

■ KAUM ZUWÄCHSE IM WEIH- NACHTSGESCHÄFT ZU ERWARTEN

KRÄFTIGE KONSUMSTEIGERUNG IM 1. HALBJAHR 1996

Die Einkommensentwicklung der privaten Haushalte wird 1996 durch Maßnahmen zur Sanierung der öffentlichen Haushalte gedämpft, die etwa mit Jahresmitte in Kraft traten. Ankündigungen von fiskalischen Maßnahmen prägen den Verlauf des privaten Konsums jeweils deutlich. Im 1. Halbjahr 1996 war die Nachfrage nach dauerhaften Konsumgütern – wie vor einer angekündigten fiskalischen Belastung zu erwarten – rege. In der zweiten Jahreshälfte war hingegen mit einer wesentlich schwächeren Entwicklung zu rechnen. Wegen der gedämpften Einkommenssituation dürfte das Weihnachtsgeschäft des Einzelhandels heuer nicht besser ausfallen als im Vorjahr.

Der private Konsum stabilisiert durch die geringe Einkommenselastizität der Nachfrage nach nichtdauerhaften Waren und Dienstleistungen die Wirtschaftsentwicklung. Effekte eines Angst- bzw. Vorsichtssparens waren in Österreich in der Vergangenheit in Summe nicht nachzuweisen. Die Ausgaben der privaten Haushalte für dauerhafte Konsumgüter reagieren aber unter anderem sehr stark auf angekündigte fiskalische Maßnahmen.

EINKOMMENSENTWICKLUNG 1996 DURCH „SPARPAKET“ GEDÄMPFT

Die Entwicklung der privaten Einkommen wird 1996 durch die Maßnahmen zur Konsolidierung der öffentlichen Haushalte gedämpft. Die wichtigsten dieser Maßnahmen sehen folgendes vor:

- Mit 1. Juni wurde eine neue Steuer auf Strom und Gas eingeführt und der Satz für die Normverbrauchsabgabe erhöht. Die Freibetragsbescheide traten außer Kraft, Überstunden werden höher besteuert. Ein Zuschlag auf die Erbschaft- sowie Schenkungsteuer wurde eingeführt. Seit dem 1. Juni sind zudem Prämien für Lebensversicherungsverträge nur dann steuerlich absetzbar, wenn die spätere Auszahlung in Rentenform erfolgt. Auf Einmalergläge für Lebensversicherungen wird ein höherer Steuersatz angewandt. Die Tabaksteuer wurde angehoben.

Der Autor dankt Georg M. Busch für wertvolle Anregungen und Hinweise. Aufbereitung und Analyse der Daten erfolgten mit Unterstützung von Martina Einsiedl.

- Mit 1. Juli fiel die Anrechnung von Schul- und Studienzeiten auf die Versicherungszeiten für ASVG-Pensionen weg, der Nachkauf von Versicherungszeiten wird verteuert. Die Geburtenbeihilfe wurde reduziert, und ein Elternteil hat nun nur noch höchstens 18 Monate Anspruch auf Karenzurlaubsgeld. Für Kuraufenthalte und Rehabilitation ist ein Selbstbehalt zu tragen. Die Notstandshilfe wird nach einer gewissen Dauer der Arbeitslosigkeit gekürzt. Die Kapitalertragsteuer wird schrittweise von 22% auf 25% erhöht.
- Seit dem September gelten strengere Zugangsbestimmungen für Frühpensionen. Die Freifahrt für Studenten wurde gestrichen und der Anspruch auf Familienbeihilfe für Schüler und Studenten mit dem 19. Lebensjahr bzw. der Mindeststudiendauer plus Toleranzsemester limitiert.

Die Einkommensentwicklung der privaten Haushalte wird 1996 durch die Maßnahmen zur Konsolidierung der öffentlichen Haushalte real um rund 2% gedämpft. Die ersten diesbezüglichen Belastungen traten Anfang Juni in Kraft, ein weiterer Teil Anfang Juli und im Herbst. Die privaten Haushalte reagierten mit einer Verringerung der Sparquote und massiven Vorziehkäufen vor Inkrafttreten der fiskalischen Maßnahmen.

Diese Konsolidierungsschritte dämpfen das verfügbare Einkommen nach ersten Berechnungen im Jahresdurchschnitt 1996 real um rund 2%. Da die Belastungen erst ab der Jahresmitte in Kraft traten, fällt der dämpfende Effekt in die zweite Jahreshälfte. Bis Ende Mai 1996 war noch mit einer starken Steigerung der Ausgaben für dauerhafte Konsumgüter, insbesondere für Autos zu rechnen.¹⁾

LEBHAFTE KONSUMENTWICKLUNG BEI VERRINGERTER SPARQUOTE IM 1. HALBJAHR 1996

Die privaten Haushalte gaben im 1. Halbjahr 1996 nach ersten Schätzungen gut 655 Mrd. S für Konsumzwecke aus, um 5,2% mehr als ein Jahr zuvor. Die reale Steigerung um 2,8% war die höchste seit dem 2. Halbjahr 1994. Waren damals die gute Konjunktur und die Steuerreform (Wüger, 1994) für den lebhaften Fortgang der

¹⁾ Da für die Konsumausgaben nur Quartalswerte zur Verfügung stehen, sind im Ergebnis des 1. Halbjahres nicht nur Vorziehkäufe enthalten, sondern zu einem – allerdings geringen – Teil schon Auswirkungen des „Sparpakets“

Übersicht 1: Privater Konsum, Masseneinkommen, Sparen des privaten Sektors und Konsumkredite

Nominell

	Privater Konsum	Nettoeinkommen der Unselbständigen	Sparen ¹⁾	Konsumkredite ²⁾
	Veränderung	gegen das Vorjahr in %	Veränderung gegen die Vorperiode	in Mrd. S
1992	+6,7	+6,2	+94,13	+28,06
1993	+4,2	+5,7	+76,17	+21,07
1994	+5,6	+4,8	+84,85	+18,21
1995 ³⁾	+4,2	+2,5	+89,49	+49,10
1996, 1. Halbjahr	+5,2	+1,9	+3,10	+5,03

¹⁾ Spar-, Sicht- und Termineinlagen von „nichtfinanziellen“ Unternehmen und privaten Haushalten. — ²⁾ Kredite an private Haushalte minus Bausparkredite an denselben Personenkreis. — ³⁾ Sparen und Konsumkredite enthalten seit dem IV. Quartal 1995 Institutionen ohne Erwerbscharakter.

Konsumnachfrage verantwortlich gewesen, so waren es heuer vor allem die wegen des „Sparpakets“ vorgezogenen Käufe.

