

Schulz, Reinhold

Article — Digitized Version

Der Ausbau der Handelsstatistik schreitet voran: Eine internationale Übersicht

Wirtschaftsdienst

Suggested Citation: Schulz, Reinhold (1969) : Der Ausbau der Handelsstatistik schreitet voran: Eine internationale Übersicht, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 49, Iss. 6, pp. 342-349

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/133985>

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.

AKTUELLE ABSATZ WIRTSCHAFT

Der Ausbau der Handelsstatistik schreitet voran

Eine internationale Übersicht

Dr. Reinhold Schulz, Wiesbaden

Absatzwirtschaftliche Probleme treten immer stärker in den Vordergrund. Dazu stellt die engere internationale Zusammenarbeit auf wirtschaftlichem Gebiet – insbesondere innerhalb der EWG – größere Anforderungen an das statistische Material über absatzwirtschaftliche Tatbestände. So ist es nicht verwunderlich, daß vor allem von internationalen Organisationen wesentliche Impulse für den Ausbau der Handelsstatistik ausgehen, wenn auch die Initiative dazu bei den Regierungen der einzelnen Länder liegt. Auf dem Gebiet der Handelsstatistik sind vor allem drei internationale Organisationen tätig:

- die Internationale Handelskammer in Paris (IHK),
- die Wirtschaftskommission der Vereinten Nationen für Europa in Genf (ECE) und
- die Europäische Wirtschaftsgemeinschaft mit dem Statistischen Amt der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft in Luxemburg (SAEG).

Programm der IHK

Die internationale Bedeutung der Handelsstatistik wurde schon vor der Gründung der IHK im Jahre 1919 erkannt und gewürdigt. Von der IHK wurden die Arbeiten auf dem Gebiet der Absatzwirtschaft und der Handelsforschung ab 1932 intensiviert. Diese Arbeiten werden heute in der Kommission für Absatzwirtschaft und ihrer Komitees für Absatzstatistik und für Marktforschung fortgesetzt. Der leitende Gedanke war und ist, den Unternehmern aus Industrie und Handel die Unterlagen zu beschaffen, die sie brauchen, um ihre Waren erfolgreich absetzen zu können. Dabei ging es konkret um Unterlagen über die Struktur des Handels, über die Wege des Warenabsetzes, über die Kosten des Handels und ihre

Zusammensetzung, über die Entwicklung der Betriebsformen (Warenhäuser, Versandgeschäfte, Filialunternehmen, „unabhängige“ Einzelhändler) und der Verkaufsmethoden (herkömmliche Bedienung, Selbstbedienung, Supermärkte, Verbrauchermärkte), über die Wege der Warenbeschaffung (z. B. vom „freien“ oder an freiwillige Ketten gebundenen Großhandel, über Einkaufsgenossenschaften oder andere Einkaufszusammenschlüsse, von der Industrie direkt) sowie über die Zusammensetzung der Sortimente in den einzelnen Branchen und Betriebsformen. Außerdem befaßte man sich mit Markthandbüchern und Kaufkraftkarten.

Forderungen der IHK

Dieses weitgespannte Sachprogramm macht es verständlich, daß von der Kommission für Absatzwirtschaft immer wieder gefordert wurde, an die Stelle der traditionellen, aber absatzwirtschaftlich nicht sehr ergiebigen Betriebszählungen Handelszensen treten zu lassen; Statistiken also, die auch die Struktur der Handelsunternehmen und ihre vielfältigen Funktionen beleuchten¹⁾. Dieser Forderung sind inzwischen eine Reihe von Ländern nachgekommen.

¹⁾ Auf ihrem XII. Kongreß (Juni 1949) nahm die Internationale Handelskammer eine EntschlieÙung an, in der festgestellt wurde, daß bessere statistische Informationen über die Absatzwirtschaft im Interesse der Produzenten, der Verbraucher und der wirtschaftspolitischen Instanzen aller Länder liegen. Im Rahmen der amtlichen Statistik sollten daher spezielle Handelszensen durchgeführt werden. Diese EntschlieÙung gab den Anstoß zu einer von D. A. Clark bearbeiteten Studie des Komitees für Absatzstatistik über „Distribution Censuses“, die 1951 von der IHK als Nr. 154 in der Reihe ihrer Broschüren herausgegeben wurde. In ihr sind Berichte von 13 Ländern verarbeitet worden, von denen allerdings damals nur wenige einen echten Handelszensus durchgeführt hatten, während die anderen sich mit mehr oder weniger ergänzten Betriebszählungen behelfen. Nach dem Vorwort verfolgte die Broschüre den Zweck, weitere Länder dazu anzuregen, einen perfekten Handelszensus durchzuführen.

Nun läßt sich ein Handelszensus aus praktischen und finanziellen Gründen nur in Abständen von 5 bis 10 Jahren durchführen. Die Absatzwirtschaft fordert aber auch, daß Informationen in kürzeren Abständen erfolgen. Deshalb verlangte die Kommission wiederholt, daß zwischen zwei Großzählungen kurzfristige Stichprobenerhebungen durchgeführt werden, um den Kontakt mit der aktuellen Entwicklung der Umsätze, der Lagerhaltung, der Handelsspannen, der Kosten und der Erträge nicht zu verlieren.

Eine weltweite Organisation wie die IHK muß besonderen Wert auf die internationale Vergleichbarkeit der statistischen Ergebnisse legen. So hat denn das Komitee für Absatzwirtschaft immer wieder auf die Notwendigkeit hingewiesen, die bestehenden Vergleichsschwierigkeiten dadurch zu beheben, daß gleiche Methoden, gleiche Branchensystematiken und gleiche Definitionen für die zu untersuchenden Tatbestände angewandt werden. Daß es auf diesem Gebiet auch heute noch viel zu tun gibt, kann nicht bezweifelt werden.

