

STATISTISCHE BERICHTE



Herausgeber: Statistisches Bundesamt / Wiesbaden

Arb.-Nr. V/23/69

Erschienen am 1. Februar 1961

Signatur ZS 1
3 F 3 I * C

Die Umsätze des Einzelhandels im Jahr 1960

Nachdruck - auch auszugsweise -
nur mit Quellenangabe gestattet.

Die Umsätze des Einzelhandels im Jahr 1960

Die von den Einzelhandelsgeschäften im Bundesgebiet (ohne Saarland und Berlin) im Jahr 1960 erzielten Umsätze lagen - wie aus den bisher vorliegenden Ergebnissen der monatlichen Repräsentativstatistik hervorgeht -, zu jeweiligen Preisen gerechnet, um 9 vH und, zu konstanten Preisen gerechnet, um 8 vH höher als im Jahr 1959. Überträgt man nun die wertmäßige Steigerung um 9 vH auf den aus der Umsatzsteuerstatistik 1959 für den Einzelhandel im Bundesgebiet¹⁾ ermittelten Betrag von 71,7 Mrd. DM, so bedeutet dies eine Zunahme um etwa 6,5 Mrd. DM auf rund 78 Mrd. DM im Jahr 1960. Nach den Erfahrungen der letzten Jahre ist damit zu rechnen, daß der Umsatz des Einzelhandels im Jahr 1960 endgültig noch etwas höher liegen wird; denn bisher war es noch nicht möglich, in der Repräsentativstatistik die großen Unternehmen - insbesondere die Versandhandelsunternehmen - vollständig und die neugegründeten Unternehmen in angemessenem Umfang zu berücksichtigen.

Die hohe Zuwachsrate der Umsätze des gesamten Einzelhandels für das Jahr 1960 ist der Ausdruck einer verstärkten konjunkturellen Belebung. In den beiden vorangegangenen Jahren lag die Wachstumsrate jeweils bei 5 vH. Die Zuwachsraten der Umsatzwerte haben sich demnach nicht ganz, diejenigen der Umsatzmengen aber zum Teil mehr als verdoppelt. Die Umsatzsituation des Einzelhandels im Berichtsjahr wird weiter dadurch gekennzeichnet, daß sich die Expansion der Umsatztätigkeit in allen Warenbereichen des Einzelhandels verstärkt hat.

Zu- (+) bzw. Abnahme (-) gegenüber dem jeweiligen Vorjahresabschnitt
vH

Warenbereich	Jahr 1960		2. Halbjahr 1960		1. Halbjahr 1960		Jahr 1959		Jahr 1958	
	wert- mäßig	preisbe- reingt	wert- mäßig	preisbe- reingt	wert- mäßig	preisbe- reingt	wert- mäßig	preisbe- reingt	wert- mäßig	preisbe- reingt
Nahrungs- und Genußmittel	+ 6	+ 6	+ 4	+ 6	+ 8	+ 5	+ 6	+ 4	+ 5	+ 4
Bekleidung, Wäsche, Schuhe	+ 9	+ 8	+ 13	+ 11	+ 5	+ 4	+ 3	+ 4	+ 1	- 2
Hausrat und Wohnbedarf	+ 8	+ 6	+ 9	+ 6	+ 7	+ 6	+ 6	+ 7	+ 6	+ 4
Sonstige Waren	+ 11	+ 9	+ 11	+ 10	+ 10	+ 9	+ 6	+ 5	+ 7	+ 5
Einzelhandel insgesamt	+ 9	+ 8	+ 9	+ 9	+ 8	+ 6	+ 5	+ 4	+ 5	+ 3
darunter: Textilwaren	+ 9	+ 8	+ 13	+ 11	+ 5	+ 5	+ 3	+ 4	+ 1	- 2

¹⁾ Ebenfalls ohne Saarland und Berlin, also auch ohne die Umsätze der von den Unternehmen mit Sitz in Berlin (West) im Bundesgebiet betriebenen Verkaufsstellen.

