

Finsinger, Jörg; Graf von der Schulenburg, J. Matthias

Article

Der Sonntagsverkauf

Zeitschrift für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (ZWS) - Vierteljahresschrift der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Verein für Socialpolitik

Provided in Cooperation with:

Duncker & Humblot, Berlin

Suggested Citation: Finsinger, Jörg; Graf von der Schulenburg, J. Matthias (1989) : Der Sonntagsverkauf, Zeitschrift für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (ZWS) - Vierteljahresschrift der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Verein für Socialpolitik, ISSN 0342-1783, Duncker & Humblot, Berlin, Vol. 109, Iss. 1, pp. 119-128, <https://doi.org/10.3790/schm.109.1.119>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/291703>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Der Sonntagsverkauf

Von Jörg Finsinger und J.-Matthias Graf von der Schulenburg

Eine Liberalisierung des Ladenschlußgesetzes hätte unter anderem eine Veränderung der Kostenstruktur der Einzelhandelsunternehmen zur Folge. In dieser Studie werden die Änderungen der Personalkosten den Kosteneinsparungen durch die Verstärkung des Absatzes gegenübergestellt. Für typische Marktlagen und für typische Kostenstrukturen werden in einem einfachen Modell die Auswirkungen des Sonntagsverkaufs auf die Kosten und Preise untersucht. Analoge Überlegungen sind auch für eine Verlängerung der Ladenöffnungszeiten an Werk- und Samstagen möglich.

1. Versagt die unsichtbare Hand am Tage des Herrn?

„Du sollst den Sabbat heiligen“, lautet eines der Zehn Gebote. An diesem Tag soll der Mensch dem Herrn dienen. Tun die Menschen sich damit aber selbst einen Gefallen oder nicht? Der gesellschaftliche Nutzen dieses Gebotes ist jedenfalls weniger offensichtlich als etwa derjenige des Gebotes: „Du sollst nicht töten“.

Der individuelle Nutzen eines arbeitsfreien Tages in der Woche liegt auf der Hand. An diesem Tag kann man sich entspannen, sich der Familie widmen oder sein Heim in Ordnung bringen und Aufgeschobenes erledigen. Deshalb sind viele Menschen bereit, auf einen Tageslohn pro Woche zu verzichten. Selbstverständlich versuchen sie, denselben Tag freizumachen wie die Familienmitglieder oder enge Freunde. Zwar spricht vieles dafür, daß Familien mit Kindern in der Schule einen schulfreien Tag als arbeitsfreien Tag auswählen, aber nichts spricht dafür, daß alle Menschen am Sonntag freimachen wollen. Im Gegenteil – für eine Vielzahl von „Unternehmungen“ eignen sich „Werktage“ besser. Andererseits würde der Sonntag vielen Familien eine größere Vielfalt von erfreuenden und entspannenden „Unternehmungen“ bieten, wenn andere den Sonntag zum „Werk“-Tag erwählten.

Während also der individuelle Nutzen arbeitsfreier Tage offensichtlich ist, bestehen berechtigte Zweifel am gesellschaftlichen Nutzen eines Gesetzes, welches den Sonntag für die Mehrheit der Beschäftigten zum arbeitsfreien Tag macht.

In der nun folgenden ökonomischen Analyse soll der Frage nachgegangen werden, worin der gesellschaftliche Nutzen der Aufhebung des Sonntagsgebotes bestehen könnte. Am Beispiel des Ladenschlußgesetzes sollen Bedin-

gungen angegeben werden, unter denen verkaufsoffene Sonntage gesellschaftlich wünschenswert sein können. Eine umfassende Bewertung aller bedeutsamen Faktoren wird nicht angestrebt¹, aber die Grundlagen für eine Beurteilung der „sonntäglichen“ Beschränkung der Vertragsfreiheit sollen gelegt werden. Sowohl die samstäglichen als auch die werktäglichen Ladenschlußzeiten können nach den angegebenen Kriterien beurteilt werden. Letztlich geht es darum, ob die im freien Markt waltende unsichtbare Hand durch staatlich festgelegte Verkaufszeiten gebunden werden sollte.

