

Michael Wüger

# Kräftiges Konsumwachstum – Günstige Aussichten für das Weihnachtsgeschäft

**D**ie Ausgaben der privaten Haushalte waren in Österreich im 1. Halbjahr 1990 real um 4,9% höher als ein Jahr davor (nominal +8%). Saisonbereinigt stieg die Konsumnachfrage in der ersten Jahreshälfte um 3,4% gegenüber dem 2. Halbjahr 1989.

Diese kräftige Ausweitung wurde u. a. durch eine Verringerung der Sparneigung ermöglicht. Nach vorläufigen Berechnungen nahmen die Masseneinkommen (Nettoeinkommen der Unselbständigen) nominal um 4,8% zu. Bereinigt mit dem impliziten Preisindex des privaten Konsums stiegen die Realeinkommen der Unselbständigen um 1,8%. Die volkswirtschaftliche Sparquote ging, gemessen an der Entwicklung von Masseneinkommen und Konsum gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um rund 2½ Prozentpunkte zurück<sup>1)</sup>. Da sich die übrigen Einkommensteile, für die keine unterjährigsten Daten verfügbar sind, konjunkturbedingt sicher günstiger entwickelten als die Masseneinkommen, ist die Sparquote gewiß nicht so drastisch gesunken. Im Jahresdurchschnitt 1990 wird nach der letzten WIFO-Prognose mit einem Rückgang der Sparquote um rund ½ Prozentpunkt gerechnet.

Das Bankensparen entwickelte sich im 1. Halbjahr 1990 weiterhin günstig. Im Durchschnitt der Monate Jänner bis Juni nahmen Spar- und Termineinlagen der Wirtschaftsunternehmen und Privaten – die jedoch nur zum Teil den privaten

**Die Konsumquote – das ist der Anteil der Ausgaben der privaten Haushalte für Konsumzwecke am persönlich verfügbaren Einkommen – ist in Österreich seit 1986 zurückgegangen.**

**Die Sparquote erreichte 1989 mit 14,1% einen historischen Höchstwert, nicht zuletzt, weil die Steuerreformen den privaten Haushalten transitorische Einkommengewinne ermöglichte, sich aber erst mit einer gewissen Verzögerung voll in erhöhten Konsumausgaben niederschlug. Für 1990 war daher mit einem Rückgang der volkswirtschaftlichen Sparquote der privaten Haushalte und einer lebhaften Konsumnachfrage zu rechnen.**

Haushalten zuzurechnen sind – per Saldo um etwa 27 Mrd S zu. Aber auch die Verschuldung der privaten Haushalte, die das Sparen vermindert, erhöhte sich im 1. Halbjahr 1990. Das Volumen der Konsumkredite (Kredite an unselbständig Erwerbstätige und Private minus Bausparkkredite an diese Personengruppe) wuchs im genannten Zeitraum per Saldo um rund 12½ Mrd S, das entspricht einer Stei-

gerung gegenüber dem Vorjahr von rund 38%.

Die günstige Entwicklung der Konsumneigung und die verstärkte Verschuldungsbereitschaft der privaten Haushalte sind sicher auch im Zusammenhang mit einer Besserung der Konsumentenstimmung zu sehen. Nach Erhebungen des IFES (Institut für empirische Sozialforschung) war der „Vertrauensindex“ (das arithmetische Mittel der erwarteten künftigen Einkommens- und Wirtschaftsentwicklung sowie der beabsichtigten Käufe von Konsumgütern) um 4,1% höher als im Vorjahr. Die Erwartungen zur Preisstabilität sind hingegen leicht zurückgegangen (–2,9%).

