

# STATISTISCHE BERICHTE



04. MRZ 2009



Z 643

Herausgeber: Statistisches Bundesamt / Wiesbaden

Arb.-Nr. V/20/56

Erschienen am 15. März 1955

Signatur
Z 64
3 F 3 I 2

Schnellbericht  
über die Umsatzentwicklung des Einzelhandels  
im Bundesgebiet im Februar 1955

Nachdruck — auch auszugsweise — nur mit Quellenangabe gestattet

Die Entwicklung in den wichtigsten Geschäftszweigen  
(Veränderung in vH)

Zahl der bericht. Verkaufs- stellen	Geschäftszweig des Einzelhandels	Umsatzwerte				Mengen <sup>1)</sup>
		Febr.55 gegen Jan. 55	Febr.54 gegen Jan. 54	Febr.55 gegen Febr.54	2 Mon.55 gegen 2 Mon.54	Febr.55 gegen Febr.54
4 503	Lebensmittel aller Art	+ 2	+ 1	+ 7	+ 6	+ 5
454	Obst, Gemüse, Südfrüchte	+ 4	+ 7	+ 9	+ 10	+ 2
527	Milch und Milcherzeugnisse	- 3	- 1	+ 4	+ 5	0
195	Schokolade und Süßwaren	+ 13	+ 7	+ 8	+ 6	.
793	Tabakwaren	- 2	- 1	+ 7	+ 8	+ 7
443	Oberbekleidung	+ 11	- 33	+ 41	+ 8	.
1 299	Textilwaren aller Art	+ 10	- 16	+ 19	+ 3	+ 19
147	Wasserwaren	+ 11	- 8	+ 11	0	.
285	Wäsche und Bettwaren	+ 9	- 12	+ 19	+ 7	.
330	Wirk-, Strick- und Kurzwaren	- 8	- 15	+ 7	+ 2	.
679	Schuhwaren	0	- 32	+ 26	+ 2	+ 27
570	Eisenwaren und Küchengeräte	- 8	- 7	+ 10	+ 11	+ 8
203	Beleuchtungs- und Elektrogeräte	- 3	- 10	+ 14	+ 9	+ 15
237	Rundfunk- und Phonoartikel	- 5	- 8	+ 17	+ 15	.
349	Möbel	0	- 4	+ 15	+ 14	+ 14
282	Bücher	- 10	- 4	+ 6	+ 10	.
420	Papier- und Schreibwaren	- 9	- 10	+ 7	+ 7	+ 4
265	Galanterie- und Lederwaren	+ 10	- 9	+ 17	+ 7	.
416	Uhren, Gold- und Silberwaren	- 6	- 3	+ 11	+ 12	.
336	Apotheken	0	- 2	+ 9	+ 8	.
556	Drogerien	0	0	+ 5	+ 4	+ 5
319	Seifen, Bürsten, Parfümerieart.	0	- 1	+ 9	+ 9	.
269	Fahrräder und Zubehör	0	+ 14	0	+ 5	.
361	Brennmaterial	- 3	+ 16	0	+ 9	.

Textilwareneinzelhandel insgesamt einschließlich Textilabteilungen der Warenhäuser	+ 14	- 21	+ 27	+ 6	+ 28
--	------	------	------	-----	------

1) Umsatzwerte preisbereinigt

## Die Umsatzentwicklung des Einzelhandels

im Februar 1955

Der Einzelhandel konnte im Februar um 3 vH mehr umsetzen als im Vormonat Januar, obwohl der Februar nach Kalendertagen um 10 vH und nach Verkaufstagen um 4 vH kürzer war. Die sehr günstige und von den Vorjahren abweichende Umsatzentwicklung war in erster Linie auf die späte Lage des Winterschlussverkaufs zurückzuführen, der in diesem Jahr mit 11 von insgesamt 12 Verkaufstagen in den Februar fiel. Im vorigen Jahr wie auch im Jahr 1953 hatte von der Ausverkaufszeit je eine Woche im Januar und im Februar gelegen. Infolge der zeitlichen Verschiebung des diesjährigen Winterschlussverkaufs empfiehlt es sich bei denjenigen Geschäftszweigen, die am Saisonverkauf teilnehmen, den Absatz der beiden Monate Januar und Februar zusammenzufassen.

