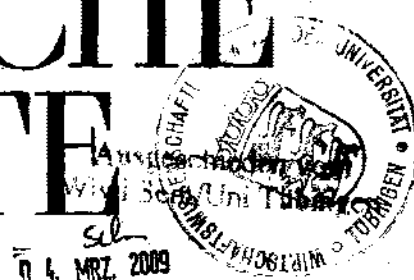


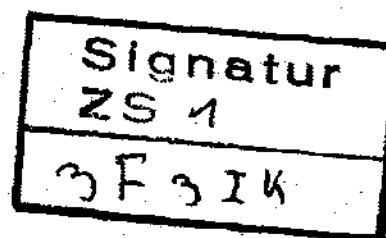
STATISTISCHE BERICHTE



Herausgeber: Statistisches Bundesamt / Wiesbaden

Arb.-Nr. V/23/27

Erschienen am 23. Juli 1955



Das Ostergeschäft im Einzelhandel

Die Monatsumsätze im März und April
unter dem Einfluß der beweglichen Festtage

Nachdruck — auch auszugsweise — nur mit Quellenangabe gestattet

I n h a l t

	Seite
Das Ostergeschäft im Einzelhandel	3
Schaubild	4
Die Entwicklung des Ostergeschäftes gegen- über den Vorjahren	5
Das Ostergeschäft im Verhältnis zum Jahres- umsatz	6
Hinweis auf Veröffentlichungen	8

DAS OSTERGESCHÄFT IM EINZELHANDEL

Die Monatsumsätze im März und April unter dem Einfluß der beweglichen Festtage

In vielen Geschäftszweigen des Einzelhandels ist in den Wochen vor Ostern eine mehr oder weniger kräftige Umsatzsteigerung zu beobachten. Diese alljährlich wiederkehrende Belebung ist dadurch begründet, daß von der Bevölkerung zu Ostern und den um diese Zeit liegenden anderen kirchlichen Feiertagen (Palmarum, Konfirmation und Kommunion) üblicherweise besondere Einkäufe vorgenommen werden, die vor allem Nahrungs- und Genußmittel sowie Geschenkartikel betreffen.

Der Zeitpunkt, zu dem diese Osteranschaffungen gemacht werden, ist entscheidend von der Lage der Festtage abhängig. Die Osterfeiertage liegen häufiger im Monat April; sie können aber auch in den Monat März fallen. In den letzten 6 Jahren lag der Ostersonntag fünfmal im April und einmal im März:

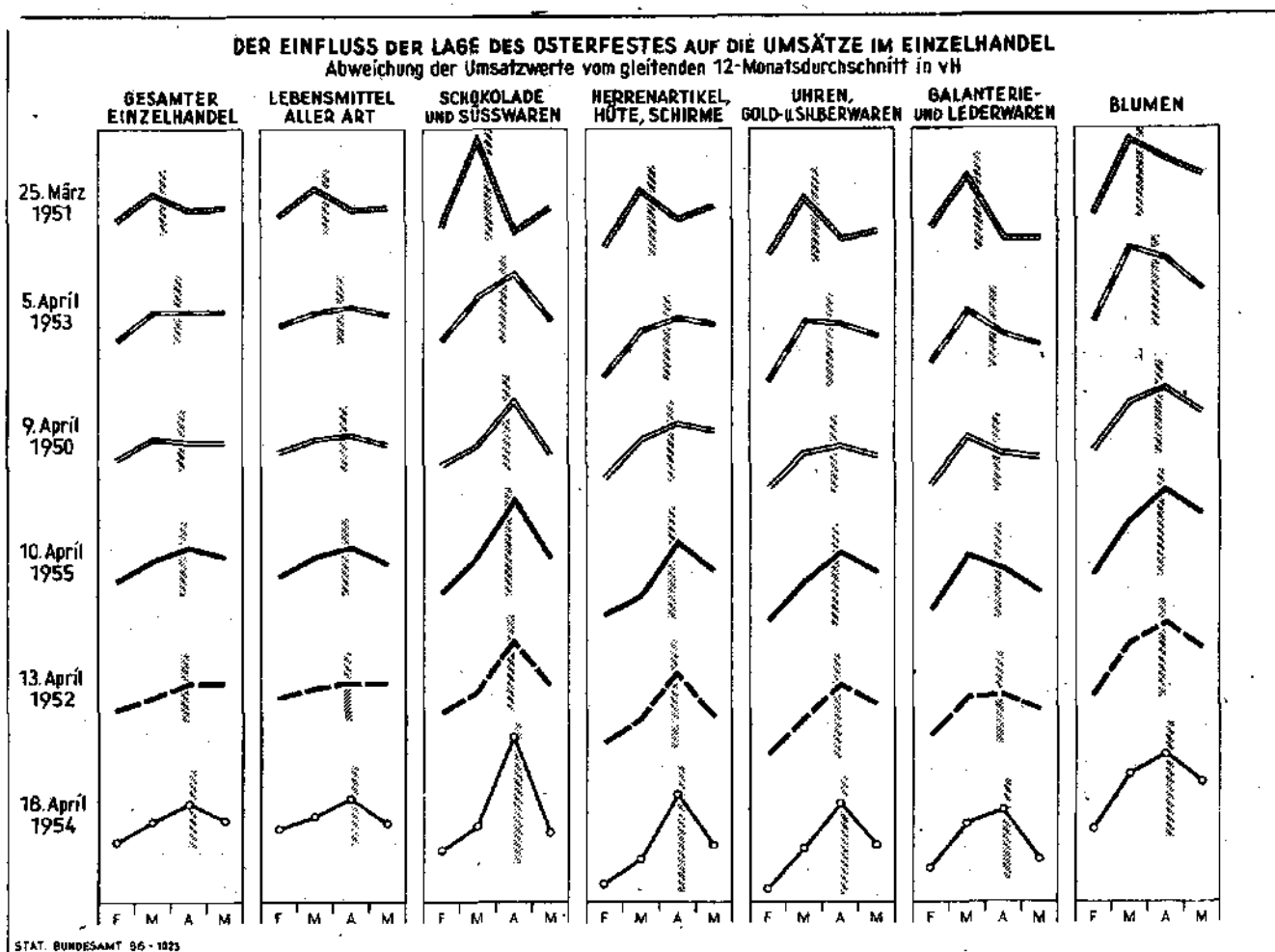
1950	9. April	1953	5. April
1951	25. März	1954	18. April
1952	13. April	1955	10. April

