

# MARKTANALYTISCHES ARCHIV

bearbeitet von Dr. WALTER PUTTKAMMER

## DIE UMSATZENTWICKLUNG IM DEUTSCHEN EINZELHANDEL IM JAHRE 1934

Die vom Reichskuratorium für Wirtschaftlichkeit regelmäßig vorgenommenen Untersuchungen über die Umsatzentwicklung des Einzelhandels liegen jetzt für das Gesamtjahr 1934 vor und zeigen, daß die Umsätze im Einzelhandel von 21,2 Milliarden Reichsmark im Jahre 1933 auf 23<sup>3</sup>/<sub>4</sub> Milliarden 1934, also innerhalb eines Jahres um 12 Proz. gestiegen sind. Für marktanalytische Zwecke interessiert dabei vor allem ein Vergleich der Handelszweige und Betriebsformen untereinander. Wie aus der Tabelle hervorgeht, war am stärksten die Umsatzsteigerung bei Kraftfahrzeugen (etwa 45 Proz.). Es folgen die verschiedenen Zweige des Hausratshandels (rund 20 bis 40 Proz.) und der Uhrenhandel (reichlich 20 Proz.). Im Textilfachhandel beträgt die Steigerung knapp

Handelszweig bzw. Betriebsform	Umsatzsteigerung 1934 gegen 1933 in %
Lebensmittelfachgeschäfte	5,5
Warenhäuser (alle Abteilungen)	2,2
Kaufhäuser (alle Abteilungen)	9,1
Ein Einheitspreisunternehmen	4,4
Kreditgebender Einzelhandel (überwiegend Bekleidung)	15,0
Textilwarenfachgeschäfte insgesamt	17,7
davon: Textilwaren aller Art	16,8
Kurz-, Weiß- und Wollwaren	10,3
Wirk- und Strickwaren	13,0
Wäsche	23,4
Kleiderstoffe	25,5
Damen- und Mädchenkleidung	11,0
Herren- und Knabenkleidung	23,7
Herrenartikel	19,5
Herrenhüte und Mützen	14,4
Bettwaren	25,6
Teppiche, Möbelstoffe, Gardinen	30,0
Schuhwarenfachgeschäfte	5,0
Möbelfachgeschäfte	38,7
Eisenwarenfachgeschäfte „Ofen und Herde“	21,0
Eisenwarenfachgeschäfte „Haus- und Küchengeräte“	16,0
Fachgeschäfte für Glas- und Porzellanwaren	16,0
Fachgeschäfte für Elektro- und Beleuchtungsgeräte	27,9
Tapeten	20,0
Drogen	5,0
Uhren	21,1
Blumen	6,5
Sportartikel und -bekleidung	17,0
Fahrradhandlungen	15,0—25,0
Kraftfahrzeughandlungen (Handelsumsätze)	rd. 45,0
Einzelhandel insgesamt	12,0

18 Proz., wovon ein Viertel auf Preissteigerungen entfällt. Die geringste Zunahme unter den Zweigen des Fachhandels hatten Lebensmittelgeschäfte, Schuhwarengeschäfte und Drogerien aufzuweisen (rund 5 Proz.). Dabei entfällt der Zuwachs des Lebensmittelumsatzes zum größten Teil auf Preissteigerungen.

Etwas anderes ist das Bild, wenn man die Umsatzentwicklung mehrerer Jahre miteinander vergleicht und das Jahr 1930 zum Ausgangspunkt nimmt. Im Vergleich zu diesem Jahre hat der Lebensmittelhandel von seinen Umsätzen noch etwas weniger eingebüßt als der Bekleidungshandel (20,6 gegen 22,9 Proz.). Allerdings waren auch die Preisrückgänge bei Textilien wesentlich stärker. Der Möbelhandel lag wertmäßig um ein Achtel, Glas- und Porzellanwaren und Drogerien noch fast um ein Drittel unter dem Umsatzstand von 1930.

Im Vergleich zu den Zahlen der Fachgeschäfte erscheint die Umsatzentwicklung bei den Waren- und Kaufhäusern immer noch recht ungünstig. Die Kaufhausumsätze blieben 1934 um etwa 35 Proz., die Warenhausumsätze um mehr als 40 Proz. hinter dem Wert von 1930 zurück. Setzt man die Umsätze des Jahres 1930 jeweils gleich 100, so ergibt sich in den einzelnen Handelszweigen bzw. Betriebsformen die folgende Entwicklung:

	1930	1931	1932	1933	1934
Lebensmittelfachgeschäfte	100	91,9	78,1	75,3	79,4
Textilwarenfachgeschäfte	100	84,1	65,0	65,5	77,1
Schuhwarenfachgeschäfte	100	88,7	72,5	75,5	79,0
Möbelfachgeschäfte	100	96,5	63,6	63,5	88,0
Fachgeschäfte für Glas- und Porzellanwaren	100	—	—	58,0	67,0
Drogerien	100	85,5	70,9	65,4	69,0
Warenhäuser	100	85,3	70,0	56,9	58,0
Kaufhäuser	100	85,3	68,8	59,5	65,0

## EIN BIBLIOGRAPHISCHES HILFSMITTEL FÜR WIRTSCHAFTSUNTERSUCHUNGEN

ist unter dem Titel „Das Schrifttum über den Markenartikel“, bearbeitet von Dipl.-Kfm. Dr. Georg Bergler, erschienen. (Schrifttum für den Betriebswirt, Band 1, Deutscher Betriebswirte-Verlag G. m. b. H., Berlin. 19 Seiten.) Mit diesem Heft eröffnet der Verband Deutscher Diplom-Kaufleute eine Sammlung von Literaturnachweisen unter dem Titel „Schrifttum für den Betriebswirt“. Das ist ein sehr dankenswertes und nützliches Unternehmen, denn an einigermaßen vollständigen und sachkundigen Bibliographien des betriebswirtschaftlichen Schrifttums fehlt es schon lange. Dr. Berglers Zusammenstellung der literarischen Erscheinungen über den Markenartikel erscheint zu einem günstigen Zeitpunkt, nämlich gerade in einem Augenblick, wo die volks- und betriebswirtschaftlichen Probleme der Markenware von neuem lebhaft diskutiert werden. Allerdings zeigt sich gerade hierbei der doch nur beschränkte Wert einer einmaligen „Inventuraufnahme“ des Schrifttums, und es wäre sehr zu wünschen, daß der Verband Deutscher Diplomvolkswirte in Ergänzung zu den Bändchen dieser Reihe regelmäßige Nachträge erscheinen ließe.

