

STATISTISCHES
B U N D E S A M T
WIESBADEN

FACHSERIE **F**

GROSS- UND EINZELHANDEL GASTGEWERBE FREMDENVERKEHR

Reihe 3

Einzelhandel

I. Umsätze

1. Halbjahr 1962



Bestellnummer : F 3/1/13 - hj 62

VERLAG: W. KOHLHAMMER GMBH, STUTTGART UND MAINZ

Gebietsstand : Bundesgebiet ohne Berlin

Erschienen im August 1962

Nachdruck - auch auszugsweise - nur mit Quellenangabe gestattet.

Einzelpreis DM 0.50

Ergebnisse für die einzelnen Länder des Bundesgebietes werden in den "Statistischen Berichten" der Statistischen Landesämter mit der Kennziffer G I 1 veröffentlicht.

Umsätze des Einzelhandels im 1. Halbjahr 1962

In den Einzelhandelsgeschäften des Bundesgebietes ohne Berlin wurde nach den bisher vorliegenden Ergebnissen der monatlichen Repräsentativstatistik im 1. Halbjahr 1962 um 10 % mehr umgesetzt als im 1. Halbjahr 1961. Die Steigerungsrate ist somit höher als in den ersten 6 Monaten der Jahre 1961 und 1960, in denen 9 bzw. 8 % höhere Umsätze als im jeweiligen Vorjahresabschnitt erzielt wurden. Dies gilt allerdings nur für den Umsatzvergleich zu jeweiligen Preisen. Schaltet man die Preisveränderungen aus, so beläuft sich die Zunahme im 1. Halbjahr 1962 auf 6 % gegenüber 1961. Sie ist damit ebenso hoch wie im 1. Halbjahr 1960, aber niedriger als in der ersten Jahreshälfte 1961 (8 %).

In den einzelnen Warenbereichen war die Entwicklung unterschiedlich. Offensichtlich haben sich die Schwerpunkte der Einkommensverwendung etwas verlagert. Ein beständiges Anwachsen der Umsätze - zu jeweiligen Preisen - ist nur im Einzelhandel mit Sonstigen Waren zu beobachten, dessen Steigerungsraten sich von 10 % im 1. Halbjahr 1960 auf 11 % 1961 und schließlich auf 13 % im 1. Halbjahr 1962 erhöht haben. Der Einzelhandel mit Bekleidung, Wäsche und Schuhen, dessen Umsatzsteigerung noch im 1. Halbjahr 1961 über der des gesamten Einzelhandels lag, hat im abgelaufenen Halbjahr diese Position nicht nur nicht halten können, sondern er ist mit 8 % (im Vorjahr 10 %) an das untere Ende der Skala innerhalb der Warenbereiche abgesunken. Zu konstanten Preisen setzte er nur um 5 % mehr um als im 1. Halbjahr 1961. Wenn man bedenkt, daß im 1. Halbjahr 1961 die prozentuale Zunahme seiner Umsätze zu jeweiligen Preisen noch 10 % und zu konstanten Preisen 8 % betrug, dann ist hier eine Verlangsamung des Umsatzwachstums, die sicherlich zu einem gewissen Teil auf die ungünstige Frühjahrswitterung, zum anderen Teil auch auf eine Umschichtung der Nachfrage zurückzuführen ist, unverkennbar.

Zunahme der Umsatzwerte
gegenüber dem jeweiligen Vorjahresabschnitt
%

| Warenbereich | 1962 | | 1961 | | 1960 | |
|----------------------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|
| | 1. Halbjahr | | 1. Halbjahr | | 1. Halbjahr | |
| | in | | in | | in | |
| | jeweiligen | konstanten | jeweiligen | konstanten | jeweiligen | konstanten |
| | | | Preisen | | | |
| Nahrungs- und Genußmittel | + 9 | + 4 | + 6 | + 7 | + 8 | + 5 |
| Bekleidung, Wäsche, Schuhe | + 8 | + 5 | + 10 | + 8 | + 6 | + 4 |
| Hausrat und Wohnbedarf | + 9 | + 5 | + 10 | + 6 | + 7 | + 7 |
| Sonstige Waren | + 13 | + 10 | + 11 | + 8 | + 10 | + 9 |
| Einzelhandel insgesamt | + 10 | + 6 | + 9 | + 8 | + 8 | + 6 |
| darunter: Textilwaren | + 9 | + 6 | + 12 | + 9 | + 6 | + 6 |

