

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort des Herausgebers	9
Einleitung	11

Erstes Kapitel

Begriff und Wesen der Konsumtion

I. Der Verbraucher	13
1. Wirtschaftstheoretischer Begriff	13
2. Empirisch-realistischer Begriff	14
II. Haushalt und Hauswirtschaft	15
1. Haushalt	15
2. Hauswirtschaft	15
III. Hauswirtschaftliche Bedürfnisse und hauswirtschaftlicher Bedarf . .	16
1. Hauswirtschaftliche Bedürfnisse	16
2. Hauswirtschaftlicher Bedarf	17
a) Bedarfsarten	17
b) Bedarfsfaktoren	19
IV. Die hauswirtschaftlichen Mittel	21
1. Finanzielle Mittel	21
a) Einkommen	21
b) Vermögen	22
c) Konsumkredit	22
2. Hauswirtschaftliche Energie	23
a) Hauswirtschaftliche Energie und Planung	23
b) Hauswirtschaftliche Energie und Eigenproduktion	23
c) Hauswirtschaftliche Energie und Marktentnahme	23
V. Die wirtschaftlichen Daten der Konsumtion (Zusammenfassung) . .	24

Zweites Kapitel

Marktstellung des Verbrauchers

I. Die Bedingungen des vollkommenen Wettbewerbes	27
II. Die realen Marktverhältnisse	28

1. Ökonomische Zielsetzung	28
2. Marktstruktur	30
3. Zugang zum Markt	35
4. Marktübersicht	36
5. Homogenität	43
III. Modell und Realität (Zusammenfassung)	49

Drittes Kapitel

M a r k t v e r h a l t e n d e s V e r b r a u c h e r s

I. Das rationale Verhalten	51
1. Mehrdeutigkeit des Begriffs	51
2. Formale Bedeutung	51
3. Normative Bedeutung	52
4. Psychologische Bedeutung	55
5. Sonstige Bedeutungen	56
6. Beurteilung des rationalen Verhaltens	57
II. Die Verhaltensweisen	57
1. Erfassung des Verbraucherverhaltens	57
2. Bestimmung der Verhaltensweisen	59
3. Verhaltensweisen des Verbrauchers	59
a) Das preisbewußte Verbraucherverhalten	59
b) Das preisorientierte Verbraucherverhalten	61
c) Das preisindifferente Verbraucherverhalten	64
4. Verbraucherverhalten und Preispolitik der Unternehmer	65
III. Der Verbraucher am Markt (Zusammenfassung)	68

Abschließende Betrachtung

V e r b r a u c h e r u n d M a r k t w i r t s c h a f t	71
<i>Literaturverzeichnis</i>	75
<i>Namensregister</i>	79
<i>Sachregister</i>	79