Arbeiten der ECE

Die ECE wurde 1947 vom Wirtschafts- und Sozialrat der Vereinten Nationen geschaffen mit dem Auftrag, den wirtschaftlichen Wiederaufbau in Europa zu erleichtern und in diesem Rahmen auch für den Austausch statistischer Informationen zu sorgen. 1953 wurde deshalb eine Konferenz Europäischer Statistiker eingerichtet, der die Leiter der Statistischen Zentralämter in den Ländern Europas angehören. Diesem Gremium wurde die Aufgabe übertragen, die Europäische Statistik unter Berücksichtigung der Empfehlungen der Statistischen Kommission der Vereinten Nationen zu verbessern. Die Konferenz, die Unterabteilung Statistik in der Abteilung Forschung und Planung in der ECE und das Statistische Amt der Vereinten Nationen arbeiten eng zusammen. Sie haben sich auch intensiv mit der Handelsstatistik befaßt. Das Ergebnis wurde schon 1958 vom Statistischen Amt der Vereinten Nationen veröffentlicht²⁾.

Diese Veröffentlichung enthält ein umfangreiches handelsstatistisches Programm. Unter anderem ist ein System von Handelszensen sowie jährlichen und monatlichen oder vierteljährlichen Stichprobenerhebungen vorgesehen. Damit entspricht es auch den Forderungen der Internationalen Handelskammer. Allerdings steht bei der ECE weniger die absatzwirtschaftliche Information im Vordergrund als das Bedürfnis, Material für volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen zu gewinnen. Wesentlich ist jedoch, daß sich eine weitere internationale Organisation dafür einsetzt, daß die in vielen Ländern noch sehr unterentwickelte

Handelsstatistik verbessert wird und die Statistiken so angeglichen werden, daß international vergleichbare Ergebnisse zustande kommen.

Ziele des SAEG

Das Statistische Amt der Europäischen Gemeinschaften (SAEG) verfolgt im Grunde die gleichen Ziele wie die IHK und die ECE: Es will eine aussagekräftige, international vergleichbare Handelsstatistik schaffen. Natürlich beschränken sich dabei seine Bemühungen auf die sechs Länder der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft.

Die Arbeiten des SAEG umfaßten bisher hauptsächlich drei Gebiete:

- Schaffung einer einheitlichen Systematik des Handels,
- kurzfristige Berichterstattung über die Umsatzentwicklung im Einzelhandel und
- Aufstellung eines einheitlichen Programms für Strukturerhebungen im Handel (Handelszensen). Eine Systematik des Handels (Nomenclature du Commerce Européen = NCE) wurde vom SAEG im Jahre 1965 veröffentlicht. Diese Systematik berücksichtigt zwar die UN-Nomenklatur (CITI), trägt aber auch den europäischen Gegebenheiten des Handels und – soweit möglich – den bisher in den 6 EWG-Ländern angewandten Systematiken Rechnung. Schon aus diesen Andeutungen ist zu entnehmen, daß die NCE einen Kompromiß darstellt. Einige Hinweise auf Abweichungen der NCE von der – noch ziemlich neuen – deutschen Systematik mögen zeigen, welche Schwierigkeiten bei ihrer Ausarbeitung auftraten.

Probleme der Systematik

Die NCE ordnet den Handel mit landwirtschaftlichen Maschinen in vollem Umfang dem Großhandel zu. Nach der deutschen Systematik gehört er nur dann zum Großhandel, wenn er ausschließlich oder überwiegend an Wiederverkäufer verkauft. Der Absatz landwirtschaftlicher Maschinen an Landwirte nimmt also dem betreffenden Unternehmen nach bisheriger deutscher Auffassung nicht den Charakter eines Einzelhandelsunternehmens, obgleich es sich um die Lieferung von Produktionsmitteln an einen landwirtschaftlichen Betrieb handelt.

Ein weiteres Beispiel dieser Art sind die Tankstellen. Sie werden nach der deutschen Systematik der Wirtschaftszweige nur dann dem Einzelhandel zugeordnet, wenn sie Treibstoffe im eigenen Namen und für eigene Rechnung verkaufen. Sind ihre Inhaber aber als Provisionsvertreter tätig – und das trifft für die Mehrzahl der Tankstelleninhaber zu –, werden sie wie die Handelsvertreter und -makler zur Handelsvermittlung

²⁾ International Recommendations in Statistics of Distribution, Statistical Papers, Series M, No. 26.

gezählt. Die NCE macht diesen Unterschied nicht, sondern ordnet die Tankstellen ohne Ausnahme dem Einzelhandel zu.

Schwerwiegender sind die Unterschiede in der Abgrenzung des Handels vom produzierenden Gewerbe. In den bisherigen nationalen Systematiken werden die Bäcker, Konditoren und Fleischer — drei Gewerbebezüge von großer Bedeutung — sehr unterschiedlich behandelt. In der Bundesrepublik gehören sie zum Handwerk und damit zum produzierenden Gewerbe. Nur wenn der neben dem Handwerk betriebene Einzelhandel der Wertschöpfung nach überwiegt, wird eine Zuordnung zum Einzelhandel vorgenommen. In zwei anderen EWG-Ländern werden die Bäcker, Konditoren und Fleischer stets dem Einzelhandel zugerechnet. Zwei weitere Länder zählen Bäcker und Konditoren zum produzierenden Gewerbe, die Fleischer aber zum Einzelhandel, da diese das Fleisch im wesentlichen zerlegen und an die Verbraucher absetzen und in geringerem Maße produzieren. Dieser Zuordnung, die einem Kompromiß gleichkommt, hat sich das SAEG in der NCE angeschlossen.

