

# Inhaltsverzeichnis

DANK .....	4
<b>INHALTSVERZEICHNIS .....</b>	<b>5</b>
<b>1. EINLEITUNG.....</b>	<b>10</b>
1.1 ÖKONOMIE?! .....	10
1.2 ZU INHALT UND AUFBAU .....	10
1.3 EINIGE HINWEISE ZUR HANDHABUNG DIESES TEXTES .....	13
<b>2. MEIN ERKENNTNISINTERESSE.....</b>	<b>15</b>
<b>3. VOM ZWECK DER ÖKONOMIE.....</b>	<b>17</b>
<b>4. VON DEN SCHWIERIGKEITEN MIT ÖKONOMISCHER BEGRIFFLICHKEIT DIE LEBENSVERHÄLTNISSE DER MENSCHEN ZU ERFASSEN .....</b>	<b>21</b>
<b>5. ÖKONOMISCHE ERFOLGSMESSUNG.....</b>	<b>24</b>
5.1 ZUM BEGRIFF EFFIZIENZ.....	24
5.2 ZUM SOZIALPRODUKT – KONSUM UND WOHLSTANDS-MESSUNG .....	25
5.3 WOHLSTANDSMESSUNG JENSEITS DER KONSUMMÖGLICHKEITEN .....	31
<b>6. WEITERE MÖGLICHKEITEN DER ERFOLGSMESSUNG.....</b>	<b>33</b>
6.1 DER PERSÖNLICHE ERFAHRUNGSBEZUG ALS MAßSTAB .....	33
6.2 ERFOLGSMESSUNG ANHAND DER VORSTELLUNG DES INDIVIDUELLEN NUTZENS.....	34
6.2.1 Ad (1): Nutzen als Glück.....	36
6.2.2 Ad (2): Nutzen als Wunscherfüllung.....	37
6.2.3 Ad (3): Nutzen als Auswahl.....	39
6.3 POLITISCHE ARITHMETIK .....	42
6.4 BASIC NEEDS .....	43
6.5 DIE WEITERE VORGEHENSWEISE .....	44
<b>7. PROBLEME DER ERFOLGSMESSUNG.....</b>	<b>46</b>
7.1 PROBLEME DER ERFOLGSMESSUNG FÜR SEN.....	48
7.2 PROBLEME DER ERFOLGSMESSUNG FÜR PIPPING.....	48
7.2.1 Hedonismus.....	49
7.2.1.1 Ethischer Hedonismus .....	49

7.2.1.2 Psychologischer Hedonismus.....	51
7.2.2 <i>Homo Oeconomicus, rationales Verhalten und die Zweck-</i> <i>Mittelbeziehung</i> .....	52
7.2.3 <i>Bedürfnisse und ihre Befriedigung</i> .....	55
<b>8. ZUR FORSCHUNGSFRAGE</b> .....	<b>65</b>
<b>9. ZUM BEGRIFF LEBENSSTANDARD (STANDARD OF LIVING)</b> .....	<b>67</b>
<b>10. STANDARD OF LIVING – DAS KONZEPT VON AMARTYA K. SEN</b> ... <b>68</b>	
10.1 SENS ERKENNTNISINTERESSE.....	68
10.2 ZUM UNTERSUCHUNGSGEGENSTAND.....	69
10.2.1 <i>Der Charakter von Lebensqualität</i> .....	69
10.3 VORGEHENSWEISE BEI DER BESTIMMUNG DES LEBENSSTANDARDS.....	70
10.4 EINFLUSSFAKTOREN DES LEBENSSTANDARDS.....	72
10.5 LEBENSSTANDARD UND BEWERTUNGSPROZESSE.....	73
10.5.1 <i>Exkurs: Relevance and Usability</i> .....	75
10.6 ZU DEN WERTOBJEKTEN.....	76
10.7 STRUKTUR (STATIK) UND DYNAMIK.....	79
10.8 „FUNCTIONINGS“ UND „CAPABILITIES“.....	79
10.8.1 <i>Zum Begriff „Functionings“</i> .....	80
10.8.2 <i>Weitere Bewertungsprobleme</i> .....	83
10.8.3 <i>Zum Begriff „Capabilities“</i> .....	84
10.9 DAS KONZEPT VON SEN ALS GANZES.....	86
10.10 WEITERE ASPEKTE VON LEBENSQUALITÄT – KRITISCHE ÜBERLEGUNGEN.....	87
10.10.1 <i>Gewohnheiten</i> .....	87
10.10.2 <i>Lebensstandard und Familie</i> .....	89
10.10.3 <i>Die Berücksichtigung von Unsicherheit</i> .....	89
10.10.4 <i>Lebensstandard und Kommerzialisierung</i> .....	90
10.10.5 <i>Lebensstandard und ökonomische Theorie: Die Bedeutung eines konkreten Erfolgsmaßes am Beispiel der Arbeitsproduktivität</i> .....	92
10.10.6 <i>Capabilities – kritische Überlegungen</i> .....	93
10.11 ZUSAMMENFASSUNG UND RESÜMEE.....	96
10.11.1 <i>Lösung der fünf „zentralen Probleme“ bei Sen</i> .....	97
<b>11. STANDARD OF LIVING – DAS KONZEPT VON HUGO E. PIPPING</b> ... <b>99</b>	
11.1 AD 1.) MERKMALE VON NACHFRAGE.....	100
11.2 AD 2.) BESTIMMUNG DER MERKMALE.....	101
11.2.1 a) <i>Gewohnheiten/Sitten/Bräuche und Instinkte</i> .....	101

