ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Hüttner, Manfred

Article — Digitized Version

Statistische Analyse des Handels in der Bundesrepublik

Wirtschaftsdienst

Suggested Citation: Hüttner, Manfred (1954) : Statistische Analyse des Handels in der Bundesrepublik, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 34, Iss. 9, pp. 513-518

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/131955

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

12 FEB 1955

Statistische Analyse des Handels in der Bundesrepublik

Manfred Hüttner, Hamburg

Auf Grund der Ergebnisse der Zählung der nichtlandwirtschaftlichen Arbeitsstätten vom 13. 9. 1950 soll hier versucht werden, einen Gesamtüberblick über die Struktur des Handels in der Bundesrepublik, sowohl des Groß- als auch des Einzelhandels, zu geben. (Nicht eingeschlossen in die Untersuchungen sind die Handelsvertretungs-, Vermittlungs-, Werbungs- und Verleihbetriebe.) Soweit neueres Material vorlag, wurde dieses berücksichtigt, um die Veränderungen seit 1950, hauptsächlich in der Umsatzstruktur und in dem Verhältnis der einzelnen Betriebsformen zueinander, aufzuzeigen.

DER HANDEL IN SEINER GESAMTHEIT

Im Jahre 1950 wurden im gesamten Handel 602 763 Arbeitsstätten (örtl. Einheiten) mit insgesamt 2 046 217 Beschäftigten gezählt, das sind rd. 25 % aller nichtlandwirtschaftlichen Arbeitsstätten (ohne öffentliche Verwaltung) und rd. 13 % aller darin beschäftigten Personen. Aus diesem Verhältnis der Arbeitsstätten zu den darin Beschäftigten ergibt sich bereits, daß beim Handel im Verhältnis zu anderen Wirtschaftszweigen kleinere und mittlere Betriebe vorherrschen.

Arbeitsstätten und Beschäftigte im Handel

Zweig	Arbeitsstätten	Beschäftigte		
		männlich	weiblich	insges.
Ein- und Ausfuhrhandel	5 625	24 922	12 696	37 618
Binnengroßhandel und Verlagswesen	129 541	520 492	213 963	734 455
Einzelhandel	467 597	586 318	687 826	1 274 144
Handel insgesamt	602 763	1 131 732	914 485	2 046 217

Während im Ein- und Ausfuhrhandel und im Binnengroßhandel und Verlagswesen der Anteil der weiblichen Beschäftigten also nur etwa rd. ein Drittel ausmacht, betrug er im Einzelhandel mehr als die Hälfte. Die folgende Übersicht zeigt die Entwicklung der Betriebe und Beschäftigten im deutschen Handel seit 1875 [1]:

Betriebe, Beschäftigte und Betriebsgröße im Warenhandel 1875—1950

Jahr	Betriebe je 1000 Einwohner	Beschäftigte je 1000 Einwohner	Beschäftigte je Betrieb
1875	11,3	13,8	1,2
1882	11,6	15,4	1,3
1895	12,4	21,2	1,7
1907	14,9	27,8	1,9
1925	15,1	40,7	2,7
1933	14,8	38,9	2,6
1939	12,1	39,7	3,3
1950	12,5	41,2	3,3

[1]) Entnommen der Schrift von Robert Nieschlag: „Die Gewerbefreiheit im Handel" (Schriften zur Handelsforschung, N. F. der Schriftenreihe des Instituts für Handelsforschung an der Universität Köln, Nr. 4), Köln und Opladen 1953, S. 10. Nach den gewerblichen Betriebszählungen für das Deutsche Reich und die Bundesrepublik Deutschland.

Je 1000 Einwohner ist seit 1875 nicht so sehr die Zahl der Betriebe als vielmehr die Zahl der Beschäftigten laufend gestiegen, damit also auch die Zahl der durchschnittlich je Betrieb Beschäftigten. Sie betrug 1950 fast das Dreifache der Zahl von 1875, während die Zahl der Betriebe sich relativ zur Bevölkerungsentwicklung nur unwesentlich erhöht hat.

Es muß jedoch darauf hingewiesen werden, daß weniger die Zahl der Beschäftigten je Betrieb als vielmehr der Umsatz ein Merkmal für Betriebsgröße und -leistung im Handel ist. Auf diese Frage wird weiter unten ausführlicher eingegangen.

Unternehmungen (1950) und Umsatz (1949) im Handel

Zweig	Unternehmungen	Umsatz (in 1000 DM)
Ein- und Ausfuhrhandel	4 598	7 833 106
Binnengroßhandel und Verlagswesen	111 551	46 378 526
Einzelhandel	403 798	25 044 349
Handel insgesamt	519 947 [1])	79 255 981

[1]) Die Abweichung der Zahl der Unternehmen von der Zahl der Arbeitsstätten erklärt sich daraus, daß als Arbeitsstätte die örtliche Einheit, als Unternehmung aber die wirtschaftliche Einheit erfaßt wurde. Aus der Gegenüberstellung beider Zahlen kann auf die Gesamtzahl der betriebenen Filialen geschlossen werden (s. auch Seite 517).

Es zeigt sich, daß das Umsatzvolumen des Großhandels einschließlich des Außenhandels mehr als doppelt so groß ist wie das des Einzelhandels, während die Zahl der Beschäftigten noch nicht einmal zwei Drittel der im Einzelhandel Beschäftigten beträgt. Der Durchschnittsumsatz je Beschäftigten ist also der Natur der Sache entsprechend im Groß- und Außenhandel wesentlich größer als im Einzelhandel.

