

ROBERT NIESCHLAG  
GUSTAV KUHN

# Binnenhandel und Binnenhandelspolitik

Dritte, neubearbeitete Auflage



DUNCKER & HUMBLOT / BERLIN

## Inhaltsverzeichnis

A. Die Bedeutung des Handels in modernen Volkswirtschaften . . . . .	13
Vorbemerkung . . . . .	13
I. Die Entwicklung des Handels in der Vergangenheit . . . . .	15
1. Deutschland . . . . .	15
2. Andere Länder . . . . .	19
II. Die Ursachen der Handelsexpansion . . . . .	20
Vorbemerkung . . . . .	20
1. Die Zunahme der Handelsauf gaben . . . . .	21
2. Die Zunahme der Produktivität der Arbeit im Handel . . . . .	32
III. Die Handelsexpansion und die Handelsspanne . . . . .	34
Vorbemerkung . . . . .	34
1. Handelsspanne und Vertriebsspanne . . . . .	35
2. Die langfristige Entwicklung der Handelsspanne . . . . .	38
IV. Die Konzentration im Handel und die Nachfragemacht . . . . .	42
1. Überblick . . . . .	42
2. Dimensionen der Handelskonzentration . . . . .	44
3. Die Integration der Groß- und Einzelhandelsstufe . . . . .	50
4. Die Nachfragemacht des Handels . . . . .	51
5. Der Verdacht des Mißbrauchs der Nachfragemacht und der Diskriminierung . . . . .	53
6. Internationale Verflechtungen des Handels . . . . .	57
V. Problemlose und problemvolle Waren . . . . .	58
Ihre Bedeutung für Struktur, Entwicklung und Wettbewerb im Handel . . . . .	58

VI. Das Mittelstandsproblem im Handel.....	65
Vorbemerkung.....	65
1. Frühere Aspekte des Mittelstandsproblems.....	66
2. Der mehrfache Wandel des Mittelstandsproblems in neuer Zeit.....	69
VII. Die Betriebsformen.....	74
1. Die Vielfalt der Betriebsformen.....	74
2. Aufgaben und Wirkungen neuer Betriebsformen.....	76
3. Zum Begriff „Betriebsform“.....	80
4. Die „Dynamik der Betriebsformen“ — Stadien der Entwick- lung.....	85
a) Entstehung und Aufstieg.....	85
b) Reife und Assimilation.....	94
α) Vom Preis- zum Nichtpreiswettbewerb.....	94
β) Das Trading up.....	99
5. Der Lebenszyklus.....	102
6. Die Store Erosion.....	103
<b>B. Der Einzelhandel und seine Betriebsformen.....</b>	<b>105</b>
I. Das konventionelle Warenhaus.....	105
1. Die Grundlagen.....	105
2. Der Begriff.....	108
3. Die Entwicklung bis 1948.....	110
4. Die Zeit nach dem Zweiten Weltkriege und die Zukunft.....	116
II. Die Konsumgenossenschaft — Die Co op Gruppe.....	121
1. Idee und Aufstieg.....	121
2. Krise und Liquidation.....	127
3. Wiedererrichtung und Reform.....	128
III. Der Filialbetrieb.....	131
1. Entstehung und Struktur.....	131
2. Organisation.....	134
3. Der Filialbetrieb als Orientierungshilfe im Strukturwandel des Handels.....	137

IV. Der Vertragshandel, insbesondere das Franchising . . . . .	138
V. Das Fach- und das Spezialgeschäft . . . . .	142
1. Traditionelle Aspekte der Sortimentsgestaltung . . . . .	142
2. Neue Aspekte der Sortimentsgestaltung . . . . .	145
VI. Das Einheitspreisgeschäft und das Kleinpreiswarenhaus . . . . .	148
1. Begriff . . . . .	148
2. Geschichte . . . . .	150
3. Preispolitik . . . . .	152
4. Neuere Entwicklung . . . . .	154
VII. Das Versandgeschäft . . . . .	155
1. Entstehung . . . . .	155
2. Betriebswirtschaftliche Besonderheiten . . . . .	159
3. Heutige Bedeutung in Deutschland . . . . .	164
4. Das Versandgeschäft in Amerika . . . . .	166
VIII. Der Katalogschauraum (Catalog Showroom) . . . . .	168
IX. Der sogenannte Direktvertrieb . . . . .	168
X. Der ambulante Handel — das Verkaufsauto . . . . .	171
XI. Der Warenautomat . . . . .	173
1. Außenautomat . . . . .	173
2. Innenautomat . . . . .	175
XII. Der Supermarkt . . . . .	176
1. Zur Systematik . . . . .	176
2. Amerika . . . . .	177
3. Europa und besonders Deutschland . . . . .	180
4. Verpackung als Voraussetzung für die Selbstbedienung_____	181
5. Grenzen der Selbstbedienung . . . . .	184

XIII. Das Discountgeschäft, der Verbrauchermarkt und das Selbstbedienungswarenhaus . . . . .	185
1. Entstehung und Aufstieg . . . . .	185
2. Zunehmende Anpassung . . . . .	190
3. Beziehungshandel und Fachdiscounter . . . . .	190
4. Verbrauchermarkt und Selbstbedienungs-Warenhaus . . . . .	195
Exkurs: Das Einkaufszentrum . . . . .	200
1. Amerika . . . . .	200
2. Europa . . . . .	202
XIV. Werden künftig neue Betriebsformen entstehen? . . . . .	204
C. Der Großhandel und seine Betriebsformen . . . . .	207
I. Grundlagen . . . . .	207
II. Neuere Entwicklung . . . . .	213
III. Der Großhandel mit Verbrauchsgütern im besonderen . . . . .	216
1. Wandel der Warenbeschaffung . . . . .	216
2. Die Einkaufsvereinigung . . . . .	219
a) Entstehung und Entfaltung . . . . .	219
b) Der Wandel zu „Unternehmungen“. . . . .	230
3. Die Freiwillige Kette . . . . .	234
a) Entstehung und Entfaltung . . . . .	234
b) Arbeitsweise und Organisation . . . . .	239
4. Die neuere Entwicklung der kooperativen Gruppen (Einkaufsvereinigungen und Freiwillige Ketten) . . . . .	245
Vorbemerkung . . . . .	245
a) Die Mitgliederselektion . . . . .	245
b) Die Verstärkung des Einkaufspotentials . . . . .	249
5. Die Cash and Carry-Großhandlung . . . . .	250
6. Der Rack Jobber oder Service Merchandiser . . . . .	251

**D. Die Binnenhandelspolitik in der Bundesrepublik Deutschland —**

eine Zusammenfassung der Probleme und Maßnahmen . . . . .	254
I. Die Rahmenbedingungen . . . . .	254
II. Die Aufrechterhaltung des Wettbewerbs . . . . .	255
III. Die Verbesserung des Bildungswesens im Handel . . . . .	260
IV. Der Schutz der Verbraucher . . . . .	262
V. Die Erhaltung und Förderung der kleinen und mittelgroßen selbständigen Handelsbetriebe . . . . .	265
<b>Schlußwort</b> . . . . .	269
<b>Ausgewähltes Schrifttum</b> . . . . .	272
<b>Sachregister</b> . . . . .	289