genußmitteln haben sich einige bemerkenswerte Veränderungen ergeben, die auf gewisse Verbrauchs- und Sortimentumschichtungen hindeuten. In den Milchgeschäften stieg die Zuwachsrate der Umsätze von nur 2 % 1960 auf 6 % 1961. Erhöhte Kaufneigung ließ sich auch beim Einzelhandel mit Wein und Spirituosen feststellen. Nachdem diese Geschäfte bereits 1960 eine Umsatzerhöhung um 7 % gegenüber 1959 verzeichneten, stieg der Umsatz 1961 sogar um 8 %. Demgegenüber sank die Zuwachsrate bei den Schokoladengeschäften von 7 auf 5 %.

Im Einzelhandel mit Bekleidung, Wäsche und Schuhen setzte sich im Jahre 1961 die bereits 1960 beginnende Nachfragebelebung kräftig fort. Die Umsatzsteigerung um 11 %, die das Ausmaß der Aufwärtsentwicklung des gesamten Einzelhandels noch übertrifft, ist zudem die höchste dieses Bereiches in den letzten fünf Jahren. Allerdings geht ein gewisser Teil der Erhöhung auf das Konto der Preiseinflüsse. Betrachtet man die Steigerungssätze der Jahre 1961 und 1960 auf der Grundlage der Umsätze zu konstanten Preisen, so kommt man zu dem Ergebnis, daß die Wachstumsrate 1961 ebenso hoch wie 1960 (8 %) lag. Die Verkaufspreise haben sich in diesem Bereich im Laufe des Jahres 1961 allmählich erhöht und waren im Durchschnitt um 2 % höher als 1960.

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

Geschäftszweig	1961 gegen 1960	1960 gegen 1959	1959 gegen 1958
Lebensmittel aller Art	+ 7	+ 6	+ 6
Milch und Milcherzeugnisse	+ 6	+ 2	+ 5
Schokolade und Süßwaren	+ 5	+ 7	- 2
Wein und Spirituosen	+ 8	+ 7	+ 2
Textilwaren aller Art	+ 9	+ 6	- 1
Meterwaren	+ 5	+ 2	+ 2
Wäsche und Bettwaren	+ 9	+ 7	+ 1
Herrenartikel, Hüte, Schirme	+ 13	+ 16	0
Oberbekleidung	+ 16	+ 11	0
Schuhwaren	+ 5	+ 11	+ 6
Eisenwaren und Küchengeräte	+ 9	+ 9	+ 7
Beleuchtungs- und Elektrogeräte	+ 9	+ 6	+ 6
Rundfunk-, Fernseh-, Phonoartikel	+ 9	+ 2	+ 3
Möbel	+ 5	+ 6	0
Teppiche und Gardinen	+ 6	+ 10	+ 7
Galanterie- und Lederwaren	+ 9	+ 11	+ 2
Uhren, Gold- und Silberwaren	+ 12	+ 14	+ 5
Seifen, Bürsten, Parfümerieartikel	+ 14	+ 12	+ 11
Landmaschinen und Geräte	+ 17	+ 11	+ 10
Büromaschinen und Büromöbel	+ 9	+ 15	+ 8
Fahrräder, Krafträder und Zubehör	+ 2	+ 5	+ 9
Kraftwagen und Zubehör	+ 12	+ 18	+ 14
Brennmaterial	+ 5	+ 7	- 5
Warenhäuser und Kleinpreisgeschäfte	+ 13	+ 12	.
Versandhandel	+ 23	+ 27	.

Im Bekleidungseinzelhandel war die Absatzbelebung bei fast allen Geschäftszweigen deutlich zu erkennen. Bemerkenswert war vor allem die verstärkte Oberbekleidungskonjunktur. Im Jahr 1960 lagen die Fachgeschäfte dieser Branche - gemessen an der Höhe der Umsatzsteigerung - hinter den Herrenartikelgeschäften (16 % Steigerung) an zweiter Stelle mit einem Mehrumsatz von 11 %. Im Berichtsjahr dagegen erzielten sie einen Umsatzzuwachs um 16 % und rangierten damit an der Spitze vor den Geschäften für Herrenartikel, die 1961 um 13 % mehr verkauften. Auch in den übrigen Zweigen des Textilwareneinzelhandels lagen die Zuwachsraten 1961 über denen von 1960. So verbesserten die Geschäfte für Textilwaren aller Art ihre Steigerungsquote von 6 % (1960) auf 9 %. Bei den Meterwarengeschäften lauten die entsprechenden Veränderungen 2 bzw. 5 % und bei den Wäschegeschäften 7 bzw. 9 %.