2. Arbeitszeit, Feierabend und Sonntagsruhe

Das Ladenschlußgesetz steht in engem Zusammenhang mit der ungleichmäßigen Inanspruchnahme von Verkaufskapazitäten. Nach Angaben des Institute for Fiscal Studies² werden in den wenigen verkaufsoffenen Stunden an den Feierabenden und an Samstagen 36% der Nahrungsmittelumsätze und 58% der Textilumsätze gemacht. Das bedeutet, daß die Verkaufskapazitäten der Geschäfte auf diese Umsatzspitzen hin ausgelegt werden müssen, aber in den normalen Werktagsarbeitszeiten nur teilweise genutzt werden. Anders ausgedrückt: zusätzliche Kundschaft während der „rush hour“ oder am Samstag verursacht höhere Kosten als zusätzliche Kundschaft zu den normalen Arbeitszeiten. Denn auf kurze Sicht erfordert zusätzliche Kundschaft während der „rush hour“ die Einstellung von teurem oder wenig ausgebildetem Aushilfspersonal, welches in überfüllten Verkaufsräumen sicherlich weniger erfolgreich berät und verkauft. Auf lange Sicht ist eine Geschäftserweiterung nötig, um umsatzminderndes Gedränge oder lange Wartezeiten der Kunden zu vermeiden. In der ungleichmäßig verteilten Nachfrage und den sich daraus ergebenden Kosten scheint der Ansatzpunkt für eine Beurteilung der Ladenschlußgesetze zu liegen und nicht in der monopolistischen Marktstruktur, welche *D. de Meza* in den Vordergrund stellt³.

Bei diesen tageszeitlichen Schwankungen des Absatzes wäre eine zeitliche Differenzierung der Preise verursachungsgerecht. Die Käufer würden dabei die von ihnen während der „rush hour“ beanspruchte Verkaufskapazität durch einen höheren Aufschlag auf den Einstandspreis der Ware finanzieren, während die Käufer zu den umsatzschwachen Tageszeiten über ihren niedrigeren Aufschlag nur die variablen Kosten der Verkaufsleistung bezahlen müßten. Eine solche verursachungsgerechte zeitliche Differenzierung der Preise hat sich jedoch niemals durchgesetzt. Dafür gibt es eine Vielzahl von Gründen. Erstens können die Käufer die höheren Preise wäh-

¹ Für eine Übersicht siehe *Soltwedel* (1986), 61 - 65.

² Vgl. *Kay* (1984) und *Jaffer / Kay* (1986), S. 169 - 184.

³ Vgl. *de Meza* (1984), 379 - 383.

rend der „rush hour“ umgehen, indem sie den wenig zeitaufwendigen Kaufabschluß selbst oder durch Boten zu den „preisgünstigen“ Zeiten erledigen oder erledigen lassen, aber die Beratung und den Service weiterhin während der „rush hour“ in Anspruch nehmen. Zweitens würde der zu einer festen Zeit einsetzende Preissprung zu chaotischen Verkaufsbedingungen kurz zuvor führen: eine Vielzahl von Kunden würde noch schnell versuchen billig einzukaufen. Drittens wären auf den Absatz und die Beratungsintensität der einzelnen Artikel bezogene differenzierte Aufschläge kaum praktikabel. In Frage käme nur eine zweitbeste Lösung wie etwa ein für alle Artikel gleicher Aufschlag. Viertens tragen auch die Kunden einen Teil der virtuellen Kosten der „rush hour“ in Form von längeren Wartezeiten, starkem Gedränge etc. Weitere Gründe ließen sich angeben, aber wichtig ist eigentlich nur, daß die zeitliche Preisdifferenzierung sich nicht durchgesetzt hat. Folglich bezahlen die Kunden „aller Tageszeiten“ denselben Preis und folglich werden die Preise an umsatzstarken Zeiten aus den Erlösen zu umsatzschwachen Zeiten intern subventioniert.

3. Einzelhandelspreise bei sonntäglichem Verkaufsverbot

Aus den eben genannten Gründen sind die Einzelhandelspreise zu allen Verkaufszeiten gleich hoch. Die Preishöhe läßt sich aus der Kostenstruktur ableiten. Der Einfachheit halber soll hier nur der Preis p eines einzigen homogenen Gutes bestimmt werden. Der Einstandspreis e sei ebenso wie die Kostenstruktur für alle Händler gleich. Der Verkauf einer Einheit sei mit variablen Aufwendungen in Höhe von a^4 verbunden. Darunter fallen etwa die Aufwendungen für das Verkaufspersonal sowie für den Betrieb von Fahrstühlen, Teile der Lagerkosten etc. Die Kosten c für die Verkaufsräume seien im wesentlichen vom maximalen Absatz pro Stunde x_{\max} abhängig, d. h. die Kosten für Gebäude, Lager und Einrichtungen betragen cx_{\max} . In diese Kategorie von Kosten fällt auch ein Teil der Lagerkosten.

