

STATISTISCHE BERICHTE

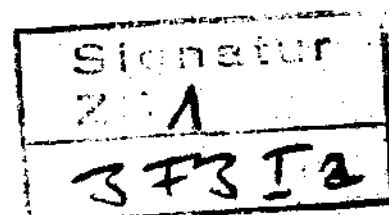


W. W.
Sch
14. MRZ. 2009

Herausgeber: Statistisches Bundesamt / Wiesbaden

Arb.-Nr. V/20/117

Erschienen am 14. April 1960



Schnellbericht

Über die Umsatzentwicklung des Einzelhandels
im Bundesgebiet (ohne Saarland und Berlin)
im März 1960

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				Werte preisber.
		März 60 gegen Febr. 60	März 59 gegen Febr. 59	März 60 gegen März 59	3 Mon. 60 gegen 3 Mon. 59	März 60 gegen März 59
3 885	Lebensmittel aller Art	+ 8	+ 12	+ 6	+ 6	+ 5
367	Obst, Gemüse, Südfrüchte	+ 9	+ 16	+ 12	+ 13	- 8
368	Milch und Milcherzeugnisse	+ 8	+ 12	+ 4	+ 3	+ 5
283	Schokolade und Süßwaren	+ 15	+ 81	- 34	- 17	- 34
761	Tabakwaren	+ 8	+ 14	+ 2	+ 3	+ 2
611	Oberbekleidung	+ 71	+ 88	- 10	- 5	- 10
1 216	Textilwaren aller Art	+ 14	+ 24	- 9	- 5	- 8
161	Meterwaren	+ 20	+ 13	+ 11	+ 2	+ 12
262	Wäsche und Bettwaren	+ 6	+ 13	0	0	.
233	Wirk-, Strick- und Kurzwaren	0	+ 17	- 6	0	.
586	Schuhwaren	+ 66	+ 105	- 19	- 7	- 26
450	Eisenwaren und Küchengeräte	+ 17	+ 20	+ 8	+ 7	+ 7
138	Beleuchtungs- und Elektrogeräte	+ 2	+ 5	+ 9	+ 9	+ 9
206	Rundfunk-, Fernseh-, Phonartikeln	- 9	- 7	0	- 3	.
421	Möbel	+ 18	+ 15	+ 8	+ 4	+ 8
257	Bücher	+ 17	+ 22	+ 6	+ 6	.
321	Papier- und Schreibwaren	+ 7	+ 15	+ 5	+ 5	+ 4
259	Galanterie- und Lederwaren	+ 42	+ 82	- 19	- 9	.
362	Uhren, Gold- und Silberwaren	+ 25	+ 40	- 2	+ 2	- 2
368	Apotheken	+ 3	+ 1	+ 11	+ 8	+ 11
474	Drogerien	+ 10	+ 15	0	+ 2	0
604	Seifen, Bürsten, Parfümerieartikel	+ 28	+ 18	+ 21	+ 13	.
93	Landmaschinen und Geräte	+ 45	+ 36	+ 10	+ 7	.
133	Büromaschinen und Büromöbel	+ 9	+ 12	+ 19	+ 17	.
199	Fahrräder, Krafträder und Zubehör	+ 56	+ 67	0	+ 4	.
130	Kraftwagen und Zubehör	+ 33	+ 33	+ 23	+ 21	.
336	Brennmaterial	- 13	- 20	+ 16	+ 7	+ 15

Hinweis: Veröffentlichungen der Statistischen Landesämter über den Binnenhandel ihres Gebietes können dort unter der Nr. G I 1 bezogen werden.

Die Umsatzentwicklung des Einzelhandels im März 1960

Die Einzelhandelsgeschäfte im Bundesgebiet (ohne Saarland und Berlin) setzten im März 1960 den Wert nach um 2 vH mehr um als im März 1959. Berücksichtigt man die um mehr als 1 vH erhöhten Verkaufspreise, dann ergibt sich, daß der Menge nach etwa ebensoviel wie vor Jahresfrist verkauft worden ist. Der Vergleich mit dem Umsatz des vorigen Jahres ergibt allerdings nur ein bedingt gültiges Bild von der Entwicklung, denn damals entfielen die gesamten mit dem Osterfest zusammenhängenden Anschaffungen auf den Monat März (Ostern 1959 fiel auf den 29. u. 30. März). Im gegenwärtigen Jahr wird das Ostergeschäft wegen der späteren Lage der Feiertage im wesentlichen erst im April wirksam werden.

Ein weiteres Kennzeichen für die allgemeine Umsatzsituation im Berichtsmonat war die zum Teil recht unterschiedliche Entwicklung gegenüber März 1959, und zwar nicht nur in den hauptsächlichsten Warenbereichen, sondern auch innerhalb der Geschäftszweige dieser Bereiche.

Faßt man die Umsatzentwicklung des gesamten Einzelhandels im 1. Vierteljahr 1960 zusammen, so stellt man fest, daß die Verkäufe wertmäßig um 4 vH und mengenmäßig um 2 vH gegenüber dem Zeitraum Januar bis März 1959 zugenommen haben.

