

Umsätze und Beschäftigte im Einzelhandel 1968/69

Während auf dem Gebiet der Produktionswirtschaft umfangreiches und aktuelles Material der amtlichen Statistik einen guten Einblick in die Entwicklung und Struktur dieses Bereiches ermöglicht, reicht das statistische Programm auf dem Gebiet der volkswirtschaftlich ebenfalls bedeutenden Absatzwirtschaft mit den knappen monatlichen und jährlichen Erhebungen auf repräsentativer Basis und den in großen Abständen durchgeführten Totalerhebungen im Rahmen der Handels- und Gaststättenzählungen kaum aus, um diesen wichtigen Wirtschaftssektor in seiner Entwicklung genügend beobachten und seine strukturellen Verhältnisse zeitnahe durchleuchten zu können.

Die Durchführung von Totalerhebungen auf diesem Sektor in nur sehr großen Abständen bringt es auch mit sich, daß eine Angleichung der Repräsentation in den laufenden monatlichen und jährlichen Erhebungen an Strukturveränderungen ebenfalls nur in großen Abständen möglich ist. Bekanntlich wurde die jetzt noch gültige Stichprobe nach den Ergebnissen der Handels- und Gaststättenzählung 1960 errechnet¹. In den inzwischen vergangenen acht Jahren hat sich jedoch die Struktur des Handels stark geändert. Es sei hier an die Einführung und das Vordringen von Ketten auf dem Lebensmittelsektor, an die Erweiterung des Tätigkeitsfeldes der gewerblichen und landwirtschaftlichen Ein- und Verkaufsgenossenschaften und vor allem an das Vordringen von Großbetrieben, Discountläden und Verbrauchermärkten erinnert. Über diesen Umwandlungsprozeß, der zur Schließung vieler nicht mehr konkurrenzfähiger kleiner Betriebe und zu einer größenklassenmäßigen Umschichtung des Handels geführt hat, liegen zur Zeit keine umfassenden amtlichen Zahlen, sondern nur Ergebnisse aus Teiluntersuchungen von Instituten und Verbänden vor, und so war eine Anpassung der monatlichen Repräsentativerhebung bisher nicht möglich. Erst wenn die Ergebnisse der Handels- und Gaststättenzählung 1968 vorliegen werden, wird die monatliche Repräsentativerhebung auf eine neue, den strukturellen Verschiebungen Rechnung tragende Basis gestellt werden können. Diese Umstellung ist für den 1. Januar 1970 vorgesehen. Dabei sollen dann im Einzelhandel Unternehmen mit Jahresumsätzen unter 100 000 DM aus der Stichprobe ausgeklammert werden, da diese nach den Ergebnissen der Umsatzsteuerstatistik 1966 nur einen Anteil von 7,1 % am Gesamtumsatz dieses Wirtschaftsbereiches hatten.

Wie schon früher dargelegt², sind die Ergebnisse der monatlichen Einzelhandelsstatistik zur Beobachtung der Entwicklung des gesamten Einzelhandels und seiner einzelnen Branchen auch deshalb nicht voll befriedigend, weil diese Statistik sich an das Unternehmen wendet und sich nur auf seinen Gesamtumsatz bezieht. Das bedeutet, daß bei kombinierten Unternehmen (zum Beispiel Einzelhandel und Transportbetrieb), die bei überwiegender Einzelhandelstätigkeit zur Einzelhandelsstatistik heranzuziehen sind, die bereichsfremden Umsätze mitgezählt werden. Ferner können die Einzelhandelsumsätze der einzelnen Unternehmen, die heute fast durchweg Waren verschiedener Branchen vertreiben (zum Beispiel Haushaltswaren und Elektroerzeugnisse), nur jeweils einer Branche schwerpunktmäßig zugeordnet werden.

Die Vorschläge der Spitzenverbände des Handels, in der Einzelhandelsstatistik, wie auch in den übrigen Bereichen der Handelsstatistik, vom Unternehmensprinzip zum Niederlassungsprinzip überzugehen, lösen diese Probleme nicht, da meist auch in den Niederlassungen wirtschaftliche Tätigkeiten verschiedener Art ausgeübt werden. Wenn die Funktion sauber abgegrenzt werden soll, so müssen nicht Angaben für die Niederlassungen, sondern für fachliche Unternehmensteile erfragt werden. Damit wäre zwar noch keine korrekte Darstellung der Entwicklung in den einzelnen Branchen erreicht, es

würde aber genügen, um wenigstens im Handel fachliche Einheiten nach den großen Hauptfunktionen dieses Bereiches, nämlich nach Einzelhandels-, Großhandels- und Handelsvermittlungstätigkeit zu bilden. Eine entsprechende Änderung der Erhebungsmethode ist bei der Umstellung der monatlichen Einzelhandelsstatistik am 1. Januar 1970 noch nicht vorgesehen. Da aber auch das Bundesministerium für Wirtschaft die Meinung vertritt, daß mit den zur Zeit laufenden Überlegungen zur Weiterentwicklung der Industriestatistik durch Nachweisung fachlicher Unternehmensteile die Forderung verbunden ist, in anderen Wirtschaftsstatistiken ebenfalls solche Einheiten nachzuweisen, wird die Frage der Erfassung des Handels nach fachlichen Einheiten sicher im Gespräch bleiben.

Was nun die im folgenden veröffentlichten Umsatzmeßziffern betrifft, so muß noch darauf hingewiesen werden, daß diese nicht preisbereinigt sind. Im Durchschnitt hat sich jedoch das Preisniveau für Einzelhandelswaren im Jahr 1968 gegenüber 1967 nicht erhöht. Die Meßziffer³ (Monatsdurchschnitt 1962 = 100) betrug 1968, ebenso wie im Vorjahr, 107,2. Die für 1968 errechnete Umsatzsteigerung bedeutet daher eine reale Zunahme der Einzelhandelsumsätze.