Der gesamte Textilwareneinzelhandel (einschliesslich der Textilabteilungen der Warenhäuser) verkaufte im Januar und Februar 1955 zusammengekommen um 6 vH mehr als im entsprechenden Zeitraum des Vorjahrs. Bei den Oberbekleidungs- sowie den Wäscheengeschäften wurden in den ersten beiden Monaten dieses Jahres um 8 vH bzw. 7 vH höhere Umsätze erzielt als im gleichen Abschnitt des vorhergegangenen Jahres. Die Geschäfte für Textilwaren aller Art (die Textilwarengeschäfte mit breitem Sortiment sowie die Textilkaufhäuser) setzten in den Monaten Januar und Februar um 3 vH mehr um als in den gleichen Monaten des vorigen Jahres. Die Meterwarengeschäfte erzielten in den zwei Monaten ein ebenso hohes Verkaufsergebnis wie im gleichen Vorjahrsabschnitt. Ihre Umsätze überschritten im Februar 1955 sowohl den Vormonat als auch den Vorjahrsmonat um je 11 vH. Für die Schuhwarengeschäfte und die Geschäfte für Galanterie- und Lederwaren bedeutete der späte Anfang des Schlussverkaufs ebenfalls die Verlagerung eines grossen Teils der Einkäufe in den Februar. In beiden Monaten zusammengekommen, lagen bei den Schuhwarenhandlungen die Umsatzwerte um 2 vH und bei den Galanteriewarengeschäften um 7 vH höher als im gleichen Vorjahrszeitraum.

Im Einzelhandel mit Hausrat und Wohnbedarf waren die im Februar erzielten Umsätze dem Wert nach um 16 vH und der Menge nach um 14 vH höher als im gleichen Vorjahrsmonat. Auch gegenüber dem Vormonat ergab sich diesmal eine günstigere Entwicklung als im Februar 1954. Damals lagen die Februarverkäufe - durchaus saisonüblich - um 6 vH niedriger als im Januar 1954. Im Februar 1955 betrug der Rückgang gegenüber dem Vormonat nur 2 vH. Die Rundfunkgeschäfte verkauften im Februar 1955 um 17 vH mehr als im entsprechenden Vorjahrsmonat.

Bei den Fahrradgeschäften, die im vorigen Jahr im Februar eine starke Absatzsteigerung gegenüber dem Januar zu verzeichnen hatten, brachte der Februar 1955, der im allgemeinen zu kalt und vorwiegend zu niederschlagsreich war, nicht die gleiche Entwicklung. Immerhin konnte sowohl das Ergebnis des Vormonats als auch des entsprechenden Vorjahrsmonats gehalten werden.

Die Kohlenhandlungen, die im Januar 1955 den bisher höchsten Monatsumsatz der Nachkriegszeit erzielt hatten, verkauften im Februar um 3 vH weniger. Das ebenfalls sehr hohe Umsatzniveau vom Februar vorigen Jahres wurde gehalten.

Der Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln (ohne Bäcker und Fleischer) setzte in dem nach Verbrauchstagen um 10 vH kürzeren Monat Februar um 2 vH mehr um. Die Umsätze des Februar vorigen Jahres wurden dem Wert nach um 8 vH und nach Ausschaltung der Preiserhöhungen um 6 vH übertroffen.

Beim Einzelhandel insgesamt lagen die Februarumsätze wertmässig um 13 vH und preisbereinigt um 11 vH höher als im Februar vorigen Jahres.

Entwicklung der Warengruppen des Einzelhandels  
einschl. Warenhäuser, Kleinpreisgeschäfte und Konsumgenossenschaften  
(Veränderung in vH)

Warengruppe	Umsatzwerte				Preise	Mengen <sup>1)</sup>
	Febr.55 gegen Jan. 55	Febr.54 gegen Jan. 54	Febr.55 gegen Febr.54	2 Mon.55 gegen 2 Mon.54	Febr.55 gegen Febr.54	Febr.55 gegen Febr.54
Gesamter Einzelhandel	+ 3	- 6	+ 13	+ 8	+ 1	+ 11
davon:						
Nahrungs- und Genussmittel	+ 2	+ 1	+ 8	+ 7	+ 2	+ 6
Bekleidung, Wäsche, Schuhe	+ 13	- 23	+ 28	+ 5	- 1	+ 29
Hausrat und Wohnbedarf	- 2	- 6	+ 16	+ 13	+ 1	+ 14
Sonstige Waren	- 2	+ 4	+ 5	+ 8	+ 2	+ 3
Unterschied (der Kalendertage) in der Zahl (der Verkaufstage)	-10vH - 4vH	-10vH - 4vH	-	-	-	-

1) Umsatzwerte preisbereinigt