Kurzfristige Berichterstattung des SAEG

Bei der kurzfristigen Berichterstattung über die Umsätze im Einzelhandel geht es für das SAEG darum, die bereits bestehenden Statistiken methodisch und sachlich zu harmonisieren. Darüber hinaus sollen diese kurzfristigen Indikatoren in den Ländern, die bisher noch nicht auf diesem Gebiet tätig waren, neu geschaffen werden. Die Bemühungen haben allerdings bisher nur zu Teilerfolgen geführt.

In seinem Allgemeinen Statistischen Bulletin veröffentlicht das SAEG seit einiger Zeit Umsatzindizes für die

- Warenhäuser (Gesamtumsätze und Umsätze der Abteilungen Lebensmittel, Textilien und Bekleidung, Hausrat und Wohnbedarf, sonstige Waren),
- Konsumgenossenschaften (Gesamtumsätze) und
- Filialunternehmen (Gesamtindex und Teilindizes für Lebensmittel, Textilien und Bekleidung sowie Hausrat und Wohnbedarf).

Diese Indizes liegen — auf einheitlicher methodischer Grundlage berechnet — für alle EWG-Länder vor, für Frankreich allerdings mit gewissen Lücken. Leider sagen diese Indizes aber nichts aus über die Entwicklung des Einzelhandels im ganzen und der zahlreichen Klein-, Mittel- und Großbetriebe des traditionellen Einzelhandels, der dem Fachhandel nach wie vor das Gepräge gibt. An der Ausgestaltung der kurzfristigen Berichterstattung über die Einzelhandelsumsätze

wird allerdings gearbeitet. Zwar liegen für die Bundesrepublik die entsprechenden Ergebnisse schon vor, doch wird sie das SAEG wohl erst dann veröffentlichen, wenn auch die Ergebnisse von weiteren Ländern vorhanden sind.

Programm des SAEG für Handelszensen

Mit seinem „Programm für eine Strukturhebung im Handel und im Hotel- und Gaststättengewerbe“ hat das SAEG seine bisher umfangreichste Veröffentlichung auf dem Gebiet der Handelsstatistik herausgegeben. Sie behandelt sehr ausführlich das Frageprogramm für eine Grunderhebung und eine Zusatzerhebung, enthält ein vollständiges Tabellenprogramm für beide Erhebungen und bringt in einem dritten Teil Erläuterungen zur Terminologie. Da von den 6 Ländern der EWG nur die Bundesrepublik schon einen Handelszensus durchgeführt hatte, ist es kein Zufall, daß das Programm des SAEG dem Programm des deutschen Handelszensus von 1960 bis in Einzelheiten weitgehend gleicht.

Überblickt man die Empfehlungen der IHK, der ECE und des SAEG, so ergibt sich, daß alle drei dasselbe Ziel verfolgen. Sie sind alle bemüht, die Statistik des Handels zu harmonisieren, methodisch und sachlich zu vervollkommen und sie in den Ländern, die sie bisher vernachlässigten, überhaupt erst ins Leben zu rufen. Die drei Organisationen haben ihrer Aufgabe entsprechend nur Empfehlungen gegeben und Programme aufgestellt. Inwieweit diese Empfehlungen in den einzelnen Ländern schon erfüllt waren und inwieweit erkennbar ist, daß sie auf fruchtbaren Boden gefallen sind, soll an einigen Ländern aufgezeigt werden³⁾.

Handelsstatistik in den USA

Am frühesten ist die Handelsstatistik in den Vereinigten Staaten von Amerika entwickelt worden. Die ersten Anfänge sind in den Warenhäusern zu finden. Diese führten zunächst interne Betriebsstatistiken durch, gingen dann aber dazu über, ihre Ergebnisse auszutauschen und sich gegenseitig nutzbar zu machen. So kam es zu den ersten Betriebsvergleichen. Eine Zusammenfassung der Ergebnisse der Vergleichsbetriebe lieferte erste statistische Informationen auf einer für die damaligen Verhältnisse durchaus annehmbaren empirischen Basis. Diese Ergebnisse waren der Ausgangspunkt für die Untersuchungen des Harvard-Instituts, die bald über den kleinen Kreis der Warenhäuser hinausgingen⁴⁾.

³⁾ Die BRD wird dabei ausgeklammert. Vgl. dazu Reinhold Schulz: Wandel im Handel — Der gegenwärtige Stand der Handelsstatistik. In: WIRTSCHAFTSDIENST, 48. Jg. (1968), H. 12, S. 734 ff.

⁴⁾ Vgl. Tiburtius: Die Statistik des Warenvertriebs auf dem Binnenmarkt. In: Die Statistik in Deutschland nach ihrem heutigen Stand, Hrsg. Burgdörfer, Berlin 1940.

Von einer amtlichen Handelsstatistik kann man in den USA jedoch erst sprechen, nachdem das Bureau of the Census im US-Department of Commerce im Jahre 1930 den ersten Handelszensus für das Berichtsjahr 1929 durchgeführt hatte. Seitdem werden in den USA – von einer kriegsbedingten Unterbrechung abgesehen – Business Censuses in vier- bis fünfjährigen Abständen wiederholt. Der letzte wurde 1967 durchgeführt. Außer dem Groß- und Einzelhandel werden auch ausgewählte, sehr verschiedenartige Dienstleistungsgewerbe erfaßt. Dazu gehören die Hotels, Wäschereien, Reinigungsunternehmen, die gesamte Filmwirtschaft (Herstellung, Verleih und Lichtspieltheater), ferner die Friseure und die Anzeigenagenturen.