Schwache Geschäftsbelegung im Einzelhandel

Die Wiederbelebung der Wirtschaft, die sich nach der Rezession schon 1967 angebahnt hatte, setzte sich 1968 fort. So hat sich in der Industrie die Zahl der Beschäftigten um 1,5 %, die Produktion um 12,1 % und der Umsatz um 6,7 % gegenüber 1967 erhöht. Die in diesem wichtigen Sektor unserer Wirtschaft ausbezahlten Lohn- und Gehaltssummen stiegen in der gleichen Zeit um 9,9 %. Auch auf dem Bausektor ergab sich ein günstigeres Bild als im Vorjahr. Die Baugenehmigungen nach den veranschlagten Baukosten stiegen um 8,2 %. Die Zahl der im Bauhauptgewerbe Beschäftigten nahm um 0,9 % zu, die der geleisteten Arbeitsstunden um 3,2 % und die Lohn- und Gehaltssummen um 6,1 %.

Auf dem Gebiet der Absatzwirtschaft hat der Export, der sich auch während der Rezession auf einer beachtlichen Höhe halten konnte, mit einer wertmäßigen Zunahme um 12,5 % einen weiteren Aufschwung zu verzeichnen, und der Binnen-großhandel erfuhr gegenüber 1967 eine Zunahme von 11,2 %. Mit dieser Entwicklung hat der Einzelhandel nicht Schritt gehalten. Der Aufschwung der Wirtschaft, verbunden mit einer Zunahme der Einkommen, hat die Verbrauchernachfrage nicht in dem erwarteten Maß belebt, denn die Einzelhandelsumsätze sind in Baden-Württemberg gegenüber 1967 nur um 3,7 % gestiegen. Selbstverständlich muß bei der Beurteilung dieser Zuwachsrate berücksichtigt werden, daß der Einzelhandel, im Gegensatz zu den meisten anderen Wirtschaftsbereichen, auch während der Rezession keine rückläufige Entwicklung zu verzeichnen und deshalb auch weniger aufzuholen hatte. Trotzdem zeigt die geringe Wachstumsrate, daß die Einflüsse der überstandenen Wirtschaftskrise 1968 immer noch nachhaltig auf die Ausgabeneigung der privaten Verbraucher wirkten. Der wiedereinsetzende Einkommenszuwachs führte weniger zu einer Konsumausweitung als zu einer erhöhten Spartätigkeit, denn nach dem Bericht der Landeszentralbank stieg der Spareinlagenbestand bei den in Baden-Württemberg tätigen Kreditinstituten 1968 um 15,7 %, und der Absatz von festverzinslichen Wertpapieren erfuhr eine Steigerung von 29,0 %. Dagegen wurde von Krediten immer noch wenig Gebrauch gemacht. Die Summe der erteilten Ratenkredite, also der Teilzahlungskredite und anderer kurz- und mittelfristigen Ratenkredite an wirtschaftlich Unselbständige, war nur um 5,3 % höher als 1967.

Dem Einzelhandel selbst dürfte die geringe Zuwachsrate im Jahr 1968 nicht überraschend gekommen sein, denn der Handelsausschuß des Deutschen Industrie- und Handelstages (DIHT) hatte schon Anfang des Jahres geschätzt, daß für das ganze Jahr 1968 nur mit einer Steigerungsquote von etwa 3 %

¹ Vgl. hierzu auch *Statistische Monatshefte Baden-Württemberg*, Heft 1/1967, S. 10 ff. „Umsätze und Beschäftigte im Einzelhandel 1962“.

² Vgl. hierzu auch *Statistische Monatshefte Baden-Württemberg*, Heft 6/1968, S. 159 ff. „Umsätze und Beschäftigte im Einzelhandel 1967“.

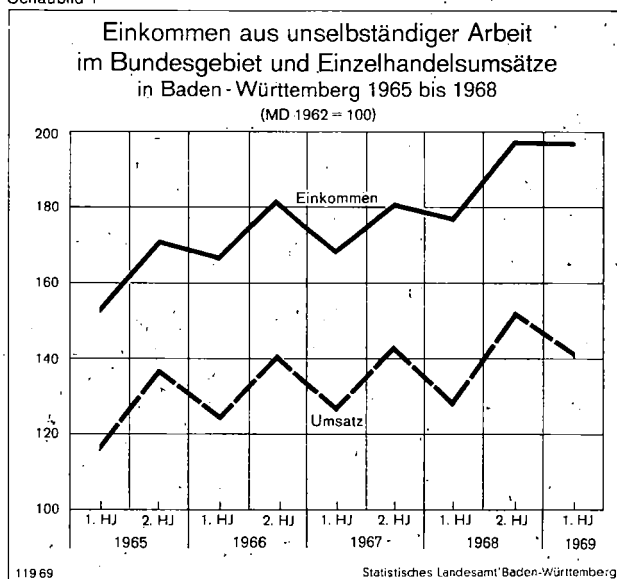
³ Bundesdurchschnitt.