Fast genau die gleiche Relation ergibt sich bei den Gesamtumsätzen für 1953, die im Groß- und Außenhandel 90 Mrd. DM, im Einzelhandel rd. 42 Mrd. DM betragen. Im Verhältnis des Großhandels zum Einzelhandel sind also keine wesentlichen Änderungen eingetreten.

Ein Blick auf den Anteil sowohl des Groß- als auch des Einzelhandels am Volkseinkommen zeigt, daß sich hier gegenüber den Verhältnissen vor dem Kriege gewisse Wandlungen vollzogen haben. In jeweiligen Preisen gerechnet, betrug der Anteil des Einzelhandels am Volkseinkommen im Halbjahresdurchschnitt 1936 4,8 %, der des Großhandels ebenso. (Unter Volkseinkommen wird hier das Nettosozialprodukt zu Faktorkosten verstanden.) Im zweiten Halbjahr 1953 dagegen lag der Anteil des Einzelhandels wesentlich niedriger, nämlich bei 3,6 %, der des Großhandels mit 5,5 % bedeutend höher. Eine ähnliche Verschiebung zeigt sich zwangsläufig bei dem Anteil am

Unternehmungen und Beschäftigte (1950) und Umsatz (1949) nach Umsatzgrößenklassen

Umsatzgrößenklasse (in DM)	Binnengroßhandel und Verlagswesen			Ein- und Ausfuhrhandel		
	Unternehmen	Beschäftigte	Umsatz (in 1000 DM)	Unternehmen	Beschäftigte	Umsatz (in 1000 DM)
bis 2 000	2 161	2 933	2 439	45	97	48
2 000— 6 000	4 619	6 756	18 074	90	148	324
6 000— 10 000	3 863	6 020	30 407	90	175	714
10 000— 20 000	8 601	14 644	126 471	208	421	2 986
20 000— 50 000	20 400	39 878	686 979	519	1 165	17 141
50 000— 100 000	19 290	53 183	1 374 201	480	1 456	34 975
100 000— 250 000	23 912	106 897	3 809 971	799	3 271	131 899
250 000— 500 000	13 106	97 403	4 593 128	652	3 907	236 410
500 000—1 000 000	8 366	99 861	5 800 530	601	4 436	425 934
über 1 000 000	7 233	283 912	29 936 326	1 114	21 785	6 982 676
Insgesamt	111 551	711 487	46 378 526	4 598	36 861	7 833 106

Quelle: Statistisches Bundesamt.

Bruttosozialprodukt, nämlich von 3,8% sowohl beim Groß- als auch beim Einzelhandel im Halbjahresdurchschnitt 1936 auf 3,0% für den Einzelhandel und 4,6% für den Großhandel im 2. Halbjahr 1953.

DER GROSS- UND AUSSENHANDEL

Sehr interessanten Einblick in den Charakter des Groß- und Außenhandels gibt die folgende Zusammenstellung der Beschäftigten und des Umsatzes nach Umsatzgrößenklassen. Die Mehrzahl der Unternehmungen des Großhandels liegt umsatzmäßig in den mittleren Größenklassen von 20 000—250 000 DM, während bei den Betrieben des Ein- und Ausfuhrhandels ein wesentlich höherer Anteil bei den oberen Umsatzgrößenklassen festzustellen ist. Bei letzteren dominiert ganz offensichtlich der Umsatzanteil der Betriebe über 1 Mill. DM Jahresumsatz (zwischen 85 und 90 %), während er bei den Betrieben gleicher Größenordnung des Binnengroßhandels und Verlagswesens nur rd. 60 % beträgt. Die Unternehmungen unter 2 000 DM Jahresumsatz sind besonders im Großhandel in der Hauptsache sog. „Ein-Mann-Betriebe". Der größte Teil der Unternehmungen des deutschen Groß- und Außenhandels sind also ausgesprochene Mittelbetriebe.

Die fachliche Spezialisierung im Großhandel ist außerordentlich fortgeschritten. Nach den Angaben des Gesamtverbandes des Deutschen Groß- und Außenhandels kann man gegenwärtig schon von ca. 200 Sparten sprechen. Die Spezialisierung geht jedoch laufend weiter. Eine Entwicklung, die in den USA größere Bedeutung gewonnen hat, zeichnet sich im Ansatz auch bereits im deutschen Großhandel ab, nämlich die Spezialisierung innerhalb einer Branche auf die Ausübung von nur Teilfunktionen der Großhandelstätigkeit (in den USA z. B. die sog. „cash and carry"-Großhändler, die nur den Verkaufsabschluß tätigen, den Abtransport der Ware aber dem Käufer überlassen). Nach dem Standort in der Wirtschaft kann man drei große Gruppen zusammenfassen: den Absatzgroßhandel, den Produktionsverbindungshandel und den Aufkaufhandel.

Der Absatzgroßhandel ist der Teil des Großhandels, der den Absatz der von der Industrie hergestellten Konsumgüter an den Einzelhandel vornimmt. Hierher gehören z. B. der Lebensmittelsortiments-Großhandel, der Textilwaren-Großhandel und der Elektro- und Rundfunkgeräte-Großhandel.

Nach den Zahlen des Statistischen Bundesamtes ergeben sich für diese drei Zweige folgende Umsatzwerte für die Jahre 1949, 1951 und 1953 (1950 = 100):

Zweig	1949	1951	1953
Lebensmittelsortimenter	98	110	114
Textilwaren	85	102	91
Elektro- und Rundfunkgeräte	83	131	145

Besonders auffallend ist die Steigerung im Elektro- und Rundfunk-Großhandel um rd. 75 %.