Leitender Gedanke des Zensusprogramms ist es, ein umfassendes, zahlenmäßiges Bild von der Struktur des Handels zu gewinnen. Dabei wird besonderer Wert auf eine Gliederung nach Branchen und Betriebsformen gelegt. Aus der Masse der Handelsunternehmen werden als Betriebsformen besonderer Art die Konsumgenossenschaften, die landwirtschaftlichen Genossenschaften, die Versandhäuser, der ambulante Handel, der Warenvertrieb durch Automaten und die Handelsunternehmen ausgegliedert, die Teile der Verkaufsflächen von Großbetrieben, insbesondere von Warenhäusern und Verbrauchermärkten gepachtet haben. Die Branchensystematik ist – wie in der BRD – an der vertriebenen Ware orientiert. Sie sieht jedoch unabhängig vom Sortiment besondere Positionen für die Warenhäuser, die Klempreisgeschäfte und die für die USA charakteristischen Drugstores vor. Auf diese Weise ergeben sich für den Einzelhandel 89 „Branchen“.

Fragenkatalog des US-Zensus

Der Fragenkatalog beginnt mit sehr eingehenden Fragen zur Kennzeichnung und Zuordnung der befragten Betriebe. Dabei wird besonderer Wert auf den Typ der Gemeinde gelegt, in der der Betrieb seinen Sitz hat, und auf die Lage des Betriebes innerhalb der Gemeinde. Damit soll offenbar den Bedürfnissen der Marktforschung Rechnung getragen werden.

Mit Fragen zur ökonomischen Struktur der Betriebe ist man in den USA – mit deutschen und französischen Maßstäben gemessen – verhältnismäßig zurückhaltend. Ziemlich eingehend wird der Umsatz durchleuchtet. Dieser wird nicht in seiner Gesamthöhe erfragt, sondern auch nach dem Warenumsatz an Letztverbraucher, dem Warenumsatz an Wiederverkäufer und dem Umsatz von Dienstleistungen aufgegliedert. Von größeren Betrieben wird außerdem eine Spezifizierung des Umsatzes nach Warenarten verlangt. Bei den kleineren Betrieben begnügt man sich dabei mit

Schätzungen. Auch über die Warenbestände zu Beginn und am Ende des Geschäftsjahres werden nur von den größeren Betrieben Angaben erwartet. Die kleineren sind hiervon ganz befreit. Ebenso werden Angaben über Kreditverkäufe nur von den größeren Betrieben erfragt. Sehr eingehende Fragen beziehen sich dagegen auf die Zahl und die Zusammensetzung der Beschäftigten. Von den Kosten werden nur die Personalkosten allgemein erfragt, wenn man von den Verbrauch- und Umsatzsteuern absieht. Fragen zur Kostenstruktur in ihrer Gesamtheit wenden sich nur an einen begrenzten Kreis ausgewählter Geschäftszweige und nicht an die Masse der Handelsunternehmen.

Für den Großhandel sieht die Branchensystematik nicht weniger als 141 Positionen vor. industrie-eigene Niederlassungen mit Großhandelsfunktionen, Treibstoffbunkerstationen, Aufkäufer sowie Handelsvertreter und Handelsmakler, von denen die letztgenannten bei uns einen eigenen Handelsbereich bilden, werden gesondert ausgewiesen. Die Veröffentlichung der Ergebnisse erfolgt durch das Bureau of the Census in Vorberichten und später in ziemlich umfangreichen Bänden, von denen jeweils einer die Ergebnisse für die USA in ihrer Gesamtheit enthält, während andere diejenigen für die Bundesstaaten enthalten, die regional untergliedert sind. Sie enthalten die wichtigsten Ergebnisse auch für die Gemeinden, von den größten bis zu denjenigen mit nur 2500 Einwohnern. Außerdem enthalten schon die Vorberichte Branchen- und sonstige Sonderberichte. Die Ergebnisse des Census of Business, der rd. 3 Mill. Betriebe erfaßt, werden durch eine besonders sorgfältig bearbeitete Nacherhebung (0,5 %-Stichprobe) kontrolliert.

Britischer Handelszensus

Der Handelszensus der USA machte Schule. In Großbritannien schlug das Census of Distribution Committee 1946 vor, im Vereinigten Königreich alle fünf Jahre einen Handelszensus durchzuführen. Auch hier wurden schon im Stadium der Vorplanung eine Reihe von Dienstleistungsgewerben in das Programm einbezogen.

Zum ersten britischen Handelszensus kam es 1951. Er bezog sich auf das Berichtsjahr 1950 und wurde als Totalerhebung durchgeführt. Ihm folgte 1957 ein Zensus auf Stichprobenbasis, 1961 eine weitere Totalerhebung und 1966 wiederum eine Stichprobenerhebung, bei der auf die Erfassung des Großhandels verzichtet wurde.

Der Vielfalt des Handels und der miterfaßten Dienstleistungsgewerbe trug man dadurch Rechnung, daß man nicht weniger als 16 verschiedene Fragebogen benutzte. Im Frageprogramm wird

der amerikanische Einfluß offenkundig: Die Fragen nach der Charakterisierung des Betriebes, seiner Branche und seiner Betriebsform, nach seiner Haupt- und Nebenfunktion, dem Umsatz, der Personalstruktur und dem Personalaufwand spielen eine ähnliche Rolle wie im amerikanischen Fragebogen. Außer den Warenbeständen werden allerdings auch die Wareneingänge erfragt, so daß man in Verbindung mit dem Umsatz den Rohertrag, eine für den Handel außerordentlich interessante Größe, errechnen kann. Auch auf die Erfassung des Sortiments nach Warenarten (69) hat man im britischen Handelszensus mehr Wert gelegt als im amerikanischen.

