

LUXUS

Eine wirtschaftstheoretische Analyse

Von

Dr. Günther Pöll



DUNCKER & HUMBLOT / BERLIN

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	9
1.1.	Ein wirtschaftshistorischer Überblick	9
1.2.	Zur Wertproblematik des Luxusbegriffes	12
1.3.	Bemerkungen zum Inhalt	13
2.	Individualistischer Luxus	16
2.1.	Zur Theorie und Psychologie des rational konsumierenden Individualisten	16
2.2.	Der Luxusbegriff in der traditionellen Nachfragetheorie (gewöhnlicher Luxus)	22
2.3.	Einige Arten von gewöhnlichem Luxus (Luxus in speziellen Nachfragemodellen)	40
2.3.1.	Zum Problem der Modellauswahl	40
2.3.2.	Basisluxus	44
2.3.3.	Zielluxus	50
2.4.	Progressiver Einkommensluxus (Ein Beispiel für ein Nachfragemodell ohne explizite verhaltenstheoretische Grundlage)	58
3.	Sozialer Luxus	63
3.1.	Der außengeleitete Konsument	63
3.2.	Der Mitläufereffekt	70
3.3.	Statusgüter	80

4.	Über Kompensationsluxus	91
4.1.	Psychologische Grundlagen	91
4.2.	Die Nachfrage nach einem Kompensationsgut	93
4.3.	Die nutzentheoretische Basis	99
5.	Die Marktnachfrage nach Luxus	108
5.1.	Konsistente Aggregation	108
5.2.	Einkommensverteilung und Luxusgutnachfrage	113
5.3.	Zum konzentrationstheoretischen Aspekt von Luxus (Seltenheit)	121
6.	Gesellschaftstheoretische Luxusbegriffe	128
6.1.	Einleitung	128
6.1.1.	Die klassische gesellschaftstheoretische Position	128
6.1.2.	Der Luxusbegriff der Klassiker (Unproduktiver Konsum)	129
6.2.	Die moderne Fassung des klassischen Luxusbegriffes	131
6.3.	Andere Arten von gesellschaftlichem Luxus	138
6.3.1.	Funktionale Differenzierung und gesellschaftliche Institutionen	138
6.3.2.	Zur Allokation der politischen Rente: Das Beispiel Rüstung	139
6.3.3.	Über die Ineffizienz bürokratischer Organisationen	142
7.	Abschließende Bemerkungen und Zusammenfassung	146
8.	Literaturhinweise	149