

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

7

Erstes Kapitel: Die Grundlagen

9

A. Die begrifflichen Abgrenzungen

9

B. Zur Typologie des Großhandels

11

I. Der Überblick

11

II. Eine Typologie nach der Grundstrukturpolitik

18

III. Eine Typologie nach der Marktbearbeitungspolitik

32

IV. Eine Typologie nach der Faktorkombinationspolitik

38

V. Eine Typologie nach der Finanzierungspolitik

40

VI. Eine Typologie nach dem Leistungsprogramm-Mix und nach Strategieschwerpunkten

41

C. Die Akzeptanzdynamik als Grundlage der Großhandelsdynamik

44

I. Der Überblick

44

II. Zur Akzeptanz und Verdrängung des Großhandels

47

III. Zur Akzeptanz von Großhandelsbetriebstypen

59

Zweites Kapitel: Die demographischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den Großhandel

61

A. Der Gegenstand

61

B. Der Weg zur Gemeinsamkeit in Deutschland

62

C. Einflüsse der Internationalisierung und Globalisierung

66

I. Der Überblick

66

II. Die Europäische Gemeinschaft

69

III. Die osteuropäischen Staaten

75

IV. Blockbildung versus Globalisierung

80

D. Zur Bevölkerungsentwicklung

81

I. Der Überblick

81

II. Die Bevölkerung in Deutschland

85

E. Zum technischen Fortschritt

90

I. Der Überblick

90

II. Die neuen Medien

92

III. Die Standardisierung

94

IV. Die Warenwirtschaftssysteme

98

F. Der Weg in die Ökologiegesellschaft

100

I. Der Überblick

100

II. Ökologie und Handel

105

G. Zur bisherigen und künftigen wirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland

114

I. Die Ausgangsbedingungen

114

II. Künftige Wachstumspfade der Wirtschaft der Welt und der EG

130

III. Zum künftigen Wirtschaftswachstum in Deutschland

132

H. Ausgewählte Verkehrs- und Logistikbedingungen

137

I. Zur Ausgangssituation

137

II. Das Straßengüterverkehrsgewerbe und das Güterverkehrsaufkommen

146

III. Güterverkehrszentren und Terminals

150

IV. Zur künftigen Entwicklung des Güterverkehrs

152

J.	Die Dynamik der Kunden und Lieferanten des Großhandels	161
I.	Der Überblick	161
II.	Die Industrie als Kunde und Lieferant	163
III.	Die Landwirtschaft als Kunde und Lieferant	170
IV.	Das Handwerk als Großhandelskunde	177
V.	Der Dienstleistungsbereich als Kunde	182
VI.	Die öffentlichen Hände als Kunden	183
VII.	Der Einzelhandel als Kunde	185

Drittes Kapitel: Die bisherige Entwicklung des Großhandels in Deutschland 191

Erster Abschnitt: Die Entwicklung des Großhandels in Westdeutschland 191

A.	Der Überblick	191
B.	Die Unternehmen, der Umsatz und die Beschäftigten	195
C.	Die Rechtsform	207
D.	Die Umsatzstruktur des Großhandels	208
E.	Das Streckengeschäft und das Lagergeschäft	209
F.	Die Absatzwege des Großhandels und die Bezugsquellen des Einzelhandels	211
G.	Zur Großhandelstätigkeit des Einzelhandels	215
H.	Die Handelstätigkeit der Hersteller	216
J.	Die Konzentration im Großhandel	218
K.	Betriebswirtschaftliche Aspekte	226

Zweiter Abschnitt: Die Entwicklung des Großhandels in Ostdeutschland 236

A.	Der Überblick	236
B.	Ein Funktionsvergleich des Handels der Marktwirtschaft und der Planwirtschaft	239
C.	Der Konsumgütergroßhandel bis zur Wiedervereinigung	242
D.	Der Produktionsmittelhandel (PMH) bis zur Wiedervereinigung	245
E.	Die Logistik in der ehemaligen DDR	254
I.	Die Ausgangsbedingungen	254
II.	Der Handelstransport	255
III.	Die Lagernetzkonzeption für den Großhandel	259
F.	Die Entflechtung und die Privatisierung des Großhandels nach der Wiedervereinigung	263
I.	Die Grundlagen	263
II.	Der Konsumgütergroßhandel	266
III.	Der Produktionsmittelhandel	269
IV.	Die Logistik	275

Viertes Kapitel: Zukunftsperspektiven der Aktivitäten- und Leistungsprogrammschwerpunkte des Großhandels 279

Erster Abschnitt: Die Dynamik der Leistungen bei Sortiment, Kommunikation, Service und Disposition 279

