

LUXUS

Eine wirtschaftstheoretische Analyse

Von

Dr. Günther Pöll



DUNKER & HUMBLDT / 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 Mitläufer-Effekt	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 nutzen-theoretische 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