Umsatzindizes im Einzelhandel nach Wirtschaftsgruppen und wichtigen Wirtschaftsklassen
MD 1962 = 100

Wirtschaftsgruppe Wirtschaftsklasse	1964	1965	1966	1967	1968	1968												
						Januar	Febr.	März	April	Mai	Juni	Juli	August	Sept.	Okt.	Nov.	Dez.	
Waren verschiedener Art	118	137	145	147	162	115	119	150	164	145	125	157	140	140	183	225	286	
Waren verschiedener Art (Hauptrichtung Nicht-Nahrungsmittel)	118	137	145	147	162	115	119	150	164	145	125	157	140	140	183	225	286	
Warenhausunternehmen	118	138	147	150	169	130	129	147	167	149	136	181	165	151	177	215	277	
Nahrungs- und Genußmittel	114	125	131	137	141	122	124	139	144	146	138	148	143	130	146	145	168	
Nahrungs- und Genußmittel verschiedener Art ¹⁾	115	126	134	141	146	128	129	145	148	151	143	153	148	134	151	152	173	
Konsumgenossenschaften ²⁾	104	111	112	113	119	102	104	117	119	123	114	122	123	109	126	125	142	
Filialunternehmen	118	134	149	166	174	167	155	174	174	180	163	171	175	155	177	182	212	
Waren verschiedener Art (Hauptrichtung Nahrungsmittel)	116	123	129	125	135	106	107	120	133	130	128	147	141	129	143	145	187	
Reformwaren	110	117	123	128	134	122	133	140	136	145	120	122	117	119	134	145	173	
Gemüse und Obst	109	116	107	106	102	69	81	97	112	135	127	126	99	87	103	83	110	
Milch, Fettwaren und Eier	112	113	109	106	94	90	90	101	99	100	97	101	77	87	97	95	92	
Fische und Fischerzeugnisse	111	126	123	110	105	116	117	126	115	75	59	84	73	90	115	121	174	
Süßwaren	115	126	132	128	125	76	94	116	164	120	118	118	118	117	123	133	206	
Kaffee, Tee und Kakao	97	95	89	81	75	66	67	75	80	79	68	70	72	68	78	76	99	
Sonstige Nahrungs- und Genußmittel	111	113	117	106	104	99	98	103	98	96	104	98	105	100	111	116	121	
Weine und Spirituosen	121	130	140	137	136	99	124	124	135	127	131	105	133	115	152	140	247	
Bier und alkoholfreie Getränke	122	123	119	134	137	107	115	126	152	152	156	160	153	127	130	125	144	
Tabakwaren	112	122	133	142	145	127	131	140	145	152	130	158	155	146	146	134	179	
Bekleidung, Wäsche, Schuhe	111	123	127	126	129	102	91	121	138	118	106	133	110	115	144	170	195	
Textilwaren verschiedener Art ¹⁾	111	121	125	124	124	103	93	118	130	113	104	132	109	111	131	156	193	
Meterware	112	119	116	116	106	100	106	105	109	106	91	112	89	97	112	119	126	
Oberbekleidung ¹⁾	109	123	126	125	131	97	85	129	148	117	106	137	106	117	167	183	185	
Herenoberbekleidung	114	128	134	137	142	110	102	135	162	128	121	151	124	111	149	145	211	
Damenoberbekleidung	114	130	138	132	139	99	87	152	159	133	111	141	106	146	184	173	176	
Leibwäsche, Wirk- und Strickwaren	111	123	125	121	127	96	87	108	128	120	101	133	104	118	140	155	236	
Haushaltswäsche	98	102	103	96	85	68	71	76	79	78	68	93	83	80	85	102	141	
Handarbeiten und Handarbeitsbedarf	101	112	114	92	89	96	82	86	69	69	60	68	73	94	110	134	129	
Hüte, Bekleidungszubehör u.ä.	114	133	128	119	116	89	69	92	111	96	72	77	77	92	139	205	278	
Teppiche und Gardinen	117	126	137	139	142	114	114	121	123	132	123	142	144	140	158	179	215	
Bettwaren	109	123	130	123	121	109	109	100	97	104	93	133	138	118	135	137	183	
Sport- und Campingartikel	116	126	136	137	149	166	91	91	124	124	136	183	126	104	106	198	338	
Schuhe und Schuhwaren	115	123	128	135	140	102	85	129	171	132	121	139	117	117	159	211	192	
Hausrat und Wohnbedarf	112	124	133	133	141	85	92	116	126	144	138	129	141	149	166	172	231	
Metall- und Kunststoffwaren ¹⁾	112	123	126	120	124	97	85	110	119	123	122	114	129	122	128	127	208	
Hausrat aus Metall und Kunststoffen	98	104	107	100	97	75	73	85	91	94	85	102	92	90	96	101	186	
Öfen, Kühlschränke und Waschmaschinen	112	114	112	84	75	55	57	64	60	74	76	65	74	79	97	84	110	
Haushaltskeramik und Glaswaren	109	118	121	119	117	82	82	93	104	105	87	109	112	110	123	136	256	
Möbel	114	131	145	152	168	88	105	134	148	177	169	152	168	185	210	218	263	
Elektro- und optische Erzeugnisse, Uhren	120	133	138	138	141	98	102	116	117	121	114	128	128	132	141	177	324	
Elektroerzeugnisse	120	127	131	128	118	106	88	83	78	119	111	103	91	117	119	142	261	
Rundfunk-, Fernseh- und Phonogeräte	126	142	146	147	153	119	127	130	119	123	123	130	139	155	173	190	313	
Foto- und Kinoapparate	116	130	138	147	152	108	105	124	140	139	148	180	184	166	154	144	232	
Sonstige feinmechanische und optische Erzeugnisse	113	119	122	124	137	105	115	131	135	145	126	150	138	128	128	140	201	
Uhren und Schmuckwaren	115	129	139	136	140	80	90	126	127	113	98	121	119	110	116	163	413	
Lederwaren (ohne Schuhe)	116	139	143	138	154	75	89	122	129	138	100	133	123	135	166	282	353	
Galanterie- und Spielwaren, Musikinstrumente	117	128	130	125	129	81	92	97	120	90	99	113	117	101	108	179	357	
Papierwaren und Druckerzeugnisse	119	134	142	146	151	125	132	134	139	133	118	128	130	163	172	175	260	
Papierwaren, Schul- und Büroartikel	121	136	145	145	148	124	130	141	137	127	118	124	122	164	160	161	265	
Bücher und Fachzeitschriften	115	128	137	146	152	119	132	115	130	135	106	122	132	160	191	197	280	
Sonstige Zeitschriften und Zeitungen	124	135	143	148	158	140	141	154	170	149	150	159	157	168	166	164	189	
Pharmazeutische, kosmetische u.ä. Erzeugnisse	115	130	142	155	169	156	165	171	162	164	158	180	164	158	170	171	208	
Apotheken	119	137	154	173	191	187	197	199	182	182	179	201	180	180	199	201	208	
Drogerien	108	116	123	128	135	110	115	127	133	136	129	151	142	124	125	125	205	
Parfüm und Körperpflegemittel	112	127	138	137	145	109	118	134	144	145	122	151	130	126	138	144	280	
Feinseifen, Bürsten und Reinigungsmittel	118	117	121	133	130	118	126	137	114	125	118	129	126	136	128	139	162	
Kohle und Mineralölzeugnisse	110	112	111	116	132	132	111	122	110	155	127	143	137	131	150	114	155	
Brennstoffe	109	111	108	113	131	134	111	121	105	155	125	141	134	131	151	110	155	
Mineralölzeugnisse (Tankstellen)	115	123	139	145	142	109	111	132	151	148	144	156	163	131	146	152	156	
Fahrzeuge, Maschinen und Büroeinrichtungen	118	131	131	124	121	77	96	135	142	143	142	115	100	116	138	122	125	
Kraftwagen und Krafträder	117	129	130	120	118	77	98	137	144	144	137	115	94	114	136	116	110	
Kraftfahrzeugteile	129	150	150	173	181	113	112	170	184	190	187	173	183	181	206	234	238	
Fahrräder und Mopeds	129	139	132	145	136	59	93	158	204	168	180	159	116	128	124	114	135	
Böromaschinen und -möbel	108	125	121	117	119	90	103	112	106	112	108	106	101	117	130	133	206	
Nähmaschinen	102	113	112	98	88	76	72	78	81	79	77	78	87	85	98	102	148	
Landmaschinen	137	152	151	148	129	61	72	122	124	139	213	93	130	114	156	136	186	
Sonstige Waren	120	133	140	137	146	96	109	154	168	171	142	127	137	137	157	158	190	
Sämereien und Düngemittel	114	119	134	135	136	101	97	167	189	174	136	129	94	114	144	153	139	
Blumen und Pflanzen	119	136	140	138	149	123	141	169	152	190	118	113	110	116	153	169	229	
Lacke und Farben	111	117	125	120	138	59	69	147	186	141	128	158	190	163	162	129	130	
Tapeten, Linoleum u.ä.	134	150	158	153	155	85	108	129	160	169	190	121	164	16				