Der Produktionsverbindungshandel steht nicht zwischen Produzent und Einzelhändler wie der Absatzgroßhandel, sondern zwischen den einzelnen Gliedern der Produktion; er erwirbt Erzeugnisse bestimmter Industrien, um sie an andere Industriezweige oder an das Handwerk abzusetzen. Typische Beispiele hierfür sind der Eisen- und Stahlhandel und der Garn-Handel.

Der Aufkaufhandel kauft die Urprodukte in Landwirtschaft und Bergbau auf, um sie den entsprechenden weiterverarbeitenden Industrien zuzuführen (z. B. Getreidehandel).

Die Gesamtumsätze des Großhandels entfallen etwa je zur Hälfte auf den Absatzgroßhandel einerseits und den Produktionsverbindungs- und Aufkaufhandel andererseits.

Faßt man nach der branchenmäßigen Gliederung den gesamten Groß- und Außenhandel in 6 große Gruppen zusammen, so ergibt sich, daß nach der Zahl der Betriebe und der Beschäftigten (für 1950) der Binnengroßhandel mit Nahrungs- und Genußmitteln an erster Stelle steht, gefolgt vom Binnengroßhandel mit Rohstoffen und Halbfabrikaten. An dritter und vierter Stelle rangieren der Binnengroßhandel mit Fertigfabrikaten der metallverarbeitenden Industrie und der mit sonstigen Fertigfabrikaten. (Der erstere ist nur nach der Zahl der Betriebe etwas stärker besetzt, während die Zahl der Beschäftigten bei beiden ungefähr gleich ist.) An vorletzter Stelle steht der Binnengroßhandel mit Vieh, an letzter schließlich der Ein- und Ausfuhrhandel.

Da jedoch, wie gesagt, Betriebs- und Beschäftigungszahlen nicht alleiniger Maßstab sein können, muß auch der Umsatzanteil der einzelnen Gruppen betrachtet werden. Hier ergibt sich eine etwas andere Verteilung. Der nach der Zahl der Betriebe und der Beschäftigten so kleine Ein- und Ausfuhrhandel steht hier an dritter Stelle nach dem Binnengroßhandel mit Nahrungs- und Genußmitteln und dem mit Rohstoffen und Halbfabrikaten, die sich ungefähr die Waage halten. Danach folgt der Binnengroßhandel mit Fertigfabrikaten der metallverarbeitenden Industrie und der mit sonstigen Fertigfabrikaten. Auch im Verhältnis dieser beiden Gruppen zeigt sich ein ungefähr

gleicher Umsatzanteil. Den kleinsten Anteil am Gesamtumsatz des Groß- und Einzelhandels hat schließlich der Binnengroßhandel mit Vieh mit nur rd. 1,2 Mrd. DM Umsatz im Jahre 1949.

DIE WARENWEGE DER KONSUMGÜTER

Außerordentlich schwierig ist die zahlenmäßige Fixierung des Verhältnisses des Teiles der nationalen Erzeugung und des Imports, der über den Großhandel abgesetzt wird, zu dem Teil, der unmittelbar über den Einzelhändler oder sogar direkt an den Verbraucher geht.

Nach Angaben des Gesamtverbandes des Deutschen Groß- und Außenhandels laufen etwa zwei Drittel der konsumbestimmten nationalen Erzeugung über die Betriebe des Groß- und Außenhandels. Das entspricht etwa den Verhältnissen in den USA. Ergebnisse über diesen Anteil in den einzelnen Sparten liegen nur sehr vereinzelt vor. So berichtet z. B. der Biergroßhandel, daß eine nicht geringe Anzahl von Brauereien ihre Erzeugnisse zu mehr als 50% über ihn absetzt. Im Elektro- und Rundfunkgeräte-Großhandel schwankt der Anteil je nach dem Artikel — das Sortiment umfaßt hier teilweise 15 000 verschiedene Positionen! — zwischen 50 und 85 % (vor dem Kriege betrug er im Rundfunkgeräte-Großhandel allein durchschnittlich 70 %). Sehr gering ist der Anteil bei Textilien, wo 70—80 % direkt von der Industrie zum Einzelhändler gehen. Beim Außenhandel — hier kann nur der Einfuhrhandel in Betracht kommen — ist sein Anteil am Absatz dagegen wieder recht hoch; nur etwa 10—15 % der Importe von Konsumgütern werden direkt von Einzelhandelsunternehmen getätigt.

Aus England liegt eine auf Schätzungen beruhende Untersuchung für das Jahr 1938 — als dem letzten normalen Jahr der Handelstätigkeit, das keine Verzerrungen durch kriegs- und nachkriegsbedingte Bewirtschaftung usw. enthält — vor, wonach bei Nahrungsmitteln und Getränken 37 % über den Großhandel, 58 % unmittelbar zum Einzelhändler und schließlich 5 % direkt zum Verbraucher gingen. (Der Großhandelsanteil lag bei Fischen mit 88 % am höchsten.) Für Möbel dagegen war ein weit geringerer Anteil des Großhandels festzustellen, nämlich 17 %, während 78 % unmittelbar über den Einzelhandel und 5 % direkt an den Konsumenten gingen.

