

## Inhaltsverzeichnis

A. Technisch-ökonomische Paradigmata der Fortentwicklung von Gütern und Dienstleistungen: Innovationsmuster auf der Angebotsseite nichtstationärer sozialökonomischer Systeme.....	13
I. Überblick über das weitere Vorgehen und Vorbemerkungen zur Methode.....	14
II. Angebotsseitige Neuerungs- und Innovationsprozesse im Güterraum nichtstationärer sozialökonomischer Systeme: Muster des Innovationsprozesses .....	17
1. Radikale versus inkrementelle Innovation .....	17
2. Systemische versus autonome Innovation.....	19
III. Technisch-ökonomische Paradigmata und Trajektorien.....	19
IV. Übergänge zwischen und Modifikationen von Innovationsmustern: Die Wettbewerbsperspektive .....	20
V. Von der Angebotsseite zur Nachfrageseite der technisch-ökonomischen Trajektorie.....	23
VI. Innovationsbezogene Quasirenten und die Rolle der Nachfragestruktur auf Konsumgütermärkten .....	24
B. Der einzelne Konsument im Zentrum der Nachfrageanalyse: Wahlhandlungsantrieb und die logische Form der Wahlhandlung .....	26
I. Bedürfnis und zweckgerichtetes Handeln: Ausgangspunkt und Grundtatsachen des Konsumentenverhaltens .....	28
1. Das Bedürfnis als vorökonomische Handlungsmotivation .....	28
2. Von der vorökonomischen Handlungsmotivation zum zweckgerichteten Handeln .....	30
3. Zeitrichtung und personale Interdependenz: Konstitutive Elemente zweckgerichteten Handelns .....	31
4. Interdependenz und Zeitbedingtheit der Wohlfahrtsposition des Konsumenten .....	32
II. Die logische Form zweckgerichteten Handelns .....	33
1. Die Rationalität des Handelns als Verhaltensklärung .....	33
a) Voraussetzungen des Wahlhandelns.....	36
aa) Alternativen und Präferenzen .....	36
bb) Die Wahlhandlungsrelevanz der Knappheit .....	37
(1) Rationalität, Optimierung und Logik des Wahlhandelns unter dem Gesichtspunkt der Knappheit.....	38
(2) Knappheit und die Gutseigenschaften von Mitteln .....	40

cc)	Präferenzen und Logik des Wahlhandelns .....	41
dd)	Der logische Aufbau der Wahlhandlung als Voraussetzung der interpretierenden Analyse des Konsumentenverhaltens .....	43
ee)	Grundlagen der logischen Klassifikation von Wahlhand- lungen.....	45
b)	Logische und empirische Handlungsmuster .....	46
c)	Die grundsätzliche Verstandesautonomie der Wahlhandlung .....	47
d)	Zum normativen Verhältnis zwischen Wahlhandlungslogik und dem Inhalt des Wahlhandelns .....	49
2.	Das individuelle Gleichgewicht als Leitgröße des Wahlhandelns von Konsumenten .....	51
a)	Gleichgewichtsstreben und personale Interdependenz .....	52
b)	Individualgleichgewicht und Wirtschaftsperiode .....	53
c)	Gleichgewichtsrichtung des Wahlhandelns und prozessuale Nichtindifferenz des Individuums.....	54
3.	Kurzer Zwischenhalt.....	55
C.	Die Wahlhandlung des Konsumenten im sozialökonomischen Prozeß: Mög- lichkeiten und Bedingungen.....	58
I.	Ein Überblick.....	58
1.	Die Umwelt und der Entwurf der Wahlhandlung .....	58
a)	Die Wahl zwischen Wahlhandlungsentwürfen .....	59
b)	Wahlhandlungsentwurf und Erfolgskontrolle.....	60
c)	Wahlhandlungsentwurf und Wirtschaftsperiode.....	60
2.	Logik, Empirie und Wahrscheinlichkeit .....	61
II.	Die Generik der Konsumwahl.....	64
1.	Transformations- und Substitutionsbeziehungen zwischen Mitteln und Zwecken.....	65
2.	Die gesellschaftliche Bedingtheit individueller Zwecke: Formierung von Präferenzen .....	66
3.	Die innere Ordnung der Wahlhandlung: Sukzession der Mittel- spezifik.....	70
a)	Die Zeit als unspezifisches intermediäres Grundmittel der Wahl- handlung.....	72
b)	Psychische Energie .....	73
c)	Monetäres Einkommen.....	74
III.	Das Wissen des Konsumenten .....	76
1.	Bezugsfelder des Lernens .....	76
2.	Zur Methode der Erklärung individuellen Handelns des Konsumen- ten in der Gesellschaft.....	77