## Lebhafte Nachfrage nach dauerhaften Konsumgütern

Die Nachfrage nach dauerhaften Konsumgütern ist sehr konjunktur-reagibel und war schon in den beiden letzten Jahren deutlich gewachsen, auch im 1. Halbjahr 1990 expandierte

## Privater Konsum, Masseneinkommen, Sparen des privaten Sektors und Konsumkredite

Übersicht 1

	Privater Konsum	Nettoeinkommen der Unselbständigen	Sparen <sup>1)</sup>	Konsumkredite <sup>2)</sup>
	Veränderung gegen das Vorjahr in %		Veränderung gegen die Vorperiode in Mrd S	
1986	+3,7	+5,9	+91,49	+16,11
1987	+3,9	+5,9	+81,53	+20,39
1988	+4,8	+2,3	+60,83	+23,38
1989	+6,0	+8,6	+82,13	+27,95
1990 1. Halbjahr	+8,0	+4,8	+27,26	+12,44

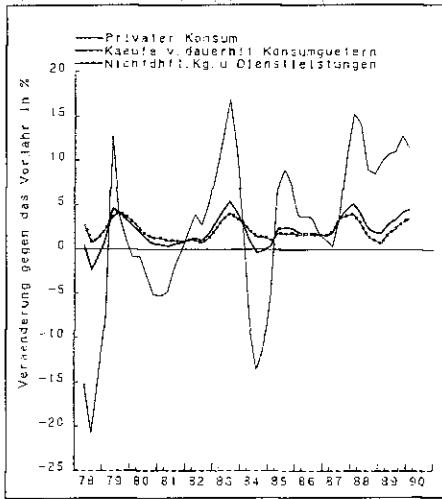
<sup>1)</sup> Spar-, Sicht- und Termineinlagen von Wirtschaftsunternehmen und Privaten – <sup>2)</sup> Kredite an unselbständig Erwerbstätige und Private minus Bausparkkredite an denselben Personenkreis

<sup>1)</sup> 1989 war die Sparquote nach dieser Berechnungsmethode gegenüber dem 1. Halbjahr 1988 um 3 Prozentpunkte gestiegen. Heuer wurde also die Zunahme des Vorjahres im wesentlichen ausgeglichen.

**Entwicklung des privaten Konsums**

Abbildung 1

Real, gleitende Dreiquarterschnitt



sie überdurchschnittlich. Die Ausgaben für diese Güter übertrafen das Vorjahresniveau real um 10,5%, nominell um 12,5%. Saisonbereinigt stieg

**Die Ausgaben der privaten Haushalte waren im 1. Halbjahr 1990 real um 4,9% höher als ein Jahr davor. Die volkswirtschaftliche Sparquote ging zurück, und die Verschuldungsbereitschaft der privaten Haushalte nahm zu, nicht zuletzt aufgrund einer Besserung der Konsumentenstimmung.**

die Nachfrage nach diesen Gütern im 1. Halbjahr um 8,5%

Im 1. Halbjahr 1990 nahmen die Neuzulassungen von Pkw im Vorjahresvergleich um 7% zu. Da sich die Nachfrage zu den oberen Hubraumklassen verschob – Neuzulassungen bis 1500 cm<sup>3</sup> Hubraum gingen zurück, jene von 1500 cm<sup>3</sup> bis 2000 cm<sup>3</sup> (+13,7%) sowie über 3000 cm<sup>3</sup> (+40,4%) stiegen kräftig –, wuchsen die Ausgaben der privaten Haushalte für Neuanschaffungen von Pkw real (+12,2%) viel stärker als die Zahl der Zulassungen. Auch die Ausgaben für Motorräder (+14,0%) sowie insbesondere Fahrräder (+22,3%) lagen deutlich über dem Vorjahresniveau, jene für Mopeds (-43,3%) dagegen sanken stark. Die Nachfrage nach Möbeln und Heimtextilien entwickelte sich im 1. Halbjahr 1990 ebenfalls sehr lebhaft (Einzelhandel +12,1%). Die Einzelhandelsumsätze mit Uhren und

