

STATISTISCHE BERICHTE

Unverkäufliches
Freiexemplar



Herausgeber: Statistisches Bundesamt / Wiesbaden

Arb.-Nr. V/23/24

Erschienen am 23. April 1955

Die Umsatzentwicklung der Drogerien
und verwandter Geschäftszweige
seit 1950

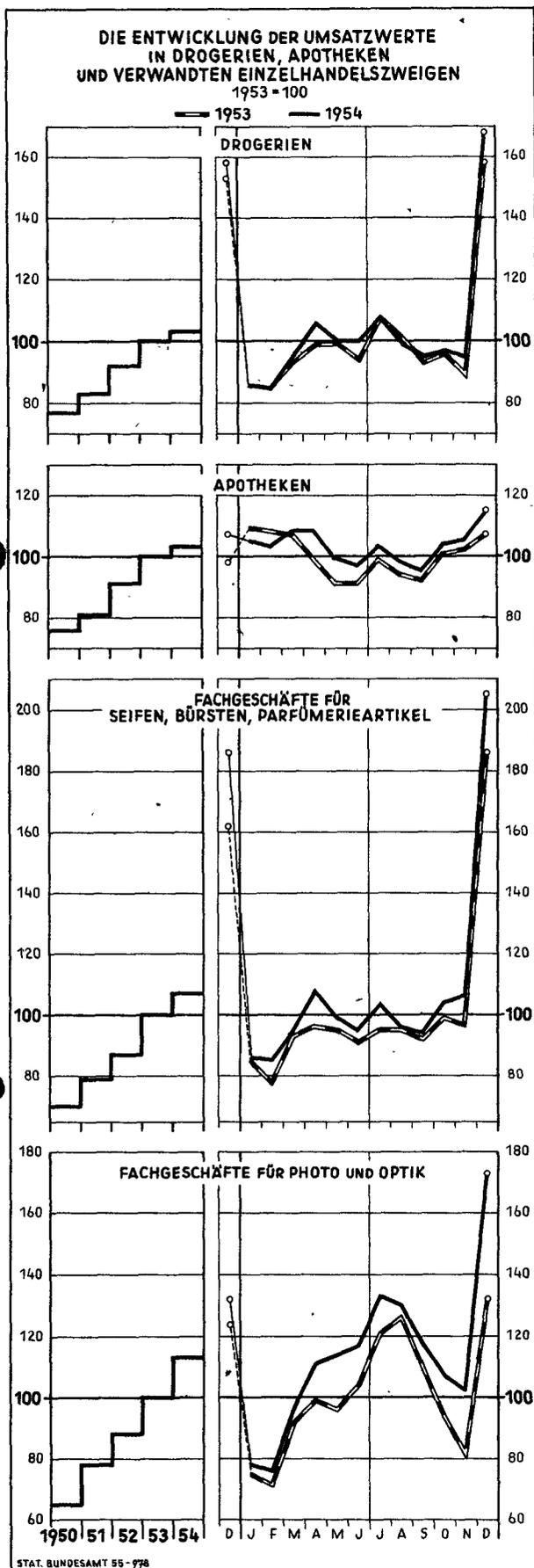
Nachdruck — auch auszugsweise — nur mit Quellenangabe gestattet

Die Umsatzentwicklung der Drogerien und verwandter Geschäftszweige seit 1950

In den Drogerien, zu deren Warenkreis in erster Linie technische Drogen, Arzneimittel, Artikel zur Krankenpflege sowie zur Körper- und Schönheitspflege und zuweilen Desinfektionsmittel, Anstrichbedarf, Photoartikel, hauswirtschaftliche Bedarfsartikel, diätetische Präparate und Nahrungs- und Genußmittel gehören, gibt es jeweils nach der Eigenart des Bedarfs des örtlichen Kundenkreises oder der besonderen Fachkenntnisse des Drogisten zum Teil erhebliche Unterschiede in der Zusammensetzung des Umsatzes von Betrieb zu Betrieb. Die städtischen Drogerien führen vielfach neben dem normalen Sortiment an Drogen und Chemikalien in stärkerem Umfang Artikel der Körper- und Schönheitspflege. Daneben gibt es Drogengeschäfte, die sich besonders mit dem Verkauf von Photoartikeln und der Anfertigung von photographischen Arbeiten befassen. Die Drogerien in ländlichen Gebieten oder Siedlungen führen im allgemeinen mehr landwirtschaftliche Bedarfsartikel, Düngemittel, Schädlingsbekämpfungsmittel sowie Farben und Anstrichbedarf als großstädtische Drogenhandlungen. Die Drogerien, die auch Nahrungs- und Genußmittel verkaufen, und zwar vornehmlich Waren höherer Gütegrade wie Nähr- und Kräftigungsmittel, sind sowohl in kleineren als auch in größeren Städten anzutreffen.

