

Zeitschrift: Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa
Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten
Band: 78 (1971)
Heft: 2

Artikel: Die Verbrauchsausgaben der Schweizer Familie
Autor: Nef, Ernst
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-677708>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Die Verbrauchsausgaben der Schweizer Familie

Das Bundesamt für Industrie, Gewerbe und Arbeit (BIGA) hat kürzlich die Resultate seiner 1969 durchgeführten Erhebung über Haushaltsrechnungen bekanntgegeben. Diese Untersuchung hat vor allem den Zweck, die Lebenshaltung bestimmter Bevölkerungsschichten zu charakterisieren. Ihre Ergebnisse bilden die Grundlage für die Bestimmung der funktionellen Beziehungen zwischen der Ausgabenstruktur einerseits und der sozialen Stellung, dem Einkommen und der Familiengrösse andererseits; sie geben im weiteren Aufschluss über die zeitlichen Verschiebungen der Verbrauchsverhältnisse.

Die erfassten Familien

Die Erhebung des Jahres 1969 erstreckte sich wie gewohnt auf die unselbständig erwerbenden Bevölkerungskreise, das heisst auf Arbeiter und Angestellte, unter Ausschluss von Arbeitnehmern aus der Landwirtschaft. Es wurden 210 Arbeiter- und 202 Angestelltenfamilien erfasst; die durchschnittliche Familiengrösse betrug bei beiden Gruppen 4,3 Personen. Die überwiegende Mehrheit der in die Erhebung einbezogenen Familien lebt in Mietwohnungen, wobei der Drei- und Dreieinhalbzimmertyp vorherrscht. Vier Fünftel der Arbeiter- und beinahe alle Angestelltenwohnungen sind mit Zentralheizung versehen. Zwei Fünftel der Arbeiterfamilien besitzen ein Motorfahrzeug mit mehr als 50 cm³ Zylinderinhalt; bei den Angestelltenfamilien trifft dies auf die Hälfte zu.

Einnahmen und Ausgaben

Bei den Familieneinkommen bildet das Arbeitseinkommen des Haushaltsvorstandes die wichtigste Komponente. Es umfasst ausser dem eigentlichen Verdienst auch die Einnahmen aus Nebenerwerb und die Lohnausfallentschädigung für Militärdienst. Bei den Arbeiterfamilien macht das Einkommen des Haushaltsvorstandes sieben Achtel, bei den Angestelltenfamilien neun Zehntel des Familieneinkommens aus. Bei steigender Kinderzahl nimmt das Arbeitseinkommen zu und umgekehrt der Verdienst anderer Haushaltsglieder ab. Zum Verdienst anderer Haushaltsglieder tragen insbesondere die Ehefrauen bei. In den

erfassten Arbeiterfamilien übt ein Drittel der Ehefrauen eine Erwerbstätigkeit aus, in den Angestelltenfamilien ist es ein Viertel.

Der grösste Anteil der Haushaltsausgaben entfällt nach wie vor auf die Nahrungsmittel; an zweiter Stelle stehen die Auslagen für die Miete, die durchschnittlich 12–15 % des Ausgabenbudgets betragen. Mit einer etwas geringeren anteilmässigen Bedeutung folgen die Auslagen für Versicherungen, während die Aufwendungen für Bildung, Ferien und Erholung an vierter Stelle, jene für Bekleidung an fünfter Stelle stehen.

Eine Sonderauszählung der Bedarfsgruppe Wohnungseinrichtung ergab, dass fünf Sechstel der Ausgaben für Neuanschaffungen gebraucht werden, davon rund ein Drittel für Möbel. Mit grossem Abstand folgen die Anschaffungen von Haushaltsmaschinen, Heimtextilien wie Teppichen und Vorhängen usw., Haus- und Kellergeräte. Eine weitere Sonderauszählung hatte zum Ziel, die Bedeutung der Strickwolle im Rahmen der gesamten Bekleidungsausgaben festzustellen. Es sind dies im Durchschnitt 2,2 %.

Die Haltung eines Motorrads beansprucht 3 % der gesamten Haushaltsaufwendungen; bei den Automobilisten steigt diese Quote in den Arbeiterfamilien auf 7,8 % und in den Angestelltenfamilien auf 8,5 % an.