**Entwicklung des privaten Konsums**

Übersicht 2

Real

	Ø 1976/1987 Jährliche Veränderung in %	1988	1989	1990 1. Halbjahr
		Veränderung gegen das Vorjahr in %		
Nahrungsmittel und Getränke	+12	+ 2,5	- 0,2	+ 5,6
Tabakwaren	+11	- 4,2	- 4,3	+ 0,4
Kleidung	+17	- 2,1	- 0,1	+ 5,9
Wohnungseinrichtung und Hausrat <sup>1)</sup>	+10	+ 8,5	+ 8,0	+ 7,1
Heizung und Beleuchtung	+2,8	- 3,7	+ 1,1	+ 0,3
Bildung, Unterhaltung, Erholung	+3,9	+ 5,8	+ 3,1	+ 4,9
Verkehr	+2,2	+ 4,6	+ 9,3	+ 6,0
Warendirektimporte	+3,2	+18,6	+ 6,2	+ 6,7
Sonstige Güter und Leistungen	+2,5	+ 2,1	+ 2,7	+ 3,4
<b>Privater Konsum insgesamt</b>	<b>+2,1</b>	<b>+ 3,1</b>	<b>+ 3,2</b>	<b>+ 4,9</b>
Dauerhafte Konsumgüter	+1,3	+12,4	+11,5	+10,5

Q: Österreichisches Statistisches Zentralamt; eigene Berechnungen; vorläufige Werte. — <sup>1)</sup> Einschließlich Haushaltsführung

Schmuckwaren (+16,5%) sowie optischen und feinmechanischen Erzeugnissen (+11,2%) übertrafen im 1. Halbjahr 1990 deutlich das Ergebnis des Vorjahres.

Die Nachfrage nach nichtdauerhaften Konsumgütern und Dienstleistungen war im 1. Halbjahr real um 4% höher als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Überdurchschnittlich entwickelten sich erwartungsgemäß die Urlaubsausgaben (+4,4%), wobei der Trend zum Auslandsurlaub anhielt. Während die Ausgaben für Urlaub im Inland im Durchschnitt der Monate Jänner bis Juni um 2,3% zurückgingen, nahmen die Aufwendungen für Auslandsaufenthalte real um 6,7% zu. Die Ausgaben für Theaterbesuche stagnierten etwa auf dem Vorjahresniveau (-0,1%), die für Kinobesuche gingen deutlich zurück (-5,7%). Lebhaft nachgefragt wurden Bücher (+6,5%). Für öffentliche Verkehrsmittel wurde nur knapp mehr als vor einem Jahr aufgewendet (+1,6%). Wegen des milden Winters nahmen die Ausgaben für Beheizung und Beleuchtung kaum zu (+0,3%). Die Nachfrage nach den einzelnen Energieträgern entwickelte sich unterschiedlich. Der Verbrauch von Gasöl für Heizzwecke (-16,9%) und Kohle (-12,2%) sank deutlich, jener von Strom (+4%) sowie Gas (+3,5%) stieg hingegen. Die Ausgaben für Friseur und Bäder übertrafen im 1. Halbjahr das Ergebnis des Vorjahres real um 4,1%. Auch die Einzelhandelsumsätze mit Textilwaren (+3,5%), kosmetischen Erzeugnissen (+3,9%), Schuhen (+5,1%) sowie insbeson-

dere Spielwaren und Sportartikeln (+7,6%) lagen über dem Vorjahresniveau.

Aufgrund des überdurchschnittlichen Wachstums der Nachfrage nach dauerhaften Konsumgütern, die vorwiegend importiert werden, erhöhte sich die Importquote des privaten Konsums. Nach einer groben Berechnung<sup>2)</sup> war sie im 1. Halbjahr 1990 im Durchschnitt um rund 1/2 Prozentpunkt höher als im Vergleichszeitraum des vorangegangenen Jahres.

