

Inhaltsverzeichnis

Problemstellung	9
1. Wirtschaft und Gesellschaft im Umbruch	13
a) Merkmale der sozialökonomischen Umwelt	13
b) Antinomie-Kategorien der Gesellschaft	15
Antinomie der Freiheit	16
Antinomie der Macht	16
Antinomie des Reichtums	17
Antinomie der Konzentration	18
Antinomie des Wissens	19
Antinomie der Kommunikation	19
Antinomie der Organisation	20
c) Wirtschaftliche und gesellschaftliche Trends	21
Exponentielles Wachstum	21
Wegwerf-Wirtschaft	31
Veränderung der Bedürfnishierarchie	32
d) Modelle der nachindustriellen Gesellschaft und Dienstleistungen	39
Die nachindustrielle Gesellschaft von D. Bell	39
Die nachindustrielle technetronische Gesellschaft von Brzezinski	48
Die nachindustrielle Gesellschaft bei H. Kahn und A. Wiener ...	51
2. Klassifikation und Funktion der Dienstleistungen ..	57
a) Immaterielle Natur der Dienstleistungen	59
b) Nutzenstiftung (Nützlichkeit) der Dienstleistungen	63
c) Knappheit der Dienstleistungen	66
d) Übertragbare, abtretbare Dienstleistungen	68
e) Direkte und indirekte Dienstleistungen	68

3. Die Entwicklung des Dienstleistungssektors	75
a) Sektorale Teilung der Wirtschaftstätigkeit	75
Strukturierung der Wirtschaft durch zwei Sektoren	75
Strukturierung der Wirtschaft durch viele Sektoren	75
Strukturierung der Wirtschaft durch sektorale Dreiteilung	76
b) Wirtschaftlicher Umschichtungsprozeß	80
c) Wachsender Anteil der Dienstleistungen	86
4. Erscheinungsstruktur der Dienstleistungswirtschaft	99
a) Unentgeltliche versus bezahlte Dienstleistungen	99
b) Persönliche versus gewerblich verrichtete Dienstleistungen ..	101
c) Öffentliche tertiäre Dienstleistungen	104
Begriff und Entwicklung öffentlicher Dienstleistungen	104
Zur politischen Ökonomie des Tertiären	107
d) Iduzierte tertiäre Leistungen der Unternehmungen	112
Arten der betrieblichen Dienstleistungen	112
Hard- und Software	114
Leasing als Prinzip	116
<i>Arten der Vermietung</i>	117
<i>Leasing-Motive</i>	120
Serviceleistungen im Rahmen der Absatzpolitik	122
Marketing als tertiäre Leistung	124
<i>Marketing-Faktoren</i>	125
<i>Elemente des Marketing-Systems</i>	128
<i>Tertiäres Sozial- und Ökonomie-Marketing</i>	131
<i>Tertiäre Formen der Wirtschaftswerbung</i>	134
e) Konsumerismus als tertiäre Aktion und Reaktion	136
Konsumerismus-Bewegung	138
Kritik an der Produktpolitik durch den Konsumerismus	139
f) Verbund-Systeme und Dienstpakete	143
Marktsysteme	144
Funktion des Systemdenkens	144
Formen der Systembildung	147
<i>Franchising-Systeme</i>	148
<i>Freiwillige Ketten als Marktsysteme</i>	151
<i>Genossenschaften als Marktsysteme</i>	157
<i>Innere Differenzierung der Dienstleistungssysteme</i>	159

Unternehmensberatung als umfassende Dienstleistung	175
g) Information und Kommunikation	177
Arten und Wege der Informationssammlung	178
Informationsausweitung	181
h) Dienstleistungsverfall und Diseconomics	183
Qualitativer Dienstleistungsverfall	183
Diseconomics und Dienstleistungen	186
5. Tertiäres wirtschaftliches Faktorsystem	193
a) Tertiäre Leistungsfaktoren	193
b) Der neue Mensch	201
c) Tertiäre Marktwirtschaft	205
Entwicklungsstufen der Marktwirtschaft	206
Wirtschaftssysteme	210
<i>Ebenen des Systemdenkens</i>	<i>211</i>
<i>Marktsysteme und Wettbewerb</i>	<i>212</i>
6. Typologie der Dienstleistungsunternehmen	217
7. Merkmale der technisch-ökonomischen Struktur von Dienstleistungsunternehmen	227
a) Gegenstand der Dienstproduktion	227
b) Geringe Lagerfähigkeit	232
c) Arbeitsanfall und Kostensituation	232
d) Veränderte Tätigkeitsinhalte und berufliche Anforderungen ..	239
Veränderte betriebliche Beschäftigungsstruktur	239
Arbeits- und Berufsanforderungen	239
Arbeitskraft als quantitativer Engpaß	249
8. Tertiäre Unternehmungs- und Arbeitsgestaltung ...	255
a) Politische Dimensionen der Unternehmung	255
b) Gestaltungsaspekte in der „tertiären Unternehmung“	260
Privatwirtschaftliche Interessen versus gesellschaftliche Verant- wortung	260
Antinomie zwischen Sachgesetzlichkeit und sozialer Ordnung (humane Anspruchsebene)	263
Vom materiell-körperlichen zum tertiär-geistigen Arbeitsinhalt ..	267

9. Technischer Fortschritt und Produktivitätssteigerung	271
10. Preisentwicklung in der tertiären Wirtschaft	283
11. Probleme der Unternehmenskonzentration	287
12. Grenzen und Möglichkeiten des tertiären Wirtschaftswachstums	295
Problem	295
Wohlstand = materielles Wachstum?	295
Lineares versus strukturelles ökonomisches Wachstum	297
Strukturelles Unternehmungswachstum	299
Zukünftige Bedeutung der einzelnen Unternehmungsbereiche ..	301
Neue Phase im sozio-ökonomischen Denken	303
Neue Wertssysteme für Wirtschaft und Gesellschaft	304
<i>Freiheit und Verantwortung</i>	305
<i>Wirtschaft und Gesellschaft</i>	307
<i>Die kybernetische Rolle des Menschen</i>	309
Anhang	311
1. Perspektiven des Wirtschaftswachstums in der BRD bis zum Jahre 1985	311
2. Strukturwandel im Europa der Neun: Auf dem Wege zur Dienstleistungsgesellschaft	336
Sach- und Personenverzeichnis	341