Es muß angenommen werden, daß der Umsatzanteil des Großhandels an Konsumgütern in einer direkten Beziehung zu der Größe des Umsatzanteils der Sonderformen des Einzelhandels — Kaufhäuser, Warenhäuser, Filialbetriebe usw. — steht. Je höher der Umsatzanteil dieser Betriebe, je größer ihre Organisation, desto größer auch der Anteil der Umsätze an Konsumgütern, die ohne Einschaltung des Großhandels getätigt werden, desto geringer also der Anteil des Großhandels.[2])

Ein Wesenszug der Sonderformen des Einzelhandels liegt ja gerade darin, daß sie die Großhandelsstufe auszuschalten suchen, um dadurch billiger einkaufen und somit niedriger kalkulieren bzw. höhere Gewinne erzielen zu können.

Aus diesen Erkenntnissen heraus hat sich zuerst in den USA, später, vor etwa 25 Jahren, auf dem europäischen Festland, zuerst in Holland und in letzter Zeit sehr schnell auch in der Bundesrepublik, das System der sog. „freiwilligen Ketten", ein System der engeren Verbindung zwischen Einzel- und Großhandel, entwickelt. In den USA gab es schon vor dem Kriege etwa 150 000 Einzelhandelsgeschäfte, die sich in dieser Form mit Großhändlern zusammengeschlossen hatten. In Deutschland ist diese Entwicklung besonders im Lebensmitteleinzelhandel und im Textilhandel zu beobachten. Heute dürften im Einzelhandel der Bundesrepublik nach Angaben der Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels etwa 150—200 solcher „freiwilliger Ketten" mit ca. 12000—15 000 angeschlossenen Einzelhandelsgeschäften bestehen.

DER EINZELHANDEL

Sehr aufschlußreich ist eine Zusammenstellung des Instituts für Handelsforschung an der Universität Köln über die Gliederung der Einzelhandelsbetriebe nach der Zahl der beschäftigten Personen. Über ein Drittel aller Einzelhandelsgeschäfte sind sog. „Ein-Mann-Betriebe", über die Hälfte haben 2 bis 4 Beschäftigte (einschl. Inhaber), während nur etwas über 10 % aller Betriebe mehr als 5 Personen beschäftigen. Hinsichtlich der Rechtsform ist dementsprechend der Anteil der Personengesellschaften außerordentlich hoch. Rd. 99,5 % aller Einzelhandelsfirmen wurden 1950 als Einzelfirma, Offene Handelsgesellschaft oder Kommanditgesellschaft betrieben.

Gliederung der Einzelhandelsbetriebe (Arbeitsstätten) nach Beschäftigten 1950

Anzahl der Beschäftigten	Verteilung der Einzelhandelsbetriebe	
	in % aller Arbeitsstätten	in % aller Beschäftigten
1	37,88	13,95
2— 4	51,57	47,67
5— 9	8,21	18,58
10— 19	1,72	8,08
20— 49	0,48	5,07
50— 99	0,09	2,34
100—199	0,04	1,75
200—499	0,01	1,05
500—999	0,00	1,11
1 000 und mehr	0,00	0,10

Nach dem 6. Arbeitsbericht der Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels, S. 94.

Aus der folgenden Übersicht über den Anteil der einzelnen Fachzweige des Einzelhandels nach Zahl der Unternehmen, Beschäftigten und Umsatz auf Grund der Arbeitsstättenzählung ergibt sich, daß der Nahrungs- und Genußmittel-Einzelhandel (ohne Tabakwaren) an der Spitze steht, gefolgt vom Textil-Einzelhandel, während abgesehen von den Konsumgenossenschaften der Einzelhandel mit Büromaschinen und -möbeln nach Zahl der Unternehmen und Beschäftigten, umsatzmäßig aber der Einzelhandel mit Farben und Lacken und mit Seifen und Bürstenwaren den geringsten Anteil hat.

Sehr instruktiv ist schließlich auch hier — ebenso wie beim Groß- und Außenhandel — die Zusammenstellung

[2]) Sehr interessant sind in diesem Zusammenhang die folgenden, der Schrift von W. B. Schuck: „Der größte Markt der Welt. Kaufen und Verkaufen in den USA." Düsseldorf 1953, Seite 81, entnommenen Angaben über die Einkäufe der „Supermarkets" direkt vom Fabrikanten:

Größenklasse	kosmetische Artikel	Haushaltartikel
bis 1 Mill. $	27 %	26 %
über 40 Mill. $	80 %	67 %

Anzahl der Einzelhandelsunternehmen und Beschäftigten (1950) und Umsatzanteil (1949)