Das Konsumwachstum beschleunigte sich im Verlauf des 1. Halbjahres: Die Ausgaben der privaten Haushalte waren im I. Quartal real um 2%, im II. Quartal um 3,5% höher als im Vergleichszeitraum des Vorjahres, obwohl die Nachfrage nach dem Inkrafttreten der ersten Maßnahmen des Sparpakets im Juni bereits schwach war.

Auch saisonbereinigt folgte die reale Nachfrage im 1. Halbjahr diesem Muster (1. Halbjahr +1,9%, II. Quartal +1,6% gegenüber der Vorperiode).

Die starke Steigerung der Konsumausgaben wurde durch eine Verringerung der Sparquote der privaten Haushalte ermöglicht, denn nach ersten Berechnungen nahmen die Masseneinkommen (Nettoeinkommen der Unselbständigen) im 1. Halbjahr 1996 nominell um nur 1,9% zu. Da sich die übrigen Einkommen, für die es unterjährig keine Informationen gibt, günstiger als die Masseneinkommen entwickelt haben dürften, sollte der tatsächliche Rückgang der Sparquote nicht so stark gewesen sein, wie er in einer Gegenüberstellung der Entwicklung von Masseneinkommen und Konsumausgaben zum Ausdruck kommt. Er wird zudem im 1. Halbjahr durch die Vorziehkäufe überzeichnet. Laut der aktuellen WIFO-Prognose wird der Rückgang der Sparquote im Jahresdurchschnitt 1996 rund 1,5 Prozentpunkte betragen. Die privaten Haushalte dürften also auch 1996 in Summe nicht mit Vorsichtsparen reagieren und dadurch die Wirtschaftsentwicklung stützen.

Die schwache Spartätigkeit der privaten Haushalte zeigt sich auch im Bankensparen: Die Spar-, Sicht- und Termineinlagen von privaten Haushalten und „nichtfinanziellen“ (produzierenden) Unternehmen erhöhten sich per Saldo im 1. Halbjahr 1996 um 3,1 Mrd. S, um 29,4% schwächer als ein Jahr zuvor²⁾. Das Geldkapital ging insgesamt im Durchschnitt des 1. Halbjahres um

²⁾ Der Vergleich wird durch eine Umstellung der statistischen Basis beeinträchtigt.

Übersicht 2: Entwicklung des privaten Konsums

Real

	Ø 1976/1993	1994	1995	1996 I Halbjahr
	Jährliche Veränderung in %	Veränderung gegen das Vorjahr in %		
Nahrungsmittel und Getränke	+ 1,4	- 0,0	+ 0,2	- 0,5
Tobakwaren	+ 0,2	+ 4,6	- 5,9	- 0,7
Kleidung	+ 0,9	- 2,8	- 5,6	+ 1,2
Wohnungseinrichtung und Hausrat ¹⁾	+ 2,5	+ 3,6	+ 2,9	+ 4,3
Heizung und Beleuchtung	+ 2,5	- 2,7	+ 5,0	+ 10,9
Bildung, Unterhaltung, Erholung	+ 3,8	+ 9,8	+ 7,3	+ 4,9
Verkehr	+ 3,1	+ 0,6	+ 1,1	+ 6,3
Sonstige Güter und Leistungen	+ 3,3	+ 6,4	- 2,2	- 12,1
Privater Konsum insgesamt	+ 2,3	+ 2,5	+ 1,9	+ 2,8
Dauerhafte Konsumgüter	+ 2,8	+ 0,9	+ 1,5	+ 9,5

Q: ÖSTAT, eigene Berechnungen; vorläufige Werte — ¹⁾ Einschließlich Haushaltsführung

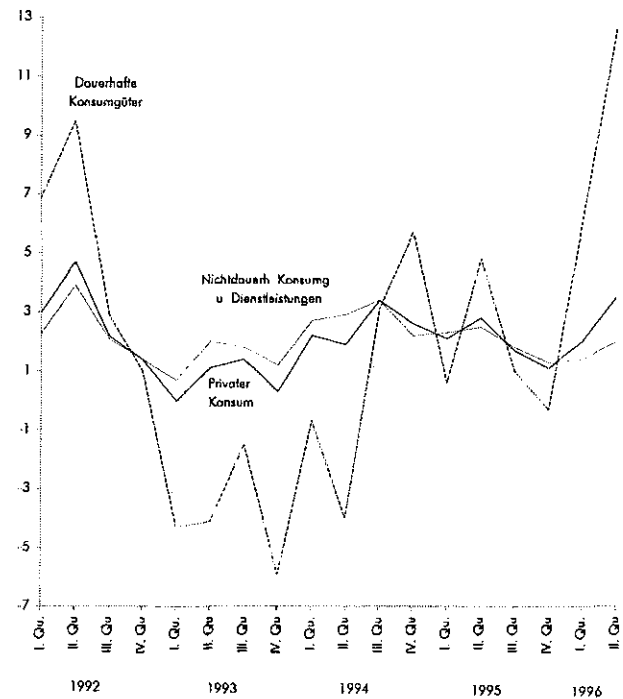
6,4 Mrd. S zurück. Andererseits nahm das Versicherungssparen in Form von Einmalergängen um rund 5 Mrd. S zu³⁾. Die Änderung der Anonymität von Wertpapierkonten dürfte weitere Umschichtungen veranlaßt haben.

Die Nachfrage nach Konsumkrediten (Kredite an private Haushalte minus Bausparkredite an diese Personengruppe) belebte sich im I. Halbjahr im Zusammenhang mit den niedrigen Zinsen und der starken Zunahme der Ausgaben für dauerhafte Konsumgüter⁴⁾. Per Saldo wurde das Kreditvolumen im I. Halbjahr um rund 5 Mrd. S ausgeweitet (+26,3%).

Im Widerspruch zur hohen Bereitschaft, sich zu verschulden, und der starken Steigerung der Nachfrage nach dauerhaften Konsumgütern steht die Entwicklung des Konsumklimas. Nach Erhebungen von Fessel + GFK war der „Vertrauensindex“ (arithmetisches Mittel der erwarteten künftigen Einkommens- und Wirtschaftsentwicklung sowie der beabsichtigten Käufe von Konsumgütern) im Durchschnitt des I. Halbjahres um 14,9% niedriger als ein Jahr zuvor, der Indikator der Arbeitsplatzsicherheit unterschritt das Vorjahresniveau noch deutlicher (-28,0%). In der Regel liefert der Konsumklimaindex durchaus nützliche Informationen über die künftige Nachfrage nach dauerhaften Konsumgütern (Breuss - Wüger, 1986); ein Auseinanderklaffen zwischen Konsumentenstimmung und Nachfrageentwicklung nach der Ankündigung fiskalischer Maßnahmen ist aber nicht ungewöhnlich. Die von Fessel + GFK erhobenen Stimmungsindikatoren reagieren stark auf Medienmeldungen, sie spiegeln daher die Diskussion um das „Sparpaket“ und seine möglichen (negativen) Auswirkungen wider. Für die Konsumenten war es hin-

Abbildung 1: Nachfrageentwicklung nach Güterarten des privaten Konsums

Reale Veränderung gegen das Vorjahr in %, zu Preisen von 1983



gegen rational Käufe vorzuziehen, sodaß sich Nachfrage und Stimmungsindikatoren gegenläufig entwickelten. Gebessert hat sich im I. Halbjahr 1996 die Einschätzung der künftigen Preisstabilität (+8,8%), nicht zuletzt, weil die Preisdämpfung in der Folge des EU-Beitritts weitere Bereiche der Konsumnachfrage erfaßte (Pollan, 1996).