Der Anteil der Textilien

Der Schweizer gab 1969 von seinem Einkommen durchschnittlich etwa 10 % für Bekleidung und andere Textilserzeugnisse aus. Dieser prozentuale Anteil hat sich in den letzten dreissig Jahren kaum verändert, während bei den Nahrungsmitteln eine längerfristige Tendenz zur Verminderung des prozentualen Anteils zu beobachten ist; man kann ja nicht mehr als den Bauch füllen, ihm immerhin billigere oder «edlere» und entsprechend teurere Sachen «zuführen». So dürfte von Interesse sein, dass rund ein Viertel der Ausgaben für Nahrungsmittel auf Fleisch und Fleischwaren entfallen und der Anteil von Brot (prozentual und absolut) rückläufig ist; man weiss, dass die Metzger oft Mühe haben, die minderwertigen Stücke loszuwerden, weil man es eben «vermag», die besten Stücke zu kaufen. Im Textilsektor kann man diesbezüglich kaum von einer ähnlichen Entwicklung berichten. Eine überproportionale Erhöhung ist sodann eindeutig bei den Anteilen für Güter und Dienste des sogenannten Wahlbedarfs festzustellen. Zu ihnen gehören vor allem die Ausgaben für Wohnungseinrichtung, Gesundheitspflege, Bildung und Erholung (Ferien), Verkehr und Versicherungen; sie umfassen den Grossteil der dauerhaften Konsumgüter und der Dienstleistungen. Es mag erstaunen, dass der Schweizer mehr Geld für Versicherungen ausgibt als für Bekleidung; er gehört jedenfalls zu den bestversicherten Leuten der Welt. Familie Schweizer lebt aber auch in einem Land mit einem relativ hohen Pro-Kopf-Verbrauch an Textilien. Wir sind eine Wohlstandsgesellschaft und wollen uns nicht darüber beklagen.

Wenn der prozentuale Anteil der Textilausgaben seit längerer Zeit konstant ist, so heisst dies natürlich nicht, dass innerhalb der verschiedenen Sparten alles gleichgeblieben sei. Wie bei den Nahrungs- und Genussmitteln ergeben sich ständig Verschiebungen, und es ist schade, dass man diese im vielfältigen Textilsektor nicht so genau beobachtet wie auf dem Gebiete der Ernährung, wo man auf das Gramm

Einnahmen und Ausgaben nach Hauptgruppen in Prozenten des Totals, 1969
 Gruppierung der Familien nach Sozialklassen, Einkommensstufen und Kinderzahl

	Sämtliche Familien	Sozialklassen		Einkommensstufen (Fr. je Jahr)				Ehepaare mit Kindern				
		Arbeiter	Angestellte	bis 18 000	18 000- 22 000	22 000- 26 000	26 000 30 000	30 000 u. mehr	1	2	3	4 u. 5
Anzahl Familien	412	210	202	20	88	136	84	84	76	177	109	35
Kopfzahl (je Familie)	4,32	4,29	4,35	3,55	4,06	4,23	4,79	4,44	3	4	5	6,22
Konsumeinheiten ¹ (je Familie)	2,68	2,70	2,67	2,29	2,51	2,58	2,85	2,97	2,18	2,54	2,91	3,54
Quets ² (je Familie)	10,51	10,53	10,49	9,01	9,95	10,16	11,36	11,17	8,07	9,85	11,70	14,34

Einnahmen in Prozenten des Totals

Einkommen des Haushaltungsvorst.	88,6	86,9	90,1	84,9	90,6	90,6	85,9	87,7	85,5	89,6	89,2	91,0
Verdienst and. Haushaltsgliedern	4,1	5,0	3,4	1,2	2,7	2,6	5,6	5,9	7,2	3,2	3,3	3,3
Bezüge aus Versicherungen	1,8	1,7	1,9	0,8	1,6	1,7	2,7	1,5	2,0	2,0	1,9	0,7
Unterstützungen aller Art	0,2	0,4	0,0	3,6	0,0	0,1	0,2	0,0	0,7	0,0	0,0	0,4
Nettoertrag aus Betrieben	0,2	0,3	0,2	0,6	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,4
Andere Einnahmen	5,1	5,7	4,4	8,9	4,8	4,8	5,4	4,8	4,5	5,0	5,4	4,2
<i>Familieneinkommen</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Haushaltsgaben in Prozenten des Totals