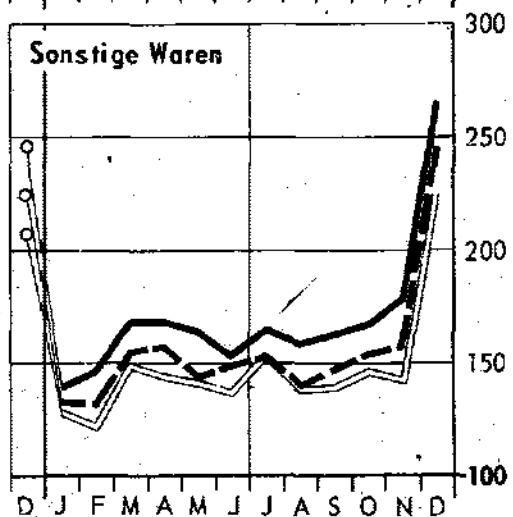
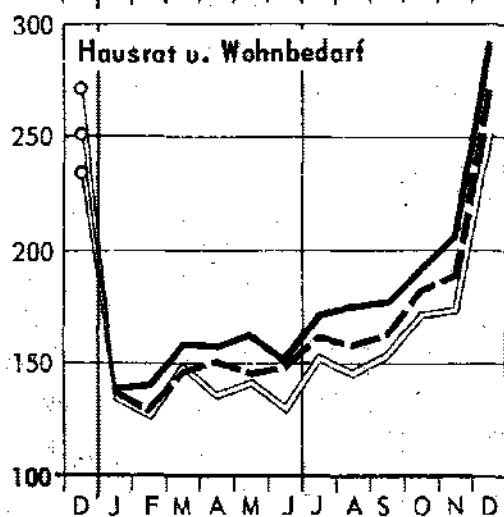
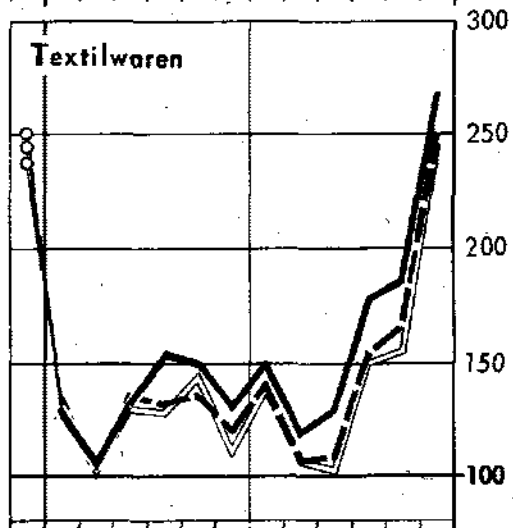
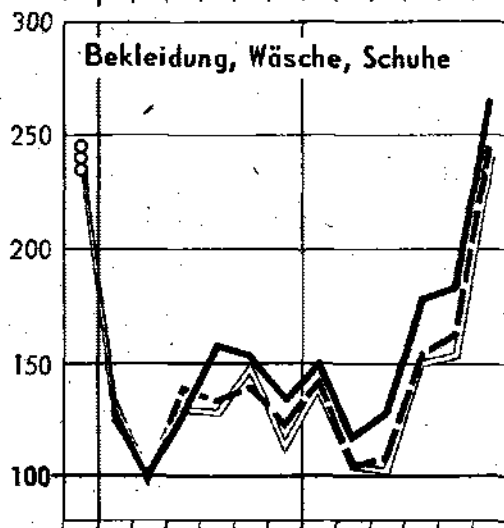
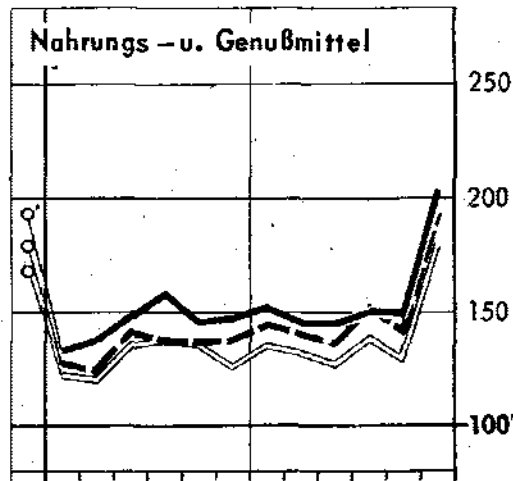
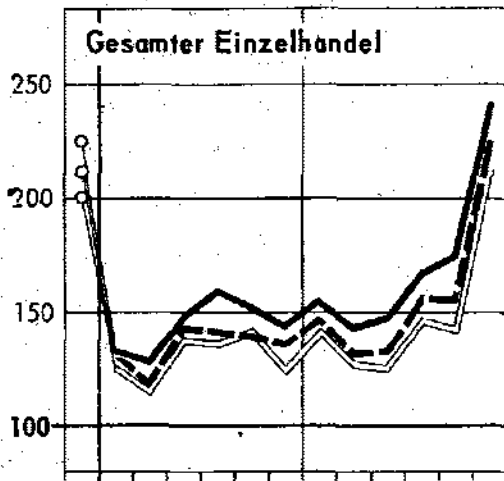
UMSATZWERTE IM EINZELHANDEL

1954=100

— 1958

- - - 1959

— 1960



STAT. BUNDESAMT 1007

Bundesgebiet (ohne Saarland und Berlin).

