

Michael Wüger\*)

# Der Einzelhandel als wichtige Konjunkturstütze

## Gute Aussichten für das Weihnachtsgeschäft

**E**inleitend wird die längerfristige Entwicklung der Position des Handels in der österreichischen Wirtschaft dargestellt. Es folgt eine Analyse des aktuellen Geschäftsgangs des Handels, abschließend wird das Weihnachtsgeschäft des Einzelhandels prognostiziert.

### Steigende Bedeutung des Handels im Rahmen der Gesamtwirtschaft

Konzentration, Kooperation und Integration prägen das Erscheinungsbild des österreichischen Handels. Durch Fusionen von Unternehmen und Kooperationszentralen gewinnen Filialunternehmen in- und ausländischer Eigentümer immer mehr an Bedeutung. Hand in Hand damit ist nicht zuletzt als Folge des geänderten Käuferverhaltens ein zunehmender Trend der Betriebsformen zu gleichen Angebotstypen, insbesondere Großformen des Handels (Supermärkte, Verbrauchermärkte und Fachdiskonter) zu beobachten. Dem bloßen Preiswettbewerb steht eine verstärkte Tendenz zu mehr Qualität und Originalität gegenüber („Polarisierung der Handelsmärkte“). Dadurch gelingt es auch klein- und mittelständischen Fachhandelsbetrieben, sich durch rechtzeitige Spezialisierung auf dem Markt zu behaupten. Auch neue Technologien (EDV, Warenwirtschaftssysteme, Scanner usw.) haben Einzug im österreichischen Handel gehalten.

**Der Handel gewinnt für die österreichische Wirtschaft zunehmend an Bedeutung. Gründe dafür sind seine Entwicklung zu einem eigenständigen Wirtschaftszweig, die in hochentwickelten Volkswirtschaften übliche Verlagerung der Nachfrage zu Dienstleistungen, die zunehmende internationale Arbeitsteilung sowie die geringere Konjunktorempfindlichkeit der Handelsumsätze, insbesondere des Einzelhandels. Diese war auch im Jahresverlauf 1992 deutlich zu erkennen.**

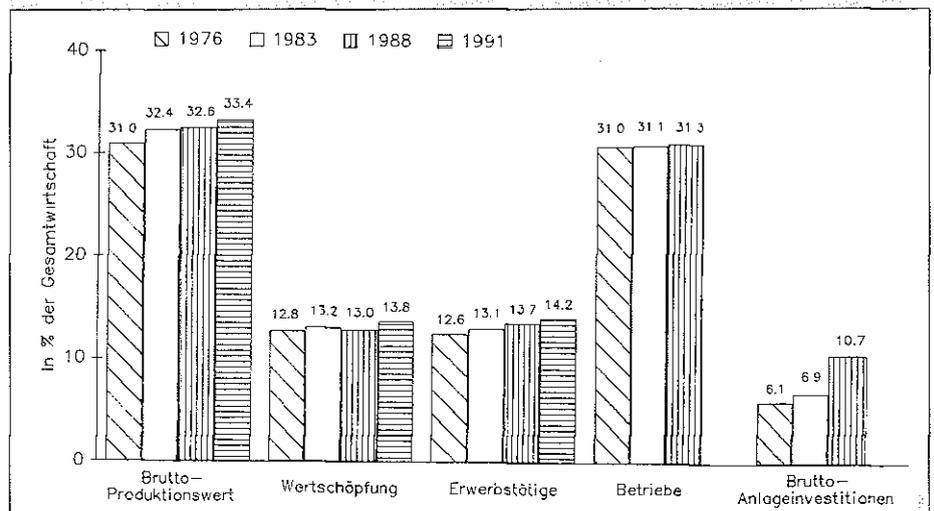
Aufgrund seiner dynamischen Entwicklung konnte der Handel seine Position in der österreichischen Wirtschaft ausbauen: Der reale *Wertschöpfungsanteil* stieg von 12,8% im Jahr 1976 ziemlich kontinuierlich auf 13,8% im Jahr 1991, der *Anteil an der Zahl der Betriebe* konnte sich — trotz des „Greißlersterbens“ im Einzelhandel behaupten (1976 31,0%, 1991 31,5%)

Die zunehmende Konsumnachfrage der privaten Haushalte und ein florierender Tourismus belebten den Einzelhandel, der Großhandel profitierte darüber hinaus vom Wachstum der Produktion und des Außenhandels (zunehmende Integration). Dem entsprechend stieg der *Anteil des Handels am realen Brutto-Produktionswert* der Gesamtwirtschaft von 31,0% im Jahr 1976 auf 33,4% im Jahr 1991.

Nicht zuletzt aufgrund von geringeren Rationalisierungsmöglichkeiten (Wüger, 1991A, Kohlhauser, 1978) stieg die Beschäftigung im Handel rascher als in der Gesamtwirtschaft. Dadurch nahm der *Anteil der im Handel Beschäftigten* an der Gesamtheit der Erwerbstätigen von 12,6% im Jahr 1976 auf 14,2% im Jahr 1991 zu.

### Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Handels

Abbildung 1



\*) Die statistischen Berechnungen führte Inge Buder durch

Besonders kräftig erhöhte sich der Anteil des Handels an den Investitionen von 6,1% (1976) auf 10,7% (1988) Diese Entwicklung ist u a das Ergebnis der Umstellung auf Selbstbedie-

**Der Handel konnte seine Position in der österreichischen Wirtschaft in der Vergangenheit ausbauen. Am deutlichsten spiegelt sich dieser Bedeutungsgewinn im Brutto-Produktionswert, den Investitionen und in der Beschäftigung.**

nung und der zunehmenden Modernisierung. Dennoch dürfte Österreich erst am Beginn der „Revolutionierung der Handelslandschaft“ durch den Einsatz elektronischer Medien stehen (Blumberger — Reinsprecht, 1992)

**Sparquote im 1. Halbjahr 1992 gesunken**

Analysen (Wüger, 1983, 1991A) attestieren dem Handel eine relativ geringe Konjunktorempfindlichkeit Die Unterschiede zwischen Phasen des Konjunkturaufschwungs und des -abswungs sind z. B. in der Industrie wesentlich deutlicher ausgeprägt als im Handel Die Auswirkungen der nachlassenden Konjunktur, die immer mehr auf Österreich übergreifen, sollten daher im Handel (zumindest im Einzelhandel) schwächere Spuren hinterlassen

Der Geschäftsgang des Einzelhandels ist abhängig von der Konsumneigung der Österreicher — und zwar von dem Teil des Einkommens, den sie im Inland für Waren ausgeben — sowie von der Entwicklung der Einnahmen im internationalen Reiseverkehr Ein beträchtlicher Teil der Urlaubsausgaben der Ausländer in Österreich fließt nämlich in den Handel<sup>1)</sup>.

Die Sparquote (das ist jener Teil des Einkommens der privaten Haushalte, den sie nicht für Konsumzwecke verwenden) war in Österreich in den letzten Jahren überraschend hoch (Wüger, 1992). Diese Tatsache ließ, zusammen mit der Konjunkturabschwä-

**Umsätze im Einzelhandel nach Branchen**

Übersicht I

Real

	Ø 1973/1990	1991	1992	
			1 Halbjahr	Ø Juli August
	Jährliche Veränderung in %	Veränderung gegen das Vorjahr in %		
Nahrungs- und Genußmittel	+19	+ 40	+ 38	+ 15
Tabakwaren	+10	+ 26	+ 40	- 25
Textilwaren und Bekleidung	+20	- 09	+ 11	-10,9
Schuhe	+11	- 33	- 05	-13,9
Leder- und Lederersatzwaren	-01	-16,5	- 81	-11,4
Heilmittel	+42	+ 89	+ 73	+ 54
Kosmetische Erzeugnisse Waschmittel u. a.	+19	+16,7	+10,6	+ 91
Möbel und Heimtextilien	+35	+ 19	+ 64	+ 07
Haushalts- und Küchengeräte	+05	-16,0	- 34	- 39
Gummi- und Kunststoffwaren	-16	- 65	- 61	- 28
Fahrzeuge	+41	+12,9	+ 38	- 41
Näh- Strick- und Büromaschinen	+60	+ 01	- 35	+17,4
Optische und feinmechanische Erzeugnisse	+71	+ 58	+ 81	- 63
Elektrotechnische Erzeugnisse	+37	- 46	+ 89	- 06
Papierwaren und Bürobedarf	+06	- 16	- 71	-11,2
Bücher Zeitungen Zeitschriften	+06	+ 10	- 00	+ 60
Uhren und Schmuckwaren	-00	+10,1	+ 41	+ 64
Spielwaren Sportartikel und Musikinstrumente	+45	+ 43	+ 31	- 88
Brennstoffe	-05	+12,2	- 34	-12,2
Treibstoffe	-04	-19,7	- 46	-13,2
Waren- und Versandhäuser	+11	+ 37	+ 24	- 83
Gemischwarenhandel	+21	- 07	- 22	+ 04
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>+22</b>	<b>+ 47</b>	<b>+ 32</b>	<b>- 22</b>
Dauerhafte Konsumgüter	+36	+ 56	+ 45	- 16
Nichtdauerhafte Konsumgüter	+17	+ 39	+ 25	- 25

Q: Indizes des Österreichischen Statistischen Zentralamtes Ø 1973 = 100

chung, heuer einen Rückgang der Sparneigung der privaten Haushalte erwarten. Die Konsumenten passen nämlich erst mit Verzögerung ihre Ausgabenpläne an sich ändernde Rahmenbedingungen an, sodaß die Sparquote in Phasen mäßiger Wirtschaftsentwicklung eher zurückgeht<sup>2)</sup>

Im 1 Halbjahr 1992 nahmen die Ausgaben der privaten Haushalte real um 3,3% zu, die Masseneinkommen<sup>3)</sup> (Nettoeinkommen der Unselbständigen) wuchsen um 2,0% Aus der Gegenüberstellung von Masseneinkommen und Konsumausgaben errechnet sich ein Rückgang der Sparquote der privaten Haushalte gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres von 1,1 Prozentpunkten Rund ein Drittel des Konsumwachstums wurde demnach durch die Verringerung der Sparneigung der privaten Haushalte finanziert