11.2.2 b) <i>Bräuche und Gewohnheiten</i> .....	102
11.2.3 c) <i>Soziale Gruppenbildung I – die Familie</i> .....	104
11.2.4 d) <i>Soziale Gruppenbildung II – Klasse und Kaste</i> .....	105
<b>11.3 BESTIMMENDE FAKTOREN DES LEBENSSTANDARDS</b> .....	<b>108</b>
11.3.1 <i>Aktivität</i> .....	108
11.3.2 <i>Beruf</i> .....	109
11.3.3 <i>Macht, Prestige, Nachahmung</i> .....	110
<b>11.4 STANDARD OF LIVING – EIN NEUER AUSGANGSPUNKT DER ÖKONOMIE</b> .....	<b>111</b>
<b>11.5 STANDARD OF LIVING – DAS KONZEPT</b> .....	<b>111</b>
11.5.1 <i>Elemente des Lebensstandards</i> .....	113
11.5.2 <i>Einkommen als Teilstandard?</i> .....	114
11.5.3 <i>Die vier Teilstandards</i> .....	115
11.5.3.1 <i>Familienstandard</i> .....	115
11.5.3.2 <i>Arbeits- und Freizeitstandard</i> .....	116
11.5.3.3 <i>Konsumstandard</i> .....	118
11.5.3.4 <i>Sparstandard</i> .....	121
11.5.4 <i>Messung des Lebensstandards</i> .....	123
11.5.5 <i>Weitere Kriterien des Lebensstandards</i> .....	124
<b>11.6 VERÄNDERUNGEN DES LEBENSSTANDARDS</b> .....	<b>127</b>
11.6.1 <i>Änderungen innerhalb der Gruppe</i> .....	128
11.6.2 <i>Technische Veränderungen</i> .....	128
11.6.3 <i>Veränderungen des Einkommens</i> .....	128
11.6.4 <i>Konjunktur</i> .....	129
11.6.5 <i>Soziale Mobilität</i> .....	129
<b>11.7 ZUSAMMENFASSUNG UND RESÜMEE</b> .....	<b>129</b>
11.7.1 <i>Lösung der fünf „zentralen Probleme“ bei Pipping</i> .....	130
<b>11.8 EXKURS: KRITERIEN EINER SOZIALEN HIERARCHIE</b> .....	<b>132</b>
<b>12. ZUM BEGRIFF ENTWICKLUNG</b> .....	<b>134</b>
12.1 <b>ENTWICKLUNG</b> .....	134
12.2 <b>FORTSCHRITT</b> .....	136
<b>13. DEVELOPMENT AS FREEDOM – ENTWICKLUNG BEI AMARTYA K. SEN</b> .....	<b>140</b>
13.1 <b>FREIHEIT BEI SEN</b> .....	140
13.2 <b>ENTWICKLUNG BEI SEN</b> .....	141
13.3 <b>FREIHEIT UND ENTWICKLUNG</b> .....	142
13.3.1 <i>Instrumentelle Freiheiten ODER von den wichtigen Functionings ODER die wesentlichen Wertobjekte</i> .....	143
13.3.1.1 <i>Politische Freiheiten</i> .....	143