Nahrungsmittel	20,2	22,0	18,6	27,2	23,1	20,8	20,4	16,7	18,4	19,6	21,3	22,2
Genussmittel	3,3	3,5	3,1	4,1	3,4	3,6	2,8	3,1	3,6	3,5	3,0	2,6
Bekleidung	8,5	8,4	8,5	6,2	7,6	8,5	9,4	8,5	8,1	8,3	8,8	9,2
Miete	13,2	12,2	14,0	15,3	13,8	12,7	12,5	13,6	13,8	12,9	12,9	13,7
Wohnungseinrichtung	4,3	4,4	4,2	2,9	3,4	4,5	4,7	4,5	4,2	4,4	4,1	4,5
Heizung und Beleuchtung	3,1	3,3	2,9	4,1	3,6	3,1	3,0	2,7	3,0	3,2	3,1	3,0
Reinigung von Kleidung und Wohnung	1,2	1,2	1,2	1,1	1,2	1,2	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2	1,1
Gesundheitspflege	5,5	5,6	5,5	5,3	5,6	5,8	5,8	5,1	6,0	5,6	5,7	4,8
Bildung und Erholung	12,3	12,2	12,5	9,7	11,3	12,4	12,5	13,2	12,5	12,5	12,4	11,7
Verkehrsausgaben ³	6,5	6,3	6,6	6,5	6,2	6,2	6,1	7,3	6,8	7,0	5,8	5,7
Verschiedenes	3,6	3,7	3,6	3,3	3,5	3,4	3,7	3,9	3,5	3,6	3,5	3,8
<i>Verbrauchsausgaben zusammen</i>	81,7	82,8	80,7	85,7	82,7	82,2	82,0	79,7	81,0	81,7	81,8	82,3
Versicherungen ⁴	12,5	12,4	12,6	10,1	12,3	12,9	12,4	12,6	12,4	12,6	12,9	11,8
Steuern und Gebühren ⁴	5,8	4,8	6,7	4,2	5,0	4,9	5,6	7,7	6,6	5,7	5,3	5,9
<i>Haushaltsgaben zusammen</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Verbrauchsausgaben in Prozenten des Totals

Nahrungsmittel	24,8	26,5	23,1	31,7	27,9	25,3	24,9	21,0	22,8	23,9	26,0	27,0
Genussmittel	4,0	4,2	3,8	4,8	4,2	4,4	3,5	3,8	4,4	4,3	3,7	3,1
Bekleidung	10,4	10,2	10,6	7,2	9,2	10,4	11,4	10,7	10,0	10,1	10,8	11,2
Miete	16,1	14,8	17,4	17,8	16,7	15,5	15,2	17,1	17,1	15,8	15,7	16,6
Wohnungseinrichtung	5,3	5,4	5,2	3,3	4,1	5,5	5,7	5,6	5,2	5,3	5,0	5,4
Heizung und Beleuchtung	3,8	4,0	3,6	4,8	4,4	3,8	3,7	3,3	3,7	3,9	3,8	3,6
Reinigung von Kleidung und Wohnung	1,4	1,4	1,4	1,3	1,5	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,3
Gesundheitspflege	6,8	6,8	6,8	6,2	6,7	7,0	7,1	6,3	7,4	6,9	6,9	5,8
Bildung und Erholung	15,1	14,7	15,5	11,3	13,6	15,1	15,2	16,6	15,4	15,4	15,2	14,3
Verkehrsausgaben ³	7,9	7,6	8,1	7,7	7,5	7,4	7,4	9,3	8,3	8,5	7,2	7,1
Verschiedenes	4,4	4,4	4,5	3,9	4,2	4,2	4,5	4,9	4,3	4,5	4,3	4,6
<i>Verbrauchsausgaben zusammen</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

¹ In der verwendeten Konsumeinheitenskala wird das Maximum beim 19jährigen Manne mit 1,0 und bei der gleichaltrigen Frau mit 0,8 erreicht. Kinder werden mit ihrem Alter entsprechenden Bruchteilen bewertet.

² In der verwendeten Quetskala wird das neugeborene Kind als Einheit angenommen. Für jedes Lebensjahr tritt eine Erhöhung um eine Zehntelseinheit ein, beim Manne wird mit 25 Jahren und bei der Frau mit 20 Jahren das Maximum von 3,5 bzw. 3,0 Einheiten erreicht.

³ Einschliesslich Steuern und Versicherungen für Motorfahrzeuge.

⁴ Ohne Steuern und Versicherungen für Motorfahrzeuge.

genau sagen kann, wieviel Brot, Fleisch, Kartoffeln, Schokolade usw. im Durchschnitt konsumiert wird. Immerhin steht fest, dass sich die Ausgaben für Bekleidung wie folgt aufteilen:

Gesamtausgaben		100
Oberbekleidung	total	52,3
	Männer	12,3
	Frauen	19,0
	Knaben	8,8
	Mädchen	12,2
Schuhe	total	19,8
	Männer	3,5
	Frauen	5,3
	Knaben	5,0
	Mädchen	6,0
Leibwäsche	total	16,3
	Männer	3,8
	Frauen	6,3
	Knaben	2,6
	Mädchen	3,3
	Bébés	0,3
Schuhreparaturen und Kleideränderungen (je 2,0) und Reparaturen Leibwäsche (0,6)		4,6
Verschiedenes		7,0

