

Hans-Otto Schenk

# Marktwirtschaftslehre des Handels

TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT	
Fachbereich 1	
Gesamtbibliothek	
<u>Betriebswirtschaftslehre</u>	
Inventar-Nr. :	<u>41.622</u>
Abstell-Nr. :	<u>A04/142</u>
Sachgebiete:	<u>0.2.2</u>

**GABLER**

# Inhaltsverzeichnis

<i>Vorwort</i> .....	VII
<i>Abbildungsverzeichnis</i> .....	XVII
<i>Tabellenverzeichnis</i> .....	XXI
<i>Übersichtenverzeichnis</i> .....	XXIII
<i>Abkürzungsverzeichnis</i> .....	XXVII

<b>Überblick</b> .....	1
------------------------	---

## **Erster Teil**

### **Einführung**

A	Handel, Markt und Wissenschaft .....	7
I	Wissenschaftliche Anfänge .....	7
II	Wissenschaftliche Entwicklungen und Fehlentwicklungen .....	7
B	Handel, Markt und Wertewandel .....	16
I	Intradisziplinärer Wertewandel .....	17
1.	Verdrängung von Handelsgeschichte und Handelssoziologie .....	17
2.	Herrschaft der Schlagworte? .....	22
3.	Vordringen des Spezialistentums .....	23
II	Interdisziplinärer Wertewandel .....	24
1.	Handelwissenschaft und die übrigen Wirtschaftswissenschaften .....	25
2.	Handelwissenschaft und sonstige Wissenschaften .....	26
III	Handel, Markt und Kultur .....	28
C	Neuorientierung der Handelwissenschaft .....	38

## **Zweiter Teil**

### **Handel und Marktwirtschaft**

A	Der Handel in der Marktwirtschaft .....	45
I	Tradition der Vorurteile .....	50
II	Erklärungsansätze .....	56
1.	Arbeitsteilungskonzept .....	56

2. Theorie der komparativen Kostenvorteile .....	58
3. Theorie der komparativen Nutzenvorteile .....	60
4. „Schär'sches Gesetz“ .....	60
5. Theorie der Handelsfunktionen .....	62
6. Theorie der Märkte- und Wettbewerbsgenerierung .....	64
7. Transaktionstheorie .....	65
8. Wirtschaftsgeometrische Konzepte .....	71
9. „Gate-keeper“-Theorie .....	74
10. Sonstige Konzepte .....	77
<b>B Systematik des Handels in der Marktwirtschaft .....</b>	<b>78</b>
I Kategoriale Elemente für ein Ordnungssystem .....	80
II Systematik des inländischen Warenhandels nach Seyffert .....	83
III Systemansatz .....	84
IV Kreislauftheoretische Einordnung des Handels .....	90
<b>C Handelsforschung und Handelslehre in der Marktwirtschaft .....</b>	<b>97</b>
I Handelsforschung .....	97
1. Gegenstände der Handelsforschung .....	99
2. Forschungsansätze („approaches“) .....	103
3. Träger der Handelsforschung .....	104
4. Handelsmarktforschung .....	109
II Handelslehre .....	114
1. Begriffliche und geschichtliche Vorbemerkungen .....	114
2. Organisation der Handelslehre in der Bundesrepublik Deutschland .....	120
3. Bedeutung der Handelslehre .....	125

### **Dritter Teil**

#### **Handelsbetrieb und Marktwirtschaft**

<b>A Systematik und Abgrenzung von Handelsbetrieb, Markt und Marktwirtschaft ....</b>	<b>131</b>
<b>B Grundbegriffe der Handelsbetriebslehre .....</b>	<b>140</b>
I Handelsbetrieb und Handelsunternehmung .....	141
II Großhandel, Einzelhandel, Handelsvermittlung, verwandte Absatzmittler und Handelshilfsbetriebe .....	145
III Betriebsformen des Handels .....	152
1. Klassifikatorischer Ansatz .....	153
2. Typologischer Ansatz .....	154
3. Empirisch-historischer Ansatz .....	158
4. Innovativer Ansatz .....	163
5. Marktwirtschaftliche Würdigung der Betriebsformen .....	166