Der Einzelhandel mit Nahrungs- und Genußmitteln (ohne Bäcker und Fleischer) verzeichnete eine Zuwachsrate von 9 % gegenüber dem 1. Halbjahr 1961, also die höchste Zuwachsrate in den ersten 6 Monaten der 3 letzten Jahre. Hierzu ist allerdings einschränkend zu bemerken, daß ein guter Teil der Zunahme im laufenden Jahr auf das Konto der Preisentwicklung geht. Vergleicht man die Umsätze zu konstanten Preisen, so macht die Erhöhung nur 4 % aus, also weniger als 1961 (7 %) und 1960 (5 %).

Im Einzelhandel mit Hausrat und Wohnbedarf ist die relative Umsatzsteigerung beinahe unverändert geblieben (zu jeweiligen Preisen 9 gegenüber 10 % im 1. Halbjahr 1961 und zu konstanten Preisen 5 gegenüber 6 %).

Der Einzelhandel mit Sonstigen Waren erzielte mit einer Steigerung um 13 % mit Abstand die höchste Umsatzzunahme. Schaltet man die Preiseinflüsse aus, so beträgt die Zunahme noch 10 %. Gegenüber der Steigerung im 1. Halbjahr 1961 (11 bzw. 8 %) ist dies eine bemerkenswerte Erhöhung, die die Umsatzzunahme des gesamten Einzelhandels weitaus übersteigt und beinahe doppelt so hoch liegt wie die des Einzelhandels mit Bekleidung, Wäsche und Schuhen.

Die Verschiebungen in der Einkommensverwendung lassen sich im einzelnen noch besser verfolgen, wenn man die Umsatzentwicklung in den einzelnen Geschäftszweigen untersucht. Im Einzelhandel mit Nahrungs- und Genußmitteln ist das verstärkte Umsatzwachstum bei den Geschäften mit Lebensmitteln aller Art hervorzuheben, die eine Erhöhung um 10 % gegenüber dem 1. Halbjahr 1961 erzielten. Weit über den Ausmaß der Umsatzsteigerung des Bereichs lag jedoch die Zunahme bei den Geschäften für Wein und Spirituosen, die um 13 % mehr verkauften als im Abschnitt Januar bis Juni 1961. Bemerkenswert war zwar auch die nominelle Umsatzerhöhung bei den Obst- und Gemüsegeschäften (+ 10 %). Diese Entwicklung war aber ausschließlich durch Preiseinflüsse bedingt; zu konstanten Preisen lagen die Umsätze etwa um 17 % niedriger als vor Jahresfrist.

Die im Einzelhandel mit Bekleidung, Wäsche und Schuhen im 1. Halbjahr 1962 zu beobachtende Verlangsamung der Umsatzausweitung zeigt sich besonders bei den Geschäftszweigen Textilwaren aller Art, Oberbekleidung, Wäsche und Bettwaren sowie Herrenartikel, deren Steigerungsraten erheblich niedriger ausgefallen sind als im entsprechenden Vorjahreszeitraum (bei Herrenartikel 8 gegenüber 20 %, Oberbekleidung 9 gegenüber 17 %). Dagegen haben die Geschäfte für Meterwaren und für Wirk-, Strick- und Kurzwaren eine etwas stärkere Umsatzsteigerung als im Vorjahr zu verzeichnen (8 gegenüber 3 % bzw. 9 gegenüber 6 %). Beim Schuhwaren-

einzelhandel, bei dem bereits im 1. Halbjahr 1961 eine deutliche Abnahme im Umsatzwachstum zu erkennen war, lagen die Umsätze im Berichtszeitraum sogar nur um 2 % höher als im 1. Halbjahr 1961.

