

I. Standortfaktoren im Handel	1
A. Absatz und Standort	1
1. Absatzpotential	14
a) Die Absatzpotentialfaktoren	15
aa) Bedarf	15
bb) Kaufkraft	32
cc) Absatzkonkurrenz	35
dd) Absatzagglomeration	39
ee) Herkunfts-Goodwill	45
b) Beispiele praktischer Absatzpotentialanalysen	46
2. Absatzkontakte	50
B. Beschaffung und Standort	51
1. Beschaffungspotential	51
a) Betriebsraum	51
b) Arbeitsleistungen	60
c) Waren	65
2. Beschaffungskontakte	66
C. Zur Standortkalkulation im Handel	67
II. Standorttendenzen einzelner Betriebsformen des Einzelhandels	77
1. Gemischtwarengeschäfte	82
2. Spezialgeschäfte	85
3. Fachgeschäfte	87
4. Waren- und Kaufhäuser	88

5. Distanzhandelsbetriebe	106
6. Selbstbedienungsgeschäfte	110
7. Discountgeschäfte	124
8. Einzelhandlungen ohne festes Verkaufslokal	132
Exkurs:	
Shopping Centers	137
1. Wesen und Entwicklung	137
a) Nichtintegrierte Zentren	138
b) Integrierte Zentren	141
2. Standorttendenzen	143
III. Standorttendenzen einzelner Betriebsformen des Großhandels	151
A. Standorttendenzen im Binnengroßhandel	151
1. Standorttendenzen der Aufkaufgroßhandlungen	153
a) Aufkaufgroßhandlungen mit Altstoffen	153
b) Aufkaufgroßhandlungen mit Gebrauchtwaren	156
c) Aufkaufgroßhandlungen mit Industrie- und Handwerks- erzeugnissen	157
d) Aufkaufgroßhandlungen mit Agrarprodukten	160
2. Standorttendenzen der Absatzgroßhandlungen	164
a) Absatzgroßhandlungen mit Produktionsgütern	165
b) Absatzgroßhandlungen mit Konsumgütern	172
3. Standorttendenzen der Verbindungsgroßhandlungen	191
B. Standorttendenzen im Außen(groß-)handel	194
1. Standorttendenzen der Exporthandlungen	195
a) Standorttendenzen der Absatz-Exporthandlungen	195
b) Standorttendenzen der Aufkauf-Exporthandlungen	203
2. Standorttendenzen der Importhandlungen	205
a) Standorttendenzen der Aufkauf-Importhandlungen	206
b) Standorttendenzen der Absatz-Importhandlungen	214
IV. Standortspaltung im Handel	217
Literaturverzeichnis	225
Namensregister	233
Sachregister	235