¹⁾ Ohne ausgeprägten Schwerpunkt. — ²⁾ Und sonstige Verbraucherorganisation.

Schaubild 1



gerechnet werden könne. Er begründete seine Prognose damit, daß der Verbraucher in seinen Konsumausgaben immer noch sehr vorsichtig sei und daß ein beachtlicher Teil der Masseneinkommen für verteuerte Dienstleistungen, gestiegene Energie- und Verkehrstarife und für höhere Mietaufwendungen abgezweigt werden müsse. Der Verband der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels Baden-Württembergs rechnete sogar nur mit einem Zuwachs von 1 bis 2 %.

Mit der bereits erwähnten Zuwachsrate von 3,7 % wurden diese Prognosen vom baden-württembergischen Einzelhandel zwar übertroffen, doch wurde die für das gesamte Bundesgebiet errechnete Wachstumsrate von 4,3 % nicht erreicht. Dafür gibt es eine Reihe mehr oder weniger zutreffender Begründungen von Verbänden und Instituten. Sicher ist die Meinung nicht ganz unrichtig, daß das gegenüber dem Bundesdurchschnitt geringere Umsatzwachstum zum Teil mit der Mentalität unserer Bevölkerung zusammenhängt, die bei Konjunkturveränderungen bedächtiger reagiert. Denn auch in der Flaute hinkte die Umsatzentwicklung im Einzelhandel unseres Landes hinter dem Bundesdurchschnitt her. Es könnte ferner eine gewisse Rolle spielen, daß nach den Ergebnissen einer Untersuchung des Deutschen Industrie- und Handelstages, Baden-Württemberg mit 86 000 Einwohnern auf einen Verbrauchermarkt die größte Verbrauchermarktdichte im Bundesgebiet hat. Diese Strukturverschiebung zugunsten der Einkaufszentren, in welchen die Konsumenten in zunehmendem Maß ihre Großeinkäufe tätigen, ist sicher nicht ohne Folgen für den Facheinzelhandel geblieben und dürfte sich in verminderten Umsatzwachstumsraten bemerkbar machen. Es wäre jedoch falsch, die etwas geringere Wachstumsrate des baden-württembergischen Einzelhandels mit der Anfang 1969 verschiedentlich geäußerten Meinung in Zusammenhang zu bringen, daß der Einzelhandel entlang der französischen Grenze durch die strenge französische Devisenkontrolle starke Einbußen erlitten habe, und sich auch an der Schweizer Grenze nachteilige Verschiebungen ergeben hätten, weil der Freibetrag für zollfreie Einfuhren nach Deutschland erhöht und durch Veränderungen im Schweizer Preisniveau eine Reihe von Artikeln für deutsche Käufer interessant wurden. Auch die Ansicht, daß das Geschäft in Grenzgebieten von den Unruhen in Frankreich beeinträchtigt worden sei, dürfte nicht zutreffen. Eine Sonderauszählung hat ergeben, daß gerade in den Städten entlang der französischen und der Schweizer Grenze von den Einzelhandelsgeschäften im Jahr 1968 beträchtliche Umsatzsteigerungen gegenüber dem Vorjahr erzielt wurden.