Im Gegensatz hierzu ergab sich bei den Schuhwarengeschäften eine merkliche Verminderung des Umsatzwachstums. Sie erzielten 1961 eine Umsatzsteigerung um 5 %, die hinter der beträchtlichen Umsatzausweitung von 1960 (11 %) weit zurückblieb.

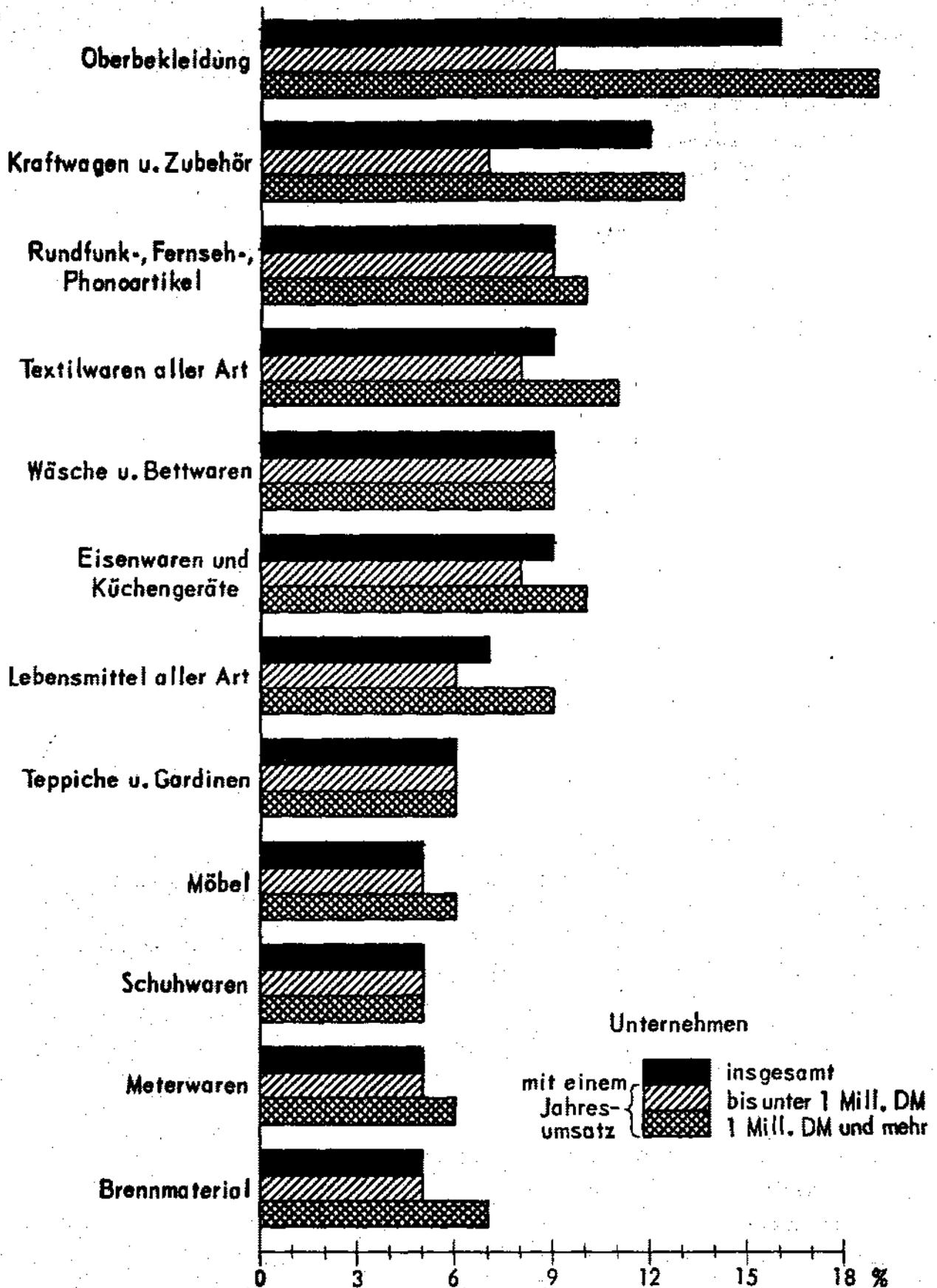
Im Einzelhandel mit Hausrat und Wohnbedarf war die Wachstumsrate 1961 mit 9 % etwas höher als 1960 (+ 8 %). Allerdings dürfen die Preiseinflüsse besonders hier nicht übersehen werden. Zu konstanten Preisen gerechnet, belief sich die Steigerung 1960 auf 7 %, während sie 1961 nur 5 % ausmachte. Die Preise, die sich zwischen Ende 1957 und Mitte 1960 so gut wie nicht verändert hatten, erhöhten sich seit Herbst 1960 allmählich und lagen im Durchschnitt des Jahres 1961 fast um 4 % höher als 1960.