**Starker Zuwachs im Einzelhandel**

Die günstige Entwicklung der Konsumnachfrage ermöglichte dem Einzelhandel einen guten Geschäftsgang. Im 1. Halbjahr 1990 wurde real um 5,2% mehr umgesetzt als vor

**Erwartungsgemäß expandierte die sehr konjunkturreaktive Nachfrage nach dauerhaften Konsumgütern im 1. Halbjahr 1990 überdurchschnittlich. Da der überwiegende Teil dieser Güter importiert wird, übertraf die Importquote des privaten Konsums im 1. Halbjahr 1990 etwas das Niveau des Vorjahres.**

einem Jahr (nominell +7,4%). Saisonbereinigt waren die Umsätze real um 4,4% höher als im 2. Halbjahr 1989.

Erwartungsgemäß entwickelte sich die konjunkturreaktive Nachfrage nach dauerhaften Konsumgütern besonders dynamisch. Die Umsätze einschlägiger Branchen des Einzelhandels mit diesen Gütern übertrafen das

<sup>2)</sup> Zu Inhalt und Methode dieser Berechnung siehe Wüger, M., 'Handel und Verbrauch', WIFO-Monatsberichte 1977, 50(6), S. 298

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

**Nominell**

	Ø 1973/1987 Jährliche Veränderung in %	1988	1989	1990 1. Halbjahr
		Veränderung gegen das Vorjahr in %		
<b>Großhandel</b>				
Umsätze	+6,7	+ 9,4	+ 8,6	+ 4,8
Agrarerzeugnisse, Lebens- und Genußmittel	+6,1	+ 4,5	+ 2,0	+ 2,3
Rohstoffe und Halberzeugnisse	+5,5	+ 2,2	+11,3	+ 7,5
Fertigwaren	+7,4	+13,5	+ 9,8	+ 8,7
Wareneingänge	+6,8	+10,6	+ 8,8	+ 4,6
<b>Einzelhandel</b>				
Umsätze	+5,8	+ 5,0	+ 4,8	+ 7,4
Dauerhafte Konsumgüter	+6,4	+10,6	+ 7,5	+ 8,5
Nichtdauerhafte Konsumgüter	+5,6	+ 3,0	+ 3,7	+ 7,0
Wareneingänge	+5,8	+ 5,0	+ 4,4	+ 6,8

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

Vorjahresniveau im Durchschnitt der Monate Jänner bis Juni real um 6,3%. Die Nachfrage nach nichtdauerhaften Waren wuchs im entsprechenden Zeitraum um 4,7%.

Der Großhandel setzte im 1. Halbjahr 1990 real um 2,1% mehr um als

**Aufgrund der günstigen Entwicklung der Konsumnachfrage verlief der Geschäftsgang im Einzelhandel im 1. Halbjahr 1990 recht günstig. Die Umsätze des Großhandels stiegen nur schwach gegenüber dem Vorjahr, hauptsächlich wegen sinkender Umsätze mit Agrarprodukten.**

ein Jahr davor (nominell +4,8%) bereinigt um das Kompensationsgeschäft einiger Transithändler betrug die Zuwachsrate real 3,8%, nominell 6,6%. Saisonbereinigt waren die Umsätze im Durchschnitt der Monate Jänner bis Juni real um 2,6% höher als im 2. Halbjahr 1989 (bereinigt um das Kompensationsgeschäft einiger Transithändler sogar um 4,5%).

Deutlichen realen Zuwächsen der Umsätze mit Rohstoffen und Halberzeugnissen (+5,3%) sowie insbeson-

dere Fertigwaren (+6,8%) standen Rückgänge bei Agrarprodukten (-2,1%) gegenüber. Letztere gründen sich u. a. auf ein zyklisch bedingtes geringes Angebot an Rindern bei niedrigen Ausfuhrpreisen sowie auf geringere Getreideexporte in den Osten (zum Teil infolge zeitlicher Verschiebungen).

Die Lager des Einzelhandels wurden im 1. Halbjahr 1990 tendenziell abgebaut, die des Großhandels blieben nahezu unverändert. Die Wareneingänge (nominell +6,8%) nahmen im Einzelhandel im Durchschnitt der Monate Jänner bis Juni etwas schwächer zu als die Umsätze (nominell +7,4%), im Großhandel etwa gleich stark (Umsätze +4,8%, Wareneingänge +4,6%).