UMFANGREICHE VORZIEHKÄUFE DAUERHAFTER KONSUMGÜTER

Wie erwartet betrafen die oben erwähnten Vorziehkäufe vor dem Inkrafttreten der Maßnahmen zur Konsolidierung der öffentlichen Haushalte vor allem die Nachfrage nach dauerhaften Konsumgütern. Sie überstieg den Vorjahreswert im Durchschnitt des I. Halbjahres real um 9,5%⁵⁾ und verstärkte sich vom I. Quartal (+6%) zum II. Quartal (+12,6%). Saisonbereinigt waren die realen Ausgaben im II. Quartal 1996 um 5,4% höher als im I. Quartal.

Unter den dauerhaften Konsumgütern wurden vor allem Käufe von Pkw vorgezogen. Auch in der Vergangenheit reagierte die Pkw-Nachfrage am deutlichsten auf angekündigte fiskalische Maßnahmen, weil die Ersparnis durch eine Verschiebung des Kaufs hier wegen des hohen Stückpreises besonders groß ist. Die bevorstehen-

³⁾ Siehe dazu auch Uri, Th., „Lebensversicherung stützt 1995 Wachstum der Versicherungswirtschaft“, in diesem Heft

⁴⁾ Allerdings wird der Zuwachs durch eine statistische Umstellung etwas verzerrt.

⁵⁾ Dieser Zuwachs war der höchste seit dem 2. Halbjahr 1988 und lag deutlich höher als zwischen 1990 und 1995 (+1,2% pro Jahr)

Übersicht 3: Umsätze im Einzelhandel nach Branchen

Real

	Ø 1973/1994	1995	1996		1996	
	Jährliche Veränderung in %		I. Halbjahr	Ø Juli/August	Ø Jänner/Mai ¹⁾	Ø Juni/August
			Veränderung gegen das Vorjahr in %			
Nahrungs- und Genußmittel	+ 2,0	- 0,6	+ 0,3	- 2,5	+ 1,0	- 2,7
Tabakwaren	- 0,1	- 3,0	- 3,7	- 2,8	- 3,7	- 3,1
Textilwaren und Bekleidung	+ 1,1	- 6,4	+ 1,7	+ 5,8	+ 1,9	+ 4,1
Schuhe	+ 0,3	- 2,2	- 0,6	- 0,6	- 0,7	- 0,4
Leder- und Lederersatzwaren	- 1,8	- 6,5	- 1,2	+ 7,3	- 0,5	+ 3,4
Heilmittel	+ 4,7	+ 4,4	+ 4,0	+ 4,6	+ 4,5	+ 3,4
Kosmetische Erzeugnisse, Waschmittel u. a.	+ 3,4	+ 4,0	+ 7,1	+ 0,8	+ 7,9	+ 1,6
Möbel und Heimtextilien	+ 3,6	+ 3,5	+ 1,9	+ 1,4	+ 3,9	- 1,6
Haushalts- und Küchengeräte	- 0,4	- 4,0	+ 0,4	+ 4,7	+ 1,1	+ 2,2
Gummi- und Kunststoffwaren	- 1,3	+ 2,4	+ 5,0	- 4,1	+ 6,8	- 3,3
Fahrzeuge	+ 3,6	- 0,9	+ 11,8	- 2,7	+ 19,0	- 10,2
Näh-, Strick- und Büromaschinen	+ 3,6	+ 7,2	- 6,7	+ 25,6	- 7,0	+ 13,6
Optische und feinmechanische Erzeugnisse	+ 6,1	+ 11,0	+ 10,9	+ 15,5	+ 13,5	+ 10,2
Elektrotechnische Erzeugnisse	+ 2,9	+ 2,0	+ 9,5	+ 9,4	+ 10,5	+ 7,7
Papierwaren und Bürobedarf	- 0,3	- 5,7	- 8,2	+ 4,3	- 8,1	+ 0,2
Bücher, Zeitungen, Zeitschriften	+ 1,2	- 0,1	+ 1,7	+ 13,2	+ 3,2	+ 7,3
Uhren und Schmuckwaren	+ 0,4	- 3,8	+ 0,4	- 3,3	+ 1,2	- 3,3
Spielwaren, Sportwaren und Musikinstrumente	+ 3,9	+ 6,9	+ 7,7	+ 9,3	+ 7,9	+ 8,4
Brennstoffe	- 0,5	+ 10,6	+ 11,7	+ 31,2	+ 8,0	+ 32,3
Treibstoffe	+ 0,1	- 6,3	- 4,7	- 2,9	- 5,8	- 1,6
Waren- und Versandhäuser	+ 0,7	- 1,3	- 2,8	- 3,6	- 1,8	- 5,4
Gemischwarenhandel	+ 1,5	- 2,8	+ 2,1	- 1,5	+ 2,1	- 0,4
Einzelhandel insgesamt	+ 2,0	- 0,2	+ 3,2	+ 1,3	+ 4,8	- 0,7
Dauerhafte Konsumgüter	+ 3,2	+ 1,5	+ 7,6	+ 2,8	+ 11,7	- 2,3
Nichtdauerhafte Konsumgüter	+ 1,6	- 1,1	+ 1,0	+ 0,6	+ 1,4	+ 0,1

Q: Indizes des ÖSTAT Ø 1973 = 100 ~ 1) Vor Inkrafttreten der ersten Maßnahmen des „Sparpakets“

de Einkommensdämpfung durch Inkrafttreten des „Sparpakets“, erwartete Preissteigerungen wegen der Erhöhung der Normverbrauchsausgabe sowie „Echowellens“⁶⁾ nach dem Neuzulassungsboom 1992 (damals war der Neuzulassungsrekord des Jahres 1977 übertroffen worden) ließen die Nachfrage im Durchschnitt des I. Halbjahres 1996 real um 16,1% steigen. Ihr Schwerpunkt verschob sich dabei zu höheren Hubraumklassen. Kräftig stiegen auch die Ausgaben für Fahrräder (+14,8%), Mopeds (+43,4%), Motorräder (+20,1%), optische und feinmechanische Erzeugnisse (+10,9%) sowie elektrotechnische Erzeugnisse (+9,5%). Der Möbelboom (+1,9%) der letzten Jahre ebte hingegen im I. Halbjahr 1996 ab, die Nachfrage nach Uhren und Schmuckwaren stagnierte.