Die Gesamtkosten K hängen nun von der zeitlichen Absatzstruktur ab. Während der „rush hour“ von insgesamt h_R Stunden werden $h_R x_{\max} = h_R x_R$ Einheiten abgesetzt. Die absatzschwachen Zeiten erstrecken sich über h_N Stunden, das sind im wesentlichen die Stunden der normalen Arbeitszeit. Der Absatz pro Stunde betrage x_N Einheiten. Bezeichnet man die Summe des Einstandspreises e und der absatzproportionalen Aufwendungen a mit v ($v = e + a$), dann lassen sich die Gesamtkosten wie folgt berechnen:

$$(1) \quad K = (h_R x_R + h_N x_N) v + cx_R .$$

⁴ Theoretische und empirische Argumente für eine lineare Struktur der Aufwendungen für das Verkaufspotential finden sich in *Nooteboom* (1982), 163 - 186.

Der erzielte Umsatz U ergibt sich als Produkt des Preises p und der verkauften Menge $h_R x_R + h_N x_N$:

$$(2) \quad U = p (h_R x_R + h_N x_N) .$$

Herrscht vollkommene Konkurrenz, dann werden gerade die Kosten gedeckt, allerdings enthalten die Kosten der Verkaufskapazität c eine marktübliche Verzinsung des in Grundstücke und Gebäude investierten Kapitals. Außerdem sei in den Kosten v der marktübliche Unternehmerlohn enthalten. Bei vollkommener Konkurrenz fällt der Preis p bis $U - K = 0$ ist, wobei

$$(3) \quad p = v + \frac{x_R}{h_R x_R + h_N x_N} c$$

gilt. Man beachte, daß der Preis p minimal ist, wenn der Umsatz gleichmäßig verteilt ist. Dann ist $x_R = x_N$ und der minimale Preis p_{\min} ist gegeben durch

$$(4) \quad p_{\min} = v + \frac{1}{h_R + h_N} c .$$

Der Preis p nähert sich dem Grenzwert $v + c/h_R$, wenn der Umsatz während der normalen Arbeitszeiten h_N gegen Null strebt. Im allgemeinen gilt, daß der Einzelhandelspreis p um so niedriger ist, je gleichmäßiger sich der Umsatz über die verkaufsoffene Zeit verteilt⁵.

4. Einzelhandelspreise bei freiem Sonntagsverkauf

4.1 Die Kostenstruktur

Das Ladenschlußgesetz kann auf vielfache Weise liberalisiert werden. In diesem Abschnitt werden exemplarisch die betriebs- und volkswirtschaftlichen Folgen des freien Sonntagsverkaufs untersucht. Insbesondere werden Bedingungen angegeben, unter denen sowohl die Kunden als auch die Beschäftigten des Einzelhandels durch die Lockerung des Ladenschlußgesetzes einen Vorteil haben, ohne daß die Geschäftsinhaber einen Nachteil erleiden.

Wie eingangs erwähnt, dürften es viele Menschen vorziehen, einmal in der Woche freizumachen. Dieses wird insbesondere dann der Sonntag sein, wenn die Familien oder enge Bekannte nur diesen Tag frei haben. Aus diesem Grunde müssen die Löhne für Sonntagsarbeit über denjenigen am

⁵ Der durch (3) gegebene Marktpreis kann auch durch Händler, welche nur zu normalen Arbeitszeiten h_N anbieten, nicht unterboten werden, solange $h_N/h_R < x_R/x_N - x_N$ gilt.

