

STATISTISCHE BERICHTE

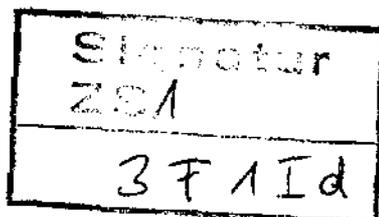
2643



Herausgeber: Statistisches Bundesamt / Wiesbaden

Arb.-Nr. V/23/58

Erschienen am 24. Januar 1958



Die Umsatzentwicklung im Großhandel
Schnellbericht für Dezember und das Jahr 1957

(6780)

Nachdruck - auch auszugsweise -
nur mit Quellenangabe gestattet.

Die Umsatzentwicklung im Großhandel des Bundesgebietes
im Dezember und im Jahr 1957

(ohne Ein- und Verkaufsvereinigungen)

Monatlicher Warenabsatz, nicht Zahlungseingang

Anzahl der Berichtsfirmen	Großhandelszweig	Veränderung der Umsatzwerte in vH			
		Dez. 57 gegen Nov. 57	Dez. 56 gegen Nov. 56	Dez. 57 gegen Dez. 56	Jahr 1957 gegen Jahr 1956
223	Lebensmittel	+ 2	- 12	+ 15	+ 8
200	Gemüse und Früchte	+ 10	+ 28	+ 10	+ 17
135	Süßwaren	- 14	- 15	+ 7	+ 8
162	Bier und alkoholfreie Getränke	+ 22	+ 35	+ 10	+ 18
221	Tabakwaren	+ 11	+ 13	+ 5	+ 8
293	Textilwaren	- 15	- 21	0	+ 7
	darunter:				
74	Tuche und Futterstoffe	- 21	- 25	- 8	+ 4
60	Meterware, Wäsche, Damenbekleidung	- 24	- 24	- 6	+ 8
159	Wirk-, Strick- und Kurzwaren	- 12	- 20	- 3	+ 7
73	Schuhe	0	- 17	+ 3	+ 9
163	Eisen und Stahl	- 13	- 11	+ 2	+ 5
234	Holz	- 19	- 21	0	+ 2
204	Baustoffe	- 26	- 18	- 8	- 2
108	Sanitärer Installationsbedarf	- 5	- 12	0	- 1
73	Werkzeuge, Beschlüge, Kleineisenwaren	- 7	- 10	+ 2	+ 2
84	Haus- und Küchengeräte, Öfen, Herde	- 2	- 24	- 12	+ 5
80	Hohlglas und Keramik	- 12	- 13	+ 6	+ 9
176	Elektrogeräte und Leitungsmaterial	+ 10	+ 4	+ 15	+ 11
67	Rundfunk-, Fernseh- und Phonoartikel	+ 4	+ 8	+ 26	+ 21
72	Farben, Lacke, Anstrichbedarf	- 19	- 21	- 3	+ 7
67	Arzneimittel, Drogen, Kosmetika	+ 6	+ 2	+ 15	+ 16
61	Schreib- und Papierwaren	- 13	- 14	+ 9	+ 10
227	Getreide, Futter- und Düngemittel	+ 9	- 12	+ 10	+ 5

Hinweis auf Sonderbericht:

Am 10.1.1958 ist der Statistische Bericht 7/23/53 "Die Lagerbestände des Großhandels Ende 1956" erschienen.

Bestellungen an Abteilung Z/3 des Statistischen Bundesamtes.

Die Dezemberumsätze

Die Umsatzentwicklung des Großhandels verlief vom November zum Dezember sowohl in der Richtung als auch im Ausmaß der Veränderungen im Rahmen der jahreszeitlichen Erwartungen. Hierbei standen - wie alljährlich um diese Zeit - Absatzminderungen auch Umsatzzunahmen gegenüber; letztere waren vor allem in denjenigen Branchen zu beobachten, für die das Weihnachtsgeschäft des Einzelhandels oder anderer Abnehmergruppen auch noch im Dezember von besonderer Bedeutung ist. Die im Dezember 1956 erzielten Absatzwerte wurden von der Mehrzahl der Fachzweige erreicht oder übertroffen.