Die Ausgaben der privaten Haushalte für nichtdauerhafte Waren und Dienstleistungen übertrafen im I. Halbjahr 1996 das Vorjahresniveau real um 1,7%. Während die Nachfrage nach dauerhaften Konsumgütern im I. Halbjahr 1996 wie oben erläutert deutlich über dem mittelfristigen Wachstumspfad lag, wuchsen die Ausgaben für nichtdauerhafte Waren und Dienstleistungen etwa durchschnittlich – sie wurden also von den fiskalischen Maßnahmen kaum beeinträchtigt. Ein solcher Einfluß wäre eventuell für die Urlaubsausgaben zu erwarten gewesen. Sie nahmen im I. Halbjahr überdurchschnittlich (+4,3%) zu, wobei für Inlandsurlaube

(-3,9%) weniger, für Auslandsurlaube (+6,5%) wie schon in den letzten Jahren deutlich mehr ausgegeben wurde. Der kalte Winter ließ im I. Halbjahr 1996 den Aufwand für Heizung und Beleuchtung (+10,9%) in die Höhe schnellen.

GESCHÄFTSGANG IM EINZELHANDEL LEBHAFT, IM GROSSHANDEL SCHWACH

In den letzten Jahren entwickelte sich der Geschäftsgang des Einzelhandels deutlich schwächer als die Konsumnachfrage. Ein wichtiger Grund dafür lag im unterschiedlichen Verlauf von Inländerkonsum (Ausgaben der Österreicher im In- und im Ausland) und dem für den Geschäftsgang des Einzelhandels relevanten Inlandskonsum (Ausgaben der Österreicher und der Ausländer in Österreich⁷⁾). Da diese Diskrepanz heuer geringer ausfiel und überdies die Vorziehkäufe ausschließlich dem Handel zugute kamen, war zu erwarten, daß sich Einzelhandelsumsatz und Konsumnachfrage im I. Halbjahr weitgehend parallel entwickelten.

Der Einzelhandel setzte im I. Halbjahr 1996 real um 3,2% mehr um als im Vorjahr. Wegen der Vorziehkäufe war der Geschäftsgang im II. Quartal (+4%) besser als im I. Quartal (+2,3%); saisonbereinigt war die reale Nachfrage im II. Quartal um 0,4% höher als im I. Quartal.

⁷⁾ Ein anderer wichtiger Grund war das kräftige Wachstum der Dienstleistungsnachfrage (Wohnung, Urlaub usw.), die nicht vom Handel befriedigt wird.

Da erste Maßnahmen des Sparpakets mit Anfang Juni in Kraft traten, enthält das Ergebnis des II. Quartals nicht nur Vorziehkäufe, sondern zum Teil auch Effekte der folgenden Kaufzurückhaltung (Juni -4,7%). Ein Vergleich des 1. Halbjahres mit dem Durchschnitt der Mo-

Das Ausmaß der Vorziehkäufe und der folgenden Kaufzurückhaltung kommt in der Umsatzentwicklung des Einzelhandels zum Ausdruck: Nach einer durchschnittlichen realen Steigerung von Jänner bis einschließlich Mai um 4,8% ergab sich in den Monaten Juni bis August ein Rückgang um 0,7%. Noch deutlicher tritt der Bruch in der Entwicklung (Vorziehkäufe, Kaufzurückhaltung) im Einzelhandel mit dauerhaften Konsumgütern (Jänner bis Mai + 11,7%, Juni bis August -2,3%), vor allem im Fahrzeughandel (+ 19,0%, -10,2%) zutage. Die Vorziehkäufe erreichten ein ähnliches Ausmaß wie vor der Einführung der „Luxussteuer“ 1978 und der Erhöhung der Mehrwertsteuer 1984.

nate Juli und August zeigt eine Wachstumsverlangsamung im Vorjahresvergleich (von +3,2% auf +1,3%; Übersicht 3). Vergleicht man hingegen die Umsatzentwicklung der Periode vor Inkrafttreten der ersten Maßnahmen des „Sparpakets“ (Durchschnitt der Monate Jänner bis Mai) mit den bisher verfügbaren Ergebnissen danach (Durchschnitt der Monate Juni bis August⁹⁾), so werden die Unterschiede wesentlich deutlicher: Einer realen Umsatzsteigerung von 4,8% in der ersten Periode folgte ein leichter Rückgang (-0,7%) in der zweiten. Besonders ausgeprägt war diese Entwicklung erwartungsgemäß im Einzelhandel mit dauerhaften Konsumgütern (Durchschnitt Jänner bis Mai +11,7%, Durchschnitt Juni bis August -2,3%) und hier vor allem im Fahrzeughandel (+ 19,0%, -10,2%). Im Einzelhandel mit optischen und feinmechanischen Erzeugnissen (+13,5%, +10,2%) sowie mit elektrotechnischen Erzeugnissen (+10,5%, +7,7%) verlangsamte sich das Umsatzwachstum hingegen nur leicht.

Interessant ist ein Vergleich dieses Knicks mit Reaktionen auf die Ankündigung fiskalischer Maßnahmen in der Vergangenheit, etwa der Einführung des dritten Mehrwertsteuersatzes im Jahr 1978 („Luxussteuer“) oder der Erhöhung der Mehrwertsteuer im Jahr 1984. Untersucht wurde jeweils die Umsatzentwicklung in den zwei Mo-

⁹⁾ Der Umsatz entwickelte sich in den einzelnen Monaten nach Inkrafttreten des Sparpakets hauptsächlich kalenderbedingt recht unterschiedlich (Juni -4,7%, Juli +3,3%, August -0,8%). Der Zuwachs im Juli war einem zusätzlichen Verkaufstag zuzuschreiben

Übersicht 4: Umsätze im Großhandel

Real

	Ø 1973/1994	1995	1996	
			I Halbjahr	Ø Juli/August
	Jährliche Veränderung in %	Veränderung gegen das Vorjahr in %		
Großhandel insgesamt	+ 3,4	- 0,5	- 3,2	- 1,8
Agrar- und Genußmittel	+ 2,6	- 4,0	+ 2,2	- 2,4
Rohstoffe und Halberzeugnisse	+ 1,3	- 1,7	- 10,6	- 1,9
Fertigwaren	+ 5,0	+ 1,4	- 4,0	- 2,3

