

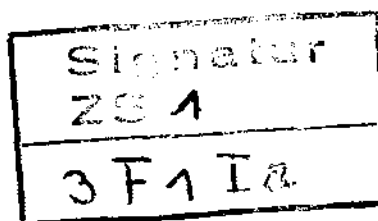
STATISTISCHE BERICHTE



Herausgeber: Statistisches Bundesamt / Wiesbaden

Arb.-Nr. V/28/103

Erschienen am 22. Dezember 1960



Umsatzentwicklung im einzelwirtschaftlichen Großhandel
Schnellbericht für November 1960

Veröffentlichungen der Statistischen Landesämter
unter der Nr. G I 2

Nachdruck - auch auszugsweise -
nur mit Quellenangabe gestattet.

Umsatzentwicklung im einzelwirtschaftlichen Großhandel¹⁾

im Bundesgebiet (ohne Saarland und Berlin)

November 1960

Anzahl der Be- richts- firmen	Großhandelszweig	Veränderung der Umsatzwerte in vH			
		Nov. 60 gegen Okt. 60	Nov. 59 gegen Okt. 59	Nov. 60 gegen Nov. 59	11 Mon. 60 gegen 11 Mon. 59
233	Lebensmittel	+ 7	- 2	+ 17	+ 11
196	Gemüse und Früchte	+ 4	- 9	- 19	+ 4
143	Süßwaren	+ 24	+ 16	+ 9	+ 8
174	Eier und alkoholfreie Getränke	0	- 16	+ 14	+ 2
215	Tabakwaren	+ 2	- 5	+ 14	+ 8
291	Textilwaren	- 2	- 3	+ 5	+ 8
	davon:				
71	Tuche und Futterstoffe	- 6	- 8	0	+ 3
60	Wetterwaren	- 19	- 16	- 5	+ 6
160	Wirk-, Strick- und Kurzwaren	+ 2	0	+ 7	+ 10
79	Schuhe	- 10	+ 2	+ 6	+ 11
149	Eisen und Stahl	0	- 2	+ 11	+ 23
80	Rund-, Gruben- und Faserholz	0	- 4	+ 5	+ 1
204	Schnittholz	- 3	- 10	+ 11	+ 12
127	Sonst. Holzhalbwaren u. Kunststoffpl.	+ 3	0	+ 16	+ 16
222	Baustoffe	- 7	- 12	+ 7	+ 9
106	Sanitärer Installationsbedarf	- 3	- 7	+ 13	+ 14
94	Werkzeuge, Beschläge, Kleiseisenwaren	- 3	- 4	+ 16	+ 21
93	Haus- und Küchengeräte, Ofen, Herde	- 8	- 9	+ 7	+ 10
90	Hohlglas und Keramik	+ 11	+ 4	+ 25	+ 13
166	Elektrogeräte und Leitungsmaterial	+ 16	+ 7	+ 13	+ 13
62	Rundfunk-, Fernseh- und Phonoartikel	+ 31	+ 13	+ 6	+ 8
67	Farben, Lacke, Anstrichbedarf	- 9	- 19	+ 10	+ 8
64	Arzneimittel und Drogen	0	- 3	+ 13	+ 11
51	Körperpflegemittel	+ 13	0	+ 16	+ 10
75	Schreib- und Papierwaren	+ 6	- 4	+ 14	+ 8
219	Getreide, Futter- und Düngemittel	- 16	- 15	- 4	+ 3
Unterschied (der Kalendertage in der Zahl (der Verkaufstage		- 3 vH - 4 vH	- 3 vH - 11 vH	- + 4 vH	0 + 1 vH

1) Dem einzelwirtschaftlichen Großhandel werden diejenigen Unternehmen zugerechnet, die Großhandel nicht in genossenschaftlicher Rechtsform oder mit genossenschaftlicher Arbeitsweise und Zielsetzung in sonstiger Rechtsform ausüben.

Die Ergebnisse der Umsatzbeobachtung bei den Ein- und/oder Verkaufsvereinigungen werden monatlich in den Statistischen Berichten der Reihe V/38 veröffentlicht.