Seit 1950 war der früheste Termin des Osterfestes der 25. März und - mit einem Zwischenraum von rund $3 \frac{1}{2}$ Wochen - der späteste der 18. April.

Der Einfluß der Lage des Osterfestes auf die Umsatzentwicklung bei denjenigen Geschäftszweigen, die am Ostergeschäft in besonderem Maße teilnehmen, und beim gesamten Einzelhandel ist aus der nachstehenden graphischen Darstellung zu ersehen. Die Kurven für die Monate Februar bis Mai zeigen die Umsatzbewegung, nachdem die Umsatzwerte mit den gleitenden 12-Monatsdurchschnitten bereinigt worden sind, d.h. die langfristige

Aufwärtsbewegung durch Besserung der Wirtschaftslage wurde rechnerisch ausgeschaltet.

Wenn Ostern, wie es im Jahre 1951 der Fall war, in den März fällt, so liegen die Osterverkäufe vollständig in diesem Monat. Das Ostergeschäft ist nicht einem einzigen Monat zuzurechnen, wenn das Fest eine bis eineinhalb Woche nach Monatsbeginn in den April fällt. So war die Situation in den Jahren 1950 und 1953, als ein wesentlicher Teil der Osterumsätze dem März zugute gekommen war. Liegt Ostern später, und zwar um die Monatsmitte des April, so fällt das Ostergeschäft in diesen Monat, wie es in den Jahren 1952, 1954 und 1955 zu beobachten war.



Ausgehend von dem Bild der aufgezeigten Entwicklung läßt sich zusammenfassend sagen: Liegt Ostern früh, dann steigen die Umsätze der hauptsächlich beteiligten Einzelhandelsgeschäftszweige von Februar zum März

verhältnismäßig steil an und fallen im April wieder ab. Der Mai bringt im allgemeinen wieder höhere Verkaufsergebnisse, da die Umsätze dieses Monats durch die Pfingsteinkäufe belebt werden. Frühe Ostern bewirken also stärkere Schwankungen der Umsätze. Bei später Lage der Osterfeiertage liegen die Umsätze des Monats April höher als im März, nachdem sie von Februar bis April im allgemeinen mehr oder weniger gleichmäßig angestiegen sind. Die Mai-Umsätze sind in der Regel wieder niedriger als im April, da das Pfingstgeschäft erst im Juni wirksam wird. Liegt Ostern also spät, so zeigt der Umsatzverlauf eine verhältnismäßig ausgeglichene Bewegung.

Auch für den Textilwareneinzelhandel hat das Ostergeschäft eine gewisse Bedeutung. Jedoch spielen bei der Umsatzentwicklung dieses Geschäftszweiges die Witterungsverhältnisse zu dieser Jahreszeit im allgemeinen eine größere Rolle als der durch die Lage der Festtage bestimmte Rhythmus. Nur bei den Umsätzen des Geschäftszweiges Herrenartikel, in dessen Sortiment in starkem Maße auch Waren mit ausgesprochenem Geschenkcharakter geführt werden, läßt sich die zeitliche Verlagerung der Umsätze entsprechend der Feiertage beobachten.