Die Darstellung der Umsatzentwicklung der Drogerien basiert auf den laufenden Meldungen von rund 650 Berichtsfirmen, unter denen alle Betriebstypen und Betriebsgrößen der Drogerien im gesamten Bundesgebiet vertreten sind. Über 40 vH der Berichtsbetriebe haben 3 oder 4 Beschäftigte. Auf die Betriebe mit 5 bis 9 Beschäftigten entfällt mehr als ein Viertel. Ebenso hoch ist der Anteil der Drogerien mit 1 und 2 Beschäftigten. 5 vH der an der Berichterstattung teilnehmenden Betriebe haben mehr als 10 Beschäftigte. Nach Umsatzgrößenklassen untergliedert hat der Berichtskreis etwa folgende Zusammensetzung: drei Viertel der Firmen, deren Anteil am Gesamtumsatz des Geschäftszweiges etwa 70 vH beträgt, haben Jahresumsätze zwischen 50 000 und 250 000 DM. Auf die Betriebe mit einem jährlichen Umsatz von über einer Viertelmillion DM kommt ungefähr ein Viertel. Diese Firmen konnten in den letzten Jahren ihr Verkaufsergebnis stärker erhöhen als die mittleren und kleineren Drogerien.

Den Drogerien in der Zusammensetzung des Warensortiments sehr nahe verwandt sind die Einzelhandelsspezialgeschäfte für Seifen, Bürsten, Parfümerieartikel sowie für Farben, Lacke, Anstrichbedarf. Bei den Drogerien



mit der Spezialisierung auf Photoartikel wird der Vergleich mit dem entsprechenden Einzelhandelsfachgeschäft dadurch etwas beeinträchtigt, daß zu dem betreffenden Geschäftszweig auch die Optikfachgeschäfte gerechnet werden. Bei den vorgenannten Geschäftszweigen stützt sich die Umsatzbeobachtung auf die laufenden Meldungen von rund 300 Seifengeschäften, von etwa 270 Farbengeschäften sowie von rund 400 Photo- und Optikgeschäften.

Hinzu kommt noch die Darstellung der Umsätze der Apotheken, von denen in der Repräsentativstatistik rund 500 Betriebe erfaßt werden.

Die Umsatzentwicklung von 1950 bis 1954

Die Drogerien konnten in der Zeit von 1950 bis 1953 ihren wertmäßigen Absatz von Jahr zu Jahr fast gleichmäßig um jeweils etwa 9 vH erhöhen. In diesem Zeitabschnitt hatte die jährliche Umsatzzunahme dieser Geschäfte ungefähr mit dem Wachstum des gesamten Einzelhandels Schritt gehalten. Im Jahr 1954 konnten die Drogerien um 3 vH mehr verkaufen als im Jahr vorher. Im gesamten Einzelhandel dagegen wurde das Vorjahrsergebnis um 7 vH übertroffen.

Das Preisniveau bei den Drogenhandlungen, das von 1950 bis zum Frühjahr 1952 um etwa 8 vH gestiegen war, ist von diesem Zeitpunkt an allmählich wieder zurückgegangen. Die im Jahre 1954 durchschnittlich gezahlten Preise lagen um knapp 4 vH höher als im Jahr 1950.

Die Apotheken hatten ungefähr die gleiche relative Steigerung der Jahresumsätze von 1950 bis 1954 wie die Drogerien. Beim Geschäftszweig Seifen, Bürsten, Parfümerieartikel lag der im Jahre 1954 erzielte Absatz um 7 vH über dem Ergebnis des Vorjahres. Damit hat sich auch bei diesen Geschäften die jährliche Wachstumsrate etwas verringert, nachdem die Umsatzwerte im Jahr 1951 um 12 vH, 1952 um 11 vH und 1953 um 15 vH höher als im jeweils entsprechenden Vorjahr gewesen waren. Die Fachgeschäfte für Photo und Optik konnten seit 1952 ihre Jahresumsätze gleichmäßig um je 13 vH erhöhen. Die Verkaufssteigerung im Jahr 1951 gegenüber 1950 war zwar noch größer; sie war jedoch zum großen Teil auch durch die damalige Preissteigerung bedingt. Das Preisniveau in den Geschäften für Seifen, Bürsten, Parfümerieartikel ist in den letzten zwei bis drei Jahren langsam gesunken. Daher ist die mengenmässige Umsatzentwicklung bei beiden Branchen noch günstiger zu beurteilen. Im Vergleich zum Verkaufsergebnis des Jahres 1950 lag der wertmässige Absatz des Jahres 1954 bei den Seifengeschäften um fast 55 vH und bei den Photogeschäften um fast 75 vH darüber.