Im Einzelhandel mit Nahrungs- und Genußmitteln ist 1960 allerdings keine Erhöhung der Zuwachsrate gegenüber 1959 eingetreten, wenn man nur die Veränderung der Umsätze zu jeweiligen Preisen zugrunde legt (+ 6 vH). Betrachtet man aber die Umsatzentwicklung unter Ausschaltung der Preiseinflüsse, so kann man feststellen, daß die Steigerungsrate von jeweils 4 vH in den beiden letzten Jahren auf 6 vH für 1960 anstieg. Im abgelaufenen Jahr wurde die Umsatztätigkeit hier von verhältnismäßig starken Preisbewegungen beeinflusst. In der ersten Jahreshälfte 1960 lagen die Umsätze zu jeweiligen Preisen um 8 vH über den ersten sechs Monaten des Jahres 1959. Dagegen wurde im Abschnitt Juli bis Dezember 1960 dem Wert nach nur um 4 vH mehr umgesetzt als im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Schaltet man jedoch die Preisveränderungen aus, so beträgt die Zuwachsrate im 1. Halbjahr 1960 5 vH und im 2. Halbjahr 1960 sogar 6 vH.

Die stärkste Veränderung der Zuwachsraten innerhalb der Bereiche des Einzelhandels gegenüber dem Jahr 1959 wird beim Einzelhandel mit Bekleidung, Wäsche und Schuhen sichtbar (von 3 vH auf 9 vH). Darin drückt sich zugleich eine bemerkenswerte Verbrauchsumschichtung aus, die sich bereits in der 2. Jahreshälfte 1959 andeutete. Die Wiederbelebung der Nachfrage nach Textilien und Bekleidungsgegenständen setzte sich in den ersten sechs Monaten des Jahres 1960 etwas verstärkt fort, führte jedoch erst ab Sommer 1960 zu einem starken Umsatzanstieg. Auf das ganze Jahr bezogen, brachte die Bekleidungskonjunktur um 9 vH höhere Umsatzwerte und um 8 vH höhere Umsatzen Mengen als im Jahr 1959. Hierbei ist allerdings zu berücksichtigen, daß die Textilpreise ab Sommer 1960 leicht anstiegen.

Im Einzelhandel mit Hausrat und Wohnbedarf lag die Wachstumsrate der Umsätze 1960 zu jeweiligen Preisen bei 8 vH und zu konstanten Preisen bei 6 vH. Damit war sie - was die Zunahme der Umsatzwerte betrifft - um 2 vH höher als in den beiden vorangegangenen Jahren. Schaltet man die Preiseinflüsse aus, stellt man fest, daß das Wachstum gegenüber 1959 etwas nachgelassen hat. Auch in diesem Bereich haben die Preise in der 2. Jahreshälfte 1960 etwas angezogen.

Die stärkste Zuwachsrate ergab sich beim Einzelhandel mit sonstigen Waren, der um 11 vH, nach Ausschaltung der Preiseinflüsse um 9 vH mehr verkaufte als 1959. Damit hat sich das Umsatzwachstum dieses Bereiches gegenüber 1959 bedeutend erhöht.