Werktag liegen. Die variablen Aufwendungen a_s für den Verkauf einer Ware am Sonntag liegen daher höher als am Werktag. Allerdings gibt es auch Kostenkomponenten, die am Sonntag niedriger sind, wie etwa der elektrische Strom, da die Gesamtnachfrage nach Strom sonntags unter derjenigen an Werktagen liegt und da die Elektrizitätsversorgungsunternehmen dann kostengünstiger produzieren. Alle wesentlichen Kostenersparnisse am Sonntag dürften aus geringeren Spitzenbelastungen und aus einer stetigeren Auslastung von Geräten, Transportwegen etc. resultieren. Die Kostenersparnisse dürften jedoch im Vergleich zu den höheren Sonntagslöhnen gering sein. Deshalb liegen in der Summe die variablen Aufwendungen für den Verkauf einer Ware am Sonntag von a_s höher als am Werktag von a^6 .

Man beachte, daß die in a_s eingehenden Löhne so hoch anzusetzen sind, daß sonntags genügend Arbeitskräfte rekrutiert werden können. Da Sonntagsarbeit selbstverständlich freiwillige Arbeit ist, haben bei dem entsprechend erhöhten Lohn alle Arbeitskräfte einen Vorteil. Das ergibt sich daraus, daß sie lieber zu diesem Lohn arbeiten und dann an einem Werktag freimachen, als mit dem Gros der Bevölkerung die Sonntagsruhe zu genießen.

Der Einstandspreis e für die Ware ändert sich in der Regel nicht, da sie werktags eingekauft werden kann. Daher ergeben sich an Sonntagen insgesamt absatzproportionale Aufwendungen in Höhe von $s = e + a_s$. In h_s Stunden werden bei einem stündlichen Absatz von x_s am Sonntag $h_s x_s$ Einheiten verkauft. Nun lassen sich die gesamten Kosten K eines auch am Sonntag anbietenden Geschäfts leicht berechnen:

$$(5) \quad K = v (h_R x_R + h_N x_N) + sh_s x_s + cx_{\max} ,$$

wobei $x_{\max} = \max \{x_R, x_S\}$ ist.

Abkürzend werde die insgesamt abgesetzte Menge mit X bezeichnet, also

$$(6) \quad X = h_R x_R + h_N x_N + h_S x_S$$

und die werktags bzw. sonntags abgesetzten Mengen mit X_W und X_S , also

$$(7) \quad X_W = h_R x_R + h_N x_N \quad \text{und} \quad X_S = h_S x_S .$$

Aus den in Abschnitt 2 genannten Gründen läßt sich am Sonntag keine Preiserhöhung durchsetzen. Deshalb ist bei dem einheitlichen Preis p der Umsatz U durch

$$(8) \quad U = pX$$

⁶ Allerdings ist $a_s - a$ geringer als die Lohndifferenz zwischen Sonntag und Werktag.

gegeben. Da die Geschäftsinhaber durch den Sonntagsverkauf keinen Nachteil erleiden wollen, müssen sie einerseits auf ihre Kosten kommen⁷, andererseits fällt bei vollkommener Konkurrenz der Preis p solange, bis $U - K = 0$, d. h. bis

$$(9) \quad p = \frac{X_w}{X} v + \frac{X_w}{X} s + \frac{X_{\max}}{X} c .$$

4.2 Einzelhandelspreise bei typischen Marktlagen

Aus Ländern mit liberalen Ladenschlußgesetzen ist bekannt, daß nur drei der vielen möglichen Marktlagen Bestand haben. In einigen Branchen bleiben trotz möglichem Verkauf am Sonntag *alle* Geschäfte geschlossen. Offenbar ist für die entsprechenden Waren das Interesse der Kunden am Sonntagsverkauf im Vergleich zum Personalkostenanteil gering. In anderen Branchen bleibt *ein Teil* der Geschäfte sonntags geschlossen. Nur wenige Branchen stehen mit allen Unternehmen auch sonntags im Dienst der Konsumenten. Es handelt sich fast ausnahmslos um Dienstleistungen, die auch in weniger liberalen Ländern vom Ladenschlußgesetz verschont sind, nämlich um Hotels, Restaurants, Transportunternehmen etc. Diese Marktlage braucht deshalb in diesem Aufsatz über die Folgen einer Liberalisierung nicht behandelt zu werden.