In den Geschäftszweigen des Einzelhandels mit Hausrat und Wohnbedarf ergaben sich 1961 in einigen Fällen höhere prozentuale Umsatzsteigerungen als 1960. Der stärkste Unterschied war bei den Rundfunkgeschäften zu verzeichnen. Sie erzielten um 9 % höhere Umsätze als 1960. Dies dürfte wohl im Zusammenhang mit der Einführung des 2. Fernsehprogramms zu sehen sein. Im vorigen Jahr betrug die Zunahmerate nur 2 %. Ein erheblicher Anstieg der Umsätze zeigte sich auch bei den Elektrogeschäften, die 1961 um 9 % über dem Ergebnis von 1960 lagen. Bei dieser Umsatzbelebung dürfte in erster Linie das starke Kaufinteresse an größeren Haushaltsmaschinen (Wasch- und Bügelmaschinen sowie elektrischen Küchenmaschinen) entscheidend gewesen sein. Eine gegenüber 1960 unveränderte Wachstumsrate ergab sich bei den Geschäften für Eisenwaren und Küchengeräte (9 %). Nur bei den Möbel- sowie den Teppichgeschäften lag die Steigerungsrate mit 5 bzw. 6% niedriger als im Vorjahr (6 bzw. 10 %).

Im Einzelhandel mit Sonstigen Waren ergab sich 1961 insgesamt etwa die gleiche relative Zunahme der Umsatzwerte (10 %) wie 1960 (11 %). Schaltet man die Preisveränderungen aus, so kommt man zu einer Verlangsamung des Wachstums von 10 % (1960) auf 7 %. Durch den allmählichen Anstieg der Preise innerhalb des Jahres 1961 hat sich hier insgesamt gesehen das Preisniveau um rd. 3 % gegenüber 1960 erhöht.

Die Geschäftszweige des Einzelhandels mit Sonstigen Waren erzielten unterschiedliche Umsatzsteigerungen. Es ist jedoch zu beobachten, daß Geschäftszweige, deren Wachstumsraten 1961 niedriger ausfielen als 1960, in der Überzahl waren. Hieraus lassen sich gewisse Verschiebungen in der Verwendung der Einkommen erkennen. Der Einzelhandel mit Kraftwagen, dessen Umsatzsteigerung sowohl 1959 (+ 14 %) als auch 1960 (+ 18 %) innerhalb

**UMSATZWACHSTUM 1961 GEGENÜBER 1960  
NACH UMSATZGRÖSSENKLASSEN DER EINZELHANDELSUNTERNEHMEN**



dieses Bereichs jeweils an der Spitze lag, erzielte 1961 mit 12 % eine Zunahme, die zwar noch über derjenigen des gesamten Einzelhandels steht, aber von mehreren Geschäftszweigen erreicht bzw. übertroffen wurde. Langsameres Wachstum ist auch bei dem Einzelhandel mit Fahrrädern (von 5 auf 2 %), mit Büromaschinen (von 15 auf 9 %), mit Brennmateriale (von 7 auf 5 %), mit Uhren, Gold- und Silberwaren (von 14 auf 12 %) und mit Galanteriewaren (von 11 auf 9 %) zu beobachten. Der Einzelhandel mit Seifen, Bürsten und Parfümerieartikeln setzte um 14 % mehr um als 1960 und erhöhte damit wieder sein Umsatzwachstum, das 1960 bei 12 % lag. Der Einzelhandel mit Landmaschinen hielt mit einer Umsatzsteigerung um 17 % 1961 die Spitze. Gegenüber 1959 und 1960 bedeutet dies einen erheblichen Anstieg.