Während sich also die Konsumneigung der Österreicher im 1 Halbjahr

1992 insgesamt recht günstig entwickelte, war die Nachfrage nach Auslandsurlauben eher mäßig. Einem Rückgang im Vorjahr folgte heuer lediglich ein etwa gleich großer realer Zuwachs (+2,4%)<sup>4)</sup>. Die Ausgaben der Österreicher im Inland brachten somit einen etwas höheren Anstieg

**Da der Handel weniger konjunktorempfindlich ist als etwa die Industrie, wird sich heuer zumindest der Einzelhandelsumsatz noch günstig entwickeln. Der Großhandel gerät bereits unter den Einfluß der internationalen Konjunkturschwäche.**

(+3,5%) als die Konsumausgaben insgesamt (+3,3%)

Im Vorjahr hatte der österreichische Tourismus von der Umlenkung der internationalen Reiseströme durch den Krieg am Persischen Golf, die Krise in Jugoslawien und die Umweltkatastrophe im Ligurischen Meer profitiert (Smeral, 1991). 1992 verlief die Ent-

<sup>1)</sup> Allein ein Fünftel der Urlaubsausgaben wird für „Shopping“ aufgewendet

<sup>2)</sup> Besonders starke Einbrüche im Konjunkturverlauf können aber auch das Phänomen des „Angstsparens“ auslösen: Die Sparneigung steigt wegen der Angst vor einer schlechten Zukunft

<sup>3)</sup> Für die übrigen Einkommensteile (Einkommen aus Besitz und Unternehmung) liegen keine unterjährigen Daten vor

<sup>4)</sup> Langfristig wuchsen die Ausgaben für diese Verbrauchsgruppe hingegen deutlich überdurchschnittlich Die anhaltende Krise in wichtigen Urlaubsgebieten dürfte für die mäßige Entwicklung 1992 mitverantwortlich sein

wicklung zwar nicht mehr so dynamisch, wegen des bereits hohen Ausgangsniveaus aber dennoch relativ günstig. Die Einnahmen im internationalen Reiseverkehr waren im 1. Halbjahr real um 3,2%, nominell um 7,6% höher als ein Jahr zuvor.

Aus der Entwicklung der für den Geschäftsgang des Einzelhandels maßgebenden Nachfragegrößen (Ausgaben der Inländer im Inland und Einnahmen aus dem internationalen Tourismus) im 1. Halbjahr 1992 war also auf ein kräftiges Wachstum der Umsätze zu schließen.

Der Einzelhandel verkaufte im Durchschnitt der Monate Jänner bis Juni real um 3,2%, nominell um 6,2% mehr als ein Jahr zuvor. Saisonbereinigt<sup>5)</sup> waren die realen Umsätze im 1. Halbjahr 1992 um 1,4% höher als im 2. Halbjahr 1991, in dem die Nachfrage lebhaft gewesen war.

Hauptsächlich aufgrund des späten Ostertermins übertrafen die realen Umsätze das Vorjahresniveau im II. Quartal (+4,7%) um etwa die dreifache Rate wie zu Jahresbeginn (I. Quartal +1,5%). Die Konjunkturbelebung hat sich hingegen im Laufe des 1. Halbjahres etwas verlangsamt. Saisonbereinigt nahmen die Umsätze im Durchschnitt der Monate Jänner bis März gegenüber den drei vorangegangenen um 0,9% zu, im Durchschnitt von April bis Juni um 0,4%.

Überdurchschnittlich wuchs, verglichen mit dem Vorjahr, die Nachfrage nach dauerhaften Konsumgütern (+4,5%). Besonders dynamisch war der Geschäftsgang im Handel mit elektrotechnischen (+8,9%) sowie optischen und feinmechanischen Erzeugnissen (+8,1%). Lebhaft war auch die Nachfrage nach Möbeln und Heimtextilien (+6,4%); das ist auch im Zusammenhang mit der anhaltend guten Baukonjunktur zu sehen. Hatte die Nachfrage nach Uhren und Schmuckwaren (+4,1%) in den letzten zwei Jahren wesentlich stärker als die Gesamtnachfrage nach dauerhaften Konsumgütern zugenommen, so wuchs sie im 1. Halbjahr 1992 nur durchschnittlich. Die Umsätze mit Fahrzeugen (+3,8%) stiegen deutlich weniger als die Neuzulassungen

**Umsätze im Großhandel**

Übersicht 2

Real

	Ø 1975/1990	1992		
		1991	1. Halbjahr	Ø Juli August
	Jährliche Veränderung in %	Veränderung gegen das Vorjahr in %		
Großhandel insgesamt	+3,9	+5,3	+1,0	-2,8
Agrarerzeugnisse, Lebens- und Genußmittel	+3,1	+2,5	+2,9	+1,0
Rohstoffe und Halberzeugnisse	+1,8	+4,9	-2,3	-7,1
Fertigwaren	+5,3	+6,7	+3,2	+1,1