Verglichen werden daher im folgenden die Marktlage „Kein Sonntagsverkauf“ und „Teilweiser Sonntagsverkauf“. Der Marktpreis im ersteren Fall entspricht offenbar demjenigen bei einem Verbot des Sonntagsverkaufs. Dieser Preis wurde in Abschnitt 3 mit der Gleichung (3) berechnet. Entsprechend wird nun der Preis bei teilweisem Sonntagsverkauf ermittelt. Das Ergebnis lautet:

Befinden sich auf einem Markt sowohl Unternehmen, welche sonntags verkaufen, als auch solche, die ausschließlich während der Werkstage verkaufen, dann muß der Marktpreis gleich der Summe des Einstandspreises und der absatzproportionalen Aufwendungen an Sonntagen sein, d. h.

$$(10) \quad p = s = e + a_s .$$

Der Beweis dafür ist einfach. Da es sich annahmegemäß um ein homogenes Gut handelt, kaufen die Konsumenten bei allen Unternehmen werktags die gleichen Mengen X_w . Sowohl die sonntags offenen als auch die sonntags geschlossenen Unternehmen müssen ihre Kosten decken, d. h.

⁷ Als Konsumenten haben sie und ihre Familien natürlich zusätzlich den Vorteil am Sonntag einkaufen zu können.

$$(11) \quad pX = vX_W + sX_S + cx_{\max} ,$$

wobei $x_{\max} = \max \{x_R, x_S\}$

sowie

$$(12) \quad pX_W = vX_W + cx_R .$$

Durch Differenzbildung ergibt sich

$$(13) \quad (p - s) X_S + cx_R - cx_{\max} = 0 .$$

Nun sind zwei Fälle zu unterscheiden. Ist $x_{\max} = x_S > x_R$, dann folgt $p > s$. Bei diesem Preis würde es sich aber auch für die sonntags geschlossenen Geschäfte lohnen, sonntags zu öffnen⁸. Dadurch würde der Absatz X_S der anderen Geschäfte sinken und gleichzeitig der Preis. Der erste Fall ist also keine stabile Marktlage. Im zweiten Fall gilt $x_{\max} = x_R$ ⁹. Dann folgt aber aus (13) $p = s$.

q.e.d.

4.3 Vorteile für alle durch Liberalisierung?

Die Einzelhandelspreise nach Liberalisierung wurden als Marktpreise so berechnet, daß sowohl der Lohn des Verkaufspersonals als auch der der Unternehmer für die Unannehmlichkeit der Sonntagsarbeit voll entschädigt. Deshalb können auf der Verkaufsseite mindestens keine Nachteile entstehen. Realistisch ist jedoch, daß viele Verkäufer durch die Sonntagsarbeit einen Vorteil haben. Viele würden auch bei geringerem Sonntagslohn am Sonntag arbeiten und werktags freimachen. Außerdem brauchen sie ja nicht jeden Sonntag zu arbeiten und können folglich an den freien Sonntagen den Sonntagsverkauf als Konsument nutzen.

Es bleibt also nur noch der Vorteil der Konsumenten abzuschätzen. Allgemein läßt sich eine Bewertung nur unter großem theoretischen Aufwand abgeben. Den Nutzengewinn kann man durch die Prämie messen, welche die Konsumenten beim Sonntagskauf zusätzlich bezahlen würden¹⁰. Diese Zahlungsbereitschaft ist zu vergleichen mit dem Anstieg der Einzelpreise durch den Sonntagsverkauf. Steigen die Einzelhandelspreise nur wenig im Vergleich zur Zahlungsbereitschaft der Konsumenten, dann entsteht durch die Liberalisierung ein Nettovorteil.

⁸ Das folgt auch aus der Nullgewinnbedingung.

⁹ Das ist eine stabile Marktlage, solange ausschließliche Öffnung nur während der normalen Arbeitszeit nicht gewinnbringend ist, d.h. solange $(s - v) h_R x_R > c(x_R - x_N)$.

¹⁰ Vgl. *Kay / Morris* (1984).

Eine erste Abschätzung führt jedoch zu dem Schluß, daß die Einzelhandelspreise durch den Sonntagsverkauf sinken werden und daß folglich durch die Liberalisierung ein erheblicher Nettovorteil entsteht. Daß eine Preissenkung trotz der höheren Personalkosten möglich ist, hängt mit der Verstetigung des Absatzes zusammen. Eine große Zahl von Arbeitstätigen dürfte es vorziehen, einen Teil ihrer Besorgungen von der werktätigen „rush hour“ auf den ruhigen Sonntag zu verlegen. Dadurch sinkt der maximale stündliche Absatz x_{\max} und die Geschäfte können langfristig erhebliche Einsparungen an Verkaufsraum und an Einrichtungen erzielen.