Zweig	Unternehmen		Beschäftigte		Umsatz in %
	absolut	%	absolut	%	
Einzelhandel insgesamt	403 798	100,0	1 209 758	100,0	100,0
Nahrungs- u. Genußmittel (ohne Tabak)	155 663	38,5	386 713	30,5	32,3
Tabakwaren	18 238	4,5	30 169	2,5	4,0
Bekleidung, Wäsche, Ausstattung, Sportartikel	59 398	14,7	217 661	18,0	19,1
Schuhwaren	11 905	2,9	43 187	3,6	3,8
Eisenwaren, Haus- u. Küchengeräte	13 508	3,3	43 990	3,6	3,1
Glas- u. Porzellanwaren	1 969	0,5	7 079	0,6	0,5
Beleuchtungs- u. Elektrogeräte	2 820	0,7	12 675	1,0	0,6
Rundfunkgeräte	4 450	1,1	15 315	1,3	0,9
Möbel	4 608	1,1	22 518	1,9	2,0
Papier- u. Schreibwaren	7 865	2,0	21 475	1,8	1,2
Galanterie- u. Lederwaren	2 799	0,7	8 590	0,7	0,6
Drogen	7 967	2,0	26 966	2,2	2,5
Farben, Lacke usw.	2 203	0,5	5 785	0,5	0,3
Seifen, Bürstenwaren	5 349	1,3	8 536	0,7	0,3
Optische Geräte, Photo- u. Kinobedarf	1 957	0,4	9 016	0,7	0,5
Büromaschinen u. -möbel	946	0,2	6 202	0,5	0,5
Fahrräder u. Zubehör	6 599	1,6	16 331	1,3	1,0
Kraftfahrzeuge	1 848	0,4	17 611	1,4	1,6
Spielwaren	1 123	0,3	2 669	0,2	0,1
Uhren, Gold- u. Silberwaren	5 553	1,4	18 337	1,5	0,9
Brennmaterial	14 548	3,6	38 713	3,2	2,8
Gemischtwaren	38 090	9,4	89 056	7,4	8,0
Warenhäuser u. Kaufhäuser	129	—	33 575	2,8	3,3
Konsumvereine	348	0,1	32 752	2,7	2,8

Quelle: 6. Arbeitsbericht der Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels, S. 96.

nach Umsatzgrößenklassen. Nach der Zahl der Unternehmungen und der beschäftigten Personen ist die Größenklasse 20 000—50 000 DM mit 27,4% der Unternehmungen und 19,2% der Beschäftigten prozentual am stärksten vertreten, während der größte Absatzanteil von 25,0% auf die Größenklasse 100—250 000 DM, also die ausgesprochenen Mittelbetriebe, entfällt. Einen außerordentlich hohen Anteil an der Gesamtzahl der Unternehmen haben die als Klein- und Kleinstbetriebe zu bezeichnenden Unternehmungen der ersten vier Gruppen zusammen (Jahresumsatz bis 20 000 DM), nämlich 40,3%, bei einem Umsatzanteil von nur 5,4%. Man muß annehmen, daß der größte Teil dieser Betriebe — abgesehen von den in der Arbeitsstättenzählung beim Einzelhandel mitgezählten Betrieben des ambulanten Handels, auf den über ein Drittel dieser rd. 160 000 Unternehmen entfallen dürfte — nur nebenberuflich geführt wird. Ihre Bedeutung liegt vor allem im sozialen Bereich.

Vergleicht man die Ergebnisse aus dem Jahre 1935 mit den Zahlen von 1949 — wobei man das während dieser Zeit eingetretene Steigen des Einzelhandelspreisindex auf fast das Doppelte am besten durch eine Verdoppelung der Größenklassen von 1949 berücksichtigt —, so zeigt sich ein ausgesprochener Aufschwung bei den Mittelbetrieben, während sowohl die Kleinbetriebe als auch die Großbetriebe etwas zurückgegangen sind; letzteres wird vor allem durch die gewaltigen Kriegsverluste verständlich, die gerade bei den Waren- und Kaufhäusern 1949 noch nicht voll überwunden sein konnten.

Während sich die Verhältnisse hinsichtlich der Gesamtzahl der Unternehmungen, der Arbeitsstätten und der Beschäftigten seit 1950 nicht grundlegend verändert haben dürften, sind hinsichtlich der Umsatzstruktur bemerkenswerte Wandlungen vor sich gegangen. Die ständige Steigerung des Umsatzvolumens — 1953 betrug der Einzelhandelsumsatz bereits rd. 42 Mrd. DM — ist nicht in allen Branchen gleichmäßig verlaufen.

Unter Zugrundelegung der Umsatzstatistik des Statistischen Bundesamtes ergeben sich für die Steigerung des Umsatzes von 1949 bis 1953 fogende Zahlen (1949 = 100):

	wertmäßig	mengenmäßig
Durchschnitt des Gesamteinzelhandels	44 %	52 %
Nahrungs- und Genußmittel-Einzelhandel	34 %	39 %
Textil-Einzelhandel	46 %	77 %
Schuhwaren-Einzelhandel	41 %	50 %
Hausrat-Einzelhandel	69 %	69 %

Trotz des ständigen Steigens des Umsatzvolumens des Einzelhandels ist der Prozentsatz des über den Einzelhandel in den Kreislauf der Wirtschaft zurückfließenden Teils des Volkseinkommens laufend gesunken, obwohl der für den privaten Verbrauch verbleibende Teil des Volkseinkommens ständig zugenommen hat. So betrug der vom Verbraucher über den Einzelhandel verausgabte Teil des Volkseinkommens nach Berechnungen der Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels 1953 nur 40,8% gegenüber 40,9% im Jahre 1952 und 50,6% 1950. Im Durchschnitt der Jahre 1925 — 1939 dagegen betrug dieser Prozentsatz nach Berechnungen der früheren „Forschungsstelle für den Handel", Berlin, 45,9%.

Die Ursachen für dieses Zurückbleiben der Umsätze des Einzelhandels hinter der Entwicklung des Volkseinkommens dürften weitgehend in Veränderungen der Verbrauchs- und Lebensgewohnheiten zu suchen sein, ohne daß jedoch darüber schon ein abschließendes Urteil gefällt werden könnte.