Q: Indizes des ÖSTAT. Ø 1973 = 100

naten vor Inkrafttreten der Maßnahmen und den drei Monaten danach⁹⁾

Demnach war die Verringerung der Einzelhandelsumsätze nach Inkrafttreten der fiskalischen Maßnahmen 1978 relativ¹⁰⁾ stärker als heuer, 1984 hingegen schwächer. Zum selben Ergebnis gelangt man anhand der saisonbereinigten Entwicklung

Informationen über die Intensität der Vorziehkäufe können entweder Verfahren zur Erkennung von Ausreißern oder „Interventionsmodelle“ liefern. Ausreißererkenntungsverfahren prüfen die einzelnen Beobachtungen schrittweise, ob und welche Form von Ausreißer sie sind (einmaliger Ausreißer, Niveauverschiebung usw.); in Interventionsmodellen müssen hingegen die Zeitpunkte des Auftretens von Ausreißern sowie gewisse Vorstellungen über den Typ vorgegeben werden (Thury – Wüger, 1992)

Die Anwendung von Ausreißerbereinigungsverfahren und die Schätzung von Interventionsmodellen zeigten, daß nahezu der gesamte Zuwachs im April und Mai 1996 Vorziehkäufen zuzuschreiben war¹¹⁾. Die Intensität der Vorziehkäufe erreichte demnach ähnliche Größenordnungen wie vor Einführung des dritten Mehrwertsteuersatzes 1978 und vor der Erhöhung der Mehrwertsteuer 1984

Die Umsätze des Großhandels werden erfahrungsgemäß von Konjunkturschwankungen stärker beeinflusst als die des Einzelhandels, weil sie neben der Konsumnachfrage u. a. auch von der Entwicklung der Industrieproduktion und der Auslandsnachfrage beeinflusst werden. Sie unterschritten im Durchschnitt des I. Halbjahres das Vorjahresniveau real um 3,2%. Der Rückgang war im

⁹⁾ Umsätze des Einzelhandels im Durchschnitt November und Dezember 1977 real +9,8% gegenüber dem Vorjahr, I. Quartal 1978 -4,1%; Jahresende 1983 +11,4%, I. Quartal 1984 -1,6%; Durchschnitt April und Mai 1996 +8,2%, Durchschnitt Juni bis August -0,7%

¹⁰⁾ Steigerung vor in Relation zum Rückgang nach Inkrafttreten der Maßnahmen

¹¹⁾ Die Ausreißererkenntungsverfahren können einen Ausreißer jedoch erst anhand von 5 Beobachtungen nach seinem Auftreten statistisch genau identifizieren.

II. Quartal (-0,7%) nicht zuletzt wegen der Vorziehkäufe im privaten Konsum deutlich schwächer als zu Jahresbeginn (II. Quartal -5,7%). Saisonbereinigt war die Nachfrage im II. Quartal um 2,4% höher als im I. Quartal. Im Durchschnitt der Monate Juli und August (-1,8%) sanken die Umsätze wieder deutlicher als im II. Quartal, und die Nachfrage ging saisonbereinigt zurück.

Die Preise sanken sowohl im Einzelhandel (-0,3%) als auch im Großhandel (-1,6%) im 1. Halbjahr 1996. Im Einzelhandel beschränkte sich die Verbilligung auf dauerhafte Konsumgüter, während die Preise nichtdauerhafter Güter auf dem niedrigen Vorjahresniveau verharrten. Im Großhandel wurden Fertigwaren (-0,5%) und insbesondere Agrarprodukte billiger (-7,2%), während die Preise von Rohstoffen und Fertigwaren (+4,0%) anzogen.

Gemessen am impliziten Preisindex gingen die Preise im Einzelhandel im Durchschnitt des 1. Halbjahres 1996 um 0,3% gegenüber dem Vorjahr zurück; das ist nicht zuletzt in Zusammenhang mit dem vermehrten Wettbewerbsdruck im Gefolge des EU-Beitritts zu sehen. Die Verbilligung beschränkte sich auf dauerhafte Konsumgüter (-0,6%), während die Preise nichtdauerhafter Güter auf dem relativ niedrigen Vorjahresniveau stagnierten. Diese Entwicklung ist darauf zurückzuführen, daß die preisdämpfenden Effekte des EU-Beitritts zunächst nichtdauerhafte Waren (insbesondere Lebensmittel) betrafen und erst allmählich auch andere Bereiche erfaßten.

Noch deutlicher als im Einzelhandel sanken die Preise im 1. Halbjahr 1996 im Großhandel (-1,6%). Einer Verbilligung von Fertigwaren (-0,5%) und insbesondere Agrarprodukten (-7,2%) stand – hauptsächlich als Folge der internationalen Preisentwicklung sowie der Anhebung von Verbrauchsteuern – eine Verteuerung von Rohstoffen und Halberzeugnissen (+4,0%) gegenüber.

Trotz der lebhaften Umsatzentwicklung ging die Beschäftigung im Einzelhandel zurück (I. Halbjahr -1,1%); die Produktivität (gemessen am realen Umsatz je Beschäftigten) stieg im Gegensatz zum Vorjahr deutlich (+4,3%), wengleich der Anstieg durch die Vorziehkäufe überzeichnet wird. Der auch durch den EU-Beitritt verschärfte Wettbewerb zwingt offenbar zunehmend zu Rationalisierungen.

Auch im Großhandel war die Beschäftigung im 1. Halbjahr rückläufig (-1,8%), aber schwächer als die Umsätze. Der im Vorjahr beobachtete deutliche Produktivitätsanstieg setzte sich damit nicht fort. Die Rationalisierungspotentiale dürften schon im Vorjahr weitgehend ausgeschöpft worden sein, als mit dem Eintritt in den Binnenmarkt (Abschaffung der Grenzkontrollen) die Ak-

Übersicht 5: Umsätze und Wareneingänge im Groß- und Einzelhandel

Nominell

	Ø 1973/1994	1995	1996	
			I Halbjahr	Ø Juli/August
	Jährliche Veränderung in %	Veränderung gegen das Vorjahr in %		
<i>Großhandel</i>				
Umsätze	+ 5,8	- 0,8	- 4,7	- 1,4
Agrarerzeugnisse, Lebens- und Genußmittel	+ 4,7	-10,0	- 5,3	- 3,1
Rohstoffe und Halberzeugnisse	+ 4,5	+ 4,2	- 7,1	- 0,9
Fertigwaren	+ 7,1	+ 1,2	-12,1	- 1,7
Wareneingänge	+ 5,7	- 2,1	- 5,0	- 1,0
<i>Einzelhandel</i>				
Umsätze	+ 5,3	- 0,3	+ 2,9	+ 1,4
Dauerhafte Konsumgüter	+ 6,1	+ 1,5	+ 7,1	+ 1,1
Nichtdauerhafte Konsumgüter	+ 5,1	- 1,1	+ 1,1	+ 1,6
Wareneingänge	+ 5,2	- 1,2	+ 3,7	+ 2,4