Q: Indizes des Österreichischen Statistischen Zentralamtes Ø 1973 = 100

(+8,2%) Dies kann einerseits damit erklärt werden, daß das Gebrauchtwagengeschäft nicht sonderlich gut ging, weil insbesondere Kunden aus dem Osten ausblieben. Andererseits hatte die Einführung der Normverbrauchsabgabe eine Umschichtung zu sparsameren, billigeren Autos zur Folge (Wüger, 1992), die die Umsatzzahlen dämpft. Außerdem sind im Fahrzeughandel aufgrund der schwerpunktmäßigen Zuordnung in der Einzelhandelsstatistik auch andere Umsätze als der Verkauf von Autos

**Der Einzelhandel setzte im Durchschnitt des 1. Halbjahres 1992 real um 3,2% mehr um als im Vorjahr, die Preise stiegen um rund 3%, seine Lagerbestände sanken. Die Beschäftigung nahm um 1,5%, die Produktivität (realer Umsatz je unselbständig Beschäftigten) um 1,7% zu.**

enthalten (z. B. Autozubehör, Reparatur und Wartung usw.), die einen anderen Umsatzverlauf als das Neuwagengeschäft nehmen können. Weiterhin schwach entwickelte sich im 1. Halbjahr 1991 die Nachfrage nach Näh-, Strick- und Büromaschinen (-3,5%) sowie Haushalts- und Küchengeräten (-3,4%).

Die Umsätze mit nichtdauerhaften Waren übertrafen das reale Vorjahresniveau im Durchschnitt des 1. Halbjahres um 2,5%. Den höchsten Umsatzzuwachs erzielte wie im Vorjahr der Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Waschmitteln (+10,5%). Auch die Umsätze mit Heilmitteln (+7,3%) lagen deutlich über dem relativ hohen Ausgangsniveau des Vorjahres. Überdurchschnittlich war auch die Nachfrage

nach Tabakwaren (+4,0%), Blumen und Pflanzen (+3,9%), Nahrungs- und Genußmitteln (+3,8%) sowie Spielwaren, Sportartikeln und Musikinstrumenten (+3,1%), unterdurchschnittlich dagegen jene nach Textilwaren und Schuhen (+0,8%). Unter dem Vorjahresniveau blieben insbesondere die Umsätze mit Leder- und Lederersatzwaren (-8,1%), Papierwaren und Bürobedarf (-7,1%) sowie Gummi- und Kunststoffwaren (-6,1%).

Für die Umsatzentwicklung des Großhandels ist neben der Konsumnachfrage auch die Entwicklung der Industrieproduktion und des Außenhandels von Bedeutung. Während die Konsumnachfrage und auch der Export (+4,1%) im 1. Halbjahr 1992 relativ gut abschnitten, waren die heimische Erzeugung und der Import mäßig. Die österreichische Industrie produzierte im Durchschnitt des 1. Halbjahres 1992 real um 1,4% mehr als im Vorjahr. Die Erzeugung von Konsumgütern (-0,9%) ging sogar zurück. Die Importe nahmen im 1. Halbjahr lediglich um 0,5% zu. Durch diese Entwicklung waren die Expansionschancen des Großhandels etwas eingeschränkt.

**Der Großhandel verkaufte bei sinkenden Preisen im Durchschnitt des 1. Halbjahres 1992 real um 1,0% mehr als im Vorjahr, die Lager wurden aufgestockt, die Beschäftigung nahm leicht zu, die Produktivität ab.**

Der Großhandel setzte im Durchschnitt der Monate Jänner bis Juni real um 1% mehr um als in der sehr lebhaften Vergleichsperiode des Vorjahres, bereinigt um das Kompensationsgeschäft einiger Transithändler

<sup>5)</sup> Zur Saisonbereinigung wurde ein Verfahren von Hillmer — Tiao (1982) verwendet, das auf einem ARIMA-Modell und kanonischer Zerlegung beruht. Bei der Schätzung des ARIMA-Modells wurde eine Ausreißerbereinigung vorgenommen (Näheres siehe Thury — Wüger 1992B).

**Umsätze und Wareneingänge im Groß- und Einzelhandel** *Übersicht 3*  
**Nominell**

	Ø 1973/1990 Jährliche Veränderung in %	1991	1992	
			1. Halbjahr	Ø Juli August
Veränderung gegen das Vorjahr in %				
<b>Großhandel</b>				
Umsätze	+6,8	+5,6	+0,6	-3,8
Agrarerzeugnisse, Lebens- und Genußmittel	+5,6	+4,2	+0,0	-3,2
Rohstoffe und Halberzeugnisse	+5,6	+2,6	-3,5	-7,6
Fertigwaren	+7,9	+7,5	+5,0	+2,8
Wareneingänge	+6,9	+4,4	+1,1	-3,6
<b>Einzelhandel</b>				
Umsätze	+5,7	+7,5	+6,2	+0,3
Dauerhafte Konsumgüter	+6,7	+8,0	+6,3	+0,4
Nichtdauerhafte Konsumgüter	+5,4	+7,0	+6,2	+0,2
Wareneingänge	+5,6	+9,7	+5,2	+0,5