Hinsichtlich der Betriebsformen des Einzelhandels zeigt die folgende Tabelle, daß das Schwergewicht auf den Ladengeschäften liegt, deren Anteil an der Gesamt-

Absatz der Einzelhandlungen 1949 nach Größenklassen

Absatzgrößenklasse (in DM)	Unternehmungen		Beschäftigte		Absatz		Beschäftigte je Unternehmen
	absolut	%	absolut	%	in 1000 DM	%	
bis 2 000	24 540	6,1	30 393	2.5	26 396	0,1	1,2
2— 6 000	41 121	10,2	55 450	4,6	161 420	0,6	1,3
6— 10 000	34 233	8,5	48 533	4,0	270 321	1,1	1,4
10— 20 000	62 614	15,5	100 580	8,3	908 322	3,6	1,6
20— 50 000	110 797	27,4	232 509	19,2	3 672 129	14,7	2,1
50—100 000	76 019	18,8	229 910	19,0	5 358 870	21,4	3,0
100—250 000	42 942	10,6	220 252	18,2	6 272 626	25,0	5,1
250—500 000	8 037	2,0	88 230	7,3	2 699 937	10,8	11,0
½—1 Million	2 320	0,6	51 733	4,3	1 570 642	6,3	22,3
1 Million u. mehr	1 175	0,3	152 168	12,6	4 103 686	16,4	129,5
Einzelhandel insg.	403 798	100,0	1 209 758	100,0	25 044 349	100,0	3,0

Zusammengestellt nach den Ergebnissen der Arbeitsstättenzählung vom Institut für Handelsforschung Köln; entnommen dem 6. Arbeitsbericht der Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels, S. 95.

Arbeitsstätten und Beschäftigte im Einzelhandel nach Betriebsformen 1950

Betriebsform	Arbeitsstätten absolut	%	Beschäftigte absolut	%	je Arb.-Stätte
Ladengeschäfte	343 864	73,5	1 063 726	83,5	3,1
Etagengeschäfte u. Handel in der Wohnung	21 745	4,6	34 110	2,7	1,6
Versandgeschäfte	4 404	0,9	14 482	1,2	3,3
Ambulanter Handel	61 504	13,2	81 600	6,3	1,3
Ständige Straßenverkaufsstände	17 480	3,8	26 929	2,1	1,5
Handel ab Lager und sonstige Betriebsformen	18 600	4,0	53 297	4,2	2,9
Einzelhandel insgesamt	467 597	100,0	1 274 144	100,0	2,7

Quelle: 5. Arbeitsbericht der Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels.

zahl der Beschäftigten mit 83,5 % höher ist als ihr Anteil von 73,5 % an der Gesamtzahl der Arbeitsstätten. Auf alle anderen Betriebsformen zusammen entfallen nur 16,5 % der Beschäftigten und 26,5 % der Arbeitsstätten. Daraus ergibt sich, daß der „Ein-Mann-Betrieb" bei ihnen, insbesondere aber — wie aus der Tabelle hervorgeht — bei den Etagengeschäften, dem ambulanten Handel und den ständigen Straßenverkaufsständen eine außerordentlich große Rolle spielt. (Hierbei ist aber zu berücksichtigen, daß in den Ladengeschäften die Groß- und Mittelbetriebe, also Warenhäuser, Kleinpreisgeschäfte etc. mit enthalten sind.)

SONDERFORMEN

Als Sonderformen des Einzelhandels gelten Warenhäuser, Kaufhäuser und Kleinpreisgeschäfte, der Versandhandel, das Massenfilialsystem und die Konsumgenossenschaften.

Die Untergliederung der Waren- und Kaufhäuser und der Kleinpreisgeschäfte nach Umsatzgrößenklassen, auf die hier nicht näher eingegangen werden kann, zeigt, daß unter dieser Gruppe von Einzelhandelsgeschäften nicht Betriebe ab einer bestimmten Umsatzgröße erfaßt wurden, also nicht ausgegangen wurde von einer ziffernmäßigen Abgrenzung, sondern die Betriebe in diese Gruppe nach Gattungsmerkmalen entsprechend ihrer eigenen Angaben aufgenommen wurden. Es sind darunter auch einige kleinere und mittlere Betriebe erfaßt:

Zweig	Arbeitsstätten	Unternehmen	Beschäftigte	Umsatz (in 1000 DM)
Waren- u. Kaufhäuser	304	129	33 575	822 603
Kleinpreisgeschäfte	58	6	4 313	81 542
insgesamt	362	135	37 888	904 145

Aus der Tatsache, daß auf eine relativ geringe Anzahl von Unternehmungen eine relativ große Anzahl von Arbeitsstätten entfällt, ergibt sich, daß die Waren- und Kaufhäuser bzw. Kleinpreisgeschäfte weitgehend mit Filialen arbeiten. Setzt man die Anzahl der Unternehmungen und den darauf entfallenden Umsatz in Beziehung zu der Gesamtzahl der Unternehmungen im Einzelhandel bzw. zum Gesamt-Einzelhandelsumsatz, so zeigt sich, daß der Anteil am Umsatz mit rd. 3,5 % im Verhältnis zum Anteil an der Gesamtzahl der Unternehmungen — noch nicht einmal 0,1 % — relativ hoch ist. Inzwischen dürfte sich, obwohl der Umsatzanteil der Waren- und Kaufhäuser bzw. Kleinpreisgeschäfte stetig gestiegen ist, keine grundlegende Veränderung vollzogen haben. Die Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels kommt zu dem Ergebnis, daß für 1952 der Umsatzanteil dieser Betriebe rd. 5 % betrug. Zahlenmäßig ist das der gleiche Umsatzanteil, den diese Geschäfte 1931 im Reichsgebiet hatten. Da aber im Gebiet der Bundesrepublik mit seiner starken Bevölkerungsdichte und Großbetriebsbesetzung der Anteil damals höher gewesen sein dürfte, kann man annehmen, daß der Vorkriegs-Umsatzanteil noch nicht wieder erreicht ist.