1961 erlangte man durch entsprechende Fragestellung und Aufbereitung auch Angaben über die Zahl und die Betriebsform der Verkaufsstellen für einzelne Waren. Dadurch sollte offenbar einem Wunsch der Marketing-Fachleute Rechnung getragen werden, auf deren Interessen auch — wie in den USA — bei der regionalen Darstellung der Ergebnisse Rücksicht genommen wurde. Die Ergebnisse wurden nicht nur nach Städten, Landgebieten und Counties gegliedert, sondern auch nach Wirtschaftsgebieten (Conurbations). Für die Städte mit mehr als 20 000 Einwohnern erfolgte eine besonders detaillierte Darstellung, und für Städte mit mehr als 50 000 Einwohnern und für einige kleinere Städte von größerer wirtschaftlicher Bedeutung wurde das jeweilige Einkaufszentrum getrennt von dem übrigen Stadtgebiet untersucht⁵⁾.

Handelszensus-Ergebnisse liegen in einer Reihe von weiteren Ländern vor. Dazu gehören, von der Bundesrepublik Deutschland abgesehen, Australien, Kanada, Dänemark, Irland, Schweden, Japan, Finnland, Norwegen, die Türkei und Südafrika. Sie können hier nicht alle ausführlich besprochen werden. Nur so viel sei gesagt, daß sie ein sehr unterschiedliches, manchmal recht knappes Frageprogramm aufweisen und daß sie teils auf eine lange Tradition zurückblicken, teils unter dem Einfluß der angelsächsischen Handelszensus zustande gekommen sind.

Moderne Statistik in Frankreich

Zu den Ländern, die von dieser Entwicklung erst in neuester Zeit — unter dem Einfluß der EWG — erfaßt wurden, gehört — von der Bundesrepublik Deutschland und einigen anderen Ländern abgesehen — Frankreich, das 1967 seinen ersten Handelszensus durchgeführt hat. Er geht in manchen Punkten über die EWG-Empfehlungen hinaus und weist auch methodisch einige interes-

sante Varianten auf. Man kann ihn wohl als den umfassendsten und modernsten Handelszensus bezeichnen. Die ersten Ergebnisse des Zensus wurden um die Jahreswende 1968/69 erwartet, liegen aber noch nicht vor.

Frankreich ist gegenüber allen anderen Ländern dadurch im Vorteil, daß es über eine Unternehmens- und Betriebskartei (fichier d'entreprises et d'établissements) verfügt. Diese ist für Zwecke der Sozialversicherung und der Besteuerung angelegt worden und liefert die Adressen der zu erfassenden Betriebe. In den anderen Ländern, auch in der Bundesrepublik, war die Beschaffung solcher Adressen ein schwieriges und nicht immer zur vollen Zufriedenheit zu lösendes Vorproblem.

Im Handel, und vor allem im französischen Einzelhandel, gibt es zahlreiche Klein- und Kleinstbetriebe, die trotz ihrer großen Zahl von geringem Gewicht sind und zudem in ihrer Branche eine ziemlich homogene Masse darstellen. Das INSEE (Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques) hat eine elegante Lösung gefunden, sich dieses wenig ergiebigen Ballastes zu entledigen: Es erfaßte nicht die Gesamtheit der Betriebe mit weniger als drei Arbeitnehmern, sondern führte in diesem Bereich eine sorgfältig ausgewogene Stichprobe auf der Grundlage von durchschnittlich 23 % der Betriebe durch. Auf diese Weise verminderte sich die Gesamtzahl der zu erfassenden Einheiten von fast 1 200 000 auf rd. 480 000, darunter rd. 377 000 Unternehmen. Von diesen hat wiederum nur ein Teil (etwa 17 %) einen zusätzlichen Fragebogen auszufüllen, der Fragen enthält, die nur das Unternehmen, nicht aber die einzelne Zweigstelle beantworten kann, die weiterhin nur für das gesamte Staatsgebiet, nicht aber für die einzelnen Regionen von Interesse sind und die eine besonders sorgfältige und sachkundige Kontrolle erfordern.

Umfangreiche französische Erhebungen...

Diesen Beschränkungen in der Zahl der zu befragenden Einheiten, die man nur gutheißen kann, steht — im Vergleich zu den USA, Großbritannien und der Bundesrepublik Deutschland — eine Ausweitung des Beobachtungsfeldes gegenüber. Zwar gehen auch diese drei Länder über den eigentlichen Bereich des Handels hinaus, indem sie gewisse Dienstleistungen einbeziehen, aber Frankreich geht noch weiter. Es erfaßt in seinem Handelszensus außer dem Einzelhandel, dem Großhandel und der Handelsvermittlung auch das Gaststätten- und Beherbergungsgewerbe, die Hilfgewerbe des Handels (darunter Marktforschung, Betriebsberatung, Werbeagenturen), Parzellierungs- und Grundstücksunternehmen, Geschäfts-, Grundstücks- und Wohnungsmakler, Unternehmen, die Vielfältigungen, Schreibarbeiten und

⁵⁾ Weitere Einzelheiten in den einschlägigen Veröffentlichungen des Board of Trade Census Office im Board of Trade Journal und — ausführlicher — in Einzelbänden unter dem Titel: „Census of Distribution and other Services“, ergänzt durch das jeweilige Zensus-Jahr.