Q: Indizes des Österreichischen Statistischen Zentralamtes □ 1973 = 100; Nettowerte (ohne Mehrwertsteuer)

um 1,8% Aufgrund des späten Ostertermins war der Geschäftsgang im II. Quartal wesentlich besser als zu Jahresbeginn. Im Durchschnitt der Monate Jänner bis März gingen die Umsätze leicht zurück (-0,6%) bzw nahmen nur leicht zu (+0,6%), wenn man um das Kompensationsgeschäft bereinigt; im Durchschnitt des II. Quartals überstiegen sie das Vorjahresniveau jedoch deutlich (real unbereinigt +2,5%, bereinigt +3,0%)

Der Großhandel mit Fertigwaren (+3,2%) sowie mit Agrarprodukten, Nahrungs- und Genußmitteln (+2,9%) verzeichnete im 1. Halbjahr 1992 einen recht günstigen Geschäftsgang. Die Umsätze mit Rohstoffen und Halberzeugnissen (-2,3%) unterschritten dagegen das Vorjahresniveau. Diese Entwicklung ist typisch für Phasen nachlassender Konjunktur.

Die Lager des Großhandels wurden im 1. Halbjahr 1992 tendenziell aufgestockt, die des Einzelhandels hingegen abgebaut: Die Wareneingänge wuchsen im Großhandel (unbereinigt nominell +1,1%, bereinigt +2,1%) stärker als die Umsätze (unbereinigt nominell +0,6%, bereinigt +1,4%), im Einzelhandel umgekehrt (Wareneingänge nominell +5,2%, Umsätze nominell +6,2%)

Gemessen an den impliziten Deflatoren waren die Preise des Großhandels (-0,4%) im 1. Halbjahr leicht rückläufig; einer Verbilligung von Rohstoffen und Halberzeugnissen

(-1,4%) sowie Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln (-2,7%) stand eine Verteuerung von Fertigwaren (+1,8%) gegenüber. Die Einzelhandelspreise stiegen im Durchschnitt des 1. Halbjahres um 3,0%, jene von dauerhaften Konsumgütern (+1,7%) unterdurchschnittlich, jene von nichtdauerhaften (+3,6%) überdurchschnittlich

Die Zahl der unselbständig Beschäftigten wuchs im Durchschnitt des 1. Halbjahres 1992 im Einzelhandel um 1,5%, im Großhandel um 1,4%. Definiert man die Produktivität als den realen Umsatz je unselbständig Beschäftigten, so ergibt sich aus dieser Entwicklung im Einzelhandel eine Produktivitätssteigerung von 1,7%, im Großhandel ein leichter Rückgang (-0,4%).

**Aussichten für das Weihnachtsgeschäft des Einzelhandels**

Im Vorjahr beschleunigte sich der Geschäftsgang des Einzelhandels im 2. Halbjahr, das Weihnachtsgeschäft verlief recht günstig. Heuer ist das 2. Halbjahr schlecht angelaufen. Nahmen die Umsätze im Durchschnitt der Monate Juli und August 1991 real gegenüber dem Vorjahr um 6,9% zu, so gingen sie heuer im gleichen Zeitraum um 2,2% zurück (Juli +1,7%, August -6,5%).

Der schlechte Geschäftsgang 1992 muß neben dem hohen Ausgangsni-

veau auch in Zusammenhang mit der außergewöhnlichen Hitze gesehen werden, die die Umsatzentwicklung gedrückt hat<sup>6)</sup>. Analysen mit „Ausreißer-Erkennungs- und -Bereinigungsverfahren“ (Thury — Wüger, 1992A, 1992B) zeigen „Ausreißer“ in der Umsatzentwicklung an. Der Geschäftsgang insbesondere im August paßt also nicht zur bisherigen Entwicklung des Einzelhandels. Vorläufige Meldungen lassen für den September wieder signifikante reale Umsatzzuwächse erwarten<sup>7)</sup>, sodaß der Ausreißer eher der Hitze als einer abrupten Trendwende in der Umsatzentwicklung zuzuschreiben sein dürfte

Wie schon in der WIFO-Prognose vom September ausgeführt wurde, ist für die zweite Jahreshälfte 1992 mit geringeren Zuwachsraten des privaten Konsums im Vorjahresvergleich zu

**Im Durchschnitt der Monate Juli und August blieben die Umsätze des Einzelhandels real unter dem hohen Vorjahresniveau, nicht zuletzt wegen der außergewöhnlichen Hitze. Trotz der mäßigen Entwicklung in den letztverfügbaren Daten scheint für das Weihnachtsgeschäft im Vorjahresvergleich eine reale Steigerung gegenüber dem Vorjahr von rund 2,5% möglich.**

rechnen, die jedoch nicht auf eine konjunkturbedingte Abschwächung der Nachfrage sondern auf die hohe Ausgangsbasis zurückgehen (Wüger, 1992). Dadurch werden auch die Zuwächse des Weihnachtsgeschäfts im Vergleich zum Vorjahr limitiert

