

INHALTSVERZEICHNIS

| | Seite |
|---|-------|
| Renate Wald | |
| Verkaufen: Dienstleistung im Strukturwandel | 7 |
| | |
| Renate Wald | |
| Organisationsstrukturen im Einzelhandel | 17 |
| 1. Marktorganisationen | 17 |
| 2. Organisierte Handlungssysteme | 22 |
| 3. Organisation im Einzelhandel | 27 |
| | |
| Autorengruppe | |
| Verkaufen - Betroffene antworten | 35 |
| | |
| Petra Scholl/Marita Uebbert | |
| Frauenarbeit im Einzelhandel - Eine Skizze | 57 |
| 1. Vor der Industrialisierung | 58 |
| 2. Die Industrialisierungsphase | 60 |
| 3. Ausweitung der industriellen Produktion und Warendistribution | 68 |
| 4. Massendistribution auf Angebotsmärkten | 80 |
| | |
| Renate Wald | |
| Organisationsentwicklung und Arbeitskräftenutzung | 90 |
| 1. Zur Ausbildung wirtschaftlicher Rationalität | 91 |
| 1.1. Rationalisierung und Rationalisierungsstrategien zwischen Mittelalter und Neuzeit | 91 |
| 1.2. Berufsentwicklung und berufliche Identitäts- strukturierung | 94 |
| 2. Zur Ausbildung von Massendistribution | 98 |
| 2.1. Der Prototyp des Warenhauses | 98 |
| 2.2. Verkaufsstätten in Marktlücken und Marktnischen | 103 |
| 2.3. Die Entwicklung von Angebotsmärkten | 104 |
| 3. Massendistribution und Arbeitsorganisation | 106 |
| 3.1. Marketing und die Dienstleistung Verkaufen | 106 |
| 3.2. Arbeitsteilung und Organisationsstrukturierung | 113 |
| | |
| Edith Geuter | |
| Wettbewerb und Rationalisierung im Einzelhandel | 123 |
| 1. Rentabilitätsstreben, Wettbewerb, Konzentration und Kooperation | 123 |
| 1.1. Zur Klassifikation von Betriebsformen | 123 |
| 1.2. Entwicklungstendenzen | 125 |

| | |
|--|-----|
| 1.2.1. Anzahl der Betriebe | 125 |
| 1.2.2. Umsatzentwicklung und Marktanteile | 128 |
| 1.2.3. Standort und Verkaufsflächen | 134 |
| 1.2.4. Beschäftigungszahlen | 136 |
| 1.2.5. Raum- und Arbeitsproduktivität | 142 |
| 1.2.6. Zusammenfassende Bemerkungen | 144 |
| 2. Rationalisierung der Arbeitsorganisation und Arbeitstechnik | 152 |
| 2.1. Zum Rationalisierungsbegriff | 152 |
| 2.2. Rationalisierungsstrategien | 153 |
| 2.2.1. Rationalisierung durch Dienstleistungen | 156 |
| 2.2.2. Rationalisierung der Dienstleistungen | 158 |
| 2.3. Expansive oder kontraktive Rationalisierungsmaßnahmen als derzeitig bevorzugte Instrumente im Einzelhandelssektor | 160 |
| 2.3.1. Klienten- oder regelbezogene Dienstleistungstätigkeiten im Einzelhandel | 162 |
| 2.3.2. Rationalisierungstendenzen im Einzelhandel | 164 |
| 2.3.2.1. Technische Rationalisierungsmöglichkeiten | 165 |
| 2.3.2.2. Organisatorische Rationalisierungen | 167 |
| 2.4. Zusammenfassende Stellungnahme | 172 |
| Autorengruppe/Renate Wald | |
| Verkaufen - Experten antworten | 175 |
| 1. Repräsentanten von Fachgeschäften | 176 |
| 2. Repräsentanten von Warenhäusern | 192 |
| 3. Funktionäre | 210 |
| 4. Beobachter | 224 |
| Renate Wald | |
| Arbeitskräftemuster im Einzelhandel | 231 |
| 1. Dienstleistung als Beruf | 231 |
| 1.1. Gesellschaftliche Funktionen von Dienstleistungen | 231 |
| 1.2. Verberuflichung von Dienstleistungen | 234 |
| 2. Dienstleistungen im Einzelhandel | 238 |
| 3. Berufliche Sozialisation im Einzelhandel | 241 |
| 4. Herstellung von Arbeitskräftemustern | 251 |
| 4.1. Quasi-Professionalisierung, Semi-Professionalisierung, Professionalisierung | 251 |
| 4.2. Auswirkungen des Strukturwandels | 254 |
| Tabellenverzeichnis: | |
| Frauenarbeit im Einzelhandel - Eine Skizze | 259 |
| Wettbewerb und Rationalisierung | 260 |
| Literaturhinweis | 261 |
| Tabellennachweis | 269 |
| Empirische Materialien | 270 |