

Inhaltsangabe.

	Seite
Inhaltsangabe	VII—XI
Quellenangabe	XII—XIV
Geleitwort	XV—XVI
I. Einleitender Teil	1—26
1. Abschnitt: Vorbemerkung	1—3
Definition	3—6
Arten der Filialen	6—9
2. Abschnitt: Die Entwicklungstendenzen im Handel als Vorbedingungen für das Filialwesen .	9—11
I. Die historischen Voraussetzungen	11—26
II. Die wirtschaftlichen Möglichkeiten	
1. Die starke Ausweitung des Handelsge- bietes: Vermehrung der Handelsgeschäfte; Spezialisierung und Stufenteilung.	
2. Konzentrations- und Verschmelzungsten- denz im Gebiete des Handels:	
a) vom Konsumenten her,	
b) vom Produzenten her,	
c) aus dem Handel selbst heraus,	
(Motive: Änderung der Kaufgewohnheiten, Spezialisationsbewegung, steigender Kapital- bedarf, spezifische Vorteile des Filialbetriebes),	
d) von dritter, unbeteiligter Seite (Ar- beitgeber, öffentl. Körperschaften).	
II. Teil: Darstellung der Großfilialbetriebe innerhalb ihrer Branchen . . .	26—210
A. <i>Die Nahrungsmittelbranche . . .</i>	<i>27—121</i>
1. Abschnitt: Die Kaffee- und Schokoladenbranche .	27—64
I. Entstehung und Ausbreitung . .	27—31
II. Die Organisation des Großfilial- betriebes	31—57
1. Die Filiale selbst (Auswahl des Lokals; Mietpreis und -vertrag; Einrichtung und Betrieb; Warenkreis, Kundschaft, Ge- schäftsprinzipien)	31—41
2. Der Revisionsbezirk (Abrechnung, Re- klame, Oberrevision)	41—47

	Seite
3. Die Zentralverwaltung	47—55
1. Produktions- und Einkaufszentrale.	
2. Zentralbuchhaltung.	
3. Statistik und Kontrolle.	
4. Die Niederlagen	55—56
III. Das Personal der Kaffeefilialbetriebe	56—64
1. Gruppierung. 2. Wirtschaftliche Lage der einzelnen Gruppen; Wohlfahrts- einrichtungen.	
2. Abschnitt: Die „allgemeinen“ Kolonialwarenbetriebe	64—82
1. Allgemeine Entstehungsgründe . . .	65
2. Ein belgischer Großbetrieb (Delhaize Frères & Cie.)	66—72
3. Die allgem. Betriebe in Frankreich .	72—78
4. Die deutschen allgemeinen Betriebe	78—82
3. Abschnitt: Kalkulation und Gewinne der (deutschen) Nahrungsmittel-Filialbetriebe	82—96
1. Frühere Ermittlungen	82—85
2. Vor- und Nachteile des Filialbetriebes I. in den Kaffee-, II. bei den allgem. Filialen.	85—90
3. Die heutige tatsächliche Kalkulation I. Aufschläge, II. Spesenverteilung u. Gewinne.	90—96
4. Abschnitt: Bedeutung der Filialbetriebe im deutschen Nahrungsmittelhandel	97—121
1. Das Anwachsen des Konsums . . .	97
2. Der Detailhandel des Geschäftszweiges	98—99
3. Die Verschlechterung des Detail- listen-Nachwuchses	99—101
4. Auftreten der Filialen, heutige Bedeutung	101—104
5. Einwirkungen	104—121
a) auf die Zahl der Konkurrenten.	
b) „ den Geschäftsbetrieb.	
c) „ die neuen Betriebsformen.	
d) „ Großhandel, Industrie u. Konsumenten.	
 <i>B. Die Tabakbranche</i>	 122—162
1. Abschnitt: Organisation, Kalkulation, Personal . .	122—147
Entstehung und Ausbreitung des Filialsystems	122—125
1. Filiale und Zentrale	126—132
a) Einrichtung und Mietvertrag.	