Die Bedeutung des Weihnachtsgeschäfts für den Einzelhandel verdeutlichen die ausgeprägten Umsatzspitzen in den Dezember-Umsätzen. Im Vorjahr war z. B. der Dezember-Umsatz um 33% höher als der Durchschnitt der übrigen Monate. In einigen Branchen ist die Dezember-Spitze noch viel ausgeprägter: So übertrafen die Umsätze im Dezember jene der Vormonate im Handel mit Uhren und Schmuckwaren um 252%, mit Spielwaren und Sportartikel um 128%, mit elektrotechnischen Erzeugnissen um

<sup>6)</sup> Nach einer Erhebung des Instituts für Handelsforschung war die Witterung die mit Abstand meistgenannte Ursache für die schlechte Umsatzentwicklung des Einzelhandels im August

<sup>7)</sup> Auch die Neuzulassungen von Pkw waren nach einem leichten Rückgang im Durchschnitt der Monate Juli und August (-1,4%) im September wieder deutlich höher als im Vorjahr (+23,7%)

92%, mit Möbeln und Heimtextilien um 58% sowie mit Textilwaren und Bekleidung um 52%

Grundsätzlich kann man das „Weihnachtsgeschäft“ des Einzelhandels güter- oder zeitspezifisch definieren (Thury — Wüger, 1989). Eine rein güterspezifische Abgrenzung würde eine Beschränkung auf jene Waren nahelegen, die ausschließlich zu Weihnachten gekauft werden. Da sich nahezu alles als Geschenk eignet und jene Güter, die tatsächlich nur zu Weihnachten gekauft werden (Christbäume, Christbaumschmuck usw.) nur einen verschwindend kleinen Anteil am Weihnachtsgeschäft ausmachen, scheint nur eine zeitspezifische Definition zielführend: Umsätze, die in einer angemessenen Zeitspanne um Weihnachten getätigt werden und über ein „Normalmaß“ hinausgehen, können als Weihnachtsgeschäft des Einzelhandels bezeichnet werden.

Nach der Definition des WIFO wird als Weihnachtsgeschäft des Einzelhandels jener Umsatz im Dezember verstanden, der ein (vorher bestimmtes) „Normalmaß“ überschreitet<sup>8)</sup>

Das Institut für Handelsforschung (IfH) erhebt aufgrund einer eigenen Stichprobe Daten über das Weihnachtsgeschäft. Die Händler werden nach der Umsatzveränderung zwischen dem ersten und dem dritten Einkaufssamstag im Vergleich zum Vorjahr befragt, und diese Ergebnisse werden hochgerechnet.

Die beiden Definitionen sind nicht deckungsgleich. Besondere Differenzen ergeben sich, wenn z. B. der Geschäftsgang des Einzelhandels unmittelbar vor (nach dem dritten bzw. vierten langen Verkaufssamstag und Heiligem Abend) und nach Weihnachten deutlich anders verläuft als davor (zwischen dem ersten und dem dritten Einkaufssamstag). Dies war z. B.

im Vorjahr der Fall. Das WIFO prognostizierte einen recht günstigen Verlauf des Weihnachtsgeschäfts (real +4,5%; Wüger, 1991B) wie ihn die Ergebnisse der amtlichen Statistik schließlich bestätigten. Hingegen signalisierten die Erhebungen des IfH zwischen den ersten drei langen Einkaufssamstagen einen schlechten Verlauf des Weihnachtsgeschäfts (Pock, 1991). Nachfolgende Analysen des IfH ergaben jedoch, daß die „Fensterstage“ (23., 27., 30. Dezember) von den Konsumenten intensiv für Einkäufe genutzt wurden. Das muß auch im Zusammenhang damit gesehen werden, daß es immer üblicher wird, zu Weihnachten Geld zu schenken. Im Vorjahr ließ die günstige Lage der „Fensterstage“ (unmittelbar nach Weihnachten) offenbar solche Geldgeschenke unverzüglich in den Handel fließen. Deshalb waren auch die Dezember-Umsätze insgesamt selbst nach der Stichprobe des IfH deutlich höher als ein Jahr davor<sup>9)</sup>.

Ein weiterer Grund für Abweichungen in der Einschätzung des Weihnachtsgeschäfts sind Unterschiede in den Stichproben<sup>10)</sup> sowie eventuelle Verlagerungen des Weihnachtsgeschäfts zwischen den Monaten November und Dezember.

Zur Bestimmung des nach der WIFO-Definition des Weihnachtsgeschäfts benötigten „Normalmaßes“ müssen zunächst die Einzelhandelsumsätze um Kalendereffekte bereinigt werden: Die Umsätze sind an den einzelnen Wochentagen recht unterschiedlich (z. B. an Montagen deutlich unterdurchschnittlich; an Freitagen hingegen überdurchschnittlich; Thury — Wüger, 1992B). Die Wochentagszusammensetzung der einzelnen Monate (Zahl der Montage, Dienstage usw. in einem Monat) hat daher einen wichtigen Einfluß auf den Geschäftsgang. Weiters müssen Verschiebun-

gen des Ostertermins sowie die Auswirkungen von fiskalischen Maßnahmen und statistischen Brüchen<sup>11)</sup> in den Zeitreihen der Einzelhandelsumsätze berücksichtigt werden, um die Umsatzentwicklung des Handels unbeeinflusst einschätzen und ein „Normalmaß“ sinnvoll bestimmen zu können.