IV	Betriebliche Handelsleistung und Handelskosten.....	168
V	Handelsspanne .....	172
	1. Definitiorische Abgrenzungen.....	173
	2. Berechnungsweise der Handelsspanne.....	174
	3. Arten und Erscheinungsformen der Handelsspanne .....	177
	4. Bedeutung der Handelsspannen für den Handelsbetrieb in der Marktwirtschaft .....	182
VI	Deckungsbeitrag .....	190
VII	Gewinn, Rentabilität und „Direkte Produktrentabilität“ DPR.....	195
VIII	Handelsmarketing .....	199
	1. Entstehung und Bedeutung des Handelsmarketings .....	200
	2. Unterschiede und Besonderheiten des Handelsmarketings im Vergleich zum Produktions- und Dienstleistungsmarketing.....	203
	3. Das Instrumentarium des Handelsmarketings .....	206
C	Grundprobleme der Handelsbetriebstheorie.....	211
I	Handelsbetriebliche Marktbeziehungen .....	211
	1. Handelsbetrieb und Marktform (Marktkonstellation) .....	211
	2. Handelsbetrieb und Marktorganisation .....	216
	3. Handelsbetrieb und Marktanteil .....	218
	4. Handelsbetrieb und Markttransparenz.....	221
	5. Handelsbetrieb und Marktpreis .....	223
	a) Marktpreis und händlerische Preisbildung .....	224
	b) Systematik der handelsbetrieblichen Preislehre .....	229
	c) Handelsbezogene Preistheorien.....	229
	d) Ausgewählte Spezialfragen der händlerischen Marktpreisbildung ...	233
	6. Handelsbetrieb und Marktraum.....	248
	7. Handelsbetrieb und Marktmacht .....	251
II	Handelsbetriebliche Leistungsfaktoren.....	259
	1. Systematik und Struktur der Leistungsfaktoren .....	259
	2. Leistungsfaktoren und Faktormärkte.....	263
	3. Meßprobleme des Einsatzes und der Nutzung der Leistungsfaktoren (Kennzahlenanalyse) .....	264
D	Grundprobleme der Handelsbetriebspolitik .....	281
I	Externe und interne Marktpolitik.....	282
	1. Externe Marktpolitik .....	283
	2. Interne Marktpolitik .....	286
II	Strategische und taktische Handelsbetriebspolitik .....	291
III	Formale Probleme der Handelsbetriebspolitik .....	294
	1. Zielprobleme .....	295
	2. Instrumentalprobleme.....	304
	3. Kontrollprobleme .....	307

IV	Ausgewählte materielle Probleme der Handelsbetriebspolitik.....	312
	1. Informationspolitik .....	312
	2. Markenpolitik .....	316
	3. Imagepolitik.....	325
	4. Rationalisierung und Innovation .....	327
	5. Psychologische Handelsbetriebspolitik.....	332

## Vierter Teil

### Handelsverbund und Marktwirtschaft

A	Systematische Einordnung und Abgrenzung von Handelsverbund, Handelskooperation und Handelskonzentration.....	347
B	Grundbegriffe der Kooperationslehre.....	352
	I Der Begriff Kooperation.....	352
	II Kooperationsarten.....	357
	III Kooperationsstypologie.....	358
	IV Kooperationspolitik .....	368
C	Grundprobleme der Kooperationstheorie .....	369
	I Erklärung der Kooperation im Handel.....	371
	II Bewertung der Kooperation im Handel .....	373
	1. Vor- und Nachteile der Kooperation.....	373
	2. Kooperation und Wirtschaftsordnung .....	376
D	Grundprobleme der Kooperationspolitik.....	380
	I Handelsbetriebliche Kooperationspolitik .....	381
	1. Externe und interne Marktpolitik .....	383
	2. Phasen der handelsbetrieblichen Kooperationspolitik .....	389
	3. Entwicklungsstufen der handelsbetrieblichen Kooperationspolitik .....	393
	4. Kosten und Nutzen der handelsbetrieblichen Kooperationspolitik .....	396
	II Staatliche Kooperationspolitik.....	401
E	Grundbegriffe der Konzentrationslehre.....	405
	I Kategorien der Konzentration im Handel.....	406
	1. Absolute und relative Konzentration.....	407
	2. Statische und dynamische Konzentration.....	416
	3. Segmente der Konzentration .....	421
	4. Arten der Konzentration.....	424
	5. Richtungen der Konzentration.....	425
	II Definition der Konzentration im Handel .....	426
	III Messung der Konzentration im Handel .....	428