Durch eine einfache Beispielrechnung läßt sich ermitteln, um wieviel die Sonntagslöhne über den Werktaglöhnen liegen können, ohne daß durch die Liberalisierung des Ladenschlußgesetzes die Einzelhandelspreise steigen. Der Einzelhandelspreis vor der Liberalisierung sei mit p_w bezeichnet; er ist durch die Gleichung (3) in Abschnitt 3 gegeben. Der Einzelhandelspreis nach Liberalisierung gleicht in den typischen Fällen den sonntäglichen absatzproportionalen Aufwendungen s . Zu beantworten ist also die Frage, wie hoch die Personalkosten sonntags sein können, ohne daß der Preis vor Liberalisierung p_w günstiger als der Preis $p = s$ danach ist. Einfache Umformungen von $p_w > s$ ergeben (wobei $U_w = p_w X_w$ den Umsatz und X_w den Absatz vor der Liberalisierung sowie a die werktäglichen, a_s die sonntäglichen absatzproportionalen Aufwendungen und c die Kosten der Verkaufskapazität wie für Gebäude und Einrichtungen bezeichnen):

$$(14) \quad \frac{(p_w - e) X_w}{U_w} = \frac{aX_w}{U_w} + \frac{x_R c}{U_w} > \frac{a_s X_w}{U_w} .$$

Solange die Ungleichung (14) erfüllt ist, sinken die Einzelhandelspreise durch die Liberalisierung. Die linke Seite stellt nichts anderes als die Einzelhandelsspanne dar, welche sich aus absatzproportionalen Aufwendungen aX_w und aus „fixen“ Kosten $x_R c$ zusammensetzt. Der Anteil der Personalkosten an der Einzelhandelsspanne beträgt je nach Branche 39% und 48%¹¹. Dieser Anteil geht in aX_w/U_w ein, ebenso wie Energie, Transportkosten und ein Teil der Lagerhaltungskosten. Der Anteil der „fixen“ Kosten für Gebäude beträgt zwischen 25% und 35%. Er geht zusammen mit dem von der Absatzschwankung abhängigen Teil der Lagerhaltungskosten in den Ausdruck $x_R c/U_w$ ein. Bei diesen Kostenrelationen können die Sonntagslöhne fast doppelt so hoch sein wie die Werktaglöhne und die Ungleichung (14) sowie folglich auch $p_w > s = p$ gelten noch immer. Bedenkt man, daß sonntags mindestens die Energiekosten niedriger sind, dann dürften bei doppelten Sonntagslöhnen die Einzelhandelspreise durch die Liberalisierung des Ladenschlußgesetzes nicht steigen.

¹¹ Diese Zahlen sind der englischen Studie von Kay / Morris (1984) entnommen, vgl. auch Kay (1984). Vergleichbare deutsche Zahlen sind nicht verfügbar.

Es ist nun eine empirische Frage, ob bei doppeltem Sonntagslohn genügend Arbeitskräfte für den Sonntagsverkauf rekrutiert werden können. Wenn ja, dann dürfte eine Liberalisierung für alle Vorteile bringen. Eine genauere Analyse der Kosten- und Nachfragestruktur wäre vor einem endgültigen Urteil angezeigt.

5. Weitere Folgen einer Liberalisierung und Ausblick

In den vorausgehenden Abschnitten wurden die Auswirkungen einer Lockerung des Ladenschlußgesetzes auf die Einzelhandelspreise untersucht. Die Liberalisierung kann auch dann Vorteile für alle Marktteilnehmer bringen, wenn die Preise dadurch steigen. Es wurden jedoch Argumente dafür vorgebracht, daß die Einzelhandelspreise durch die Liberalisierung eher fallen. Dabei haben alle Kunden einen manifesten doppelten Vorteil: sie können billiger und flexibler einkaufen. Dieser Vorteil ist selbst dann gegeben, wenn die Arbeitnehmer für die Sonntagsarbeit einen doppelten Lohn bezahlt bekommen. Auf diese Weise gewinnen alle, selbst die Unternehmer kommen auf ihre Kosten.