Zu- (+) bzw. Abnahme (-) der Umsatzwerte
gegenüber dem jeweiligen Vorjahr
vH

Geschäftszweig	1960 gegen 1959	1959 gegen 1958	1958 gegen 1957
Lebensmittel aller Art	+ 6	+ 6	+ 5
Milch und Milcherzeugnisse	+ 1	+ 5	+ 3
Schokolade und Süßwaren	+ 8	- 2	+ 2
Wein und Spirituosen	+ 9	+ 2	+ 4
Textilwaren aller Art	+ 6	- 1	- 2
Meterwaren	+ 3	+ 2	- 1
Wirk-, Strick- und Kurzwaren	+ 6	+ 1	0
Herrenartikel, Hüte, Schirme	+ 16	0	- 3
Oberbekleidung	+ 12	0	- 2
Schuhwaren	+ 10	+ 6	+ 3
Eisenwaren und Küchengeräte	+ 8	+ 7	+ 8
Beleuchtungs- und Elektrogeräte	+ 5	+ 6	+ 9
Rundfunk-, Fernseh-, Phonoartikel	+ 1	+ 3	+ 13
Möbel	+ 6	0	- 1
Teppiche und Gardinen	+ 11	+ 7	+ 4
Galanterie- und Lederwaren	+ 11	+ 2	+ 2
Uhren, Gold- und Silberwaren	+ 14	+ 5	+ 6
Seifen, Bürsten, Parfümerieartikel	+ 11	+ 11	+ 10
Landmaschinen und Geräte	+ 10	+ 10	+ 18
Büromaschinen und Büromöbel	+ 15	+ 8	+ 2
Fahrräder, Krafträder und Zubehör	+ 6	+ 9	+ 6
Kraftwagen und Zubehör	+ 17	+ 14	+ 19
Brennmaterial	+ 7	- 5	0

Die Verschiebungen in der Einkommensverwendung lassen sich im einzelnen noch genauer verfolgen, wenn man die Umsatzentwicklung in den einzelnen Geschäftszweigen untersucht. Im Einzelhandel mit Nahrungs- und Genußmitteln, der in seiner Gesamtheit eine gegenüber 1959 beinahe unveränderte Steigerungsquote der Umsätze erzielt hat, ist festzustellen, daß bei den Geschäftszweigen Schokolade und Süßwaren sowie Wein und Spirituosen eine sehr starke Erhöhung

der Verkaufsergebnisse gegenüber den beiden Vorjahren eingetreten ist. Wie aus der Tabelle zu entnehmen ist, ergab sich z.B. beim Einzelhandel mit Wein und Spirituosen 1960 eine Zunahme um 9 vH gegenüber 1959. In den Jahren 1959 und 1958 belief sich die Steigerungsrate nur auf 2 vH bzw. 4 vH. Demgegenüber verringerte sich bei den Milchgeschäften die Umsatzsteigerungsrate von 5 vH für 1959 auf 1 vH für 1960.

Kennzeichnend für die Umsatzentwicklung im Einzelhandel mit Bekleidung, Wäsche und Schuhen ist, daß alle seine Geschäftszweige 1960 höhere Umsatzzunahmen verzeichneten als 1959. Es ist aber nicht zu übersehen, daß beträchtliche Intensitätsunterschiede in der konjunkturellen Belebung vorhanden sind. Der stärkste Zuwachs trat im Geschäftszweig Herrenartikel, Hüte und Schirme zutage, dessen Umsätze um 16 vH über denen des Jahres 1959 lagen. Damals war keine Umsatzzunahme gegenüber 1958 eingetreten. Der Geschäftszweig Oberbekleidung, dessen Jahresumsätze 1959 etwa ebenso hoch lagen wie 1958, setzte im Jahr 1960 um 12 vH mehr um als 1959. Beim Einzelhandel mit Textilwaren aller Art sowie mit Wirk- und Strickwaren stieg die Zuwachsrate 1960 auf 6 vH; im Jahr 1959 verkauften diese Geschäfte etwa ebensoviel wie im Jahr 1958. Der Einzelhandel mit Schuhwaren erreichte 1960 eine Steigerungsquote von 10 vH, nachdem er im Jahr 1959 um 6 vH höhere Umsätze als 1958 erzielt hatte.

Im Einzelhandel mit Eisenwaren und Küchengeräten sind die Umsätze in den letzten drei Jahren beinahe gleichmäßig gewachsen. Das Interesse an Küchengeräten, das sich wohl in erster Linie auf Haushaltsmaschinen konzentriert haben dürfte, hat demnach angehalten. Bei den Beleuchtungsgeschäften hat sich das Ausmaß der Umsatzsteigerung 1960 (+ 5 vH) nur geringfügig gegenüber 1959 (+ 6 vH) verändert. Im Rundfunkeinzelhandel verlangsamte sich das Wachstumstempo der Umsätze nochmals, wenn auch nicht so ausgeprägt wie im Vorjahr (von 13 vH 1958 auf 3 vH 1959 und auf 1 vH 1960). In den ersten sechs Monaten 1960 wurde hier sogar fast durchweg weniger umgesetzt als im entsprechenden Zeitraum 1959, aber im August 1960 setzte ein Umsatzanstieg ein, der mit dem durch die Fernsehübertragung von den Olympischen Spielen geschaffenen Anreiz zum Kauf von Fernsehgeräten in deutlichem Zusammenhang stand. Auf das ganze Jahr gesehen, lagen die Umsätze der Rundfunkgeschäfte trotzdem - wie gesagt - nur leicht über denen des Jahres 1959.