Der Versandhandel, der eine immerwährende latente Konkurrenz für den örtlichen Einzelhandel bedeutet, hat wohl trotz seines noch immer relativ niedrigen Anteils am Umsatzvolumen des Einzelhandels die stärkste Entwicklung in der Nachkriegszeit zu verzeichnen. Umsatzmäßig betrug der Anteil des Versandhandels im Jahre 1937 im Reichsgebiet rd. 2,25 % des Einzelhandelsumsatzes, 1949 im Bundesgebiet rd. 2,0 %, 1952 jedoch schon rd. 3,75 %. Damit ist der Versandhandel wohl die einzige Sonderform des Einzelhandels, die ihren Vorkriegsstand überschritten hat (wobei allerdings die Vorkriegszahl insofern als zu niedrig für normale Verhältnisse betrachtet werden muß, als der Versandhandel in der Zeit des Nationalsozialismus starken Beschränkungen unterworfen war).

Zurückzuführen ist diese starke Entwicklung des Versandhandels wohl auf die Vorteile, die in seiner Beweglichkeit und Anpassungsfähigkeit, in seiner Möglichkeit der Überwindung weiter Entfernungen und der Erschließung auch abgelegener Gebiete liegen — ganz abgesehen von der Frage, ob er zu einer Verbilligung der Waren führen kann oder nicht.

Die Bedeutung des Massenfilialsystems ergibt sich aus folgender Gliederung nach der Arbeitsstättenzählung von 1950:

11 437 Unternehmungen mit 1 Zweigstelle (Umsatzanteil 7 % 1949)
1 380 Unternehmungen mit 2— 3 Zweigstellen (Umsatzanteil 3 % 1949)
301 Unternehmungen mit 4—10 Zweigstellen (Umsatzanteil 2 % 1949)
227 Unternehmungen mit 11 u. mehr Zweigstellen (Umsatzanteil 7 % 1949)

81 % des Einzelhandelsumsatzes entfallen also auf die 390 453 Unternehmen, die keine Zweigstelle betreiben. Von den Unternehmen, die mehr als 10 Filialen unterhalten, liegt der überwiegende Teil im Lebensmitteleinzelhandel (71 Unternehmen); erst weit danach folgen 10 Unternehmungen mit mehr als 10 Filialen im Tabakwaren-Einzelhandel. (Von den insgesamt 348 Konsumgenossenschaften, die gesondert ausgewiesen werden, haben 116 mehr als 10 Verkaufsstellen.)

Der Umsatzanteil der Einzelhandelsbetriebe, die eine und mehr Zweigstellen haben, liegt also für 1949 bei insgesamt 19 %. Hiervon sind jedoch, wenn man die Bedeutung des Massenfilialbetriebes als Sonderform des Einzelhandels erfassen will, wesentliche Abstriche zu machen. Einmal können überhaupt nur die Unternehmen mit mehr als 10 Zweigstellen als Massenfilialbetriebe bezeichnet werden, zum anderen ist auch der auf diese Unternehmen entfallende Umsatzanteil — 7 % — insofern noch zu hoch, als hierher der Umsatz der Waren- und Kaufhäuser bzw. Kleinpreisgeschäfte mit mehr als 10 Zweigstellen sowie der Anteil der Konsumgenossenschaften mit mehr als 10 Verkaufsstellen (insgesamt rd. 4 %) einbegriffen ist, so daß also auf die Massenfilialbetriebe (Unternehmen mit mehr als

10 Zweigstellen) nur ein Umsatzanteil von rd 3 % entfällt[3]). Infolge der laufenden Ausbreitung der Massenfilialbetriebe seit 1949 dürfte allerdings für 1952 mit einem Umsatzanteil von rd. 4 % — davon rd. 3,25 % allein für die Lebensmittel-Filialbetriebe — zu rechnen sein.

Auf die den Konsumgenossenschaften eigene Problematik, ihre soziale und soziologische Stellung und auf ihre hartumkämpfte Position in der Wirtschaft soll hier nicht näher eingegangen werden. Es geht hier nur darum, ihre Bedeutung in der Struktur des Einzelhandels aufzuzeigen.

Nach der Arbeitsstättenzählung von 1950 gab es 348 Konsumgenossenschaften, ihr Umsatzanteil betrug 2,8 % des Gesamtumsatzes von 1949. Anzahl und Umsätze der Konsumgenossenschaften sind jedoch dauernd gestiegen, so daß ihr Anteil am Einzelhandelsumsatz heute wesentlich höher liegt, nämlich bei rd. 4 % für 1952 gegenüber 3,4 % im Jahre 1951. Betrachtet man nur den Umsatz an Nahrungs- und Genußmitteln, so ergeben sich — in Anbetracht der Tatsache, daß die Nahrungs- und Genußmittel-Umsätze rd. 85—90 % des Gesamtumsatzes der Konsumgenossenschaften betragen — wesentlich höhere Verhältniszahlen, nämlich 7,7 % für 1951 und 8,8 % für 1952.

