

Tabelle 1

Umsätze<sup>1)</sup> im Vergleich zum Vorjahr in Prozent der Umsätze in den gleichen Monaten des Vorjahres

	Januar	Februar	März	April
Lebensmittel <sup>2)</sup> . . . . .	- 5,1	- 8,4	- 10,8	- 12,1
Textilhandel insgesamt <sup>3)</sup>	- 12,9	- 18,9	- 11,3	- 24,7
Herren- und Knaben- kleidung <sup>4)</sup> . . . . .	- 14,0	- 21,0	- 8,0	- 28,8
Damen- und Mädchen- kleidung . . . . .	- 12,7	- 17,4	- 12,8	=
Wäsche . . . . .	- 15,3	- 18,2	- 14,7	- 26,1
Schuhe . . . . .	- 6,7	- 12,7	- 9,6	- 27,9
Drogen . . . . .	- 7,0	- 10,0	- 10,0	- 16,0
Eisenwaren, Haus- und Küchengeräte . . . . .	- 17,7	- 21,7	- 21,0	- 20,4
Glas, Porzellan, Haus- und Küchengeräte . . . . .	- 21,1	- 22,3	- 18,8	- 25,4
Beleuchtungs- u. Elektro- einzelhandel <sup>5)</sup> . . . . .	- 19,6	- 17,3	- 18,3	- 13,3
Kreditgebender Einzel- handel . . . . .	- 30,1	- 36,6	- 26,0	- 48,4
Uhrengeschäfte . . . . .	- 25,2	- 28,8	- 7,0	- 28,2
Sprechmaschinen . . . . .	- 28,0	- 29,1	- 28,8	=
Lederhandel . . . . .	- 5,6	- 8,8	- 11,4	- 13,5
Süßwaren . . . . .	- 11,1	- 14,7	+ 5,4	=
Sportgeschäfte . . . . .	+ 29,8	+ 10,0	+ 12,0	- 20,6
Warenhäuser insgesamt <sup>2)</sup>	- 9,8	- 17,1	- 4,2	- 20,0
Einzelne Warenhaus- abteilungen:				
Nahrungs- und Genuß- mittel . . . . .	+ 6,5	- 2,6	- 0,1	- 6,6
Konfitüren . . . . .	- 6,4	- 8,3	+ 18,7	- 23,9
Bekleidung insgesamt	- 11,2	- 18,1	- 4,9	- 22,0
Damen- und Mädchen- konfektion . . . . .	- 17,4	- 25,2	+ 1,0	- 26,7
Herren- und Knaben- konfektion . . . . .	- 18,3	- 18,1	- 1,1	- 31,1

1) Auf Grund der von der Forschungsstelle für den Handel bearbeiteten Statistiken der Fachverbände.

2) Ermittelt vom Institut für Konjunkturforschung.

3) Ermittelt vom Reichsverband des Textileinzelhandels.

4) Ermittelt vom Verband des Beleuchtungs- und Elektroeinzelhandels e. V.

5) Ermittelt vom Reichsverband für Herren- und Knabenkleidung.

= Hier lagen die Ergebnisse bei Abschluß der Arbeiten noch nicht vor.

Die Waren des sogenannten starren Bedarfes, also insbesondere die Lebensmittel, weisen einen verhältnismäßig geringen Rückgang auf. Für das erste Vierteljahr berechnet das Institut für Konjunkturforschung diesen Wertrückgang auf etwa 8 % im Vergleich zum Vorjahr. Da der Preisrückgang in dieser Zeit (laut Institut für Konjunkturforschung) 11 % beträgt, darf man eine mengenmäßige Zunahme des Nahrungsmittelumsatzes annehmen.

Die Umsatzentwicklung im Textilhandel entspricht nicht ganz den Erwartungen. Im allgemeinen rechnet man auch die Textilien zu den Waren des elastischen Bedarfes, deren Umsatz in Zeiten eines scharfen Konjunkturrückganges stärker gedrückt zu sein pflegt. Man sollte also annehmen, daß die Umsätze im Textilhandel über den Preisrückgang hinaus auch einen beträchtlichen Mengenrückgang aufzuweisen haben. Das Institut für Konjunkturforschung berechnet hingegen in seinem letzten Vierteljahrsbericht den Rückgang der Umsatzwerte im Handel mit Bekleidung auf 13,8 % und stellt ihm einen Preisrückgang in der gleichen Zeit um 14,6 % gegenüber. So kommt es zu dem Ergebnis, daß die Mengenumsätze im Textilhandel im ersten Vierteljahr gegenüber dem Vorjahr noch leicht zugenommen haben, um so mehr,