Im übrigen gibt die unterdurchschnittliche Umsatz-Zuwachsrate im Jahr 1968 keinen Grund zu der Annahme, daß der Einzelhandel in Baden-Württemberg ungünstiger abgeschnitten

hat als im übrigen Bundesgebiet, denn es darf nicht übersehen werden, daß in unserem Land das Einzelhandels-Umsatzvolumen im Vergleich zum Basisjahr 1962 mit einer Meßziffer von 140 trotzdem einen höheren Stand erreichte als im Bundesdurchschnitt (Meßziffer 138).

Umsatzrückgang nur im Einzelhandel mit Fahrzeugen, Maschinen und Büroeinrichtungen

Die Umsatzentwicklung verlief 1968 in den einzelnen Wirtschaftsprüfungsgruppen recht unterschiedlich. Es fällt vor allem auf, daß Warenhäuser, also Geschäfte, die ein reichhaltiges Warensortiment, meist noch zu relativ billigen Preisen, unter einem Dach anbieten können, und damit besonders denjenigen Konsumenten entgegenkommen, die wenig Zeit für ihre Einkäufe haben, am wenigsten von der 1968 noch immer herrschenden Zurückhaltung der Käufer gespürt haben, denn sie konnten ihre Umsätze um 12,7 % ausdehnen. Eine noch höhere Zuwachsrate hatte nur der Einzelhandel mit Kohle und Mineralölzeugnissen durch eine Umsatzsteigerung beim Brennstoffverkauf um 15,9 % zu verzeichnen, die aber weniger mit einer zunehmenden Nachfrage als mit starken Preiserhöhungen zusammenhängen dürfte.

Völlig unberührt von der abwartenden Haltung blieben auch die Ausgaben der Bevölkerung für die Körper- und Gesundheitspflege. Der Einzelhandel mit pharmazeutischen, kosmetischen und ähnlichen Erzeugnissen, der seit langem laufend einen relativ hohen Nachfragezuwachs zu verzeichnen hatte, konnte, vor allem durch einen beachtlich ansteigenden Verkauf von pharmazeutischen Artikeln und von Parfüm und Körperpflegemitteln, seine Umsätze erneut um 9,0 % steigern.

Überdurchschnittlich war der ansteigende Trend ferner noch in den Wirtschaftsprüfungsguppen „Sonstige Waren“ (Sämereien und Düngemittel, Blumen und Pflanzen, Lacke und Farben und Tapeten und Linoleum) und „Hausrat und Wohnbedarf“ mit Umsatzsteigerungen von 6,6 bzw. 6,0 %. Während jedoch bei „Sonstigen Waren“ in allen Branchen Zunahmen festzustellen waren, zeigten die Verbraucher bei Hausrat und Wohnbedarf nur für Metall- und Kunststoffwaren und vor allem für Möbel wieder wachsendes Interesse. Dagegen ging die Nachfrage nach Öfen, Kühlschränken und Waschmaschinen, die schon 1967 stark nachließ, weiter beträchtlich zurück. Aus den sinkenden Umsatzziffern des einschlägigen Spezialhandels sollte jedoch nicht ohne weiteres der Schluß gezogen werden, daß sich die Konsumenten beim Kauf dieser Erzeugnisse ganz besonders zurückgehalten haben, denn bekanntlich werden sie heute vielfach in Versandhandelsgeschäften, Warenhäusern und Verbrauchermärkten gekauft, und diese Entwicklung läßt sich bei der jetzigen Erhebungsmethode in der Einzelhandelsumsatzstatistik nicht erfassen.

Ähnliche Vorbehalte müssen auch bei anderen Branchen gemacht werden, zum Beispiel beim Einzelhandel mit Bekleidung, Wäsche und Schuhen, der seinen Umsatz 1968 nur um 2,4 % steigern konnte. Immerhin läßt sich jedoch feststellen, daß die ansteigende Konjunktur vor allem zu Käufen von Oberbekleidung, Leibwäsche, Bettwaren und Sport- und Campingartikeln angeregt hat. Der Schuhhandel, der sich im Gegensatz zu den übrigen Branchen dieser Wirtschaftsklasse auch in der Flaute wenig anfällig zeigte, hatte ebenfalls wieder eine überdurchschnittliche Zuwachsrate zu verzeichnen.

Relativ bescheiden, um nur 2,1 %, stieg ferner der Umsatz der Wirtschaftsprüfungsguppe Elektro- und optische Erzeugnisse und Uhren durch den erneut zurückgegangenen Absatz von elektrischen Erzeugnissen. Alle übrigen Branchen konnten ihr Geschäft in unterschiedlichem Maß wieder ausweiten.

Auch im Einzelhandel mit Nahrungs- und Genußmitteln blieb die Zuwachsrate mit 2,8 % unter dem Durchschnitt. Bei der geringen Nachfrage-Elastizität auf diesem Sektor ist es jedoch normal, daß sich hier Konjunkturveränderungen weniger auswirken als in anderen Branchen. Im übrigen fällt im Nahrungs- und Genußmittelgeschäft auf, daß neben Tabakwaren vor allem der Verkauf von Reformwaren seit Jahren einen stetig ansteigenden Trend zeigt, während der Absatz von Milch, Fettwaren und Eiern laufend, 1968 sogar um 11,3 %, zurückgeht. Daraus

kann jedoch nicht ohne weiteres auf eine sich anbahnende Änderung in den Ernährungsgewohnheiten der Verbraucher geschlossen werden, denn während die Nachfrage-Entwicklung bei Reformwaren, die fast ausschließlich vom Fachhandel vertrieben werden, ziemlich exakt beobachtet werden kann, ist dies bei Milch, Fettwaren und Eiern nicht möglich, da sich der Verkauf schon längst nicht mehr auf Fachgeschäfte beschränkt.

