

Inhalt

1	Einblick	9
2	Marktverlierer	33
	Das Schuhgewerbe sinkt	
	vom Massen- zum Randphänomen herab	34
	Vielgestaltiges Schuhgewerbe	39
	Gewerbliche Einheitsfront	68
	Statistische Erfassung	81
	Zusammenfassung	97
3	Marktmacht	99
	Eine exportorientierte Schuhfabrik	
	fasst am Binnenmarkt Fuss	100
	Branchenprimus Bally	106
	Vertikale Organisation	120
	Eindringen in den Handel	139
	Zusammenfassung	159
4	Marktverantwortung	163
	Organisierte Hausfrauen gehen die «irrationale»	
	Fussbekleidung an	164
	«Hausfrauisierung des Einkaufens»	169
	Konsumpolitische Ohnmacht	206
	Zivilisierung des Markts	221
	Zusammenfassung	234

5	Marktregulierung	237
	Verbandssekretäre beschliessen die Aufhebung des Wettbewerbs	238
	Bata rückt vor	243
	Kommunikative Abwehr	256
	(Selbst-)Regulierung	273
	Transnationale Verständigung	288
	Zusammenfassung	295
6	Markterfahrung	299
	Die Wissenschaft erkundet die Totalität des (Schuh-)Markts	300
	GfM und GREM als Schrittmacher	305
	Vorläufer, Vorbilder, Vorleistungen	309
	Begriffsarbeit	321
	Schuhwirtschaftlicher Erfahrungsschatz	335
	Zusammenfassung	353
7	Rundblick	357
	Anhang	377
	Unpublizierte Quellen	378
	Publizierte Quellen	381
	Forschungsstand	393
	Forschungsliteratur	398
	Kurzbelege	420
	Bildnachweis	470
	Dank	473
	Der Autor	475