A.	Die Grundlagen	279
B.	Die Produkt- und Qualitätsaktivitäten	284
I.	Der Überblick	284

II.	Die Produktentwicklung und Systementwicklung	285
III.	Die Produktions- und Manipulationsaktivitäten	287
IV.	Die Eigenmarken	289
V.	Die Qualität	290
VI.	Das Sortiment	295
VII.	Die Systemsortimente und die Systemvermarktung	302
VIII.	Gebrauchtwarensortimente	304
IX.	Die Konsequenzen	304
C.	Die Marktkommunikationsaktivitäten	305
I.	Der Gegenstand	305
II.	Der Außendienst	307
III.	Ausgewählte Werbeaktivitäten	311
IV.	Ausstellungen und Musterungen	315
V.	Großhandelsversender	317
VI.	Die Konsequenzen	318
D.	Die Beratungs- und Serviceaktivitäten	320
I.	Der Überblick	320
II.	Die Beratungs- und Serviceaktivitäten gegenüber Kunden	322
III.	Die Lieferantenberatungs- und Lieferantenserviceleistungen	325
IV.	Leistungen für Kunden und Lieferanten	326
V.	Die Leistungen im Bereich Fachkommunikation und Fachdokumentation	329
VI.	Die Schulungsspezialisten	331
VII.	Zur Organisation der Services	332
VIII.	Die Konsequenzen	332
E.	Finanzierungs- und Sachmittelüberlassungskonzepte	333
F.	Der Tauschhandel - Counter Trade und Barter Trade	336
G.	Die Dispositionsaktivitäten	340
I.	Der Gegenstand	340
II.	Klassische und neue mediale Dispositionstechniken	340
III.	Warenwirtschaftssysteme und Disposition	342
IV.	Exkurs: Dispositionsverfahren in der ehemaligen DDR	347
V.	Die Konsequenzen	348
H.	Zukunftsperspektiven der Disposition und der Services	349
Zweiter Abschnitt: Die Dynamik der physischen Distribution - Die Logistikdynamik		351
A.	Die Grundlagen	351
B.	Eine Typologie von Logistikalternativen	355
I.	Der Gegenstand	355
II.	Die Eigen- und Fremdlogistik	356
III.	Empirische Befunde zum Lager- und Streckengroßhandel	358
IV.	Beziehungen zwischen Waren und Logistik	360
C.	Die Großhandelslogistik	363
I.	Das Beispiel Lebensmittellogistik	363
II.	Das Beispiel Nichtlebensmittellogistik	367
III.	Die Systemlogistik des Großhandels	371
D.	Die Logistikaktivitäten der Logistikdienstleister	373
I.	Der Überblick	373
II.	Die Systembildung und Systementwicklung der Logistikspezialisten	379
E.	Die Logistikaktivitäten von Herstellern	383
F.	Die Logistikaktivitäten von Einzelhandelsunternehmen	385

G. Die Retrodistribution und die Entsorgungslogistik	391
H. Zukunftsperspektiven der Logistik	394
Fünftes Kapitel: Der Produktionsgütergroßhandel	403
A. Die Abgrenzungen	403
B. Der Agrarhandel	405
I. Der Überblick	405
II. Die Rahmenbedingungen	408
III. Die landwirtschaftlichen Bezugs- und Absatzgenossenschaften	409
IV. Die Landhandelsunternehmen	415
V. Zur künftigen Entwicklung	418
C. Ausgewählte Branchen des Großhandels mit Rohstoffen und Halbwaren	421
I. Der Chemiegroßhandel	421
II. Der Holzhandel	424
III. Der Baustoffhandel	426
IV. Der Stahlhandel	429
V. Der Metallhalbzeughandel	434
VI. Der Sanitär- und Heizungsfachgroßhandel	435
VII. Der Elektrogroßhandel	438
VIII. Der Großhandel mit Sekundärrohstoffen und Wertstoffen	442
D. Ausgewählte Branchen des Großhandels mit Fertigwaren	445
I. Der Autoteilegroßhandel	445
II. Der Computergroßhandel	448
III. Zur künftigen Entwicklung	448
E. Zur bisherigen und künftigen Entwicklung des Produktionsgütergroßhandels	451
I. Zur bisherigen Entwicklung	451
II. Zu den künftigen qualitativen Entwicklungstendenzen	459
III. Zur quantitativen Entwicklung bis 2010	462
Sechstes Kapitel: Der Konsumgütergroßhandel	467
A. Die Abgrenzungen	467
B. Der Lebensmittelgroßhandel	469
I. Der Überblick	469
II. Der Sortimentszustellgroßhandel	472
III. Der Spezialgroßhandel	475
1. Der Überblick	475
2. Der Fruchtimport- und Fruchtgroßhandel	477
3. Der Großhandel mit Molkereiprodukten	478
4. Der Getränkefachgroßhandel	479
5. Der Tabakwarengroßhandel	482
6. Die Betriebsgastronomiespezialisten	484
III. Zur künftigen Entwicklung	484
1. Der Sortimentsgroßhandel	484
2. Der Spezialgroßhandel	487
C. Der Nichtlebensmittelgroßhandel	491
I. Der Überblick	491
II. Der Großhandel mit Textilien und Bekleidung	492
III. Der Konsumgütergroßhandel mit Hartwaren	494
IV. Der pharmazeutische Großhandel	495