statistische Arbeiten sowie solche, die Reparaturen von Uhren, Bekleidungsgegenständen, Schuhen und Polstermöbeln ausführen, Friseur- und Schönheitssalons, Badeanstalten, Wäschereien und Färbereien, Reinigungsunternehmen, Lagerhäuser, Presseagenturen, Fotografen, Bestattungsunternehmen, Reisebüros und selbst Fahrschulen. Hier wird also ein bunter Kranz von Dienstleistungsunternehmen erfaßt, über deren wirtschaftliche Struktur und Bedeutung bisher nur sehr dürftige statistische Daten vorliegen. Hinzu kommt noch, daß in Frankreich — wie übrigens auch in Großbritannien — auch die Bäcker, Konditoren und Fleischer zum Einzelhandel gerechnet werden. Frankreich ist also insoweit nicht der NCE gefolgt.

... und Erweiterung des Fragenprogramms

Das Fragenprogramm entspricht dagegen weitgehend dem Programm der EWG. Auf die üblichen Fragen zur Charakteristik des Unternehmens folgen solche nach dem Fuhrpark, den Personalaufwendungen, dem Umsatz, den Investitionen, den beschäftigten Personen und der Beschäftigtenstruktur sowie nach der Haupt- und Nebenfunktion des Betriebes. Die jetzt auch in der Bundesrepublik vorgesehene Frage nach der Geschäfts- und der Verkaufsfläche wird noch ergänzt durch eine Frage nach der Größe von Kühlräumen in cbm. Die Betriebsform, die Art der Bedienung und der Saisoncharakter des Betriebes wird durch weitere Fragen geklärt. Von den Beschaffungswegen ist im allgemeinen Fragebogen nur der wichtigste und der zweitwichtigste anzugeben.

Einzelunternehmer werden nicht nur, wie 1960 in der Bundesrepublik, danach gefragt, ob ihr Einkommen aus dem Betrieb ihr einziges, hauptsächlich oder ihr Nebeneinkommen ist. Sie sollen auch darüber Auskunft geben, aus welchen Quellen sie ihr sonstiges Einkommen beziehen, aus unselbständiger Arbeit, Landwirtschaft, einer handwerklichen oder industriellen Tätigkeit, aus einem anderen Handelsgewerbe, aus einem freien Beruf oder aus Grundvermögen, Rente, Pension oder dergleichen. Wenn diese Fragen richtig beantwortet werden, ist auch ein guter Einblick in die sozioökonomische Struktur der zahlreichen Klein- und Mittelbetriebe des französischen Handels zu erwarten. Ergänzt wird das Bild noch durch Fragen nach dem Eigentum an den Betriebsräumen und der Geschäftseinrichtung sowie nach dem Alter des Geschäftsinhabers.

Die letzte Frage des allgemeinen Fragebogens bezieht sich auf das Sortiment. In einem Katalog von 92 Waren oder Warengruppen brauchen lediglich diejenigen angekreuzt zu werden, die von dem Betrieb verkauft werden. Eine Quantifizierung der

einzelnen Waren, wie sie im deutschen Handelszensus erfolgt, ist nicht vorgesehen.

Zusätzlicher Fragebogen

Der Fragebogen, der nur an eine Auswahl von Unternehmen versandt wird, befaßt sich zunächst mit dem Gesamtumsatz, dem Wareneinkauf und den Veränderungen der Warenbestände, mit den Größen also, aus denen sich der Rohertrag (bei reiner Handelsfunktion die Betriebshandelsspanne) errechnen läßt. Es folgt eine Gruppe von Fragen nach der Kostenstruktur und dem Betriebsgewinn. Frankreich geht also über das Frageprogramm der USA, Großbritanniens und der Bundesrepublik Deutschland in einem entscheidenden Punkt hinaus, indem es eine komplette Kostenstrukturanalyse in das Programm des Handelszensus einbaut. Das ist wahrscheinlich rationeller und auch für die befragten Unternehmen weniger belastend als das deutsche Verfahren, das die Kostenstrukturstatistik völlig separat neben dem Handelszensus durchführt, so daß Fragen zur Charakterisierung des Unternehmens, nach dem Umsatz und der Zahl der Beschäftigten in beiden Erhebungen gestellt werden und die Antworten darauf zweimal geprüft und aufbereitet werden müssen.

Weitere Zusatzfragen betreffen die Aufgliederung des Wareneinkaufs nach Beschaffungswegen, eine Spezifizierung des Umsatzes, die auf eine Funktionsanalyse hinausläuft, und eine Gliederung des Umsatzes in % nach 34 Warengruppen, also eine quantifizierte Sortimentsanalyse nach einem etwas knapperen Warenkatalog als im deutschen Handelszensus.

Die Fragebogen für den Großhandel und die Handelsvermittlung sind grundsätzlich in entsprechender Weise aufgebaut, doch sind sie den besonderen Eigentümlichkeiten dieser beiden Handelsbereiche angepaßt. So wird zum Beispiel im Großhandel nach Cash-and-Carry-Betrieben gefragt, und die Handelsvertreter sollen unter anderem angeben, wie viele ihrer Auftraggeber in Frankreich selbst, in anderen EWG-Ländern und im übrigen Ausland ihren Sitz haben⁶⁾.