**Gute Aussichten für das Weihnachtsgeschäft im Einzelhandel**

Auch in der zweiten Jahreshälfte war der Geschäftsgang im Einzelhandel gut. Im Durchschnitt der Monate Juli und August waren die Umsätze real um 4,6% höher als im Vergleichs-

zeitraum des Vorjahres. Überdurchschnittlich expandierte wieder die Nachfrage nach dauerhaften Konsumgütern (+5,9%), insbesondere jene nach Uhren und Schmuckwaren (+17,1%). Die Umsätze mit nichtdauerhaften Waren übertrafen das Vorjahresniveau in diesem Zeitraum im Durchschnitt um 4%. Durch die Krise

**Das Weihnachtsgeschäft, definiert als Differenz zwischen dem kalenderbereinigten Dezember-Umsatz und einem mit Hilfe eines Modells errechneten Normalumsatz, wird nach der WIFO-Berechnung 1990 nominell um 5,5% und real um 3,5% zunehmen. Der Anteil des Weihnachtsgeschäftes am Jahresumsatz wird demnach, entsprechend dem langfristigen Trend, zurückgehen.**

am Persischen Golf verzeichnete der Brennstoffhandel ein Umsatzplus von 34%.

Diese Entwicklung der Umsätze des Einzelhandels erlaubt günstige Erwartungen für das Weihnachtsgeschäft, das in manchen Bereichen des Einzelhandels über Erfolg oder Mißerfolg eines Jahres entscheidet. Das belegt schon die Tatsache, daß der Einzelhandel im Dezember eine ausgeprägte Umsatzspitze erreicht. 1989 war z. B. der Umsatz im Dezember um 36,7% höher als im Durchschnitt der übrigen Monate. In einigen Branchen ist die Dezember-Spitze noch viel ausgeprägter. So übertrafen im Handel mit Uhren und Schmuckwaren die Umsätze im Dezember jene der Vormonate um rund 310%, mit Spielwaren und Sportartikeln um rund 125%, mit elektrotechnischen Erzeugnissen um 105%, mit Textilwaren und Bekleidung um 75% sowie mit Möbeln und Heimtextilien um 45%.

Die Abgrenzung des „Weihnachtsgeschäftes“ ist mit einigen Schwierigkeiten behaftet. Zunächst muß der Begriff definiert werden. Da jene Güter, die ausschließlich zu Weihnachten angeschafft werden – wie zum Beispiel Christbäume oder Christbaumschmuck –, nur einen sehr mäßigen Anteil am Weihnachtsgeschäft haben und sich eigentlich alle Produkte als Geschenk eignen, spielt die zeitliche Komponente eine wichtige Rolle bei der Abgrenzung des Weihnachtsgeschäftes. Naheliegender ist jene Käufe, die unmittelbar vor Weihnachten getä-

**Umsätze im Groß- und Einzelhandel** *Übersicht 4*

**Real**

	Ø 1973/1987 Jährliche Veränderung in %	1988	1989	1990 1. Halbjahr
		Veränderung gegen das Vorjahr in %		
<b>Großhandel</b>				
Umsätze	+3,4	+10,0	+ 7,2	+ 2,1
Agrarerzeugnisse, Lebens- und Genußmittel	+3,2	+ 5,4	+ 1,4	- 2,1
Rohstoffe und Halberzeugnisse	+1,0	+ 3,2	+ 6,8	+ 5,3
Fertigwaren	+4,4	+13,4	+10,0	+ 6,8
<b>Einzelhandel</b>				
Umsätze	+1,9	+ 3,8	+ 3,2	+ 5,2
Dauerhafte Konsumgüter	+3,0	+ 8,6	+ 6,4	+ 6,3
Nichtdauerhafte Konsumgüter	+1,5	+ 1,9	+ 1,8	+ 4,7

Q: Indizes des Österreichischen Statistischen Zentralamtes Ø 1973 = 100

tigt werden und die ein gewisses „Normalmaß“ überschreiten als Weihnachtsgeschäft zu bezeichnen. Da nur monatliche Umsatzdaten der einzelnen Einzelhandelsbranchen laut Österreichischem Statistischem Zentralamt zur Verfügung stehen, bietet sich als zeitliche Eingrenzung der Dezember an.

