

Peter Grasmann

**Anspruchsniveaus
im Verbraucherverhalten**

Eine mikroökonomische Untersuchung

INHALTSVERZEICHNIS :

	Seite
EINLEITUNG	4
KAPITEL 1 : GRUNDLAGEN	6
1. Zum Begriff des Anspruchsniveaus	6
2. Anspruchsniveaus in der mikroökonomischen Theorie	10
3. Zur Methodik und zum Aufbau der Arbeit	14
KAPITEL 2 : GÜTERMENGEN ALS ANSPRUCHSNIVEAUS	19
1. Worauf richtet sich ein Anspruchsniveau ?	20
2. Mindeststandards als Anspruchsniveaus	22
3. Mindeststandards in der Präferenzordnung	30
4. Feste Mengen als Anspruchsniveaus	38
5. Anspruchsniveaus als feste Größen und Separabilität	41
6. Das "linear expenditure system" (LES)	43
7. Ein methodisches Problem	46
7.1. Beliebigkeit in der Modellspezifikation	47
7.2. Ein mögliches Vorgehen	50
7.3. Ein Modell ohne Entscheidungstheorie	51
KAPITEL 3 : BEFRIEDIGENDE UND RELATIV BEFRIEDIGENDE KONSUMPLÄNE	54
1. Ein befriedigendes Nutzenniveau	55
1.1. Problemstellung	55
1.2. Konsequenz für das Marktverhalten	57
2. Relativ befriedigende Konsumpläne	61
2.1. Das Modell	62
2.2. Marktverhalten	65
2.3. Homothetische Präferenzen	69

KAPITEL 4 : ANSPRUCHSNIVEAUS UND ALLGEMEINES	71
GLEICHGEWICHT	
1. Erstausstattungen	72
2. Eigenschaften der Nachfragekorrespondenzen	73
3. Bedingungen für die Existenz eines Gleichgewichts	75
4. Anspruchsniveaus und Gleichgewicht	77
5. Eindeutigkeit eines Gleichgewichts	79
KAPITEL 5 : ANSPRUCHSNIVEAUS UND UNSICHERHEIT	80
1. Arrow-Debreu-Welt	81
2. Modifikation des Grundmodells durch Anspruchsniveaus	83
3. "Target returns" in unvollständigen Präferenzenordnungen	86
4. Die Friedman-Savage-Nutzenfunktion	90
5. Die Höhe des Anspruchsniveaus	93
6. "Satisficing" und Nutzentheorie	96
7. Ein empirischer Befund	98
8. Erfolgsorientierung der Konsumenten	104
8.1. Der "klassische" Anspruchsniveaubegriff	105
8.2. Anspruchsniveaus in der Sozialpsychologie und Nutzentheorie	110
8.3. Konvexitätsprobleme	115
KAPITEL 6 : BESTIMMUNGSGRÜNDE FÜR ANSPRUCHSNIVEAUS	116
1. Informationsverarbeitungsprobleme	118
1.1. Kapazitätsgrenze der Informationsverarbeitung	118
1.2. Heuristische Entscheidungsregeln	121
2. Sozialbestimmtheit des Konsums	129
2.1. Das Bezugsgruppenkonzept	130
2.2. Relative Bedeutung von komparativen und normativen Bezugsgruppen	133
2.3. Nachfrageverhalten des sozialbestimmten Konsumenten	137
3. Zusammenhang der beiden Begründungsansätze	146

KAPITEL 7 : VERÄNDERUNG VON ANSPRUCHSNIVEAUS	148
1. Lerntheoretische Grundlagen	150
2. Lernen aus der Vergangenheit	153
2.1. Anspruchsniveaus als Festgröße	154
2.2. Anspruchsniveaus als Mindestniveaus	160
2.2.1. Nicht-kurzfristige Optimierung	162
2.2.2. Anspruchsniveaus und Neumann-Morgenstern-Nutzenfunktion	166
2.2.3. Veränderungen der Anspruchsniveaus im LES	170
2.2.3.1. Verstärkung durch vergangenen Erfolg (Gewohnheitsbildung)	173
2.2.3.2. Partielle Anpassung an das Anspruchsniveau	177
2.2.3.3. Verknüpfung der beiden Ansätze	181
2.3. Güterkombinationen und "Satisficing"	183
KAPITEL 8 : SOZIALBESTIMMTE ANSPRUCHSNIVEAUS UND DEREN VERÄNDERUNG	186
1. Allgemeiner Zusammenhang	187
2. Zwei Beispiele einer Spezifikation	188
3. Verknüpfung der diskutierten Hypothesen zur Bedeutung und Bildung von Anspruchsniveaus	191
KAPITEL 9 : DIE EMPIRISCHE ÜBERPRÜFUNG DER THEORIE	206
ABSCHLIESSENDE BEMERKUNGEN	213
Quellenverzeichnis	215
Verzeichnis häufig im Text verwendeter Symbole	223
Stichwortverzeichnis	225