

Hermann Tengler
Martin Hennicke

**Dienstleistungsmärkte
in der Bundesrepublik
Deutschland**

VERLAG C. E. POESCHEL · STUTTGART

INHALTSVERZEICHNIS

Verzeichnis der Schaubilder im Text	VII
Verzeichnis der Übersichten im Text	VII
Verzeichnis der Tabellen im Text	VIII
Verzeichnis der Tabellen im Anhang	XI

GLIEDERUNG

A. Zur Theorie der „Dienstleistungsgesellschaft“	1
I. Drei-Sektoren-Hypothese und bisheriger Strukturverlauf	1
II. Determinanten der Dienstleistungsnachfrage	7
III. Produktionsbedingungen und Produktivitätsentwicklung des Dienstleistungsangebots	9
IV. Technischer Fortschritt und Dienstleistungsbeschäftigung	14
B. Zur empirischen Evidenz der „Dienstleistungsgesellschaft“	17
I. Statistische Grundlagen	17
II. Funktionale und institutionelle Beschäftigungsentwicklung	25
1. Zur Tertiärisierung des gesamtwirtschaftlichen Arbeits- kräfteeinsatzes	25
2. Zur Entwicklung der Dienstleistungen in Unternehmen des Produzierenden Gewerbes	31
3. Zum Zusammenhang zwischen der Entwicklung tertiärer Funktionen, Tätigkeitsmerkmalen und beruflichem Qualifikationsniveau	40
III. Dienstleistungsproduktion, Produktivitätsfortschritt und Entwicklung des Unternehmensbestands	46
IV. Unterschiede zwischen unternehmens-, haushalts- und staatsbezogenen Dienstleistungen	55
C. Zur Analyse ausgewählter Dienstleistungsmärkte	62
I. Markt für Finanz- und Vermögensdienstleistungen	63
1. Marktabgrenzung	63
2. Bisherige Marktentwicklung	65
3. Rationalisierung, Automation und zukünftige Markt- entwicklung	70
II. Markt für Beratungsleistungen	75
1. Angebot an Beratungsleistungen	75

2. Produktionsbedingungen und Kostenstruktur der Beratungsleistungen	82
3. Determinanten der Nachfrage nach Beratungsleistungen ..	86
III. Markt für Verkehrsleistungen und Nachrichtenübermittlung ..	89
1. Marktabgrenzung und marktliche Besonderheiten	89
2. Sektorale und gesamte Entwicklung	92
a. Personenbeförderung	92
b. Güterbeförderung	97
c. Nachrichtenübermittlung	102
d. Gesamtentwicklung	104
IV. Aus- und Weiterbildungsmarkt	108
1. Organisation des Bildungswesens und institutionelle Marktbesonderheiten	108
2. Entwicklung des Weiterbildungsmarktes	112
V. Freizeitmarkt	120
1. Nachfragedeterminanten	120
2. Angebotsdeterminanten	122
3. Entwicklung der Freizeit-Dienstleistungen	125
VI. Markt für Gesundheitsleistungen	136
1. Marktliche Besonderheiten	136
2. Entwicklung des Gesundheitswesens	140
3. Entwicklung der Rahmenbedingungen	147
VII. Zur zukünftigen Entwicklung der Dienstleistungsmärkte	150
D. Zusammenfassung	155
Summary	169
Anhang	171
Literaturverzeichnis	181