Durch diesen relativ engen Zeitraum wird die Höhe des Weihnachtsgeschäftes sicher etwas unterschätzt – weil ja nur das Weihnachtsgeschäft des Dezembers erfaßt wird –, andererseits erhöht die enge Abgrenzung die Wahrscheinlichkeit, daß „echte“ Weihnachtsausgaben isoliert werden können. Für die Entwicklung des Weihnachtsgeschäftes im Zeitablauf ist der gewählte Ansatz recht aufschlußreich.

Die Bestimmung des oben genannten „Normalmaßes“ des Einzelhandelsumsatzes erfordert einen ziemlich großen und zum Teil recht komplizierten ökonomischen und rechnerischen Aufwand. Zunächst müssen aus den Zeitreihen der Einzelhandelsumsätze Kalendereffekte herausgefiltert werden, denn die Umsätze des Einzelhandels sind an den einzelnen Wochentagen unterschiedlich hoch. Sie werden von der von Jahr zu Jahr variierenden Wochentagszusammensetzung der Monate beeinflußt. Das Kalenderdatum der Osterfeiertage ändert sich jedes Jahr. Davon sind wieder die Umsätze des Einzelhandels im März und April betroffen. Darüber hinaus müssen die Zeitreihen der Einzelhandelsumsätze um Effekte von Sondereinflüssen – denen sie häufig unterliegen – bereinigt werden. In diesem Zusammenhang sind vor allem Vorziehkäufe zu nennen. Bevorstehende Gesetzesänderungen, wie die Einführung der Mehrwertsteuer oder die Erhöhung ihres Satzes u. ä. veranlassen Konsumenten für die nähere Zukunft geplante Anschaffungen vorzuziehen. Diese Reaktionen müssen mit Hilfe von „Interventionsmodellen“ erfaßt werden<sup>3)</sup>.

Die Umsätze des Einzelhandels insgesamt sowie jener Branchen, in denen das Weihnachtsgeschäft besonders große Bedeutung hat, wur-

ARIMA-Modell der realen Einzelhandelsumsätze

Übersicht 5

$$\begin{aligned}
 (1 - B)(1 - B^{12}) \ln EH_t = & \\
 & 0,0437(1 - B)(1 - B^{12}) OD_t - 0,0043(1 - B)(1 - B^{12}) T_{1,t} + \\
 & (0,0033) \quad (0,0009) \\
 & + 0,0045(1 - B)(1 - B^{12}) T_{2,t} + 0,0054(1 - B)(1 - B^{12}) T_{3,t} + \\
 & (0,0015) \quad (0,0014) \\
 & + 0,0022(1 - B)(1 - B^{12}) T_{4,t} + 0,0147(1 - B)(1 - B^{12}) T_{5,t} - \\
 & (0,0014) \quad (0,0013) \\
 & - 0,0076(1 - B)(1 - B^{12}) T_{6,t} + 0,0241(1 - B)(1 - B^{12}) T_{7,t} + \\
 & (0,0015) \quad (0,0053) \\
 & + [0,0348 - 0,0539 B] (1 - B)(1 - B^{12}) \xi_{1,t} - 0,0756(1 - B)(1 - B^{12}) \xi_{2,t} + \\
 & (0,0128) \quad (0,0121) \quad (0,0121) \\
 & + [0,0580 + 0,0774 B + 0,0791 B^2 - 0,0763 B^2 - 0,0978 B^1 / (1 - 0,8205 B)] (1 - B)(1 - B^{12}) \xi_{3,t} + \\
 & (0,0126) \quad (0,0131) \quad (0,0135) \quad (0,0138) \quad (0,0113) \quad (0,0423) \\
 & + [0,0359 + 0,0387 B + 0,0473 B^2 + 0,1123 B^3 - 0,0475 B^4] (1 - B)(1 - B^{12}) \xi_{4,t} - \\
 & (0,0123) \quad (0,0124) \quad (0,0123) \quad (0,0131) \quad (0,0123) \\
 & - 0,0334(1 - B)(1 - B^{12}) \xi_{5,t} - 0,0265(1 - B)(1 - B^{12}) \xi_{6,t} + \\
 & (0,0122) \quad (0,0120) \\
 & + (1 - 0,7112 B)(1 - 0,1813 B^{12}) a_t \\
 & (0,0459) \quad (0,0644)
 \end{aligned}$$

