

H

Handel: 1. Austausch von Waren durch Kauf und Verkauf. 2. Zweig der Volkswirtschaft, der im Rahmen der gesellschaftlichen Arbeitsteilung auf die Warenzirkulation spezialisiert ist. Der H. übt innerhalb des gesellschaftlichen Reproduktionsprozesses einen wesentlichen Teil der Zirkulationsfunktion aus, sowohl bei Konsumgütern als auch bei Produktionsmitteln. Er umfaßt die Organisation und die Durchführung der Kauf- und Verkaufsakte sowie die hiermit verbundenen materiellen Bewegungen der Waren (Verpackung, Lagerung, Transport). Er ist für einen planmäßigen, störungsfreien Ablauf des gesellschaftlichen Reproduktionsprozesses von großer Bedeutung. Der H. gliedert sich in den -> *Außenhandel* und den *Binnen-H.* Der *Binnen-H.* umfaßt den *Produktionsmittel-H.* und den *Konsumgüter-H.* Der *Produktionsmittel-H.* vermittelt die Zirkulation von Waren für die produktive Konsumtion, verkauft und liefert Rohstoffe, Halbfabrikate, Erzeugnisse der Zulieferindustrie usw. an Produktionsbetriebe. Vom *Produktionsmittel-H.* hängt mit der reibungslosen Produktionsprozeß in Industrie, Landwirtschaft und Handwerk ab. Der *Konsumgüter-H.* vermittelt die Warenzirkulation für die individuelle Konsumtion. Innerhalb des *Konsumgüter-H.* unterscheiden wir den *Großhandel*, der die Kooperationsbeziehungen zur Produktion und zum *Einzel-H.* organisiert, und den *Einzel-H.*, der die Waren vom *Groß-H.* oder von der Produktion (*Direktbezug*) bezieht und an die individuellen Konsumenten verkauft. Der *Konsumgüter-H.* trägt eine große Verantwortung für die bedarfsgerechte Versorgung der Bevölkerung (—► *Bedarf*). Die Mitarbeiter des H. müssen die Interessen der Käufer nachdrücklich und konsequent vertreten.

Der H. insgesamt, aber besonders der *Groß-H.*, muß den Bedarf der Bevölkerung kennen und gemeinsam mit der Industrie u. a. Produktionsbereichen alle Möglichkeiten erschließen, um Erzeugnisse in ausreichender Menge, guter Qualität und bedarfsgerechtem Sortiment (einschließlich verschiedener Preisgruppen) für die Versorgung bereitzustellen und termingerecht sowie in ansprechenden Verkaufsformen der Bevölkerung zum Kauf anzubieten. Der H. hat die Aufgabe, der Bevölkerung durch Einkaufserleichterungen, Kundendienste und Dienstleistungen Zeit sparen zu helfen, die Kunden gut zu bedienen und sachkundig zu beraten. Von den Eigentumsformen her unterscheiden wir im H.: den sozialistischen *Konsumgütergroß-II.* (sozialistische *Großhandelsbetriebe*, SGB), den volkseigenen *Einzel-H.* (*Handelsorganisation*, HO), den *genossenschaftlichen Einzel-H.* (*Konsumgenossenschaften*, KG), den sonstigen *sozialistischen H.* (*Industrievertrieb*, *Mitropa*, *Postzeitungsvertrieb*, *Bäuerliche Handelsgenossenschaften* usw.) sowie den *privaten Einzel-H.* und den *Kommissions-H.* 1976 waren im H. rd. 850 000 *Werkstätige* beschäftigt. Wichtigster Ausdruck für die Leistungen des *Binnen-H.* ist der *Einzelhandelsumsatz*. Er entwickelte sich von rd. 17 Md. M im Jahre 1950 auf rd. 85 Md. M im Jahre 1976. Die wesentlichen Merkmale des kapitalistischen H. sind Kauf und Verkauf der Waren zur Realisierung von H.sproßten auf der Grundlage der Ausbeutung des Proletariats und der kleinen Warenproduzenten sowie Anarchie und Konkurrenz auf dem —► *Markt*, die zu einer volkswirtschaftlich unrationellen Aufblähung (*Doppelherstellungen*, hoher *Reklameaufwand* usw.) führen. Durch *Konzentration* und *Zentralisation* des