Zur Beseitigung von fiskalischen Einflüssen und statistischen Brüchen wurde ein „Ausreißer-Bereiniger-Verfahren“ (Chen — Liu — Hudak, 1990, Thury — Wüger, 1992A) verwendet, das vier verschiedene Arten von Ausreißern unterscheidet, die entweder durch Verhaltensänderungen oder Umstellungen in der Statistik hervorgerufen werden können. Das Verfahren schätzt Modellparameter und Ausreißer simultan und kommt im Gegensatz zu den in der ökonomischen Literatur oft verwendeten Interventionsmodellen ohne Vorinformation über Lage und Art des Ausreißers aus, weil die einzelnen Beobachtungen schrittweise darauf getestet werden, ob sie Ausreißer sind. Die Ergebnisse eines so ausreißerbereinigten ARIMA-Modells unter Berücksichtigung von Wochentags- und Ostereffekten sind Übersicht 4 zu entnehmen.

Die um Kalender- sowie Steuereffekte und Datenbrüche bereinigten Einzelhandelsumsätze wurden sodann mit dem Verfahren von Hillmer — Tiao (1982) in Trend-, Saison- und irreguläre Komponente zerlegt. Der Trend ist das gesuchte „Normalmaß“ und die Differenz zwischen kalenderbereinigtem Dezember-Umsatz und dem Normalmaß gibt den Umfang des Weihnachtsgeschäfts wieder.

Die oben beschriebene Methode läßt auch eine Prognose für das Weihnachtsgeschäft 1992 zu (Informationen über die Umsatzentwicklung ste-

<sup>8)</sup> Die Einschränkung auf den Dezember ist darauf zurückzuführen, daß die amtliche Statistik nur Monatswerte ausweist und die Einengung des Zeitrahmens die Wahrscheinlichkeit erhöht, daß Umsätze, die in Zusammenhang mit Weihnachten stehen, erfaßt werden. Gleichzeitig wird dadurch das Niveau des Weihnachtsgeschäfts sicher unterschätzt, weil ja Weihnachtseinkäufe nicht nur im Dezember getätigt werden. Als Indikator für die Entwicklung des Weihnachtsgeschäfts — also die Veränderung gegenüber dem Vorjahr — ist die gewählte Definition sicher brauchbar.

<sup>9)</sup> Nach der Definition des IfH gehen diese hohen Umsätze nach Weihnachten nicht in die Berechnung des Weihnachtsgeschäfts ein, wohl aber nach der des WIFO, was berechtigt erscheint, wenn Geldgeschenke in Zusammenhang mit Weihnachten unmittelbar nach dem Fest in den Handel fließen.

<sup>10)</sup> Die Stichprobe des IfH zielt eher auf die Fachhandelsebene ab und umfaßt nur rund zwei Drittel der Branchen, die in der amtlichen Statistik des ÖSTAT enthalten sind. Eine wichtige Branche, die nicht in der Stichprobe des IfH aufscheint, ist der Fahrzeughandel: Diese Branche verzeichnete im Dezember 1991 aufgrund der Ankündigung der Einführung einer Normverbrauchsabgabe einen äußerst günstigen Geschäftsgang (+44,7%). Da nach der WIFO-Methode Ausreißer herausgefiltert werden (siehe dazu weiter unten), werden die Schätzungen des Weihnachtsgeschäfts davon nicht berührt.

Auch heuer liefern die beiden Stichproben deutlich abweichende Ergebnisse. Im Durchschnitt der ersten sieben Monate stiegen nach der amtlichen Statistik die Einzelhandelsumsätze insgesamt um mehr als 3 Prozentpunkte stärker als nach den Ergebnissen des IfH. Innerhalb einzelner Branchen waren die Unterschiede noch größer.

<sup>11)</sup> Die statistische Basis wird aus Aktualitätsgründen sowie wegen Strukturverschiebungen von Zeit zu Zeit angepaßt (in der Regel in einem Abstand von 5 Jahren).

ARIMA-Modell der realen Einzelhandelsumsätze

Übersicht 4

Bereinigt um Ausreißer

$$(1 - B)(1 - B^{12}) \ln EH_t =$$

$$\begin{aligned} & 0.0442 (1 - B)(1 - B^{12}) OD_t - 0.0058 (1 - B)(1 - B^{12}) T_{1,t} + 0.0045 (1 - B)(1 - B^{12}) T_{2,t} + \\ & \quad (0.0036) \quad (0.0009) \quad (0.0015) \\ & + 0.0052 (1 - B)(1 - B^{12}) T_{3,t} + 0.0031 (1 - B)(1 - B^{12}) T_{4,t} + 0.0138 (1 - B)(1 - B^{12}) T_{5,t} - \\ & \quad (0.0014) \quad (0.0014) \quad (0.0013) \\ & - 0.0069 (1 - B)(1 - B^{12}) T_{6,t} + 0.0279 (1 - B)(1 - B^{12}) T_{7,t} + (1 - 0.6947 B)(1 - 0.2384 B^{12}) a_t \\ & \quad (0.0014) \quad (0.0054) \quad (0.0448) \quad (0.0589) \end{aligned}$$