Nach den Abschwächungstendenzen im Monat Oktober lassen fast alle an der Berichterstattung beteiligten Großhandelszweige im November wieder eine beachtliche Belebung ihrer Umsatztätigkeit erkennen. Die Verkaufsergebnisse des Monats November 1959 wurden von der Mehrzahl der Branchen und größtenteils in weit stärkerem Ausmaße als im Monat Oktober dieses Jahres gegenüber Oktober 1959 übertroffen. Auch im saisonalen Ablauf waren die alljährlich vom Oktober zum November in vielen Großhandelszweigen üblichen Umsatzrückgänge geringer oder die Umsatzzunahmen stärker als im gleichen Zeitabschnitt des vorangegangenen Jahres. Eine Zusammenfassung und Gegenüberstellung der im Jahresteil Januar/November der Jahre 1959 und 1960 erzielten Umsätze ergaben allgemein höhere Umsatzwerte als im Vorjahr.

Im Nahrungs- und Genußmittelbereich konnten im Berichtsmonat fast alle Großhandelszweige ihren Umsatzstand vom November 1959 beträchtlich verbessern. So lagen die Verkäufe des Lebensmittelgroßhandels um 17 vH, des Bier- sowie des Tabakwarengroßhandels um je 14 vH und des Süßwarengroßhandels um 9 vH höher als vor Jahresfrist. Beim Früchtegroßhandel waren die Umsatzwerte weitaus niedriger als im November 1959 (- 19 vH); berücksichtigt man jedoch die hier inzwischen eingetretenen Preisrückgänge, so dürfte der Menge nach zumindest ebensoviel wie vor Jahresfrist umgesetzt worden sein.

Innerhalb der einzelnen Fachzweige des Textilwarengroßhandels wurde das Ergebnis des vorjährigen November nur vom Meterwarengroßhandel nicht erreicht (- 5 vH). Während der Großhandel mit Tuchen und Futterstoffen etwa ebenso hohe Umsätze erzielen konnte wie im vorjährigen November, ergab sich im Großhandel mit Wirk-, Strick- und Kurzwaren ein Mehrumsatz von 7 vH. Im gesamten Textilwarengroßhandel lagen hiernach die Umsätze um 5 vH über den Verkaufsergebnissen des Monats November 1959.

Der Schuhgroßhandel, der vom Oktober zum November wohl abweichend vom Vorjahr, aber saisonüblich eine Abwärtsbewegung seiner Verkäufe zu verzeichnen hatte, setzte um 6 vH mehr um als im vorjährigen November.

Bemerkenswerte Umsatzzunahmen gegenüber November 1959 verzeichneten auch die übrigen konsumorientierten Großhandelszweige. Die höchste Wachstumsrate aller untersuchten Branchen erzielte der Großhandel mit Hohlglas und Keramik, der die entsprechenden Vorjahrsumsätze um ein Viertel erhöhen konnte. Mit einigem Abstand folgen der Großhandel mit Körperpflegemitteln (+ 16 vH), der Großhandel mit Schreib- und Papierwaren (+ 14 vH) und der Großhandel mit Arzneimitteln und Drogen (+ 13 vH). Die Mehrverkäufe des Großhandels

mit Haus- und Küchengeräten, Ofen und Herden sowie des Großhandels mit Rundfunk-, Fernseh- und Phonoartikeln im Vergleich zum Umsatzniveau des entsprechenden Vorjahrsmonats beliefen sich auf 7 bzw. 6 vH.

In den vorwiegend Produktionsgüter absetzenden Großhandelszweigen ergaben sich ebenfalls bemerkenswerte Umsatzsteigerungen. Besonders hohe Wachstumsraten gegenüber dem November 1959 entfielen auf den Großhandel mit Sonstigen Holzhalbwaren und Kunststoffplatten und den Großhandel mit Werkzeugen, Beschlägen und Kleineisenwaren (je + 16 vH), auf den Großhandel mit Sanitärem Installationsbedarf und den Elektrogroßhandel (je + 13 vH), auf den Eisen- und Stahlhandel und den Schnittholzhandel (je + 11 vH) sowie auf den Großhandel mit Farben, Lacken und Anstrichbedarf (+ 10 vH). Etwas niedriger lag das Ausmaß der Steigerung im Baustoffhandel (+ 7 vH) und im Großhandel mit Rund-, Gruben- und Faserholz (+ 5 vH).

Demgegenüber konnte der Großhandel mit Getreide, Futter- und Düngemitteln den im Monat November 1959 erreichten Umsatzstand nicht erreichen (- 4 vH).