Saisonverlauf

Die Drogerien und Seifengeschäfte stimmen im Umsatzablauf innerhalb des Jahres weitgehend überein. Bei ihnen liegen im 1. Quartal die niedrigsten und im 4. Quartal die höchsten Umsätze des Jahres. Der Februar ist bei beiden Geschäftszweigen der Monat, in dem am wenigsten verkauft wird. Auf den Weihnachtsmonat entfallen bei den Drogerien über 13 vH und bei den Seifenhandlungen fast 15 vH des gesamten Jahresabsatzes. Der durchschnittliche Monatsumsatz wird bei den Drogerien außer im Dezember nur im Juli überschritten. In dieser Zeit werden insbesondere Reise- und Badeartikel sowie Hautschutzmittel verkauft. Bei den Drogerien hatte im Saisonverlauf der Vorkriegszeit die Weihnachtsspitze einen geringeren Anteil am Jahresumsatz. Damals entfielen jedoch insbesondere auf die Monate Mai bis Juli höhere Quoten als in den Jahren nach 1950. Die Umsatzkurve der Seifengeschäfte zeigt im wesentlichen geringere Schwankungen von Monat zu Monat als bei den Drogerien. Bei der beträchtlichen Absatzsteigerung im Dezember wirkt sich nicht nur der übliche Verkauf von Weihnachtskerzen und Christbaumschmuck aus, sondern auch der Absatz an höherwertigen kosmetischen Artikeln, insbesondere zu Geschenkzwecken. Beim Saisonverlauf der Apotheken, der sich aus dem besonders gearteten Bedarf an Medikamenten bestimmt, ist charakteristisch, daß die beherr-

schende Umsatzspitze im Dezember fehlt, und daß im ersten Vierteljahr die höchsten Monatsumsätze des Jahres erzielt werden. Die Photo- und Optikgeschäfte, die im Januar und Februar am wenigsten verkaufen, erhöhen bis zum August allmählich ihre Monatsumsätze. Auf den Zeitausschnitt Juli bis September kommt übrigens - nach Quartalen gerechnet - der stärkste Anteil am Jahresverkaufsergebnis. Auf den Dezember entfallen 12 vH des Jahresumsatzes. Im Umsatzablauf innerhalb des Jahres ist bei den Photo- und Optikgeschäften die Auswirkung sowohl der Reisezeit, für die Photoapparate und Photobedarfsartikel gekauft werden, als auch der Geschenkeinkäufe zu Weihnachten zu erkennen.

Für den Saisonverlauf der Farbenhandelsgeschäfte ist es charakteristisch, daß die Monate mit den höchsten Umsätzen im 2. und 3. Vierteljahr liegen. Die Geschäfte, die in stärkerem Umfang gewerbliche Abnehmer wie Malerhandwerksbetriebe und kleine Einzelhandelsgeschäfte auf dem Land beliefern, verzeichnen bereits zu Beginn des Frühjahrs einen Umsatzhöhepunkt und haben keine Weihnachtsspitze, während die Farbenhandlungen mit vorwiegend privater Kundschaft im Mai den höchsten Monatsabsatz des Frühjahrs und zugleich des gesamten Jahres erzielen. Außerdem zeigt sich bei diesen im Dezember zusätzlich eine kleine Umsatzspitze, die wohl darauf zurückzuführen ist, daß sie auch noch Weihnachtskerzen und Christbaumschmuck in ihr Sortiment aufzunehmen pflegen.

Die im Jahr 1954 erzielten Umsätze belaufen sich bei den Drogerien auf rund 750 Millionen DM und bei den Apotheken auf annähernd eine Milliarde DM. Auf die Bevölkerung umgerechnet wurden in den Drogerien für 15 DM und in den Apotheken für 20 DM Waren je Einwohner verkauft. In den Seifen- und Photogeschäften zusammen wurde etwas weniger als eine halbe Milliarde DM umgesetzt.

Die Umsatzentwicklung der Drogerien und verwandter Einzelhandelsgeschäftszweige

seit 1950

Monatsdurchschnitt: 1953 = 100

Jahr	MD	Jan.	Febr.	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug.	Sept.	Okt.	Nov.	Dez.
------	----	------	-------	------	-------	-----	------	------	------	-------	------	------	------

Drogerien

1950	77	64	64	72	73	76	74	82	80	74	68	70	129
1951	83	70	68	83	75	80	82	85	84	79	81	76	138
1952	92	73	77	83	92	94	81	98	92	85	88	84	153
1953	100	86	85	93	99	99	94	108	101	93	96	88	158
1954	103	86	85	95	106	100	100	108	99	95	97	94	168
1955		89	90										