Die Umsätze der Möbelgeschäfte lagen im Jahr 1960 um 6 vH höher als im Jahr 1959, nachdem sie in diesem Jahr nur etwa ebenso hoch wie 1958 waren. Damit verzeichnete dieser Einzelhandelszweig eine seit mehreren Jahren ungewohnte Umsatzbelebung. Neben der zunehmenden Kaufneigung für Möbel zeigte

sich auch ein verstärktes Interesse an textilem Heimbedarf. Im Geschäftszweig Teppiche und Gardinen ergab sich 1960 ein Umsatzanstieg um 11 vH gegenüber 1959; damals lagen die Verkaufsergebnisse um 7 vH über denen des Jahres 1958.

Die Verschiebungen in der Einkommensverwendung finden ihren Niederschlag auch in einer erhöhten Kaufneigung für Uhren, Schmuck- und Galanteriewaren. Beim Einzelhandel mit Galanterie- und Lederwaren war 1960 eine kräftige Umsatzerhöhung um 11 vH gegenüber 1959 zu verzeichnen, während in den beiden Vorjahren jeweils nur eine geringe Zuwachsrate (+ 2 vH) erreicht wurde. Im Geschäftszweig Uhren, Gold- und Silberwaren, bei dem die Wachstumsrate von 6 vH im Jahr 1958 auf 5 vH im Jahr 1959 leicht abnahm, wurde 1960 sogar um 14 vH mehr als im Jahr 1959 umgesetzt.

Der Geschäftszweig Seifen, Bürsten, Parfümerieartikel, der in den letzten Jahren bereits hohe Umsatzsteigerungen erzielte, erhöhte 1960 seine Umsätze im gleichen Ausmaß wie 1959 (+ 11 vH). Der Landmaschineneinzelhandel zeigte ebenfalls die gleiche relative Umsatzzunahme wie im Vorjahr (+ 10 vH).

Ein erheblicher Anstieg der Wachstumsrate ist auch beim Büromaschineneinzelhandel festzustellen. 1958 verkauften diese Geschäfte nur um 2 vH mehr als 1957. Im Jahr 1959 belief sich die Umsatzsteigerung schon auf 8 vH, und im abgelaufenen Jahr wurden sogar um 15 vH höhere Umsätze erzielt als 1959. In den Fahrradgeschäften lagen die 1960 erzielten Umsätze um 6 vH höher als 1959. Damit war die relative Umsatzsteigerung nicht mehr so hoch wie 1959, als dieser Geschäftszweig eine - gemessen am gesamten Einzelhandel - überdurchschnittliche Erhöhung um 9 vH erzielte.

An der Spitze der Skala der Steigerungsquoten liegt - wie in den beiden vorangegangenen Jahren - wieder der Kraftwageneinzelhandel, der 1960 um 17 vH mehr verkaufte als 1959. Der Einzelhandel mit Brennmaterial zeigte nach mehreren Jahren wieder eine Umsatzzunahme gegenüber dem Vorjahr, die zudem mit 7 vH noch recht beachtlich war.

Was den Umsatzverlauf von Monat zu Monat im Jahr 1960 anlangt, so ist festzustellen, daß die Umsatzkurve des gesamten Einzelhandels sowie der hauptsächlichen Warenbereiche - wie aus den graphischen Darstellungen erkennbar ist - im allgemeinen keine wesentlichen Abweichungen gegenüber den Vorjahren aufwies, wenn man von den kalendermäßigen Verschiebungen des Oster- und Pfingstgeschäfts absieht. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, daß die Vorverlegung der Weihnachtseinkäufe auf den November in diesem Jahr ausgeprägter war als bisher.

Hinweis: Der Bericht V/23/68 - "Die Umsätze in ausgewählten Zweigen des Großhandels 1960" - erscheint in Kürze.