Der Einzelhandel mit Nahrungs- und Genußmitteln (ohne Bäcker und Fleischer) setzte zu jeweiligen Preisen um 5 vH und zu konstanten Preisen um 3 vH mehr um als im März des Vorjahres. In diesem Bereich erzielten die Obstgeschäfte den Wert nach ein sogar um 12 vH höheres Absatzergebnis; allerdings darf dabei nicht übersehen werden, daß in dieser Steigerung Preiserhöhungen im Ausmaß von über 20 vH enthalten sind. Schaltet man diese bei der Umsatzbetrachtung aus, dann wurde um 8 vH weniger als im März 1959 abgesetzt. Die Umsätze in den Fachgeschäften für Schokolade und Süßwaren ließen im Berichtsmonat ganz deutlich den Einfluß der zeitlichen Verschiebung der Oster-einkäufe erkennen. In dieser Branche wurde um 34 vH weniger verkauft als im März des vorangegangenen Jahres, dem Monat mit dem damaligen Ostergeschäft.

In den ersten 3 Monaten dieses Jahres lagen die Umsatzwerte des Einzelhandels mit Nahrungs- und Genußmitteln dem Wert nach um 6 vH und nach Ausschaltung der Preisveränderungen um 4 vH höher als im entsprechenden Vorjahrsabschnitt.

Im Einzelhandel mit Hausrat und Wohnbedarf waren im März 1960 die Verkäufe wert- und mengenmäßig um 7 vH höher als im März 1959. In diesem Bereich verzeichneten die Eisenwaren-, die Möbel- sowie die Elektrogeschäfte eine fast gleich hohe Umsatzentwicklung; sie setzten um 8 bzw. 9 vH mehr um als vor Jahresfrist. Die Fachgeschäfte für Rundfunk-, Fernseh- und Phonoartikel hielten etwa die Umsatzhöhe vom März des Vorjahres.

In der Umsatzentwicklung des Einzelhandels mit Bekleidung, Wäsche und Schuhen im Berichtsmonat zeigte sich besonders der Einfluß der kalendermäßigen Verschiebung des Osterfestes. Hierzu kommt noch, daß auch das Frühjahrs-geschäft noch nicht in dem Maße, wie es März 1959 der Fall war, eingesetzt hat. Die Umsätze lagen in diesem Bereich dem Wert nach um 8 vH und der Menge nach um 9 vH niedriger als im März 1959. In den Geschäftszweigen Oberbekleidung und Textilwaren aller Art wurde um 10 bzw. 9 vH weniger verkauft als im März vorigen Jahres. Demgegenüber verzeichneten die Fachgeschäfte für Meterwaren eine deutliche Zunahme der Verkäufe um 11 vH.

Bei den Schuhwarengeschäften ergab sich zwar eine Abnahme um 19 vH gegenüber März vorigen Jahres. Dazu ist jedoch zu bemerken, daß dieser Monat sehr hohe Umsätze gebracht hatte, die im vergangenen Jahr nur vom Juni und Dezember übertroffen worden sind.

Im Einzelhandel mit Sonstigen Waren ergab sich im März eine sehr unterschiedliche Umsatzentwicklung. Wie im Vormonat erreichte der Kraftwageneinzelhandel die stärkste Steigerung der Verkaufsergebnisse; er verkaufte um 23 vH mehr als im gleichen Vorjahrsmonat. Bemerkenswert hoch war wieder die Zunahme bei den Geschäften für Seifen und Bürstenwaren (+ 21 vH) und für Büromaschinen (+ 19 vH). Der Absatz in den Brennmaterialhandlungen war um 16 vH höher als vor Jahresfrist. Demgegenüber zeigte sich bei den Geschäftszweigen mit den typischen Geschenkartikeln, daß das eigentliche Ostergeschäft im März noch nicht angelaufen ist. Die Galanteriewarengeschäfte lagen mit ihren Umsätzen um 19 vH unter den Ergebnissen vom März 1959; bei den Geschäften für Uhren, Gold- und Silberwaren wurde um 2 vH weniger umgesetzt.

Entwicklung der Warenbereiche des Einzelhandels
einschl. Warenhäuser, Klempreisgeschäfte und Konsumgenossenschaften
(Veränderung in vH)

Warenbereich	Umsatzwerte				Preise	Werte preisber.
	März 60 gegen Febr. 60	März 59 gegen Febr. 59	März 60 gegen März 59	3 Mon. 60 gegen 3 Mon. 59	März 1960 gegen März 1959	
Nahrungs- und Genußmittel	+ 8	+ 13	+ 5	+ 6	+ 2	+ 3
Bekleidung, Wäsche, Schuhe	+ 30	+ 45	- 8	- 3	+ 1	- 9
Hausrat und Wohnbedarf	+ 13	+ 14	+ 7	+ 5	0	+ 7
Sonstige Waren	+ 15	+ 17	+ 9	+ 8	+ 1	+ 8
Einzelhandel insgesamt	+ 15	+ 21	+ 2	+ 4	+ 1	0
darunter Textilwaren	+ 26	+ 37	- 6	- 3	0	- 5

Unterschied in der Zahl der (Kalendertage Verkaufstage)	+ 7 vH + 8 vH	+ 11 vH -	- + 13 vH	+ 1 vH + 4 vH	
--	------------------	--------------	--------------	------------------	--

ENTWICKLUNG DER UMSATZWERTE DER WARENBEREICHE DES EINZELHANDELS

Basis : MD 1954 = 100

===== 1958 ===== 1959 ===== 1960