Q: Indizes des ÖSTAT Ø 1973 = 100; Nettowerte ohne Mehrwertsteuer!

tionsradien schlagartig verändert wurden. Die Konjunkturschwäche 1996 ließen die Unternehmen nicht voll auf die Beschäftigung durchschlagen, sondern nahmen eher Produktivitätsänderungen in Kauf – ein Verhaltens-

Im Einzelhandel war im 1. Halbjahr 1996 ein starker Produktivitätsanstieg zu beobachten. Dies ist neben dem verschärften Wettbewerbs- und Rationalisierungsdruck nach dem EU-Beitritt auf die massiven Vorziehkäufe im Zusammenhang mit dem Sparpaket zurückzuführen. Im Großhandel setzte sich die deutliche Produktivitätsverbesserung des Vorjahres heuer nicht fort, weil der langfristige Trend von zyklischen Effekten überlagert wurde. Die Beschäftigung ging sowohl im Einzel- als auch im Großhandel im 1. Halbjahr 1996 zurück.

muster, wie es in ähnlichen Konjunkturlagen immer wieder zu beobachten ist¹²⁾.

Die Lager des Großhandels wurden im Durchschnitt des 1. Halbjahres 1996 tendenziell abgebaut, jene des Einzelhandels aufgestockt. Die Wareneingänge gingen im Großhandel (nominell -5%) stärker zurück als die Umsätze (-4,7%), im Einzelhandel (+3,7%) nahmen sie stärker zu (Umsätze +2,9%).

HEUER KAUM ZUWÄCHSE IM WEIHNACHTSGESCHÄFT

Die Entwicklung der Einzelhandelsumsätze seit Inkrafttreten der ersten Maßnahmen des Sparpakets erlaubt

¹²⁾ Der längerfristige Trend wurde heuer von Konjunkturfaktoren überlagert

für das Weihnachtsgeschäft keinen allzu großen Optimismus.

Als Indikator für das Weihnachtsgeschäft des Einzelhandels gelten jene Umsätze im IV. Quartal, die das Niveau der ersten drei Quartale übersteigen. Dieser Indikator erreichte 1995 einen Wert von netto (d. h. ohne Mehrwertsteuer) rund 16 Mrd. S¹³⁾. Der Großteil dieses so definierten Weihnachtsgeschäftes entfiel auf Textilwaren und Bekleidung (23,1%), Möbel und Heimtextilien (14,3%), elektrotechnische Erzeugnisse (10,4%), Waren- und Versandhäuser (9,9%), Bücher, Zeitungen, Zeitschriften (7,2%), Uhren und Schmuckwaren (6,8%),

Als Indikator für das Volumen des Weihnachtsgeschäftes im Einzelhandel gelten jene Umsätze im IV. Quartal, die das durchschnittliche Niveau der ersten drei Quartale übersteigen. Sie erreichten 1995 netto (ohne Mehrwertsteuer) knapp 16 Mrd. S (brutto rund 19 Mrd. S). Da dieser Indikator von Sondereinflüssen, wie sie heuer wegen des Sparpakets zu beobachten waren, verzerrt würde, benutzt das WIFO für die Prognose des Weihnachtsgeschäftes einen Ansatz, der solchen Sondereinflüssen Rechnung trägt. Das Weihnachtsgeschäft nach WIFO-Definition ist die Differenz zwischen dem Dezember-Umsatz und einem „Normalmaß“, das unter Berücksichtigung der maßgebenden Einflußfaktoren der Einzelhandelsentwicklung zustande kommt.

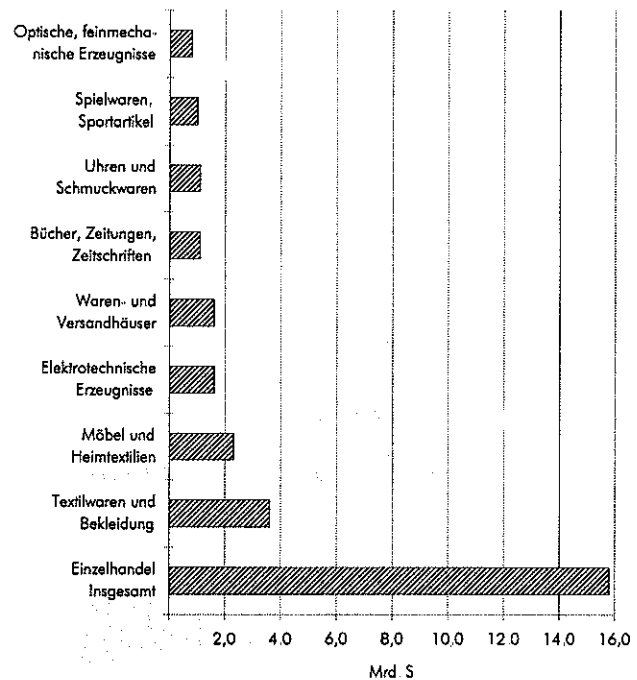
Spielwaren und Sportartikel (6,5%) sowie optische und feinmechanische Erzeugnisse (4,8%).

Dieser Indikator ist hauptsächlich dazu geeignet, Anhaltspunkte über die Größenordnung des Weihnachtsgeschäftes im Einzelhandel zu liefern. Seine Problematik wird gerade in einer Situation wie heuer sichtbar: Das „Sparpaket“ löste massive Vorziehkäufe aus; weil diese Nachfrage in der zweiten Jahreshälfte fehlt, würde für das Weihnachtsgeschäft nach der oben beschriebenen Berechnungsmethode eine sehr ungünstige Entwicklung prognostiziert.

Das WIFO (Thury – Wüger, 1989, Wüger, 1995) ermittelt den Indikator für das Weihnachtsgeschäft mit einem Ansatz, der Sondereinflüssen Rechnung trägt. Für den Dezember-Umsatz wird ein „Normalmaß“ ermittelt, das unter Berücksichtigung der maßgebenden Einflußfaktoren der Einzelhandelsentwicklung (Trend, Konjunktur, Saison, Kalendereffekte, fiskalische Maßnahmen usw.)

¹³⁾ Brutto (einschließlich Mehrwertsteuer) rund 19 Mrd. S, d. h. rund 5.800 S pro Haushalt bzw. 2.400 S je Einwohner.

