

## Inhaltsverzeichnis

<b>Einführung</b> .....	11
A. Das Wesen des Wirtschaftens .....	11
B. Die Absatzwirtschaft oder der Handel in weiterem Sinne .....	12
C. Der Einzelhandel .....	15
<b>I. Allgemeine Kennzeichnung der Handelsfunktionen, ihrer Verrichtungsmöglichkeiten und ihrer Bestimmungsfaktoren</b> .....	17
A. Die Funktionen des Handels .....	17
1. Die Marketing Functions in der amerikanischen Literatur ....	17
2. Die Handelsfunktionen verschiedener deutscher Autoren ....	19
3. Das Handelsfunktionsschema bei C. W. Meyer .....	22
B. Die Funktionsausübung im Einzelhandel .....	27
1. Die Verrichtungsmöglichkeiten in der amerikanischen Literatur	28
2. Die aus den Handelsfunktionen abgeleiteten Verrichtungsmöglichkeiten .....	29
3. Exkurs: Betriebsformen und Funktionsausübung im Einzelhandel .....	39
C. Die Bestimmungsfaktoren der Funktionsausübung und ihre Merkmale .....	42
1. Der Bestimmungsfaktor Ware und seine Merkmale .....	46
2. Der Bestimmungsfaktor Verbraucher und seine Merkmale ....	47
3. Der Bestimmungsfaktor Unternehmens- und Händlersituation und seine Merkmale .....	48
4. Der Bestimmungsfaktor Marktsituation und seine Merkmale ..	49

<b>II. Die Zusammenhänge zwischen den Bestimmungsfaktoren und den Verrichtungsmöglichkeiten im einzelnen und ihre Auswirkungen ...</b>	<b>55</b>
<b>A. Die Einflüsse des Bestimmungsfaktors Ware .....</b>	<b>56</b>
1. Die Verbraucherverhältnisse .....	56
a) Die Erklärungsbedürftigkeit der Waren .....	56
b) Das Verbraucherverhalten beim Kauf .....	60
c) Die Bedarfsnotwendigkeit der Waren .....	63
2. Die Nutzenverhältnisse der Waren .....	65
a) Die Nutzenstiftung der Waren .....	65
b) Die Nutzungsdauer der Waren .....	67
c) Die Veralterung der Waren .....	68
3. Die technologischen Verhältnisse der Waren .....	70
a) Die Servicebedürftigkeit der Waren .....	70
b) Die Verderblichkeit der Waren .....	72
c) Die Transportfähigkeit der Waren .....	74
4. Die Verhältnisse der Waren zu Waren gleichen oder ähnlichen Bedarfs .....	75
a) Die Individualität der Waren .....	75
b) Die Markierung der Waren .....	77
c) Die Substituierbarkeit der Waren .....	79
<b>B. Die Einflüsse des Bestimmungsfaktors Verbraucher .....</b>	<b>81</b>
1. Die persönlichen Verhältnisse der Verbraucher .....	81
a) Das Alter der Verbraucher .....	81
b) Das Geschlecht der Verbraucher .....	83
c) Die Haushaltszugehörigkeit der Verbraucher .....	85
2. Die sozialen Verhältnisse der Verbraucher .....	87
a) Die Kaufkraft der Verbraucher .....	87
b) Der Beruf der Verbraucher .....	90
c) Die Erziehung und Bildung der Verbraucher .....	91
3. Das rationale Verhalten der Verbraucher .....	92
a) Das Preisbewußtsein der Verbraucher .....	92
b) Das Qualitätsbewußtsein der Verbraucher .....	94
c) Das Modebewußtsein der Verbraucher .....	95
4. Die sonstigen Verhältnisse der Verbraucher .....	96
a) Die verfügbare Freizeit der Verbraucher .....	96
b) Die Lagermöglichkeiten im Haushalt der Verbraucher .....	98
c) Die Beweglichkeit der Verbraucher .....	99

C. Die Einflüsse des Bestimmungsfaktors Unternehmens- und Händlersituation .....	100
1. Die kostenmäßigen Verhältnisse .....	100
a) Die Personalkosten .....	101
b) Die Raum- und Mietkosten .....	102
c) Die Kapital- und Finanzierungskosten .....	103
2. Die betrieblichen Verhältnisse .....	105
a) Die Finanzkraft .....	105
b) Die Betriebsgröße .....	107
c) Die Beschäftigungslage .....	109
3. Die persönlichen Verhältnisse des Einzelhändlers .....	111
a) Die Fachausbildung des Händlers .....	111
b) Die Persönlichkeit des Händlers .....	113
c) Die Beschäftigungsmöglichkeiten von Familienangehörigen .....	114
4. Die gesetzlichen Verhältnisse .....	115
a) Das Ladenschlußgesetz .....	115
b) Die Preisbindung der zweiten Hand .....	116
c) Die Preisauszeichnungspflicht .....	118
D. Die Einflüsse des Bestimmungsfaktors Marktsituation .....	118
1. Die Beziehungen zwischen Vorstufe und Einzelhandel .....	118
a) Die Händlerauswahl durch die Vorstufe .....	118
b) Die Funktionsübernahme der Vorstufe .....	122
c) Die Ausschaltungstendenzen der Vorstufe .....	123
2. Die Verhältnisse auf der Einzelhandelsstufe .....	124
a) Der Wettbewerb .....	124
b) Die Marktgeltung .....	125
c) Die Sortimentsstärke .....	126
3. Die Beziehungen zwischen Einzelhändler und Verbraucher ....	127
a) Die Anhänglichkeit der Verbraucher .....	127
b) Die Wertschätzung des persönlichen Kontakts .....	128
c) Die Ausschaltungstendenzen der Verbraucher .....	130
4. Die Verhältnisse auf der Verbraucherstufe .....	131
a) Die Marktstellung der Verbraucher .....	131
b) Die Verbraucherelastizität .....	132
c) Die Verbraucherstreuung .....	133

<b>III. Die Ausgestaltung der Einzelhandelstätigkeit aufgrund simultaner Betrachtung der Einflußtendenzen</b> .....	136
A. Die Bewertung und Gewichtung der Einflußtendenzen .....	136
1. Die Notwendigkeit und Problematik einer Gewichtung .....	136
2. Die Gewichtung der Merkmale der Bestimmungsfaktoren ....	138
3. Die Gewichtung der Merkmalsausprägungen .....	149
4. Die Gesamtgewichtung der Einflußtendenzen .....	151
B. Die zweckmäßige Ausgestaltung eines Einzelhandelsbetriebs, gezeigt an einem Beispiel aus der DOB-Branche .....	156
1. Die Bedingungs-lage des betreffenden Betriebs .....	156
2. Die Einflüsse der Bestimmungsfaktoren .....	160
3. Das Gesamtergebnis aller wirksamen Einflußtendenzen .....	169
C. Die Interpretation und Auswertung der Ergebnisse der Untersuchung .....	172
1. Die Aussage der Gesamtergebnisse .....	172
2. Die Aussage von Teilergebnissen und einzelnen Einflußtendenzen .....	175
3. Die Ergebnisse der Untersuchung in der zeitlichen Entwicklung	177
<b>Schlußbetrachtung</b> .....	179
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	181