wenn man berücksichtigt, daß gerade in diesem Jahr von dem kaufenden Publikum den geringeren und mittleren Qualitäten der Vorzug gegeben wurde. Die Zunahme der Umsatzen dürfte unter anderem darauf zurückzuführen sein, daß die Käufer in den letzten Monaten des vergangenen Jahres nicht zuletzt aus Gründen der Erwartung kommender Preissenkungen eine sehr starke Kaufzurückhaltung übten, die zu erhöhten Käufen beim Inventurausverkauf und bei der Weißen Woche führten. Die stark gedrückten Preise, zu denen gerade während dieser Veranstaltungen im Textilhandel verkauft wurde, haben zu einer Steigerung der Umsatzen wesentlich beigetragen. Man kann ferner annehmen, daß die Verbraucher ganz allgemein eine beginnende Erleichterung der Wirtschaftslage verspüren zu können glaubten, die sich aber sehr bald als trügerisch erwies. Die Angaben des Instituts für Konjunkturforschung bedürfen insofern einer kleinen Korrektur, als sie nur die Zeit von Januar bis März umfassen. Die März-Ergebnisse erscheinen im Vergleich zu denen des Vorjahres in diesem Jahr zu günstig, weil sie infolge der diesjährigen früheren Lage des Osterfestes bereits den größten Teil des Ostergeschäftes umfassen. Aus der gleichen Ursache zeigen die Umsätze im April ein scharfes Absinken gegenüber dem April 1930, der noch einen beträchtlichen Teil des Ostergeschäftes enthielt.

Bei den Branchen des Hausrathandels (Eisenwaren, Haus- und Küchengeräte, Glas- und Porzellanwaren, Beleuchtungs- und Elektroeinzelhandel) ist durchweg ein beträchtlicher Umsatzrückgang festzustellen. Welchen Umfang die Preissenkung in diesen Branchen erreicht hat, kann nicht gesagt werden. Zweifellos sind die Umsatzrückgänge auch hier zum Teil auf Preissenkungen zurückzuführen. Bei der Höhe der Rückgänge ist jedoch die Annahme sehr begründet, daß die Geschäfte dieser Branche auch mengenmäßig erhebliche Umsatzenbußen aufzuweisen haben.

Sehr scharf war die rückläufige Umsatzbewegung im kreditgebenden Einzelhandel, im Uhrenhandel und im Handel mit Sprechmaschinen. Die verkürzte Einkommensdecke reichte zur Beschaffung dieser Waren in der Berichtszeit bei vielen Verbrauchern nicht mehr aus. Der Rückgang im kreditgebenden Einzelhandel spricht sehr beredt für das hohe Verantwortungsbewußtsein des kaufenden Publikums, das mit Rücksicht auf die Beschränkung seiner finanziellen Leistungsfähigkeit von Kreditkäufen, wie bereits erwähnt, in großem Umfang Abstand genommen hat.

Eigenartig erscheint das beträchtliche Anwachsen der Umsätze bei den Sportgeschäften in den ersten drei Monaten dieses Jahres, das wahrscheinlich aus der zunehmenden sportlichen Betätigung weiterer Bevölkerungskreise zu erklären ist. Es ist außerdem die Annahme möglich, daß zweckmäßige Sportkleidung die weniger zweckmäßige modische Kleidung vielfach verdrängt hat.

Im Süßwarenhandel trat nach scharfen Rückgängen im Januar und Februar im Monat März eine Umsatzsteigerung um 5,4 % gegenüber dem Vorjahr ein. Auch hier zeigt sich die Auswirkung der frühen Lage des Osterfestes. Bekanntlich erhebt sich im Schokoladen- und Süßwarenhandel die Osterspize (ebenso wie zu Pfingsten und Weihnachten) weit über die Umsätze der übrigen Monate. Infolgedessen erscheint die Umsatzsteigerung um 5,4 % – auch unter Berücksichtigung der etwa 10 % betragenden Preissenkung – sehr gering, so daß man mit einem mengenmäßig geringeren Ostergeschäft als im Vorjahr rechnen darf. Näheren Aufschluß werden die Umsatzziffern für April geben, die zur Zeit noch nicht vorliegen. Die Umsatzergebnisse der Waren-

**Kleine Anzeigen,** Gehilfengesuche, Reparaturanzeigen, Gelegenheitskäufe usw. gehören **in die UHRMACHERKUNST**