SE = 0.0183      DW = 2.03      Q(24) = 17.5

B = Verschiebungsoperator:  $B^k y_t = y_{t-k}$   
 EH = Index der Einzelhandelsumsätze real  
 OD = Dummy für den Ostereffekt  
 ln = natürliche Logarithmen

$T_{1,t}$  = Zahl der Montage minus Zahl der Sonntage im Monat t  
 $T_{6,t}$  = Zahl der Samstage minus Zahl der Sonntage im Monat t  
 $T_{7,t}$  = Anzahl der Tage im Monat t

Kursive Zahlen in Klammern      Standardfehler

hen bis einschließlich August zur Verfügung) Eine Prognose wird sowohl für die (kalenderbereinigten) Umsätze insgesamt als auch für das „Normalmaß“ im Dezember erstellt. Die Differenz der beiden Zahlen liefert den Schätzwert für das Weihnachtsgeschäft

Berechnungen wurden sowohl für den Einzelhandel insgesamt als auch für jene Branchen (einzeln und im Durchschnitt) vorgenommen, für die das Weihnachtsgeschäft — wie oben erläutert — große Bedeutung hat Statistisch besser abgesichert sind die Prognosen auf höherem Aggregationsniveau (Einzelhandel insgesamt und Durchschnitt der betroffenen Branchen)

Da die Hitzeperiode im August einen negativen Ausreißer verursachte, wurde auch versucht, durch Verkürzung der Stützperiode für die Prognose des Weihnachtsgeschäfts (nur Informationen bis einschließlich Juni und Juli) sowie durch Einsetzen eines modellberechneten („hitzebereinigten“) Schätzwertes für August Anhaltspunkte über die Sensitivität der Schätzung zu erhalten

Die Berechnungen lassen eine reale Steigerung des Weihnachtsgeschäfts

1992 gegenüber dem Vorjahr von rund 2,5% realistisch erscheinen; dabei ergeben sich keine nennenswerten Unterschiede, ob man den Einzelhandel insgesamt oder den Durchschnitt jener Branchen den Berechnungen zugrunde legt, für die das Weihnachtsgeschäft große Bedeutung hat

Die Steigerungsrate des Weihnachtsgeschäfts liegt leicht über dem Prognosewert des privaten Konsums (+2,2%) im Durchschnitt des 2. Halbjahres 1992 Aufgrund der lebhaften Umsatzentwicklung im 1. Halbjahr schien ein noch höherer Zuwachs des Weihnachtsgeschäfts möglich Angesichts des schwachen Geschäftsgangs zu Beginn des 2. Halbjahres und des hohen Ausgangsniveaus kann der prognostizierte Wert jedoch als relativ günstig bezeichnet werden. Die Unsicherheiten über die Verlässlichkeit der Prognose sind freilich heuer aufgrund der beschriebenen Probleme (Ausreißerwert im August) sicher höher als in einem Normaljahr

Literaturhinweise

Blumberger W Reinsprecht H Entwicklungstendenzen der Beschäftigung im Handel Studie im

Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales Linz 1992

Chen C Liu L M, Hudak G B Outlier Detection and Adjustment in Time Series Modeling and Forecasting Scientific Computing Associates Lisle 1990

Hillmer S C, Tiao G C „An ARIMA Model-Based Approach to Seasonal Adjustment“ Journal of the American Statistical Association 1982 77(377)

Kohlhauser G „Produktivitätsentwicklung im österreichischen Handel“ WIFO-Monatsberichte 1978 51(7)

Pock E „Nachlese zum Weihnachtsgeschäft 1991“ Handelsforschung 1991 23(11)

Smeral E „Entwicklung im Tourismus 1991 durch Sondereffekte dominiert“ WIFO-Monatsberichte 1991 64(10)

Thury G Wüger M „Das Weihnachtsgeschäft im Einzelhandel“ WIFO-Monatsberichte 1989 62(12)

Thury G Wüger M (1992A) „Outlier Detection and Adjustment An Empirical Analysis for Austrian Data“ Empirica 1992 19(1) S 71-93

Thury G Wüger M (1992B) „Bereinigung von Ausreißern und Kalendereffekten und Saisonbereinigung von ökonomischen Zeitreihen“ WIFO-Monatsberichte 1992 65(9)

Wüger M „Handel und Industrie — Eine Analyse ihrer wirtschaftlichen Beziehungen“ WIFO-Monatsberichte 1983 56(2)

Wüger M (1991A) Die Stellung der Distribution in der österreichischen Wirtschaft Wien 1991 (mimeo)

Wüger M (1991B) „Lebhafter Geschäftsgang im Handel Gute Aussichten für das Weihnachtsgeschäft“ WIFO-Monatsberichte 1991 64(12)

Wüger M „Günstige Konsumententwicklung bei rückläufiger Sparneigung“ WIFO-Monatsberichte 1992 65(11)