Die höchste Umsatzsteigerung unter den beobachteten Geschäftszweigen verzeichnete der Versandhandel mit warenhausähnlichem Sortiment. Er erreichte 1961 um 23 % höhere Umsätze als 1960. Vergleicht man diesen Steigerungssatz mit dem des Vorjahres (27 %), so ergibt sich allerdings eine leichte Abnahme des Wachstumstempos. Die Waren- und Kaufhäuser setzten 1961 um 13 % mehr ab als 1960 und verstärkten damit etwas ihre Umsatzzunahme gegenüber dem Vorjahr (12 %).

Im Umsatzverlauf von Monat zu Monat haben sich im gesamten Einzelhandel und in den hauptsächlichen Warenbereichen - wie aus der grafischen Darstellung ersichtlich ist - im allgemeinen keine wesentlichen Abweichungen gegenüber den Jahren 1960 und 1959 ergeben, wenn man von den kalendermäßigen Verschiebungen des Oster- und Pfingstgeschäftes abieht.

Zu der Darstellung der Umsatzentwicklung nach Umsatzgrößenklassen der Unternehmen ist zu bemerken, daß die Zuordnung der Unternehmen nach der Umsatzhöhe des vor dem Berichtsjahr liegenden Jahres erfolgt ist. In der Umsatzgrößenklasse bis unter 1 Mill. DM befinden sich 1961 also diejenigen Unternehmen, die 1960 weniger als 1 Mill. DM umsetzten und in der oberen Größenklasse die Unternehmen, deren Umsätze 1960 über dieser Grenze lagen. Bei der Wahl dieses Verfahrens war entscheidend, daß auf diesem Wege die Berücksichtigung struktureller Veränderungen im Einzelhandel - wie z.B. die Einbeziehung neu gegründeter Unternehmen, die Erfassung neuer Firmen als Ersatz für Ausfälle, die Umsetzung eines Unternehmens von einem Zweig oder einer Betriebsform in eine andere - leichter möglich ist als bei Zuordnung der Unternehmen zu der Größenklasse, die im Basisjahr in Betracht gekommen wäre. Damit würde in Kauf genommen, daß der Aussagewert der für die beiden Größenklassen über mehrere Jahre hinaus berechneten

Entwicklungsreihen dadurch etwas beeinträchtigt wird, daß durch die jährliche Umgruppierung der sich über die Millionengrenze hinaus entwickelnden Unternehmen die Umsatzsteigerung der kleineren Unternehmen unter Umständen etwas zu niedrig und die der größeren Unternehmen etwas zu hoch wiedergegeben wird. Dabei ist aber auch zu bedenken, daß Unternehmen, die im Basisjahr mehr als 1 Mill. DM umsetzten, im Laufe der Jahre unter diese Grenze absinken können. In gewissen Abständen sollen künftig Untersuchungen über das Ausmaß der Abweichungen angestellt werden, die sich nach dem einen und dem anderen Zuordnungsverfahren ergeben.

Wie aus dem Schaubild zum Umsatzwachstum nach Umsatzgrößenklassen zu entnehmen ist, haben in 6 von 12 ausgewählten Zweigen die größeren Unternehmen 1961 ihre Umsätze stärker erhöht als die kleineren. In den übrigen Branchen ergaben sich zwischen den beiden Größenklassen keine wesentlichen Unterschiede.

Die bereits an früherer Stelle<sup>1)</sup> angedeutete Tendenz, daß die kleineren Unternehmen 1961 den größeren gegenüber etwas "aufgeholt" haben, hat sich nach den bisher vorliegenden Ergebnissen im allgemeinen weiterhin fortgesetzt. Bemerkenswert hohe Zuwachsraten traten bei den größeren Unternehmen des Einzelhandels mit Oberbekleidung (19 %) und mit Kraftwagen (13 %) auf.

---

1) Vgl. "WiSta", 1961, Heft 10, S. 586 ff.