Im Nahrungs- und Genußmittelbereich konnte der Lebensmittelgroßhandel wertmäßig um 15 vH mehr verkaufen als im vorjährigen Dezember mit seinem relativ niedrigen Umsatzniveau; 1956 hatte nämlich dieser Fachzweig vom November zum Dezember im Gegensatz zum mehrjährigen Durchschnitt einen beträchtlichen Rückgang der Umsätze zu verzeichnen (- 12 vH), während der Umsatzverlauf im Jahre 1957 in dieser Zeitspanne zum mindesten in der Richtung dem saisonüblichen Rhythmus entsprach (+ 2 vH). Die Zunahme der Umsätze der mit dem Weihnachtsgeschäft besonders in Zusammenhang stehenden Branchen dieses Bereiches (Früchtegroßhandel, Biergroßhandel, Tabakwarengroßhandel) gegenüber dem Monat November hielt sich in etwas engeren Grenzen als im Dezember des Vorjahres. Gemessen an den Verkäufen des Monats Dezember 1956, erhöhten sich die Umsätze dieser 3 Fachzweige um 5 bis 10 vH. Der Absatz des Süßwarengroßhandels, der sich saisonbedingt verminderte, lag im Berichtsmonat um 7 vH über dem entsprechenden Vorjahrsstand.

In den Textilwaren führenden Großhandelszweigen setzte sich die für die Wintermonate charakteristische Abwärtsbewegung der Umsätze - zum Teil in etwas geringeren Ausmaß als vom November zum Dezember des Jahres 1956 - auch im Dezember fort. Die Verkäufe blieben dabei ihren Wert nach im Großhandel mit Tuchen und Futterstoffen um 8 vH und im Großhandel mit Meterware, Wäsche und Damenbekleidung um 6 vH hinter den entsprechenden Vorjahrsumsätzen zurück. Infolge höherer Preise dürfte hier der Menge nach um 13 bzw. 11 vH weniger umgesetzt worden sein als vor Jahresfrist. Der Absatz des Großhandels mit Wirk-, Strick- und Kurzwaren lag wohl seinem Wert nach um 3 vH höher, der Menge nach jedoch um 2 vH niedriger als im Dezember 1956. Der Textilwarengroßhandel insgesamt setzte damit zu jeweiligen Preisen gerechnet ebensoviel, unter Berücksichtigung der Preiserhöhungen aber um rund 5 vH weniger um als im gleichen Vorjahrsmonat.

Vom Schuhgroßhandel wurde bei einem gegenüber November gleichbleibenden Umsatzniveau dem Wert nach um 3 vH mehr als im vorjährigen Dezember umgesetzt; mengenmäßig ergab sich hier ein etwa dem Vorjahrsstand entsprechendes Absatzniveau. Unter den sonstigen konsumorientierten Großhandelszweigen tritt insbesondere der Großhandel mit Rundfunk-, Fernseh- und Phonoartikeln hervor, der - wie bereits in den Vormonaten - eine über den prozentualen Absatzanstieg aller übrigen Branchen hinausgehende kräftige Umsatzausweitung gegenüber dem vergleichbaren Vorjahrsmonat erkennen läßt (+ 26 vH). Bemerkenswerte Umsatzzunahmen binnen Jahresfrist weisen innerhalb dieses Bereiches auch der Großhandel mit Arzneimitteln, Drogen und Kosmetika (+ 15 vH) sowie der Großhandel mit Haus- und Küchengeräten, Öfen und Herden (+ 12 vH) auf. Im Großhandel mit Schreib- und Papierwaren und im Großhandel mit Hohlglas und Keramik lagen die Umsätze um 9 bzw. 6 vH höher als im Monat Dezember 1956.