Abbildung 2: Zusatzumsätze des Einzelhandels im IV. Quartal im Jahr 1995

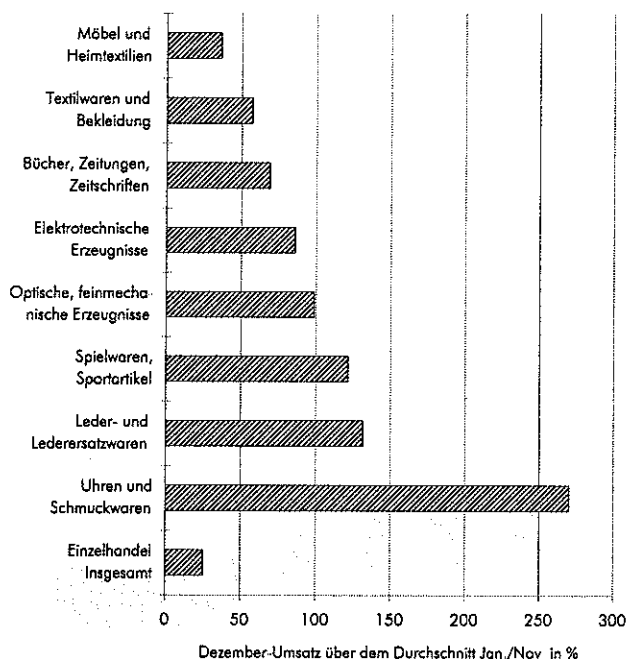


Nettoumsätze (ohne Umsatzsteuer) des IV. Quartals über dem Durchschnitt der ersten drei Quartale

zustande käme. Die Differenz zwischen Dezember-Umsatz und diesem Normalmaß ergibt das Weihnachtsgeschäft des Einzelhandels. Dieser Indikator kann sicher nicht exakt Auskunft über das tatsächliche Volumen des Weihnachtsgeschäftes geben (weil Weihnachtseinkäufe auch vor dem Dezember getätigt werden), wohl aber brauchbare Informationen über seine Entwicklung im Zeitablauf liefern (z. B. verglichen mit dem Vorjahr).

Die Bedeutung des Weihnachtsgeschäftes für manche Branchen kommt in den ausgeprägten Dezember-Spitzen zum Ausdruck. 1995 lagen die realen Einzelhandelsumsätze im Dezember um 25,3% über dem Durchschnitt der ersten elf Monate. Im Einzelhandel mit Uhren und Schmuckwaren (+270,1%), Leder- und Lederersatzwaren (+131,7%), Spielwaren und Sportartikeln (+121,5%), optischen und feinmechanischen Erzeugnissen (+98,8%), elektrotechnischen Erzeugnissen (+85,9%), Büchern, Zeitungen, Zeitschriften (+68,9%), Textilwaren und Bekleidung (+57,2%) sowie Möbeln und Heimtextilien (36,2%) war die Spitze noch wesentlich ausgeprägter. Wie die Daten belegen, schwindet die Bedeutung des Weihnachtsgeschäftes für den Einzelhandel, der Anteil des Dezember-Umsatzes am Jahresergebnis geht zurück (1954 14%, 1970 12,8%, 1995 10,2%). Die wichtigsten Gründe für diese Tendenz liegen im steigenden Wohlstand, einer größeren Streuung der Auszahlung des Weihnachtsgeldes, Änderungen im Konsumverhalten (Urlaubsreisen zu Weihnachten), geringeren Geburtenraten (Weihnachten als Fest der Kin-

Abbildung 3: Dezember-Spitzen ausgewählter Einzelhandelsbranchen 1995



der) sowie in einem offenbar abnehmenden Stellenwert des Weihnachtsfestes (z. B. geringere Religiosität).

Verlief im Vorjahr das Weihnachtsgeschäft nach der WIFO-Definition günstiger als der Dezember-Umsatz insgesamt, so wird es heuer umgekehrt sein. Im Dezember sollte der Umsatz insgesamt nicht zurückgehen, während das Weihnachtsgeschäft nach der WIFO-Definition leicht rückläufig sein dürfte (real -1%). Etwas günstiger könnte sich der Umsatz entwickeln, wenn die verstärkte Nutzung des Rahmens der Öffnungszeiten durch den Handel die Konsumenten zu Impulskäufen veranlaßt.

Für die Prognose des Weihnachtsgeschäftes mit dem WIFO-Indikator müssen zunächst Schätzwerte des Dezember-Umsatzes und des Normalmaßes erstellt werden. Diese sind heuer wegen der Vorziehkäufe jedoch mit größerer Unsicherheit behaftet. War im Vorjahr das Weihnachtsgeschäft selbst günstiger als der Dezember-Umsatz insgesamt – hauptsächlich wegen des Ausfalls eines Verkaufstages nach Weihnachten und des Offenhaltens am 8. Dezember –, so dürfte es heuer umgekehrt sein. Im Dezember sollte der Umsatz insgesamt nicht zurückgehen, während das Weihnachtsgeschäft nach WIFO-Definition leicht rückläufig sein dürfte (real rund -1%).

Schlechter als prognostiziert könnte das Weihnachtsgeschäft dann verlaufen, wenn die Konsumenten ange-

sichts der günstigen Lage der Feiertage vermehrt verreisen, besser, wenn die stärkere Nutzung des Rahmens der Öffnungszeiten durch den Handel die Konsumenten zu Impulskäufen veranlaßt.

Eine verlässliche empirische Evidenz über Auswirkungen der Liberalisierung der Öffnungszeiten im Einzelhandel liegt in Österreich weiterhin nicht vor, weil die Flexibilisierungsmöglichkeiten bisher kaum genutzt wurden. Um Effekte von Liberalisierungen zu untersuchen, ist man daher auf internationale Erfahrungen angewiesen.

Sowohl in Ländern mit liberalen als auch in solchen mit reglementierten Öffnungszeiten war in den letzten Jahren eine zunehmende Konzentration im Handel zu beobachten. Nach Modellrechnungen (Wüger, 1986) ist mit einer Zunahme der Konzentration hauptsächlich dann zu rechnen, wenn mit der Liberalisierung der Öffnungszeiten die Angebotszeit im Einzelhandel tatsächlich steigt¹⁴⁾.

Empirisch belegbar ist auch, daß eine Liberalisierung der Öffnungszeiten die Gesamtöffnungszeit nicht deutlich erhöht. Vielmehr bilden sich stärker differenzierte Zeitmuster heraus, die den Verbraucherbedürfnissen angepaßt sind.