b) Geschäftsführung, Kontrolle.	
c) die Centrale.	
d) die Kundschaft. Umsätze.	
2. Kalkulation und Gewinne	132—142
3. Personal der Tabakfilialbetriebe	142—147
I. Gruppierung.	
II. Wirtschaftliche Lage (Filialleiter, Revisoren, Allgemeine Arbeitsbedingungen).	
2. Abschnitt: Bedeutung der Betriebe innerhalb der Tabakbranche	147—162
1. Allgemeine Lage der Branche	147—150
2. Ersatz (Rekrutierung) der Detailhändler	150—152
3. Anteil der Filialen am Detailhandel	152—153
4. Einwirkungen auf die Konkurrenz	153—159
a) Kampfmaßregeln.	
b) Wirtschaftliche Wirkungen.	
5. Einfluß auf Industrie, Großhandel, Konsumenten	160—162
C. Die Schuhwarenbranche	163—194
I. Entwicklung und Lage des Schuhwaren- handels	163—166
II. Möglichkeiten der Umgestaltung	166—168
III. Die wichtigsten Filialbetriebe	168—189
1. Die „allgemeine Filialfabrik“	199—180
a) Entwicklung und Organisation	169—172
b) Reklame und Geschäftsprinzipien	172—174
c) Filialleiter und sonstiges Personal	174—176
d) Kalkulation	176—180
2. Die Einheitspreis-Fabrikfilialen	180—184
3. Die hygienisch-orthopädischen Fabrikfilialen	185—189
IV. Mischformen und Abwehrmaßnahmen	189—194
(Alleinverkaufsstellen; Edox-Gesellschaften; Einkaufsvereinigungen).	
D. Die Waren- und Kaufhaus-Filialbetriebe	194—209
I. Entstehung und Ausbreitung	194—198
II. Die Filialorganisation der Warenhäuser	198—203
Centrale als oberste Einkaufsstelle, Kassen- stelle, Kontrollinstanz.	
III. Vergleich des Filial- und des Zentral- warenhauses	203—206

	Seite
IV. Übergangsformen	206—208
Hamburger Engroslager, Westdeutsche Handels- gesellschaft.	
Anhang: Einige sonstige Filialsysteme	208—210
 III. Teil: Die Filialbetriebe im Rahmen der Gesamt-Volkswirtschaft	
	211—285
A. Tatsächliche Feststellungen	211—234
I. Im Deutschen Reiche	211—219
1. Filialläden überhaupt; 2. Gewerbegruppen; 3. Gewerbearten; 4. Filialenzahl der deut- schen Filialbetriebe; 5. Orts- und Forensal- filialen; 6. Personenzahl der Filialbetriebe.	
II. Die Filialen in einzelnen Städten . . .	219—230
1. Mittelstädte (Halberstadt, Solingen, Bran- denburg a. H.)	
	219—221
2. Großstädte (Aachen, Bremen, Dresden, Essen)	
	221—227
3. In einer wichtigen Geschäftsstraße (Berlin, Leipzigerstraße)	
	227—230
III. Filialsysteme des Auslandes	230—234
 B. Das Filialsystem in der Organisation der Volkswirtschaft	
	235—267
I. Grundsätzliche Bedeutung	235—239
II. Bedeutung für die Produktion	240—247
a) Für Organisation und Standort	
	240—241
b) Für die Personenschichten der Industrie	
	241—244
c) Bei Konzentrationen der Produktion (Filial- wesen und Trust)	
	244—247
III. Bedeutung für den Großhandel	247—250
IV. Bedeutung im Gesamtdetailhandel . . .	250—265
a) Organisatorisch (Grenzen des Filial- systems?)	
	250—254
b) Veränderung des Wettbewerbs	
	254—256
c) Anpassung an die neuen Betriebs- formen (Kapitalistischer Filialbetrieb oder Konsumverein?)	
	256—263
d) Abwehrbewegung und Gegen- wirkung	
	263—264
V. Bedeutung für die Konsumenten	265—267

	Seite
C. Sozialpolitische Bedeutung der Filialsystems	267—285
I. Mittelstandsproblem und Filialwesen	267—274
a) Zur Prinzipienfrage	267—270
b) Die Grundforderung der Mittelstands- bewegung	279—271
c) Ist ein Filialverbot durchführbar?	272—274
II. Filialwesen und Angestellte	274—284
a) Klasseninteresse der Angestellten	275—278
b) Die wachsende Differenzierung im Angestelltenstande und die Stellung der Filialleiter	278—280
c) Der Filialwucher	280—283
Schlußwort	283—285
Anhänge: I Zur Statistik der Filialbetriebe	286—291
II Auszug aus einem Kontrollbuche	292
III Warenhaus-Filialabrechnung'	293
IV Warenhaus-Organisation (graph. Darstellung)	294
V Zum Filialwucher (Bilanz-Auszug)	295
Druckfehler	296