IV	Konzentrationspolitik.....	443
F	Grundprobleme der Konzentrationstheorie.....	446
I	Erklärung der Konzentration im Handel.....	448
II	Bewertung der Konzentration im Handel.....	451
	1. Vor- und Nachteile der Konzentration.....	453
	2. Konzentration und Wirtschaftsordnung.....	456
G	Grundprobleme der Konzentrationspolitik.....	461
I	Begründung der Konzentrationspolitik im Handel.....	462
II	Ansatzstellen für eine Anti-Konzentrationspolitik.....	466
	1. Generelle Ansatzstellen.....	466
	2. Spezielle Ansatzstellen.....	468

## **Fünfter Teil**

### **Binnenhandel und Marktwirtschaft**

A	Systematik des Binnenhandels.....	476
B	Grundbegriffe der Binnenhandelslehre.....	479
I	Funktioneller und institutioneller Binnenhandel.....	479
II	Volkswirtschaftliche Handelsleistung und Handelskosten (Binnenhandelsleistung und Binnenhandelskosten).....	482
III	Binnenhandelsstufen und Binnenhandelsketten.....	487
IV	Binnenhandelspolitik.....	491
C	Grundprobleme der Binnenhandelstheorie.....	496
I	Handelsstruktur und Handelsstatistik.....	498
	1. Handelsstruktur.....	498
	2. Handelsstatistik.....	500
	3. Strukturkennzahlen.....	507
II	Handelstheorie und empirische Handelsforschung.....	514
III	Ökonomische „Gesetze des Handels“.....	518
IV	Handel und Wettbewerb.....	526
	1. Dimensionen des Wettbewerbs im Handel.....	526
	2. Arten des Wettbewerbs im Handel.....	530
	a) Wettbewerb im Parallelprozeß und im Austauschprozeß.....	533
	b) Individualwettbewerb und Gruppenwettbewerb.....	534
	c) Intraformaler und interformaler Wettbewerb.....	535
	d) „Leistungswettbewerb“ und „Nichtleistungswettbewerb“.....	536
	3. Normativer Rahmen des Wettbewerbs im Handel.....	537
	a) Gesetzliche Überregulierung und Deregulierung.....	538

b) Der Staat als „Anti-Händler“?	540
4. Neuere Wettbewerbsstrategien im Handel	541
a) Strategien der Wettbewerbskanalisierung	542
b) Strategien der Wettbewerbsmeidung	543
V Das Ausschaltungsproblem	544
VI Handel und Marktmacht	546
1. Ideologie der Nachfragemacht des Handels	547
2. Theorie der Nachfragemacht des Handels	548
3. Empirische Befunde	553
VII Handel und Umwelt	557
D Grundprobleme der Binnenhandelspolitik	563
I Theorie der Binnenhandelspolitik	565
1. Entwicklungsgeschichte und gegenwärtiger Stand	565
a) Vorläufer	566
b) Punktuelle Ansätze	567
c) Systemansatz	567
d) Matrix-Ansatz	569
2. Begründung der Binnenhandelspolitik	572
3. Ziel-Mittel-Problematik	575
a) Beziehungen zwischen den Zielen	575
b) Beziehungen zwischen den Mitteln	577
c) Beziehungen zwischen den Zielen und Mitteln	578
4. Das Ideal rationaler Binnenhandelspolitik	581
5. Hindernisse für rationale Binnenhandelspolitik	582
6. Marktzugang und Gewerbefreiheit	587
II Praxis der Binnenhandelspolitik	591
1. Rechtliche Grundprobleme	592
2. Ökonomische Grundprobleme	594
3. Träger der Binnenhandelspolitik	597
a) Staat	600
b) Industrie- und Handelskammern	602
c) Handelsverbände	607
d) Sonstige	618
4. Ausgewählte Beispiele praktischer Binnenhandelspolitik	620
a) Wettbewerbspolitik	621
b) Kooperations- und Konzentrationspolitik	632
c) Mittelstandspolitik	635
d) Betriebsbereitschaftspolitik	642
e) Staatliche Preispolitik	646
f) Rechtsnormen zum Handelsmarketing	655
5. Binnenhandelspolitische Informationsbeschaffung	661
III Perspektiven der Binnenhandelspolitik	663

<i>Literaturverzeichnis</i> .....	669
<i>Namensverzeichnis</i> .....	683
<i>Stichwortverzeichnis</i> .....	691