Niederländischer Großhandelszensus

Innerhalb der EWG haben außer Frankreich auch die Niederlande einen Zensus durchgeführt, der sich allerdings auf den Großhandel und die Handelsvermittlung beschränkt. Auf den Einzelhandel hat man zunächst verzichtet, weil über diesen Handelsbereich bereits weitgehende Informatio-

⁶⁾ Diese Ausführungen stützen sich auf Louis Verrière: Préparation et Exécution du Recensement de la Distribution de 1967, in der Zeitschrift des INSEE „Etudes et Conjoncture“, No. 4, April 1968, S. 113 ff.; sowie auf die Fragebogen, die dem Verfasser freundlicherweise zur Verfügung gestellt wurden.

nen vorliegen, wenn man außer der amtlichen Statistik auch die Untersuchungen verschiedener wissenschaftlicher Institute berücksichtigt.

Der Zensus wurde auf Drängen zahlreicher Interessenten trotz starker Belastung des Statistischen Zentralbüros in Angriff genommen und für den Großteil der Branchen des Großhandels und der Handelsvermittlung im zweiten Halbjahr 1968 durchgeführt. Für den Großhandel mit Maschinen, Motoren, Apparaten und Zubehör sowie für die Handelsvertreter und Handelsmakler, die sich mit dem Vertrieb dieser Erzeugnisse befassen, wurde die Erhebung schon 1967 für das Berichtsjahr 1966 in die Wege geleitet. Die vorläufigen Ergebnisse für den Großhandel und die Handelsvermittlung, soweit sie in den Vertrieb von Metallbearbeitungsmaschinen eingeschaltet sind, wurden im Juli 1968 veröffentlicht⁷⁾.

Der niederländische Großhandelszensus, wie wir ihn der Einfachheit halber nennen wollen, soll nicht nur der besseren Information über den Handel dienen, sondern vor allem auch Unterlagen für die Berechnung des Beitrags von Großhandel und Handelsvermittlung zum Sozialprodukt liefern. Der Zensus soll 45-50 000 Unternehmen erfassen. Ein Rahmenfragebogen wendet sich an das Gesamtunternehmen, während ein jeweils auf die betreffende Branche abgestellter Ergänzungsfragebogen, von dem 42 Fassungen vorliegen, Angaben getrennt für die Unternehmensteile Großhandel und Handelsvermittlung vorsieht, sofern beide Funktionen vom gleichen Unternehmen ausgeübt werden. Im Rahmenfragebogen werden die Funktionen des Unternehmens und seine Zusammenarbeit mit Industrieunternehmen, mit freiwilligen Ketten, mit Ein- oder Verkaufsvereinigungen oder — bei Einkaufsvereinigungen — mit Gewerbetreibenden erfragt. Ferner werden Fragen nach der Zahl und Struktur der Beschäftigten, dem Personalaufwand, dem Umsatz, den Forderungen, den Schulden und den Investitionen gestellt. Der Ergänzungsfragebogen will die Beschaffungs- und Absatzwege im Großhandel und den Anteil der einzelnen Warengruppen am Umsatz erfassen. In manchen Branchen wird ermittelt, ob die Bearbeitung der eingekauften Ware im eigenen Unternehmen oder durch Dritte erfolgt. Weiterhin werden Auskünfte über die Warenbestände und den Handel mit dem Ausland verlangt. Die Handelsvermittler sollen über ihre Provisionseinnahmen, den Wert der von ihnen vermittelten Ware, über ihre Auftraggeber und über die prozentuale Gliederung der vermittelten Waren nach Warenarten Auskunft geben.

Laufende Statistiken

Nun ist die Öffentlichkeit vor allem an aktuellen Informationen über den Handel interessiert. Ein

Handelszensus allein reicht dazu nicht aus, weil er praktisch nur in größeren, fünf- bis zehnjährigen Abständen durchgeführt werden kann. Er bietet aber gute Voraussetzungen für eine kurzfristige, auf Stichprobenbasis durchgeführte Handelsberichterstattung. Die so gelieferten Umsatzmeßzahlen gehören zu den wichtigsten und gebräuchlichsten Indikatoren für die kurzfristige Wirtschaftsbeobachtung. Deshalb haben die Länder, die über einen Handelszensus verfügen, diese Möglichkeit ausgenutzt und auf der Grundlage der Zensusergebnisse kurzfristige (monatliche, vierteljährliche oder jährliche, im Falle der USA sogar wöchentliche) Handelsberichterstattungen geschaffen oder bereits bestehende Statistiken dieser Art — wie in der Bundesrepublik Deutschland — verbessert. Sie beschränken sich nicht immer auf die Umsatzentwicklung, sondern beziehen auch andere Merkmale mit ein. Solche laufenden — amtlichen und nichtamtlichen — Handelsstatistiken gibt es aber auch in vielen Ländern, die bisher noch keinen Handelszensus aufzuweisen haben.

Laufende Einzelhandelsstatistiken gab es 1953 in 14 Ländern: Australien, Belgien, Dänemark, Bundesrepublik Deutschland, Frankreich, Italien, Japan, den Niederlanden, Norwegen, Österreich, Schweden, der Schweiz, Großbritannien und den USA⁸⁾. Auch in Finnland gibt es inzwischen eine partielle Einzelhandelsberichterstattung, und in der Türkei wird monatlich wenigstens über die Umsatzentwicklung bei einer Reihe von verbrauchersteuerpflichtigen Waren sowie bei den Konsumgenossenschaften berichtet.