Von den restlichen Wirtschaftsgruppen konnte der Einzelhandel mit Papierwaren- und Druckerzeugnissen seine Umsätze ebenfalls, und zwar um 3,4 % gegenüber 1967 steigern. Durch ein zunehmendes Informationsbedürfnis hat vor allem der Verkauf von Büchern und Fachzeitschriften sowie von sonstigen Zeitschriften und Zeitungen zugenommen.

Die Entwicklung in der Wirtschaftsgruppe Fahrzeuge, Maschinen und Büroeinrichtungen war, wie schon 1967, weiter rückläufig. Die allgemein als Wohlstandsindikator gewertete Nachfrage nach Kraftfahrzeugen sank nach einem Rückgang um 7,7 % im Jahr 1967 erneut um 1,7 %. Zweifellos hing dieser erneute Umsatzrückgang, der übrigens schwächer war als im Bundesdurchschnitt (– 3,0 %) zum Teil damit zusammen, daß die Verbraucher, die wegen der unsicheren Beschäftigungs- und Einkommensentwicklung des vorhergehenden Jahres überlegter und preisbewußter geworden waren, sich gerade hinsichtlich der relativ hohen Ausgabe für die Neuanschaffung eines Kraftfahrzeuges noch besondere Zurückhaltung auferlegten, es spielte jedoch auch eine Rolle, daß wegen der ab 1. Januar 1968 zu erwartenden Mehrwertsteuer Ende 1967 in ganz erheblichem Umfang Kraftfahrzeugkäufe vorweggenommen wurden. Außerdem war die Haltung der Automobilinteressenten 1968 lange Zeit auch deshalb abwartend, weil eine Reihe von Automobilfirmen für Mitte oder Ende des Jahres und zum Teil auch für Anfang 1969 neue Modelle angekündigt hatten.

Eine nennenswerte Steigerung in dieser Wirtschaftsgruppe hatte lediglich der Einzelhandel mit Kraftfahrzeugteilen zu verzeichnen. Völlig anders als im Bundesdurchschnitt verlief die Entwicklung im baden-württembergischen Fahrrad- und Mopedhandel: Während im ganzen Bundesgebiet wertmäßig 5,9 % mehr Fahrräder und Mopeds verkauft wurden als 1967, ging in Baden-Württemberg der Absatz auf diesem Sektor nach einem beachtlichen Aufschwung im Vorjahr um 6,2 % zurück. Noch stärkere Einbußen innerhalb dieser Wirtschaftsgruppe erlitt der Nähmaschinenhandel und der Landmaschinenhandel.

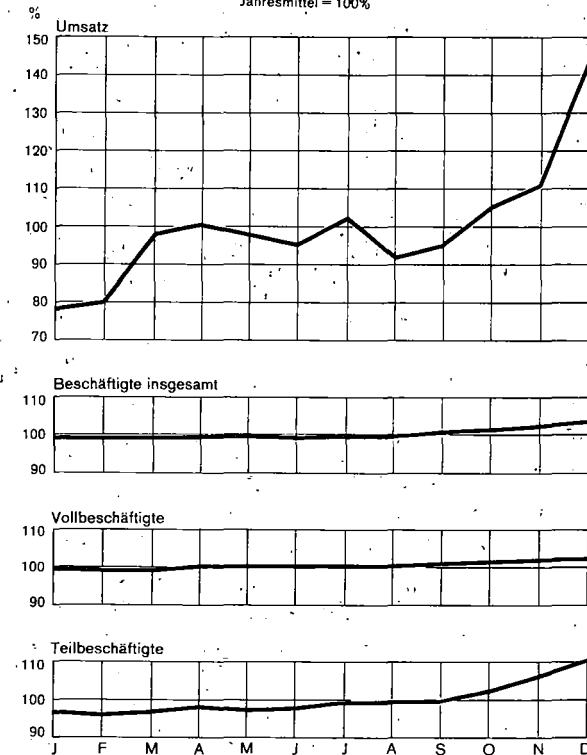
Saisonale Umsatzentwicklung normal

Wie der aus der Entwicklung der letzten vier Jahre errechnete Saisonindex⁴ zeigt, sind die ruhigsten Zeiten im Einzelhandelsgeschäft die Monate Januar und Februar, woran offenbar auch die in diese beiden Monate fallenden Winter-schlußverkäufe nichts zu ändern vermögen. Durch die Oster- und Frühjahrseinkäufe ergibt sich dann im März und April ein kräftiger Anstieg. Eine weitere Spitze ist im Juli zu verzeichnen, wo vor allem Einkäufe für die Ferien unter Ausnutzung des teilweise in diesen Monat fallenden Sommer-schlußverkaufes getätigt werden. Nach einer Abschwächung im August, dem Hauptferienmonat in Baden-Württemberg⁵, belebt sich das Geschäft im Einzelhandel dann stetig und erreicht im Dezember durch das Weihnachtsgeschäft den höchsten Stand des Jahres. Von dieser Tendenz wich auch die saisonale Umsatzentwicklung im Jahr 1968 nicht ab, nur daß sie sich auf einem im Vergleich zum Vorjahr sehr verschiedenen Niveau bewegte. Die im Dezember 1967 wegen der ab 1. Januar 1968 zu erwartenden Mehrwertsteuer vorweggenommenen Käufe und ein zunächst nur langsam steigender Einkommenszuwachs (das Masseneinkommen erreichte nach den Berechnungen der Deutschen Bundesbank im ersten und zweiten Quartal nur eine Zuwachsrate von 3,2 % bzw. 3,6 % gegenüber 6 % bzw. 7,4 % im dritten und vierten Quartal), der den Konsumenten immer noch zu einer vorsichtigen Disposition veranlaßte, brachten es mit sich, daß die Umsatzergebnisse im Januar, Februar und