Die langfristige Konsumneigung wird von ökonomischen Faktoren (Einkommensentwicklung usw.) stärker beeinflusst als von Öffnungszeiten. Das Ifo (Täger – Vogler-Ludwig – Munz, 1995) errechnet auf der Basis von Umfragen eine mögliche Steigerung der Einzelhandelsumsätze in der Folge der Liberalisierung der Öffnungszeiten in Deutschland¹⁵⁾ um 2% bis 3% in einem Zeitraum von drei Jahren. Umsatzgewinne¹⁶⁾ sind im Handel, neben geringfügigen Verlagerungen aus anderen Sektoren, eventuell durch Impulskäufe zu erwarten (Personen, die bisher in ihren Einkaufsmöglichkeiten beschränkt waren oder speziell durch den Erlebniseinkauf am Abend angesprochen werden können). Liberalere Öffnungszeiten in Österreich dürften einen Teil des Kaufkraftabflusses ins Ausland verhindern¹⁷⁾. Die deutlichsten Umsatzgewinne sollten sich in den Städten ergeben (Einkaufsbummel als Teil des Städtetourismus).

Das Ifo erwartet mittelfristig (innerhalb von drei Jahren) einen Beschäftigungsanstieg infolge einer Liberalisierung der Öffnungszeiten um 1% bis 2%. Positive Beschäftigungseffekte werden auch aus Schweden, den

¹⁴⁾ In Schweden wurde nach der Liberalisierung der Öffnungszeiten eine überraschende Zunahme der Zahl kleiner Geschäfte beobachtet (Wüger, 1986, Täger – Vogler-Ludwig – Munz, 1995)

¹⁵⁾ Die Regelungen zu den Ladenöffnungszeiten sind in Deutschland und Österreich sehr ähnlich.

¹⁶⁾ Dafür wäre in einem bestimmten Einzugsgebiet ein ausreichendes „Öffnungsangebot“ des Handels Voraussetzung.

¹⁷⁾ In den Grenzgebieten kann aber schon in der bisherigen Regelung der Landeshauptmann im Verordnungsweg Chancengleichheit in Bezug auf die Öffnungszeiten herstellen

Niederlanden, Großbritannien und Frankreich gemeldet. Allerdings sind die Ergebnisse umstritten

Der Erfolg der Liberalisierung hängt von den Beteiligten und nicht zuletzt vom Nutzen organisatorischer Möglichkeiten ab. Insgesamt scheint das rein ökonomische Kalkül für die anstehende Entscheidung zu eng gefaßt zu sein. Liberalisierungen ändern die Wohlfahrt verschiedener Gruppen, deren Interessen nicht deckungsgleich sind. Die Entscheidung über eine Liberalisierung der Öffnungszeiten ist daher mehr eine gesellschaftspolitische als eine rein wirtschaftliche.

LITERATURHINWEISE

- Breuss, F., Wüger, M., „Konsumentenstimmung als Indikator für das Konsumverhalten in Österreich“, WIFO-Monatsberichte, 1986, 59(2).
- Pollan, W., „Der Verlauf der Verbraucherpreise nach dem EU-Beitritt“, WIFO-Monatsberichte, 1996, 69(9)

Täger, U. C., Vogler-Ludwig, K., Munz, S., Das deutsche Ladenschlußgesetz auf dem Prüfstand. Binnenhandels- und wettbewerbspolitische sowie beschäftigungspolitische und arbeitsrechtliche Überlegungen, Berlin-München, 1995.

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

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

Wüger, M., „Zur Frage: Ökonomische Auswirkung von Änderungen der Ladenöffnungszeiten“, WIFO Working Papers, 1986, (17)

Wüger, M., „Senkung der Mehrwertsteuer für einige 'Luxusgüter'“, WIFO-Monatsberichte, 1987, 60(10)

Wüger, M., „Stabiler Konsum in der Rezession“, WIFO-Monatsberichte, 1993, 66(11)

Wüger, M., „Konsumwachstum fiskalisch gestützt, gedämpfter Optimismus für das Weihnachtsgeschäft“, WIFO-Monatsberichte, 1994, 67(12)

Wüger, M., „Trotz günstiger Konsumententwicklung mäßige Steigerung der Einzelhandelsumsätze. Weihnachtsgeschäft eher flau“, WIFO-Monatsberichte, 1995, 68(12)

Small Losses in Christmas Business Expected

Strong Increase in Consumer Expenditures in the First Half of 1996 – Summary

Private consumption has continued to exert a stabilizing effect on the Austrian economy in 1996. With income declining, mainly as a result of the „austerity package“, the saving rate decreased, as private households attempted to maintain their accustomed consumption pattern. Before the „austerity package“ came into effect at around the middle of the year, consumers engaged in massive pre-emptive purchases, a phenomenon often observed in the past when fiscal levies were announced. These purchases showed up as a slump in sales in the second half of the year. No gains can be expected in retail Christmas sales.

The extent of the pre-emptive purchases and the ensuing buying restraint is clearly reflected in the sales performance of retail trade (adjusted for price increases, during the period from January to May sales expanded by 4.8 percent over the same period in 1995, but declined 0.7 percent on average during June to August). The break in the development of consumer spending is even more pronounced in retail sales of consumer durables (January to May +11.7 percent, June to August -2.3 percent; car retail sales +19.0 percent, -10.2 percent). This is due to the fact that purchases of durable goods can be moved rather easily. The volume of pre-emptive purchases was about as high as before the introduction of the „luxury“ value-added tax (1978) and the increase in the value-added tax (1984).

Retail trade recorded a significant increase in productivity during the first half of 1996. This phenomenon is

due to the intensification of competition and rationalization pressures as result of EU membership and to the concentration of purchases in the first half of 1996. In wholesale trade, however, the strong productivity gains recorded in 1995 were not repeated. In the first half of 1996, employment dropped in retail as well as in wholesale trade. Prices were lower than one year earlier (retail -0.3 percent, wholesale -1.6 percent).

Given the development of retail sales since the first measures of the austerity package became effective, the outlook for the Christmas business, which is very important in some retail branches, is not very optimistic. In the past, the excess of sales in the fourth quarter above those in the first to third quarter, has served as an indicator for the volume of Christmas sales. This value reached ATS 16 billion on a net basis (net of the value-added tax) in 1995. But in 1996 this indicator may be unduly influenced by special effects (austerity package); the estimate of Christmas sales in 1996 is therefore based on a time series analysis of retail sales. This method points to a decrease in Christmas sales (adjusted for price increases) of about 1 percent. Business might turn out worse than forecast, if people take more trips given the favorable constellation of holidays, better, if shops take better advantage of the opportunities that already exist at the present time to keep their shops open longer hours and thus induce consumers to buy on an impulse.