V.	Der Großhandel mit Presseerzeugnissen und Büchern	497
1.	Der Zwischenbuchhandel	497
2.	Das Barsortiment	497
3.	Das Pressegrasso	500
4.	Zur künftigen Entwicklung	508
D.	Der Cash-and-carry-Großhandel	511
I.	Die Abgrenzungen	511
II.	Zur bisherigen Entwicklung	513
III.	Ausgewählte statistische Angaben	517
IV.	Zu den Restriktionen für das Selbstbedienungsprinzip im Großhandel	520
V.	Zur künftigen Entwicklung	525
E.	Rack Jobber und Broker	527
I.	Die Regalhändler - Die Rack Jobber - Die Service Merchandiser	527
II.	Die Broker - Der Merchandising Service	532
III.	Zur künftigen Entwicklung	535
F.	Zur bisherigen und künftigen Entwicklung des Konsumgütergroß- handels	535
I.	Zur bisherigen Entwicklung	535
II.	Zu den künftigen qualitativen Entwicklungstendenzen	538
III.	Zur quantitativen Entwicklung bis 2010	542
Siebentes Kapitel: Die Handelsvertretungen		545
A.	Die Grundlagen	545
I.	Die Handelsvertreter in Westdeutschland	545
II.	Die Handelsvertreter in der ehemaligen DDR	548
B.	Die Dynamik der Aktivitäten	550
C.	Zur Kooperation	553
D.	Der Außenhandel der Handelsvertreter	555
E.	Zur bisherigen und künftigen Entwicklung der Handelsvertreter	556
I.	Zur bisherigen Entwicklung	556
II.	Zu den künftigen qualitativen Entwicklungstendenzen	564
III.	Zur quantitativen Entwicklung bis 2010	568
Achtes Kapitel: Der Außenhandel des Großhandels		571
A.	Die Grundlagen	571
B.	Zur Dynamik der Aktivitäten	577
C.	Zur bisherigen und künftigen Entwicklung des Außengroßhandels	580
I.	Zur bisherigen Entwicklung	580
II.	Zur künftigen Entwicklung	585
Neuntes Kapitel: Die Systeme im Großhandel		589
A.	Die Abgrenzungen	589
B.	Ausgewählte statistische Angaben	593
I.	Die Filialisierung	593
II.	Die Kooperation	598
C.	Die Filialisierung des Großhandels	603
D.	Die Kooperation des Großhandels	605
I.	Die Grundlagen	605
II.	Die Verbundgruppen des Großhandels	611
III.	Die Einkaufskontore	622

IV.	Die Spezialkooperation	627
V.	Die Kooperation zwischen Großhandel und Lieferanten	630
VI.	Die Marktbearbeitungs Kooperation mit Kunden	632
VII.	Zur künftigen Entwicklung	638
E.	Die Standortkooperation	643
I.	Der Überblick	643
II.	Die Trade Marts	648
III.	Zur künftigen Entwicklung	654
F.	Die Internationalisierung im Großhandel	655
I.	Die Grundlagen	655
II.	Ausgewählte Internationalisierungsalternativen	657
III.	Ausgewählte Internationalisierungsalternativen	661
IV.	Zur Internationalisierung der Kooperationssysteme	663
V.	Exkurs: Die japanischen Groß- und Außenhandelsunternehmen	664
VI.	Zur künftigen Entwicklung	666
G.	Komplexe Systeme	667
I.	Der Überblick	667
II.	Ausgewählte Beispiele	667
III.	Zur künftigen Entwicklung	678
Zehntes Kapitel: Die gesellschaftlichen sowie gesamt- und einzelwirtschaftlichen Hauptentwicklungstendenzen		681
A.	Der Gegenstand	681
B.	Die Dynamik der allgemeinen Rahmenbedingungen	684
C.	Die Dynamik der demographischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen	692
D.	Zur makroökonomischen Nachfragedynamik der Großhandelskunden	696
E.	Zur makroökonomischen Angebotsdynamik der Großhandelslieferanten	699
F.	Zur makroökonomischen Groß- und Außenhandelsdynamik	700
I.	Allgemeine Aspekte	700
II.	Zum Potential des Großhandels in Ostdeutschland	706
G.	Die Leistungsprogrammdynamik	708
I.	Die Dispositions- und Dienstleistungen	708
II.	Die physische Distribution	710
H.	Die Standort- und Flächendynamik	712
J.	Die Dynamik nach Hauptwarenbereichen	714
I.	Der Produktionsgütergroßhandel	714
II.	Der Konsumgütergroßhandel	714
K.	Die Dynamik der Handelsvertretungen	717
L.	Die Dynamik des Außenhandels des Großhandels	718
M.	Die Dynamik der Unternehmenspolitik im Großhandel	719
I.	Die Marktbearbeitungspolitik	719
II.	Die Faktorkombinationspolitik	722
III.	Die Kapitalbedarfs- und Finanzierungspolitik	724
IV.	Die Managementpolitik	726
N.	Die Dynamik der Kooperation	730
O.	Zur Kooperationsdynamik	734
Schlußbemerkungen: Ganzheitliche Akzeptanzmuster		737
Literaturverzeichnis		739
Stichwortverzeichnis		743