

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 (—* Zirkulation) aus, sowohl bei Konsumgütern als auch bei Produktionsmitteln. Er umfaßt die Organisation und die Durchführung der Kauf- und Verkaufsakte sowie die damit 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: Er kauft und liefert Rohstoffe und Halbfabrikate von bzw. an Produktionsbetriebe. Von ihm hängt mit der reibungslosen Produktionsprozeß in Industrie, Bauwesen, Landwirtschaft und Handwerk ab. Der Konsumgüter-H. vermittelt die Warenzirkulation für die individuelle Konsumtion. Innerhalb des Konsumgüter-H. unterscheiden wir den Groß-H., 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 Versorgung der Bevölkerung mit Konsumgütern. Dazu soll der H. ständig und in ansprechender

Weise ein bedarfsgerechtes Sortiment anbieten. Der gesellschaftliche Aufwand zur Durchführung des H. ist stetig zu senken. Das erfordert den effektiven Einsatz und ein sparsames Wirtschaften mit allen materiellen und finanziellen Fonds. Durch eine wirksame Senkung der H.sverluste sind wesentliche Reserven für die Versorgung der Bevölkerung zu erschließen. Der H. muß den Bedarf der Bevölkerung kennen und gemeinsam mit der Industrie u. a. Produktionsbereichen alle Möglichkeiten erschließen, um die planmäßig zur Verfügung stehenden Warenfonds mit dem höchsten Versorgungseffekt zum Wohle der Bürger einzusetzen. 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. Im H. unterscheiden wir folgende Eigentumsformen: den sozialistischen Konsumgütergroß-H. (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. 1981 waren im H. rd. 850000 Werktätige beschäftigt. Wichtigster Ausdruck für die Leistungen des Binnen-H. ist der Einzelhandelsumsatz. Er entwickelte sich von 64 Md. M im Jahre 1970 auf 117,8 Md. M im Jahre 1986. Für 1990 ist ein Umsatz von 137 bis 138 Md. M geplant.

Die wesentlichen Merkmale des kapitalistischen H. sind Kauf und Verkauf der Waren zur Realisie-