Schaubild 2

Saisonindex* für den Umsatz und die Beschäftigung im Einzelhandel

in Baden-Württemberg
Jahresmittel = 100%



* Errechnet nach den Monatsergebnissen 1965 bis 1968

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

März noch unter denen der vergleichbaren Monate des Rezessionsjahrs 1967 lagen. Erst ab April konnten dann, abgesehen von einem nochmaligen Rückschlag im Juni, höhere Umsätze als im Jahr zuvor erzielt werden. Die Umsatzspitze im Dezember lag jedoch nur um 1,5 % über der des Vorjahres und war nicht so ausgeprägt, denn Einkommensverbesserungen der Arbeitnehmer, angekündigte Gehaltserhöhungen für das kommende Jahr und die frühzeitige Ausbezahlung der Weihnachtsg Gratifikationen in den Betrieben führten schon ab Oktober zu einem großzügigeren Einkaufsweise und im November zum Beginn des Weihnachtsgeschäftes. Infolgedessen stieg auch der Umsatz im Dezember gegenüber dem Vormonat nur um 23,7 % gegenüber 37,3 % im Jahr zuvor.

Beschäftigtenzahl kaum verändert

Die Beschäftigtenzahl im Einzelhandel ist stets nur wesentlich geringeren Schwankungen unterworfen als der Umsatz; sie variierte in den letzten Jahren selten einmal mehr als um 1 bis 2 %. Auch 1968 waren die Veränderungen gering. Durch eine Abnahme der Zahl der Vollbeschäftigten um 0,3 %⁶ ergab sich ein Rückgang der Gesamtbeschäftigtenzahl um 0,2 %⁶. Die Stabilität des Personalstandes hängt im wesentlichen damit zusammen, daß die Zahl der Vollbeschäftigten, die über 80 % der Arbeitskräfte im Einzelhandel ausmachen, sich ziemlich konstant hält. An die wirtschaftliche Entwicklung paßt sich der Einzelhandel mehr über die Teilbeschäftigten⁷ an.

Die Teilbeschäftigten spielen im Einzelhandel schon deshalb eine größere Rolle als in anderen Wirtschaftsbereichen, weil bei dem hier ausgeprägten Wechsel des Geschäfts- bzw. Arbeitsumfanges im Tagesablauf im Interesse der Rentabilität auch eine entsprechende Angleichung des Personaleinsatzes wünschenswert erscheint, die sich besser über Teil- als über Voll-

⁴ Errechnet mit Hilfe von Periodogrammen.

⁵ Die Schulferien in Baden-Württemberg erstrecken sich über den gesamten Monat August.

⁶ Auf Grund der mit einer Dezimale errechneten Meßzahl.

⁷ Arbeitskräfte, die eine kürzere als die volle betriebs- oder ortsübliche Arbeitszeit im Betrieb tätig sind.

Indizes der Umsätze und Beschäftigten im Einzelhandel
MD 1962 = 100

	Umsatz	Beschäftigte		
		insgesamt	Vollbeschäftigte	Teilbeschäftigte
1964	115	103	102	108
1965	127	103	101	114
1966	133	105	102	122
1967	135	105	101	123
Januar	113	105	102	121
Februar	113	105	102	121
März	140	105	101	122
April	129	104	101	123
Mai	131	104	101	121
Juni	132	104	100	121
Juli	135	104	100	125
August	124	104	101	122
September	128	105	102	120
Oktober	135	105	102	121
November	142	106	102	124
Dezember	195	107	103	130
1968	140	104	101	123
Januar	110	104	101	122
Februar	112	104	100	121
März	134	104	101	122
April	142	103	100	122
Mai	139	103	99	120
Juni	130	102	99	119
Juli	141	103	100	120
August	130	104	101	121
September	130	105	102	121
Oktober	151	106	103	125
November	160	108	104	131
Dezember	198	108	103	135
1969 (1. Halbjahr)	141	104	100	129
Januar	125	105	101	129
Februar	120	105	100	128
März	150	104	100	129
April	149	104	100	129
Mai	157	104	100	130
Juni	143	104	99	131

beschäftigte regulieren läßt. Das gleiche gilt auch für die normalen saisonalen Schwankungen, die im Einzelhandel naturgemäß nicht, wie zum Beispiel in der Industrie, durch eine gleichmäßige Verteilung der Arbeit auf einen längeren Zeitraum, sondern nur durch kurzfristige Änderungen des Personalbestandes ausgeglichen werden können. Zudem findet der Einzelhandel in Zeiten der Hochkonjunktur bei der starken Konkurrenz attraktiverer Wirtschaftszweige auf dem Arbeitsmarkt eher als für eine Vollbeschäftigung noch Arbeitskräfte für eine Teilbeschäftigung, vor allem Hausfrauen, die ihrer Familie ein zusätzliches Einkommen verschaffen wollen, aber nicht ganztätig arbeiten können. Umgekehrt ist auch ein bei abflauernder Konjunktur eventuell notwendiger Personalabbau leichter durch die Entlassung von Teilbeschäftigten durchzuführen. Ihre Zahl ist daher häufigeren und stärkeren Veränderungen unterworfen als die der Vollbeschäftigten. Allerdings hat sich im Jahr 1968 auch die Zahl der Teilbeschäftigten gegenüber dem Vorjahr kaum verändert (+ 0,5 %⁸), was darauf schließen läßt, daß sich der Einzelhandel in der zunächst nur zögernd anlaufenden Konjunktur ebenso abwartend verhalten hat, wie der Verbraucher.