13.3.1.2	Ökonomische Einrichtungen – wirtschaftliche Freiheiten .....	143
13.3.1.3	Gesellschaftliche Transparenz – Moralische Werte .....	144
13.3.1.4	Soziale Chancen .....	144
13.3.1.5	Soziale Sicherheit .....	145
13.3.2	<i>Die Rolle des Staates</i> .....	146
13.3.3	<i>Der Entzug von zentralen Freiheiten: Studien von Sen</i> .....	146
13.4	SENS ENTWICKLUNGSVORSTELLUNGEN UND DIE ÖKONOMISCHE THEORIE .....	147
<b>14.</b>	<b>ENTWICKLUNG BEI HUGO E. PIPPING</b> .....	<b>149</b>
14.1	AD 1) WESSEN LEBENSSTANDARD SOLL STEIGEN? .....	150
14.2	AD 2) IN WELCHEN VERHÄLTNISSEN SOLLEN DIE LEBENSSTANDARDS STEIGEN? .....	152
14.3	AD 3) MIT WELCHER GESCHWINDIGKEIT SOLLEN DIE LEBENSSTANDARDS STEIGEN? .....	152
14.4	SCHLUSSBEMERKUNGEN .....	153
<b>15.</b>	<b>MENSCHENBILDER UND ÖKONOMIE</b> .....	<b>155</b>
<b>16.</b>	<b>DAS MENSCHENBILD VON AMARTYA K. SEN</b> .....	<b>157</b>
16.1	DER MENSCH UND SEINE UMGEBUNG .....	157
16.2	DER MENSCH ALS WERTENDES, MORALISCHES UND ETHISCHES WESEN .....	157
16.3	DIE STRUKTUR DER HANDLUNGSLEITENDEN MOTIVE .....	158
<b>17.</b>	<b>DAS MENSCHENBILD VON HUGO E. PIPPING</b> .....	<b>160</b>
17.1	ENTSTEHUNGSZUSAMMENHANG DES MENSCHENBILDES ..	160
17.2	DIE ROLLE DER BEDÜRFNISSE .....	160
17.3	DIE ROLLE DES INDIVIDUUMS .....	161
17.4	BEWERTUNG .....	162
17.5	DIE ROLLE DER „SOZIALEN HIERARCHIE“ FÜR DIE GESELLSCHAFT .....	162
17.6	DIE BEZIEHUNG ZWISCHEN MENSCH UND WARE .....	163
<b>18.</b>	<b>ZUSAMMENFASSUNG</b> .....	<b>164</b>
<b>ANHANG I: BIOGRAPHIE VON AMARTYA KUMAR SEN</b> .....		<b>167</b>
<b>ANHANG II: BIOGRAPHIE VON HUGO EDVARD PIPPING</b> .....		<b>169</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....		<b>172</b>

## **Abbildungsverzeichnis**

ABBILDUNG 1: UTILITY, FUNCTIONINGS, CAPABILITIES AND THEIR SOURCES .....	86
ABBILDUNG 2: ÜBEREINSTIMMUNG VON INNEREN UND ÄUßEREN MERKMALEN .....	108
ABBILDUNG 3: PSYCHOLOGIE – SOZIOLOGIE – ÖKONOMIE .....	163

## **Tabellenverzeichnis**

TABELLE 1: BIP PRO KOPF FÜR AUSGEWÄHLTE LÄNDER .....	21
TABELLE 2: SOZIALER LEBENSSTANDARD BEI SEN (FORMALE DARSTELLUNG).....	74