Zu-(+) bzw. Abnahme (-) der Umsatzwerte¹⁾ in den Geschäftszweigen gegenüber dem jeweiligen Vorjahrsabschnitt
%

| Geschäftszweig | 1962 | 1961 | 1960 |
|------------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 1. Halb- jahr | 1. Halb- jahr | 1. Halb- jahr |
| Lebensmittel aller Art | + 10 | + 6 | + 8 |
| Obst, Gemüse, Südfrüchte | + 10 | - 1 | + 11 |
| Fische und Fischwaren | + 8 | + 7 | + 6 |
| Milch und Milcherzeugnisse | + 7 | + 5 | + 3 |
| Schokolade und Süßwaren | + 3 | + 7 | + 5 |
| Wein und Spirituosen | + 13 | + 7 | + 8 |
| Tabakwaren | + 6 | + 8 | + 4 |
| Konsumgenossenschaften | + 6 | + 5 | + 8 |
| Textilwaren aller Art | + 8 | + 9 | + 3 |
| Meterwaren | + 8 | + 3 | + 3 |
| Wäsche und Bettwaren | + 8 | + 10 | + 5 |
| Wirk-, Strick- und Kurzwaren | + 9 | + 6 | + 5 |
| Herrenartikel, Hüte, Schirme | + 8 | + 20 | + 6 |
| Oberbekleidung | + 9 | + 17 | + 5 |
| Schuhwaren | + 2 | - 4 | + 5 |
| Eisenwaren und Küchengeräte | + 10 | + 9 | + 7 |
| Porzellan und Glaswaren | + 11 | + 11 | + 5 |
| Beleuchtungs- und Elektrogeräte | + 8 | + 9 | + 6 |
| Rundfunk-, Fernseh-, Phonoartikel | + 7 | + 12 | - 2 |
| Möbel | + 5 | + 7 | + 4 |
| Teppiche und Gardinen | + 9 | + 8 | + 10 |
| Bücher | + 10 | + 10 | + 5 |
| Papier- und Schreibwaren | + 8 | + 13 | + 8 |
| Galanterie- und Lederwaren | + 8 | + 12 | + 4 |
| Uhren, Gold- und Silberwaren | + 14 | + 12 | + 9 |
| Apotheken | + 9 | + 5 | + 6 |
| Drogerien | + 9 | + 10 | + 5 |
| Farben und Anstrichbedarf | + 7 | + 11 | + 3 |
| Seifen, Bürsten, Parfümerieartikel | + 14 | + 14 | + 10 |
| Photo und Optik | + 6 | + 11 | + 2 |
| Landmaschinen und Geräte | + 2 | + 26 | 0 |
| Nähmaschinen und Zubehör | + 3 | + 2 | + 4 |
| Büromaschinen und Büromöbel | + 5 | + 12 | + 16 |
| Fahrräder, Krafträder und Zubehör | - 2 | 0 | + 5 |
| Kraftwagen und Zubehör | + 17 | + 12 | + 20 |
| Blumen | + 11 | + 8 | + 10 |
| Brennmaterial | + 27 | + 4 | + 5 |
| Waren- und Kaufhäuser | + 13 | + 15 | + 11 |
| Versandhandel 2) | + 20 | + 24 | . |
| Gemischtwarengeschäfte | + 11 | + 7 | + 6 |

1) Umsatzwerte zu jeweiligen Preisen.

2) Mit warenhausähnlichem Sortiment.

In den Geschäftszweigen des Einzelhandels mit Hausrat und Wohnbedarf war, abgesehen von dem Geschäftszweig Möbel, nahezu die gleiche Umsatzerhöhung (7 bis 10 %) zu beobachten. Bemerkenswert war auch, daß im Einzelhandel mit Eisenwaren und Küchengeräten, Porzellan und Glaswaren sowie Beleuchtungs- und Elektrogeräten das Wachstumstempo gegenüber dem 1. Halbjahr 1961 etwa unverändert geblieben ist. Daraus ist wohl der Schluß zu ziehen, daß der Absatz von den in diesen Branchen geführten Haushaltsmaschinen und Küchengeräten weiterhin unvermindert angehalten hat. Dagegen hat das Ausmaß des Umsatzwachstums bei den Fachgeschäften für Rundfunk-, Fernseh- und Phonoartikel sowie für Möbel gegenüber 1961 beachtlich abgenommen (7 bzw. 5 gegenüber 12 %).