SE = 0,0165      DW = 2,14      Q(24) = 26,9

B = Verschiebungsoperator:  $B^k y_t = y_{t-k}$   
 EH = Index der Einzelhandelsumsätze real  
 OD = Dummy für den Ostereffekt  
 ln = natürliche Logarithmen  
 $T_i$  = Zahl der Montage minus Zahl der Sonntage im Monat  $t$

$T_8$  = Zahl der Samstage minus Zahl der Sonntage im Monat  $t$   
 $T_7$  = Anzahl der Tage im Monat  $t$   
 $\xi_{1,t}$  = 1 im Dezember 1972, sonst 0  
 $\xi_{2,t}$  = 1 im Dezember 1974, sonst 0  
 $\xi_{3,t}$  = 1 im Oktober 1977, sonst 0  
 $\xi_{4,t}$  = 1 im September 1983, sonst 0  
 $\xi_{5,t}$  = 1 im Jänner 1987, sonst 0  
 $\xi_{6,t}$  = 1 im Oktober 1987, sonst 0

Kursive Zahlen in Klammern       $t$ -Statistik

den zunächst, wie in Übersicht 5 exemplarisch dargestellt, durch ARIMA-Modelle abgebildet. Diese waren dann Ausgangspunkt für eine theoretisch fundierte Saisonbereinigung<sup>4)</sup> der Zeitreihen.

Die Zeitreihen der Einzelhandelsumsätze werden zunächst mit Hilfe der Parameter der geschätzten ARIMA-Modelle um Steuer- und Kalendereffekte bereinigt und durch das Verfahren von Hillmer – Tiao in Trend, Saison- und irreguläre Komponenten zerlegt. Der Trend ist das hier gesuchte „Normalmaß“. Das Weihnachtsgeschäft des Einzelhandels wird dann als Differenz zwischen kalenderbereinigtem Dezember-Umsatz und dem erwähnten Trend definiert.

Das Institut für Handelsforschung

(IfH) erhebt ebenfalls Daten zum Weihnachtsgeschäft. Sie beruhen auf einer Befragung des Facheinzelhandels über die Umsatzentwicklung zwischen dem ersten und dem dritten Einkaufssamstag vor Weihnachten. Überdies wird der Anteil der weihnachtsbezogenen Waren am Gesamtumsatz erfragt. Aus der Veränderung der Umsätze und des Anteils der weihnachtsbezogenen Waren wird die Entwicklung im Vorjahresvergleich ermittelt. Das Niveau errechnet das IfH durch Gegenüberstellung der Umsätze der letzten zwei Monate und der ersten zehn Monate eines Jahres. Die Differenz um die der Durchschnitt der Monate November und Dezember über dem Durchschnitt der ersten zehn Monate liegt, wird als Weih-

<sup>3)</sup> Eine genauere Beschreibung der Methode findet sich in Thury G. Wüger M. „Das Weihnachtsgeschäft im Einzelhandel“ WIFO-Monatsberichte 1989 62(12) S. 700-705

