

STATISTISCHE BERICHTE



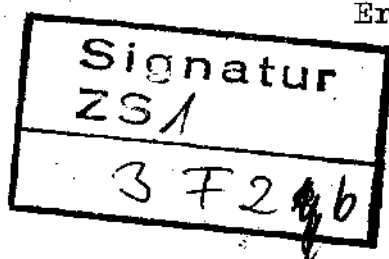
Ausg.
Wiwi S
Ser-
1.9. MRZ. 2000



Herausgeber: Statistisches Bundesamt / Wiesbaden

Arb.-Nr. V/38/15

Erschienen am 7. April 1960



Die Umsatzentwicklung
ausgewählter gewerblicher und landwirtschaftlicher
Ein- und Verkaufsvereinigungen
im Februar 1960

Nachdruck - auch auszugsweise -
nur mit Quellenangabe gestattet.

Entwicklung der Umsatzwerte ausgewählter gewerblicher und landwirtschaftlicher Ein- und Verkaufsvereinigungen¹⁾ im Bundesgebiet (ohne Saarland und Berlin)

Februar 1960

Monatsdurchschnitt 1954 = 100

Geschäftszweig	1959		1960		Veränderung in vH		
	Jan.	Febr.	Jan.	Febr.	Febr.60 gegen Jan. 60	Febr.60 gegen Febr.59	2Mon.60 gegen 2Mon.59
Lebensmittel	150	155	161	183	+ 14	+ 18	+ 13
Tabakwaren	128	121	132	137	+ 4	+ 13	+ 8
Textilwaren	188	142	213	156	- 27	+ 10	+ 12
Schuhe	98	152	130	196	+ 50	+ 29	+ 30
Eisenwaren, Hausrat, Glas und Keramik	139	169	147	185	+ 27	+ 10	+ 8
Drogeriewaren	187	176	198	196	- 1	+ 12	+ 9
Bäckereibedarf	127	132	126	142	+ 13	+ 8	+ 4
Fleischereibedarf und Häuteverwertung	140	140	179	164	- 8	+ 17	+ 22
Landwirtschaftliche Erzeug- nisse und Bedarfsartikel aller Art	112	131	121	155	+ 28	+ 18	+ 13

- 1) Die Ergebnisse der Umsatzbeobachtung bei dem einzelwirtschaftlichen Großhandel werden monatlich in den Statistischen Berichten der Reihe V/28 (Schnellbericht) und V/37 (Meßziffernbericht) veröffentlicht.

Im Monat Februar 1960 wurden von den an der Berichterstattung teilnehmenden gewerblichen und landwirtschaftlichen Ein- und Verkaufsvereinigungen die Umsatzwerte des Februar 1959 - größtenteils in beachtlichem Ausmaß - überschritten. Ein Vergleich der Verkaufsergebnisse der beiden ersten Monate 1960 mit denen der gleichen Vorjahrszeit ergibt ebenfalls Umsatzzunahmen. In diesem Zeitabschnitt bewegen sich die Umsatzerhöhungen zwischen 4 und 30 vH.

Die stärkste Umsatzausweitung gegenüber Februar 1959 erzielten die Einkaufsvereinigungen des Schuhwaren-Einzelhandels. Dieser Geschäftszweig konnte um 29 vH mehr umsetzen als im entsprechenden Vorjahrsmonat, der ein niedriges Umsatzniveau aufzuweisen hatte (Februar 1959 gegen Februar 1958: - 5 vH). Infolge höherer Preise gegenüber dem Vorjahr war der mengenmäßige Umsatzanstieg jedoch nicht so stark wie die Zunahme der Werte. Mit einer Steigerung der Verkäufe um je 18 vH folgen die Einkaufsgenossenschaften des Lebensmitteleinzelhandels und die landwirtschaftlichen Ein- und Verkaufsvereinigungen, die mit diesem Ergebnis die Zuwachsraten der zurückliegenden Monate übertreffen konnten. Von den Einkaufsgenossenschaften des Fleischerhandwerks wurde um 17 vH mehr verkauft als vor Jahresfrist. Auch die Einkaufsgenossenschaften des Tabakwaren-Facheinzelhandels (+ 13 vH) und die der Drogisten (+ 12 vH) verzeichneten stärkere Steigerungen. In geringem Abstand folgen die Textileinkaufsverbände und die Einkaufsgenossenschaften des Einzelhandels mit Eisenwaren, Hausrat, Glas und Keramik, die um je ein Zehntel mehr umsetzten als im Februar 1959. Bei den Einkaufsgenossenschaften des Bäckerhandwerks belief sich die Zunahme der Umsatzwerte gegenüber dem Vorjahrsmonat auf 8 vH.