Weitere Vorteile sind mit einer Liberalisierung des Ladenschlußgesetzes verbunden. Sie sollen hier nur aufgezählt werden, sie verdienen aber eine genauere Untersuchung:

- Die Verkäufer sind in der Auswahl ihrer Arbeitszeit freier.
- Verkehrsprobleme und Gedränge in Verkaufszentren nehmen während der täglichen „rush hour“ ab. Es wird auch weniger Unfälle geben.
- Der Freizeitwert des Sonntags steigt für diejenigen, welche nicht arbeiten.
- Insgesamt ergibt sich ein positiver Beschäftigungseffekt im Einzelhandel mindestens in dem Sinne, daß die Lohnsumme steigt¹².
- Das im Einzelhandel freigesetzte Kapital kann in anderen Bereichen der Volkswirtschaft eingesetzt werden und schafft dort neue Arbeitsplätze.

Die Vorteile des Sonntagsverkaufs sind mit einigen Einschränkungen auch Vorteile von verlängerten Verkaufszeiten am Werktag. Die Kostenvorteile entstehen immer dann, wenn sich die „rush hour“ – Nachfrage auf ein größeres Zeitintervall verteilt.

Zusammenfassung

In diesem Beitrag werden die Auswirkungen einer Liberalisierung des Ladenschlußgesetzes, insbesondere die Aufhebung des sonntäglichen Verkaufsverbots, auf die Unternehmer, das Verkaufspersonal und die Konsumenten untersucht. Die Unter-

¹² Der Effekt dürfte allerdings gering sein wie die Studie von *Kay* (1984) nahelegt.

nehmer erleiden bei Annahme der vollständigen Konkurrenz keinerlei Nachteile, da sie weiterhin nur den marktüblichen Unternehmerlohn erhalten. Das Verkaufspersonal wird zur Sonntagsarbeit nur bei einem erhöhten Lohn bereit sein, sie erzielen eine zusätzliche Rente, weil ein Teil von ihnen auch zu einem geringeren als dem tatsächlich gezahlten Sonntagslohn arbeiten würde. Da sie nicht jeden Sonntag arbeiten müßten, erhöht sich zusätzlich der Freizeitwert der freien Sonntage. Die Konsumenten erzielen besonders dann Vorteile durch den Sonntagsverkauf, wenn die Einzelhandelspreise sinken. Dieses wird wegen der stetigeren Auslastung von Geräten, Transportwegen und Lagern selbst bei Sonntagslöhnen, die das Doppelte der Werktaglöhne betragen, der Fall sein. Aber auch ohne eine Senkung der Verkaufspreise bleiben für den Konsumenten als Vorteil flexiblere Einkaufszeiten.

Summary

This paper analyses the effects of liberalizing closing time and, in particular, of lifting the ban on Sunday trading. It is shown in a model that every group in society would benefit if shops were allowed to open on Sundays. In a perfect competitive market shop-owners would not be at a disadvantage because they would still receive an usual market premium. Employees would only agree to work on Sundays if they received higher wages. The advantages for consumers would be more flexible shopping hours and lower retail prices resulting from the increased use of machinery, transportation systems and stock rooms, even after allowing for double-time payment on Sundays.

Literatur

- de Meza*, D. (1984), The Fourth Commandment: Is it pareto efficient? *The Economic Journal* 94, 379 - 383.
- Jaffer*, S. M. / *Kay*, J. A. (1986), The Regulation of Shop Opening Hours in the United Kingdom, in: J.-M. Graf v. d. Schulenburg / G. Skogh (eds.), *Law and Economics and the Economics of Legal Regulation*. Dordrecht, Boston, Lancaster.
- Kay*, J. / *Morris*, C. N. (1984), Sunday Trading, In *efficient Equilibria and Probable Outcomes of Liberalisation in the United Kingdom*. Working Paper of the Institute for Fiscal Studies. London.
- Kay*, J. A. (1984), *Effects of Sunday Trading – The Regulation of Retail Trading Hours*. The Institute for Fiscal Studies Report No. 13. London.
- Nooteboom*, B. (1982), A New Theory of Retailing Costs. *European Economic Review* 17, 163 - 186.
- Soltwedel*, R. (1986), *Deregulierungspotentiale in der Bundesrepublik Deutschland*. Tübingen.