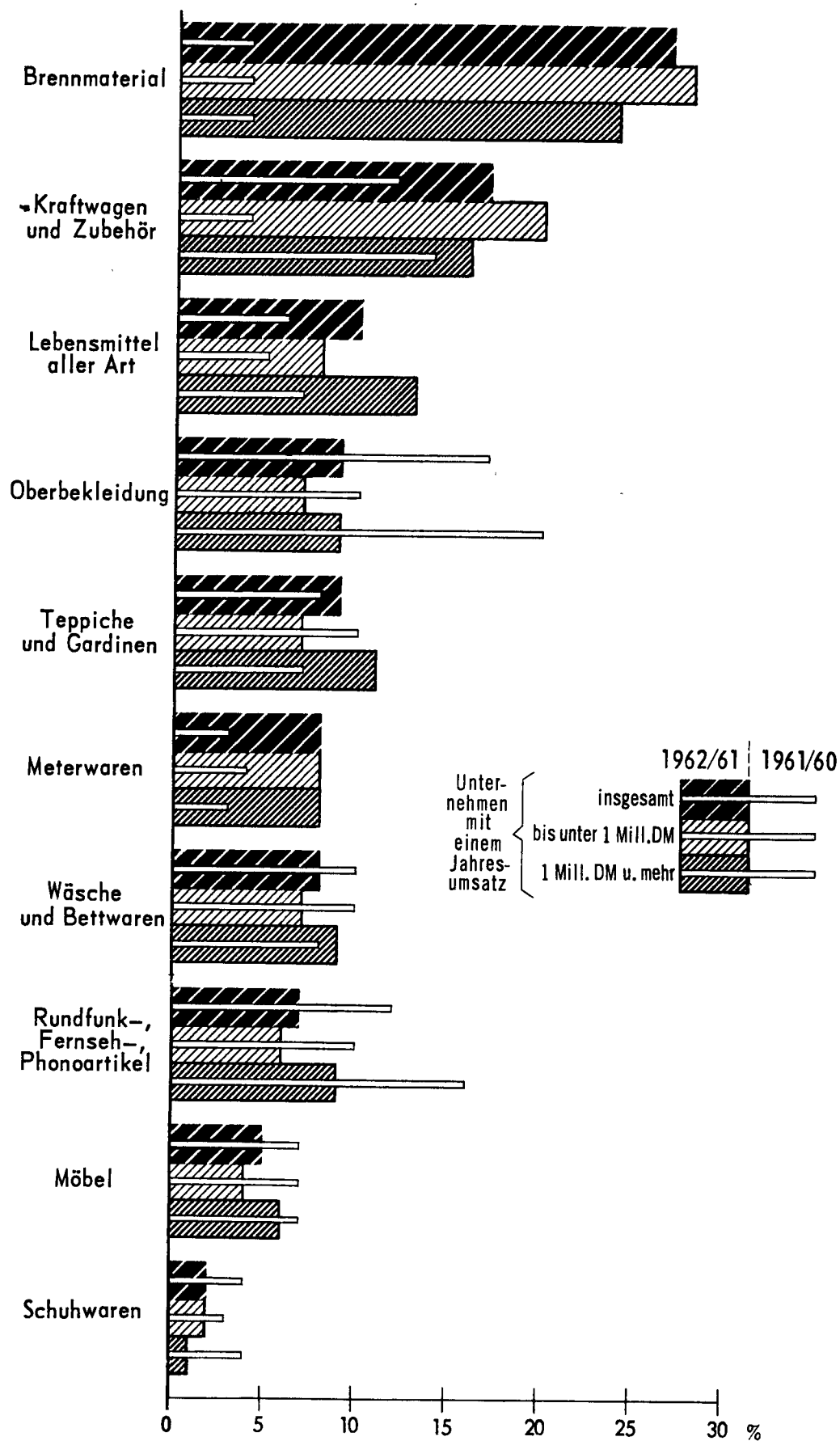
Die Umsatzveränderungen bei den Geschäftszweigen des Einzelhandels mit Sonstigen Waren bestimmen das Umsatzbild des gesamten Einzelhandels im 1. Halbjahr 1962 weitgehend. Im Vordergrund steht hier die Umsatzausweitung im Einzelhandel mit Brennmaterial um 27 %, die durch die bis in den Mai anhaltende kühle Witterung bedingt sein dürfte. In der 1. Jahreshälfte der Jahre 1961 und 1960 belief sich der entsprechende Steigerungssatz auf nur 4 bzw. 5 %. Beachtlich ist die wieder verstärkte Tendenz zur Anschaffung von Kraftwagen. Im 1. Halbjahr 1962 lagen die Umsätze in diesem Einzelhandelszweig um 17 % höher als im Abschnitt Januar bis Juni 1961. Auch für Uhren, Gold- und Silberwaren sowie für Seifen und Parfümerieartikel hielt die verstärkte Kaufneigung beinahe unverändert an, so daß im 1. Halbjahr 1962 bei beiden Branchen die Steigerungsrate mit 14 % etwa ebenso hoch lag wie im 1. Halbjahr 1961. Im Gegensatz hierzu erreichten die Fahrradgeschäfte nicht die Umsätze des 1. Halbjahres 1961.