Mit ihrer jährlichen Berichterstattung über die Röherrträge in fast allen Zweigen des Groß- und Einzelhandels steht die Bundesrepublik, soweit dies zu übersehen ist, allein da. Dabei ist noch zu berücksichtigen, daß die amtliche Röherrtragsstatistik von dem Kölner Institut für Handelsforschung durch die Jahresauswertung des Betriebsvergleichs, die eine vollständige Darstellung der Kosten und der Erträge enthält, ergänzt wird. Laufende — jährliche oder gar monatliche — Kostenstrukturstatistiken werden, soweit feststellbar, durchgeführt in

- Österreich (Arbeitsgemeinschaft für Handelsforschung),
- Finnland (nur im Lebensmittel- und Textilhandel),
- den Niederlanden (für Klein- und Mittelbetriebe in einer Auswahl von Branchen),

7) Centraal Bureau voor de Statistiek, Mededelingen G. T. 1967, No. 1 (Juli 1968). Der Verfasser ist dem Centraal Bureau für die Unterrichtung über den niederländischen Großhandelszensus zu Dank verpflichtet.

8) Vgl. Les Statistiques au Service du Détaillant, Rapport de la Commission de la Distribution, bearbeitet von Michel David, IHK-Broschüre No. 167 aus dem Jahre 1953.

- Schweden (für 25 Zweige des Groß- und Einzelhandels),
- Australien (nur Personalkosten, untersucht von der Reserve Bank of Australia) und in
- den USA (für Unternehmen mit mehr als 10 Filialen).

Ein vollständiger Überblick über die internationale Entwicklung der laufenden Statistiken im Handel ist schwer zu gewinnen. Doch wird man

feststellen können, daß auch auf diesem Gebiet im Laufe der Zeit beträchtliche Fortschritte gemacht worden sind, wenn auch noch beträchtliche Lücken zu schließen sind. Die Bemühungen der Internationalen Handelskammer und der anderen internationalen Organisationen haben sicherlich wesentlich dazu beigetragen. Auch auf die Initiative des Statistischen Amtes der Europäischen Gemeinschaften auf diesem Gebiet ist an dieser Stelle nochmals hinzuweisen.

Außenhandelssortimente im Wandel

Dr. Axel Bänisch, Hamburg

Das Leistungssortiment, das Handelsbetriebe ihren Marktkontrahenten offerieren, besteht aus einem Waren- und einem Dienste- oder Funktionsortiment. Der Begriff des Warensortiments umschließt dabei den als Ansatzpunkt der Handelstätigkeit ausgewählten Warenkreis, d. h. die angebotenen Warengruppen, Warenarten und Sorten.

Sorten sind die kleinsten, nicht weiter differenzierbaren Sortimentseinheiten; sie lassen sich zu Warenarten, die Warenarten ihrerseits zu Warengruppen zusammenfassen. Während man von der Sortenzahl ausgehend flache Sortimente (wenige Sorten der geführten Warenarten) und tiefe Sortimente (viele Sorten der geführten Warenarten) unterscheidet, kommt man durch Feststellung der Warenarten- und Warengruppenzahl zur Unterscheidung von engen und breiten Warensortimenten.

Zum Gesamtleistungssortiment komplettiert wird das Warenortiment durch das Dienste- oder Funktionsortiment. Dieses umschließt alle „Funktionen, die zum Zwecke des Umsatzes des Warenortiments und in Verbindung mit diesem ausgeübt werden“¹⁾. Auch beim Dienste- oder Funktionsortiment kann von Breite und Tiefe gesprochen werden, indem man auf die Zahl der angebotenen Dienste einerseits, die Intensität ihrer Ausübung andererseits abstellt.

Klassische Außenhandelssortimente

Im Außenhandel haben sich zwei typische, über einen längeren Zeitraum nachweisbare Sortimentsstrukturen herausgebildet: das länderspezialisierte und das warespezialisierte Sortiment.

Der warespezialisierte Außenhandel ist durch ein relativ enges, zugleich aber verhältnismäßig tiefes Warenortiment gekennzeichnet. Der von ihm gehandelte Warenkreis umfaßt nur eine oder wenige Warengruppen und Warenarten, die sortenmäßige Differenzierung innerhalb der Warenarten ist jedoch ausgeprägt. Die Stärke des warespezialisierten Außenhandels liegt in seinen Spezialkenntnissen über die Ware, was zugleich die Darbietung eines verhältnismäßig tiefen Dienstesortiments erlaubt. Seine intime Warenkenntnis ermöglicht es, Funktionen wie Beratung, Service, Garantieleistung intensiv auszuüben.

Der länderspezialisierte Außenhandel zeigt im Vergleich zum warespezialisierten generell ein breiteres, dafür aber flacheres Warenortiment. Allgemein nimmt die Breite des Sortiments mit der geographischen Spezialisierung zu, die Sortimentstiefe aber als Folge davon ab. Ein auf Chile spezialisierter Außenhandelsbetrieb z. B. wird weniger zur Warespezialisierung neigen als ein generell auf Südamerika spezialisierter Außenhandelshaus. Der hohe Grad an geographischer Spezialisierung (im Falle „Chile“) macht eine Warespezialisierung eher entbehrlich. Je mehr man aber auf eine geographische Spezialisierung verzichtet, desto eher wird man tendenziell eine Warespezialisierung vornehmen müssen. In bezug auf „Südamerika“ heißt das: Die geographische Spezialisierung ist zu gering, um auf eine Warespezialisierung verzichten zu können.

Die Stärke des Länderspezialisten liegt nicht in intimer Warenkenntnis, sondern darin, daß er mit

¹⁾ R. Henzler: Versuch einer Analyse der Gesamtleistung von Handelsbetrieben, in: Beiträge zur Begriffsbildung und Methode der Betriebswirtschaftslehre, Festschrift für Willy Bouffier, hrsg. v. R. Bratschitsch und K. Vodrazka, Wien 1965, S. 33.