Es geht daraus einwandfrei hervor, dass dem Schweizer die Frauen tatsächlich teuer sind, indem die Bekleidungsausgaben für Frauen und Mädchen genau 50 % mehr betragen als für Männer und Knaben. Ob dies für 1970 auch noch zutrifft, entzieht sich unserer Kenntnis; vermutlich wird das Mini-, Midi- und Maxi-Chaos, das die Kauflust der Damenwelt teilweise erheblich dämpfte, eine Verschiebung mit sich gebracht haben. Es ist aber nicht anzunehmen, dass innerhalb der Familien entsprechend mehr für Knaben- und Herrenbekleidung ausgegeben wurde. Vielmehr ist zu befürchten, dass der Kleiderkauf gesamthaft rückläufig war, womit sich die Mode bzw. «Mode» für einmal nicht als Antriebsmotor, sondern eindeutig als verkaufshemmender Bremsklotz auswirkte. Das Textilangebot erfüllt eben nicht nur einen Grundnutzen des Gebrauchs, sondern auch einen Zusatznutzen (Mode und Prestige), und wenn es bei diesem Zusatznutzen hapert, ist er dann kein Nutzen mehr. Die Frau von heute ist nicht die Frau von gestern, und die Frau von morgen wird es noch weniger sein. Sie ist viel selbstbewusster, kritischer, und es macht ihr gar nichts aus, auf zusätzliche Bekleidung für einmal zu verzichten, wenn ihr das Angebot nicht gefällt. Dass sie das ihr zur Verfügung stehende Geld gleichwohl ausgibt, aber für andere Güter des Wahlbedarfs als für Textilien, ist klar; der Schaden, den die Textilwirtschaft durch die Unsicherheit in der Mode 1970 erlitten hat, ist nicht abzumessen. Dabei bestehen durchaus Chancen, bedeutend mehr Kaufkraft auf den Textilverbrauch zu ziehen. Das Stichwort heisst Marketing, und Marketing heisst vom Markt her produzieren, das auf den Markt bringen, wofür beim Konsumenten Nachfrage besteht.

An den neuen Lebensgewohnheiten darf man nicht vorbeisehen, wenn man im Markt bleiben will. Wenn zum Beispiel der Anteil der konventionellen Herrenbekleidung rückläufig ist, braucht dies nicht den gesamten Textilverbrauch negativ zu beeinflussen, sondern die Einbusse kann und muss durch

ein entsprechendes Angebot von praktischer und modischer Freizeitbekleidung wettgemacht werden. Die veränderte Lebenshaltung bringt im Zeichen der vermehrten Freizeit andererseits auch eine Steigerung des Heimtextilienverbrauchs mit sich; das komfortable Wohnen wird umso mehr geschätzt als das Reisen bei den sich noch verschlimmernden Verkehrsverhältnissen zeitweise alles andere als gemütlich ist. Dazu kommt das Streben vieler nach einer Zweitwohnung, die der Erholung dient und die deshalb besonders behaglich eingerichtet wird, und Behaglichkeit erfordert Textilien aller Art wie Teppiche, Decken, Vorhänge und vieles andere mehr.

Die Erhebungen des BIGA, auf die wir hiervor in Form einiger knapper Auszüge hingewiesen haben, sind sehr aufschlussreich, und es wäre für die einzelnen Textilsparten anregend und nützlich, wenn man die Ausgaben für Textilien in den Haushaltsrechnungen ebenso stark aufteilte wie dies bei den Nahrungsmitteln der Fall ist. Daneben ist selbstverständlich zu beachten, dass die Resultate dieser Erhebungen erst bekannt werden, wenn in der Textilwirtschaft bereits für eine zwei bis drei Jahre spätere Zeit disponiert wird.

Im Rahmen unserer Wohlstandsgesellschaft sollte sich der künftige Textilverbrauch aber in jedem Falle erheblich steigern lassen; ausserordentlich viel «vagabundierende» Kaufkraft geht der Textilwirtschaft verloren, weil sie es teilweise zu wenig versteht, dem heutigen Konsumenten das zu bringen, was er eigentlich gerne erwerben möchte. Eine engere Zusammenarbeit zwischen allen Stufen der Textil- und Bekleidungsindustrie zur besseren Befriedigung der tatsächlichen Verbraucherwünsche könnte für alle Beteiligten nur von Vorteil sein.

Es wäre interessant in dieser wichtigen Angelegenheit auch die Auffassung von Lesern der «Mitteilungen» zu vernehmen. Wir würden die verschiedenen Stellungnahmen betreffend die Haushaltrechnungen – treffen diese für Sie auch zu? – und die Möglichkeiten zur Realisierung einer bedeutenden Steigerung des Textilverbrauchs innerhalb unserer Wohlstandsgesellschaft zusammengefasst in der nächsten Nummer publizieren. Beiträge von etwa zwanzig Schreibmaschinenzeilen wären bis 18. März an die Redaktion «Mitteilungen über Textilindustrie», Postfach 680, 8027 Zürich, zu richten.

Ernst Nef

Der Landesindex der Konsumentenpreise stellte sich Ende 1970 auf 116,3 (September 1966 = 100) und lag somit um 0,4 % über dem Stand von Ende November von 115,8 und um 5,4 % über dem vor Jahresfrist von 110,3.