Apotheken

1950	76	77	75	81	79	73	72	74	72	72	75	77	80
1951	81	82	82	82	81	77	77	80	80	76	84	84	88
1952	91	89	92	96	95	90	84	90	89	86	94	91	98
1953	100	109	108	107	99	91	91	99	94	92	101	102	107
1954	103	105	103	108	108	99	97	103	98	95	104	105	115
1955		112	113										

Seifen, Bürsten und Parfümerieartikel

1950	70	52	52	63	60	64	64	74	85	65	60	72	129
1951	79	69	60	72	68	73	72	73	79	74	80	79	147
1952	87	69	70	78	87	87	76	86	82	78	88	83	162
1953	100	85	77	93	96	95	91	95	95	92	99	96	186
1954	107	86	85	95	108	99	95	104	96	94	104	106	205
1955		93	94										

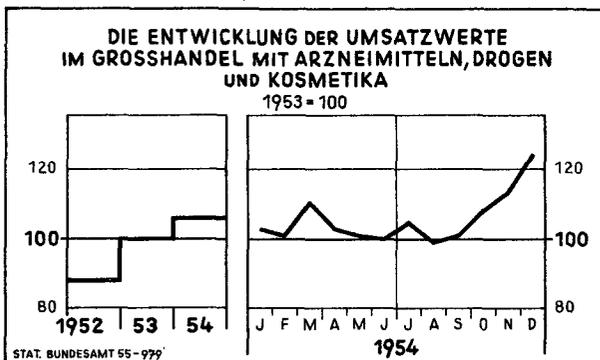
Photo und Optik

1950	65	48	40	61	53	65	66	74	76	68	62	66	97
1951	78	55	59	68	66	75	83	88	91	86	79	73	120
1952	88	69	69	81	91	90	86	104	102	93	79	71	124
1953	100	75	71	92	99	96	104	121	127	110	93	80	132
1954	113	78	76	97	111	114	117	133	130	117	107	102	173
1955		91	92										

Der Großhandel mit Arzneimitteln, Drogen und Kosmetika

In der neu aufgebauten Repräsentativstatistik über die Absatzwerte des Großhandels mit Arzneimitteln, Drogen und kosmetischen Artikeln wurden bisher die Jahresumsätze der letzten Jahre und die Monatsumsätze seit Januar 1954 erfaßt. 85 Firmen sind an der Berichterstattung beteiligt.

In diesem Großhandelsbereich gibt es Großhandlungen mit dem vollen Sortiment an Arzneimitteln, Drogen und Kosmetika. Sie führen pharmazeutische Chemikalien, Extrakte, Tinkturen, Kindernährmittel und medizinische Weine und Spirituosen sowie kosmetische Artikel. Zu ihrem Kundenkreis gehören in erster Linie Apotheken und Krankenanstalten. Ferner werden auch Drogerien mit nichtrezeptpflichtigen Arzneimitteln beliefert. Es gibt auch Großhandlungen, die in ihrem Sortiment nur apothekenfreie Arzneimittel und daneben Drogen und Kosmetika führen und vornehmlich Drogerien versorgen. Ein anderer Teil der Großhandelsfirmen in diesem Bereich verkauft ausschließlich Kosmetika und liefert die Ware in erster Linie an Friseurgeschäfte, aber auch an Seifen- und Parfümeriegeschäfte sowie an Drogerien.



Der Großhandel mit Arzneimitteln, Drogen und Kosmetika steigerte seinen Warenabsatz im Jahr 1954 um 6 vH gegenüber dem Vorjahr. Damit übertraf er das Ergebnis des Jahres 1952 um ein Fünftel. Bei diesem Zeitvergleich erzielten die Drogerien um 12 vH, die Apotheken um 13 vH und die Seifengeschäfte um 24 vH höhere Absatzwerte, obwohl die Preise leicht rückläufig waren.

Die Umsätze der Großhandlungen mit Arzneimitteln, Drogen und Kosmetika haben innerhalb des Jahres verhältnismäßig geringe Schwankungen von Monat zu Monat. Im zweiten Halbjahr, auf das etwa 51 vH des gesamten Jahresabsatzes entfallen, liegen im Zeitabschnitt Oktober bis Dezember die Monate mit den höchsten Umsätzen. Der Saisonverlauf zeigt im März einen weiteren Umsatzhöhepunkt, der hauptsächlich auf die Lieferung der zu dieser Zeit von den Apotheken benötigten pharmazeutischen Artikeln zurückzuführen ist. Eine geringere Umsatzerhöhung im Juli geht auf den verstärkten Absatz von Drogenhandelsartikeln (Hautpflegemittel für die Badezeit) zurück. Zu Beginn des Weihnachtsgeschäftes im Einzelhandel steigt bei den Großhandelsgeschäften insbesondere der Absatz von Kosmetika und Drogerieartikeln, vor allem von Geschenkgegenständen.