In den vorwiegend vom Investitionsgüterbedarf abhängigen Branchen war die Umsatzentwicklung mit einer Ausnahme (Elektrogroßhandel) saisonbedingt weiterhin rückläufig, wobei der Absatzrückgang teils stärker, teils schwächer als vom November zum Dezember 1956 zum Ausdruck kam. Die Absatzwerte des vorjährigen Dezember wurden hierbei vom Baustoffhandel um 8 vH sowie vom Großhandel mit Farben, Lacken und Anstrichbedarf um 3 vH unterschritten, während die übrigen Fachzweige dieses Bereiches entweder gleich hohe Umsätze (Holzhandel, Handel mit Sanitärem Installationsbedarf) oder höhere Umsätze (Eisen- und Stahlhandel sowie Großhandel mit Werkzeugen, Beschlagen und

Kleineisenwaren je + 2 vH) als vor Jahresfrist erzielen konnten. Im Elektrogroßhandel war der saisonale Anstieg der Verkäufe (+ 10 vH) kräftiger als im Vorjahr (+ 4 vH). Der Mehrabsatz gegenüber dem vergleichbaren Vorjahrsmonat erreichte bei diesem Großhandelszweig ein beachtliches Ausmaß (+ 15 vH).

Die Jahresumsätze 1957

Die Umsätze des Großhandels sind im Jahre 1957 im Zusammenhang mit den anhaltenden Wirtschaftsaufschwung fast allgemein weiterhin gestiegen. Das Tempo des Umsatzwachstums hat sich jedoch im Vergleich zu der Entwicklung im Jahre 1956 in der Mehrzahl der Fachzweige - teils bemerkenswert - verlangsamt. Während im Jahre 1956 vor allem die vom Bau- und Investitionsbedarf abhängigen Branchen die Zuwachsrate des Jahres 1955 nicht erreichten, ist 1957 auch in einigen Zweigen des Konsumgütergroßhandels eine deutliche Verlangsamung der Aufwärtsentwicklung der Umsätze festzustellen. Lediglich in 4 Branchen der an der Berichterstattung teilnehmenden Großhandelszweige (Früchtegroßhandel, Biergroßhandel, Holzhandel und Großhandel mit Arzneimitteln, Drogen und Kosmetika) lag die Ausweitung der Umsätze noch über dem im vorangegangenen Jahr erzielten Zuwachs.

Die entsprechenden Vorjahrswerte wurden vom Konsumgütergroßhandel in kräftigerem Ausmaß als vom Großhandel mit Investitionsgütern übertroffen. Beachtliche Umsatzzunahmen verzeichneten insbesondere der Großhandel mit Rundfunk-, Fernseh- und Phonoartikeln (+ 21 vH), der Biergroßhandel (+ 18 vH) sowie der Früchtegroßhandel (+ 17 vH). Die Verkäufe des Lebensmittelgroßhandels lagen um 8 vH und die des Textilwarengroßhandels um 7 vH über den Ergebnissen des Jahres 1956. In den übrigen konsumorientierten Großhandelszweigen ergaben sich Umsatzzunahmen von 4 bis 16 vH. Im Investitionsgüterbereich konnten lediglich vom Baustoffhandel und vom Handel mit Sanitärem Installationsbedarf die Vorjahrswerte nicht erreicht werden.

Bei der Beurteilung der Entwicklungsziffern ist zu beachten, daß in vielen Branchen die Preise im Jahresdurchschnitt 1957 höher lagen als 1956; mithin war die Zunahme der abgesetzten Mengen meist schwächer als der Anstieg der umgesetzten Werte; teilweise ging die Preiserhöhung noch über die prozentuale Steigerung der Umsatzwerte hinaus, so daß in diesen Fällen das Vorjahrsniveau der Menge nach unterschritten wurde.