Eine leichte Abnahme der Wachstumsgeschwindigkeit zeichnete sich bei den Warenhäusern ab. Sie erzielten im 1. Halbjahr 1962 eine Zunahme um 13 %; im 1. Halbjahr 1961 belief sich aber der Steigerungssatz auf 15 %. Bei den Versandhandelsgeschäften - es handelt sich ausschließlich um die Versender mit warenhausähnlichem Sortiment und nicht um die Gesamtheit des Versandhandels - betrug die Steigerungsquote 20 %, nachdem sie im vorjährigen Vergleichsabschnitt 24 % erreicht hatte.

Kennzeichnend für das Umsatzbild im 1. Halbjahr 1962 ist ferner die Beobachtung, daß sich bei einigen Zweigen im Umsatzwachstum der beiden Umsatzgrößenklassen¹⁾ der Unternehmen Verschiebungen in dem

1) Jedes Unternehmen wird für das laufende Berichtsjahr nach der Höhe des Jahresumsatzes des vorangegangenen Jahres in eine der beiden Umsatzgrößenklassen eingeordnet.

UMSATZVERÄNDERUNGEN 1. HALBJAHR 1962 UND 1. HALBJAHR 1961 NACH UMSATZGRÖSSENKLASSEN DER EINZELHANDELSUNTERNEHMEN



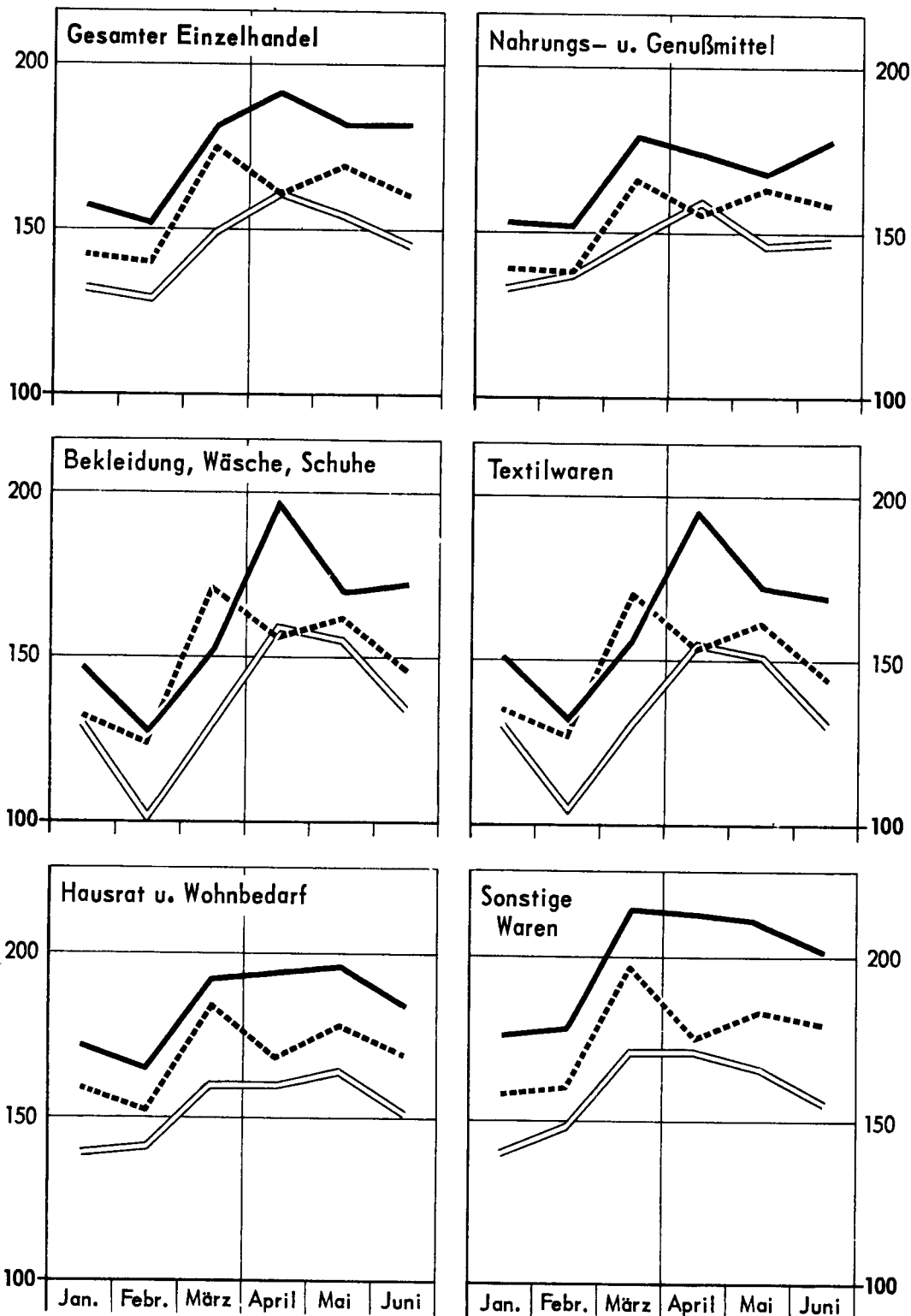
STAT. BUNDESAMT 2341

Bundesgebiet ohne Berlin

Verhältnis der Steigerungsraten zueinander ergeben haben, wenn man sie mit der ersten Jahreshälfte 1961 vergleicht. Zu diesen Geschäftszweigen gehören im Bereich Textilwaren die Meterwaren-, die Wäsche- und die Teppichgeschäfte, bei denen im vorigen Jahr die kleineren Unternehmen eine höhere Umsatzsteigerung als die größeren erzielten. Nunmehr hat sich das