Die Entwicklung des Ostergeschäftes gegenüber den Vorjahren

Da die Ostereinkäufe sowohl dem März oder dem April, als auch beiden Monaten zugute kommen können, eignet sich der Vergleich von einem der beiden Monate mit dem entsprechenden Vorjahrsmonat im allgemeinen nicht, um zu einer exakten Beurteilung zu kommen. Es empfiehlt sich daher, die Umsätze der Monate März und April zusammenzufassen und sie dem gleichen Zweimonatsabschnitt des Vergleichszeitraums gegenüberzustellen. Bei den einzelnen Geschäftszweigen ergeben sich seit dem Ostergeschäft 1953 folgende vH-Veränderungen der Umsatzwerte:

Geschäftszweig	Zeitabschnitt März/April	
	1954	1955
	gegenüber	
	1953	1954
Gesamter Einzelhandel	+ 9	+ 10
darunter:		
Lebensmittel aller Art	+ 11	+ 8
Schokolade und Süßwaren	+ 8	+ 5
Herrenartikel	+ 2	+ 10
Galanteriewaren	+ 3	+ 7
Uhren, Gold- und Silberwaren	+ 12	+ 8
Blumen	+ 7	+ 14

Das Ausmaß der Umsatzsteigerung gegenüber dem gleichen Vorjahrsabschnitt war bei den Geschäftszweigen, für die der vor Ostern erfolgende Umsatzanstieg charakteristisch ist, von Geschäftszweig zu Geschäftszweig unterschiedlich. Seit 1953 haben die Umsatzwerte des Zweimonatsabschnitts März/April ständig, jedoch mit wechselnder Steigerungshöhe zugenommen. Beim gesamten Einzelhandel dagegen ergibt sich bei diesem Zeitvergleich ein beinahe gleichmäßiges Wachstum. Beim Ostergeschäft 1955 erzielten die Geschäftszweige Blumen mit 14 vH und Herrenartikel mit 10 vH die stärkste Zunahme.

Das Ostergeschäft im Verhältnis zum Jahresumsatz

Die zu Ostern erzielten Umsätze bringen für die Einzelhandelsgeschäfte der genannten Branchen nach den umsatzruhigen Monaten Januar und Februar die erste stärkere Verkaufsbelebung des Jahres. Im Hauptmonat des Ostergeschäfts wird bei verschiedenen Geschäftszweigen ein Umsatzhöhepunkt erreicht, der zum Teil das Niveau der umsatzstarken Monate Juli und Oktober erreicht und nur vom Spitzenmonat Dezember übertroffen wird. Der Anteil am Jahresumsatz, der vom Einzelhandel insgesamt und von einer Reihe von Geschäftszweigen im Zeitraum März bis April erzielt wird, liegt bei ungefähr einem Sechstel. Höhere Anteile für diesen Zweimonatsabschnitt ergeben sich für den Geschäftszweig Schokolade und Süßwaren mit einem knappen Fünftel und für den Geschäftszweig Blumen mit einem reichlichen Fünftel des Jahresumsatzes.

In den Statistischen Berichten der Reihe V/23
erschieden in den letzten 12 Monaten folgende
Sonderberichte zur Groß- und Einzelhandelsstatistik

- V/23/11 "Die Umsatzentwicklung des Einzelhandels mit Hausrat und Wohnbedarf seit 1952"
- V/23/12 "Die Umsätze des Textilwarenhandels in der Sommersaison 1954"
- V/23/13 "Die Umsätze des Textilwarenhandels in der Herbstsaison 1954"
- V/23/14 "Die Umsatzentwicklung des Baustoffhandels im Jahre 1954"
- V/23/15 "Die Umsätze des Textilwarenhandels im Jahre 1954"
- V/23/16 "Die Umsatzentwicklung im Lebensmittelgroßhandel im Jahre 1954"
- V/23/17 "Die Umsatzentwicklung im Elektro- und Rundfunkhandel im Jahre 1954"
- V/23/18 "Die Umsatzentwicklung des Schuhwarenhandels"
- V/23/19 "Die Umsatzentwicklung im Tabakwarenhandel seit 1950"
- V/23/20 "Die Umsatzentwicklung im Süßwarenhandel seit 1950"
- V/23/21 "Die Umsatzentwicklung der Drogerien und verwandter Geschäftszweige seit 1950"
- V/23/22 "Die Umsatzentwicklung des Schreib- und Papierwarenhandels seit 1950"
- V/23/23 "Die Umsatzentwicklung des Biergroßhandels seit 1950"
- V/23/24 "Die Umsatzentwicklung des Handels mit Hohlglas und Keramik seit 1950"
- V/23/25 "Die Umsatzentwicklung des Eisen- und Eisenwaren-Handels seit 1950"
- V/23/26 "Die Umsätze des Textilwarenhandels in der Frühjahrssaison 1955"
- V/23/27 "Das Ostergeschäft im Einzelhandel, die Monatsumsätze im März und April unter dem Einfluß der beweglichen Festtage"

Preis bei Einzelbezug DM 0,50 je Heft zuzüglich Versandkosten.

Bestellungen an Abteilung Z/3 des Statistischen Bundesamtes.