Insgesamt ist zwar der Anteil der Sonderformen des Einzelhandels in der Bundesrepublik ständig gestiegen, im Vergleich zu den anderen hochentwickelten Ländern liegt er aber noch relativ niedrig. Weit höher dürfte dieser Anteil z. B. in den USA sein, von wo aus ja zum großen Teil die Entwicklung der Sonderformen begann und wo auch heute noch ständig neue Formen des Einzelhandels entstehen, die in Deutschland oft noch weitgehend unbekannt sind[4]). Hier ist z. B. auf die sog. „supermarkets" zu verweisen, deren Entstehung in die Zeit der großen Weltwirtschaftskrise fiel. In leerstehenden Fabrikgebäuden u. ä. an den Zufahrtstraßen der großen Städte entstanden damals riesenhafte Unternehmungen, die auf jeglichen Kundendienst wie individuelle Bedienung, Warenauslieferung usw. verzichteten und zum überwiegenden Teil auf Selbstbedienung aufgebaut sind. (Das amerikanische Supermarket-Institut gibt folgende Definition: „supermarkets" sind in Warenhausform organisierte Lebensmittelläden mit einem Mindestumsatz von 500 000 $ jährlich, bei denen mindestens die Kolonialwaren-Abteilung vollständig auf der Basis der Selbstbedienung organisiert ist.) Der Anteil dieser Betriebsform am gesamten amerikanischen Lebensmittelumsatz betrug 1953 bereits 79 %[5]). Als Konkurrenzorganisation zu diesen „supermarkets" entwickelten sich aus den individuellen Selbstbedienungsgeschäften die sog. „shopping centers" (Einkaufszentren), die einheitlich von einer Zentrale aus gelenkt werden, dabei aber ihre Individualität zu bewahren suchen. Voraussetzung für einen durchgreifenden Erfolg solcher modernen Betriebsformen des Einzelhandels ist allerdings die Massenverbreitung von Auto und Kühlschrank.

[3]) Für 1929 nahm Ehrlicher bereits einen Umsatzanteil der Filialbetriebe von 3,4 % an (H. Ehrlicher: „Das Massenfilialsystem. Die Voraussetzungen seiner Anwendbarkeit auf den Einzelhandelsbetrieb". Stuttgart 1931, S. 12).

[4]) Schon für 1932 rechnet Gabler mit einem Umsatzanteil nur der Warenhäuser und Massenfilialsysteme von 34 %: Warenhäuser 8 %, Filialbetriebe 26 % (K. K. Gabler: „Probleme der amerikanischen Warenhäuser", Zürich u. Leipzig 1934, S. 101).

[5]) R. Nieschlag: „Die Dynamik der Betriebsformen im Handel", Köln 1954, S. 14.

Pariser Betrachtungen über Kaufkraft und Produktivität

Alfred Frisch, Paris

Die Kaufkraftverhältnisse in den einzelnen Ländern entwickeln sich mehr und mehr zu europäischer Bedeutung, da sie im Hinblick auf Löhne, Produktivität und Lebensverhältnisse die europäischen Einigungsbestrebungen entscheidend beeinflussen. Die Rückwirkungen, die die Beseitigung von Zoll- und Handelsschranken auf die Konkurrenzfähigkeit und die sozialen Bedingungen ausüben, dürften dabei erheblich überschätzt werden.

Eine gründliche amerikanische Untersuchung über die Industrieproduktion pro Arbeiter und die Produktivität in den USA und einigen europäischen Ländern führte zu dem Ergebnis, daß sich in allen untersuchten Industriegebieten die Kosten der Arbeitskraft einheitlich auf ungefähr 20 % des Bruttoproduktionswertes und auf 47 % des sogenannten Nettoproduktionswertes (nach Abzug der Rohstoffkosten) belaufen. Aus dieser Feststellung ergibt sich die aufschlußreiche Folgerung, daß die Lohnhöhe international gesehen als Index der Produktivität gelten kann. Je höher die Löhne, desto größer die Produktivität bei gleicher Konkurrenzfähigkeit der Länder mit niedrigen oder hohen Löhnen. Dabei ist zu bemerken, daß die Lohnkosten auch die Sozialabgaben und nicht nur die reinen Löhne berücksichtigen müssen. In den Jahren 1949 und 1950 beliefen sich die französischen Durchschnittslöhne auf 31 bzw. 30 % der amerikanischen und die offiziell ermittelte Produktivität auf 29 bzw. 27 %. Demnach würden Unterschiede in den nationalen Lohn- und Sozialversicherungssystemen nicht notwendigerweise die europäische Wirtschaftseinheit verhindern.

VERGLEICHE OHNE STATISTIK

Will man Oberflächlichkeit und Fehlurteile vermeiden, so muß man sich bei der Behandlung der Kaufkraftfrage darüber klar sein, daß das verfügbare statistische Material quantitativ ungenügend und qualitativ fragwürdig ist. Wenn sich auch die ungefähre Lohnsumme mit einiger Genauigkeit zumindest im nationalen Rahmen ermitteln läßt, so spielen doch bei der Bestimmung der Kaufkraft zahlreiche rein subjektive Faktoren mit, wodurch eine objektive Beurteilung erschwert wird. Besonders vorsichtig muß man internationalen Vergleichen gegenüberstehen. So ist es heute mit bestem Willen nicht möglich, die deutsche und die französische Lohnbelastung mit einigermaßen wissenschaftlicher Genauigkeit zu vergleichen. Die einzelnen französischen Ministerien konnten sich bei jüngst vor-