Verhältnis umgekehrt. Die entgegengesetzte Entwicklung ist beim Einzelhandel mit Kraftwagen festzustellen. Die Unternehmen unterhalb der Millionengrenze steigerten ihre Umsätze um 20 % gegenüber dem 1. Halbjahr 1961 (im Vorjahr um 4 %), und die größeren Unternehmen brachten es auf 16 % (im Vorjahr 14 %). Im Einzelhandel mit Brennmaterial erhöhten sich die Umsätze bei den kleineren Unternehmen um 28 %, während sich bei den größeren eine Zunahme um 24 % ergab. In der ersten Jahreshälfte 1961 erzielten beide Kategorien die gleiche Steigerung von 4 %. Zu den Geschäftszweigen, in denen die größeren Unternehmen nach wie vor eine höhere Umsatzsteigerung erzielten als die kleineren, und zwar unabhängig davon, ob das Wachstumstempo der Branche im ganzen zu- oder abgenommen hat, gehört der Einzelhandel mit Lebensmitteln aller Art, Oberbekleidung, Textilwaren aller Art und Rundfunk-, Fernseh- und Phonoartikeln. Natürlich lassen die Halbjahresergebnisse noch keine endgültigen Schlüsse auf eine Verschiebung der Marktanteile im Jahr 1962 zu; immerhin vermitteln sie erste Eindrücke von gewissen Veränderungen in der Wettbewerbssituation zwischen den kleineren und größeren Unternehmen des Einzelhandels. Es bleibt abzuwarten, ob sie sich im weiteren Verlauf des Jahres bestätigen.

UMSATZWERTE IM EINZELHANDEL D 1954 = 100

== 1960 1961 — 1962



STAT. BUNDESAMT 2340

Bundesgebiet ohne Berlin, 1960 ohne Saarland