<sup>4)</sup> Als Saisonbereinigungsverfahren wurde ein auf einem ARIMA-Modell basierender Ansatz von Hillmer – Tiao verwendet (siehe dazu Hillmer S. C. Tiao G. C. „An ARIMA Model-Based Approach to Seasonal Adjustment“ Journal of the American Statistical Association 1982 77(377) S. 63-70)

Entwicklung des  
Weihnachtsgeschäftes

Übersicht 6

	Einzelhandelsumsätze		
	WIFO <sup>1)</sup>		IfH <sup>2)</sup>
	Nominell	Real	Nominell
	Veränderung gegen das Vorjahr in %		
1986	+2,1	+1,7	+0,4
1987	+0,3	-1,4	+3,0
1988	-2,9	-5,1	-1,5
1989	+6,8	+4,7	+7,4
1990	+5,6	+3,4	

Q: Österreichisches Statistisches Zentralamt eigene Berechnungen, Institut für Handelsforschung. —  
<sup>1)</sup> Differenz zwischen den kalenderbereinigten Umsätzen im Dezember und dem mit Hilfe des Modells berechneten Trend — <sup>2)</sup> Hochgerechnete Befragungsergebnisse

nachtsgeschäft ausgewiesen<sup>5)</sup> Die einfache Niveauschätzung des IfH erbringt ein höheres Volumen als die Methode des WIFO, die nur das Weihnachtsgeschäft im Dezember mit Hilfe eines mathematisch anspruchsvollen Verfahrens ermittelt. Die Tendenz der Entwicklung des Weihnachtsgeschäftes (gemessen an der Vorjahresveränderungsrate) geben — wie aus Über-

sicht 6 hervorgeht — beide Ansätze etwa gleich wieder.

Die WIFO-Methode erlaubt auch eine Ex-ante-Prognose für das Weihnachtsgeschäft 1990. Dafür standen Informationen über die Umsatzentwicklung bis einschließlich August zur Verfügung. Die Modelle prognostizieren für das Weihnachtsgeschäft heuer eine Zunahme um nominell etwa 5,5% und real knapp 3,5%. Dieser Zuwachs liegt zwar unter dem des Vorjahres, jedoch deutlich über dem Durchschnitt der letzten vier Jahre (real -0,0%, nominell +1,6%). Der Prognosewert stellt somit eine relativ günstige Entwicklung des Weihnachtsgeschäftes 1990 in Aussicht.

Die Prognose geht davon aus, daß der 8. Dezember, der heuer auf einen Samstag fällt, und zwar auf den für das Weihnachtsgeschäft sehr wichtigen zweiten langen Einkaufssamstag, keine außergewöhnlich hohen Kaufkraftabflüsse ins benachbarte Aus-

land auslöst. Überdurchschnittlich gut wird das Weihnachtsgeschäft — nach der WIFO-Prognose — vor allem in den Branchen elektrotechnische Erzeugnisse sowie Spielwaren und Sportartikel verlaufen, unterdurchschnittliche Ergebnisse sind für Uhren und Schmuckwaren, Textilwaren und Bekleidung sowie Möbel und Heimtextilien zu erwarten.

Der Anteil des Weihnachtsgeschäftes am Jahresumsatz wird nach dieser Prognose auch 1990 — wie im langfristigen Trend — zurückgehen (von 3,1% auf 3,0% in realer Rechnung). 1970 betrug der Anteil noch 4,7%.

Die sinkende Bedeutung des Weihnachtsgeschäftes dürfte mit der Zunahme des Wohlstands, einer größeren Streuung der Auszahlung des Weihnachtsgeldes, mit Änderungen im Konsumentenverhalten, geringeren Geburtenraten sowie einem offenbar abnehmenden Stellenwert des Weihnachtsfestes zusammenhängen.

<sup>5)</sup> Niveauschätzung und Ermittlung der Veränderung des Weihnachtsgeschäftes sind also nach der Methode des IfH voneinander unabhängig und daher nicht in Zusammenhang zu bringen.