Saisonale Entwicklung der Beschäftigten

Über den saisonalen Verlauf des Beschäftigtenstands im Einzelhandel in den letzten Jahren unterrichtet *Schaubild 2*. Er folgt, wenn auch mit wesentlich minimaleren Veränderungen, annähernd dem Umsatztrend. Im Jahr 1968 waren davon kaum Abweichungen zu verzeichnen, nur daß der Beschäftigtenhöchststand diesmal schon im November und nicht, wie sonst, erst im Umsatz-Spitzenmonat Dezember erreicht wurde. Außerdem war die Anpassung der Teilbeschäftigtenzahl an die Umsatzentwicklung, die naturgemäß ausgeprägter ist als die der Vollbeschäftigten, nicht so deutlich wie sonst. Das gilt vor

allem für das erste Halbjahr, wo die Umsatzentwicklung zwar nicht von dem üblichen saisonalen Rhythmus abwich, sich aber meist noch unterhalb des Umsatzniveaus des vorhergehenden Jahres bewegte. Erst als dann ab Herbst die Umsätze so kräftig anzogen, daß sie kontinuierlich über den entsprechenden Monatsergebnissen des Vorjahres lagen, stieg auch die Zahl der Teilbeschäftigten stärker an.

Beachtlicher Aufschwung 1969

Während sich mit dem zunächst noch zögernden Wiederanstiegen der Masseneinkommen das Geschäft im Einzelhandel im ersten Halbjahr 1968 kaum belebte und in den Monaten Januar, Februar, März und Juni sogar noch unter dem Vorjahr-Niveau bewegte, ergab sich 1969 schon von Anfang an eine beachtlich günstigere Situation. Bereits im Januar wurde der Umsatz des entsprechenden Vorjahrsmonats um 13,6 % übertroffen und auch in den restlichen Monaten des ersten Halbjahres lag das Umsatzvolumen nur im Februar und im April weniger als 10 % über den Ergebnissen der vergleichbaren Zeit des Vorjahres. Insgesamt wurden im ersten Halbjahr 1969 im Einzelhandel um 10,2 % höhere Umsätze erzielt als 1968.

Erfreulicherweise ging es nicht nur in sämtlichen Wirtschaftsgruppen des Einzelhandels, sondern auch in ihren meisten Branchen aufwärts. Lediglich in der Wirtschaftsgruppe Nahrungs- und Genußmittel, die insgesamt ihren Umsatz um 7,4 % erhöhen konnte, setzte sich in einzelnen Branchen, wie zum Beispiel im Einzelhandel mit Milch, Fettwaren und Eiern, mit Fischen und Fischerzeugnissen, mit Süßwaren sowie Kaffee, Tee und Kakao, der schon seit mehreren Jahren, bei der letztgenannten Warengruppe sogar seit 1962⁹, beobachtete rückläufige Trend fort.

Die stärkste Absatzbelebung im Vergleich zum ersten Halbjahr 1968 hatte der Einzelhandel mit Fahrzeugen, Maschinen und Büroeinrichtungen mit 17,1 % wertmäßiger Erhöhung des Verkaufsgeschäftes zu verzeichnen. Die Umsatzsteigerung im Kraftfahrzeughandel entsprach dem Durchschnitt dieser Wirtschaftsgruppe. In den übrigen Branchen lagen die Zunahmen noch höher, im Handel mit Fahrrädern und Mopeds, Büromaschinen und Möbeln sowie mit Nähmaschinen sogar über 20 %.

Auch der Einzelhandel mit Hausrat und Wohnbedarf machte mit einer Umsatzsteigerung um 14,5 % ein erheblich besseres Geschäft als im Vorjahr. Hier galt die Nachfrage, wie auch 1968, vor allem Möbeln, deren Absatz um fast 20 % anstieg.

Im Einzelhandel mit Elektro- und optischen Erzeugnissen und Uhren, der seinen Absatz um 13,5 % steigern konnte, lag die Zuwachsrate in allen Branchen, außer dem Elektrohändler, über 10 %, am höchsten jedoch im Handel mit Rundfunk-, Fernseh- und Phonogeräten mit 18,5 %.

In allen übrigen Wirtschaftsgruppen, abgesehen vom Einzelhandel mit Brennstoff und Mineralölprodukten, erreichten die erzielten Umsatzsteigerungen nicht die durchschnittliche Zuwachsrate des gesamten baden-württembergischen Einzelhandels. Jedoch konnten auf dem Sektor Bekleidung, Wäsche und Schuhe, die Herren- und Damenbekleidungsgeschäfte, die Wäschegeschäfte sowie die Teppich- und Gardinengeschäfte überdurchschnittliche Umsätze erzielen.

Die im ersten Halbjahr 1969 eingetretene Verkaufsbelebung scheint auch im zweiten Halbjahr anzuhalten, denn das Umsatzniveau lag im Juli um 14,9 % und im verkaufsschwachen Ferienmonat August um 8,5 % über den Ergebnissen der vergleichbaren Vorjahresmonate. Deshalb ist anzunehmen, daß die von der Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels für 1969 errechnete Zuwachsrate von 5 bis 6 % nicht nur erreicht, sondern sogar um einiges übertroffen wird.

Dipl.-Volksw. Hermann Woll

⁸ Auf Grund der mit einer Dezimale errechneten Meßzahl.

⁹ Vgl. hierzu auch *Statistische Monatshefte Baden-Württemberg*, Heft 1/1967, S. 10 ff. „Umsätze und Beschäftigte im Einzelhandel seit 1962“.