3. Fähigkeitenpotentiale des Konsumenten.....	77
4. Spezialisierung des Wahlhandelns und Lernen unter Ungewißheit .....	79
5. Der investive Charakter des Lernens .....	79
6. Die Technik der Wahlhandlung .....	80
a) Wahlhandlungstechnik als deklaratives Wissen .....	82
b) Pfade des Lernens.....	84
c) Veränderung und Konsistenz des Wissens .....	85
7. Grundelemente der Wahlhandlungstechnik: Apriorisches Wissen über die Logik der Wahlhandlungen.....	86
a) Die Phylogenese des zweckgerichteten Wahlhandelns: Evolution als Lernprozeß .....	87
b) Physis und Verstand: Das ontogenetische a priori zweckgerich- teten Handelns .....	89
c) Die einheitliche Logik von Wahrnehmung und Handeln.....	89
d) Synthetisches a priori, Verhaltensanpassung und Individual- gleichgewicht.....	91
e) Freiheitsgrade des zweckgerichteten Handelns: Die Isomorphie der Kategorie des Handelns zur Umwelt des Menschen.....	92
f) Von der Kausalität der Lebenswelt zur Teleologie individuellen Handelns .....	94
g) Teleologie und interpersonelles Verstehen von Wahlhandlungen.....	97
h) Wahlhandlungslogik als quasiformales Wissen.....	99
i) Formen der logischen Deduktion.....	100
IV. Die sozialökonomischen Umsetzungsbedingungen der Logik der Wahl- handlungen.....	103
1. Die Einbindung des Konsumenten in den Ablauf der Realzeit .....	104
2. Wahlhandlungsentwurf und Erwartung .....	106
3. Das Preissystem als sozialökonomische Bedingung des Wahlhan- delns.....	108
a) Die organisierte Komplexität des Marktes.....	108
b) Preissystem und Information .....	109
c) Das Preissystem und Findigkeit des Konsumenten.....	111
d) Einschränkungen preislicher Koordination .....	113
4. Die Ungewißheit der Möglichkeiten und Bedingungen von Wahl- handlungen des Konsumenten .....	116
a) Irrtum und die Ungewißheit der Wahlhandlungsergebnisse .....	118
b) Individuelles Gleichgewicht, Irrtum und Marktprozeß.....	119

c)	Lernen im Marktprozeß: Die Korrektur von Feldern.....	121
d)	Erfolgskontrolle des Wahlhandelns im sozialökonomischen Pro- zeß .....	122
e)	Ein Einschub: Der Doppelaspekt der Ungewißheit – Begrenzung und logische Voraussetzung der Wahlhandlung.....	123
f)	Der Umgang des Konsumenten mit der Ungewißheit des Wahl- handelns: Kompetenz und Entscheidungserfordernis.....	124
g)	Ungewißheit mittleren Grades .....	125
5.	Die kollektive Bewältigung von Ungewißheit durch Institutionen: Zur Bedeutung gesellschaftlicher Verhaltensregeln für das Wahl- handeln von Konsumenten.....	126
a)	Die allgemeine Orientierungsfunktion von Institutionen.....	127
b)	Institutionen und Lernprozesse.....	130
c)	Zwei konzeptionelle Gesichtspunkte .....	134
aa)	Institutionen und der Verlauf der Realzeit .....	134
bb)	Die Institution im Verhältnis zur Wahlhandlungstheorie .....	134
d)	Die Institution als Begrenzung individueller Handlungsspiel- räume .....	136
e)	Von der Institution als Begrenzung zur Institution als Leitgröße des Wahlhandelns .....	137
aa)	Orientierung, Koordination und Typisierung .....	138
bb)	Idealtypen und Rollen .....	141
cc)	Gesellschaftliche Rolle und gesellschaftliche Position.....	144
dd)	Binnenkonventionen gesellschaftlicher Gruppen .....	146
ee)	Rolle, Position und Situationsbedingtheit der Wahlhand- lung .....	146
ff)	Rollenkonformität und die Symbolfunktion spezifischer Konsumgüter .....	147
gg)	Lebensstil und Lebensstandard: Gesellschaftliche Grup- pennormen als Referenzpunkte der Wahlhandlung des einzelnen Konsumenten .....	150
hh)	Vom Lebensstandard zum Konsumenten .....	152
ii)	Der Konsumstandard als Erfolgskriterium – Divergenz und Konvergenz von Wahlhandlungen .....	153
V.	Vom logischen Wahlhandlungsprinzip zum realweltlichen Wahlhandeln des Konsumenten .....	156
1.	Handlungslogische Entwurfsprinzipien im Prozeß des Handelns .....	156
a)	Das Opportunitätskostenkalkül des Wahlhandelns.....	158

aa)	Informationskosten bei Ungewißheit.....	160
bb)	Institutionelle Sanktionen und das Opportunitätskostenkalkül.....	167
cc)	Das Opportunitätskostenkalkül der gesellschaftlichen Mobilität des Konsumenten.....	169
dd)	Datenänderungen: Gesellschaftlicher Auf- und Abstieg des einzelnen Konsumenten unter Gesichtspunkten der Opportunitätskosten.....	171
ee)	Das Opportunitätskostenkalkül der Informationsbewertung und der Präferenzformierung.....	173
ff)	Das Opportunitätskostenkalkül der Veränderungen der sozialökonomischen Position eines Konsumenten.....	174
gg)	Das Opportunitätskostenkalkül des Wandels von Konsumstandards.....	177
b)	Die Rangordnung der Präferenzen.....	182
c)	Die Rangordnung der Präferenzen in temporaler Sicht: Das Grenznutzenprinzip .....	184
2.	Handlungslogische Prinzipien und empirische Daten.....	189
a)	Konzeptioneller Ausgangspunkt.....	189
b)	Das Prinzip der „reflektierenden Abstraktion“ .....	190
c)	Die Erfolgskontrolle des Wahlhandelns als kognitive Rückkopplung .....	192
d)	Handlungslogische und empirische Regeln des Wahlhandelns .....	193
e)	Wahlhandlungsrelevante Operationsweisen des Gehirns.....	194
f)	Gedächtnisbasierte Regelformierung durch „reflektierende Abstraktion“ .....	199
g)	Diachronische und synchronische Regeln des Handelns .....	201
h)	Wahlhandlungen und Gewohnheiten als konzeptionelle Einheit.....	201
aa)	Formen der Vergangenheitsorientierung .....	205
bb)	Die Formung stereotyper Handlungssequenzen .....	206
cc)	Stereotype Handlungssequenzen und Institutionen .....	207
dd)	Die Tiefe der Reflexion von Wahlhandlungen.....	209
ee)	Regelhandeln und reflektiertes Rasonnement der Wahlhandlung.....	211
ff)	Konkurrenz und Komplementarität von kognitiven Regeln.....	216
i)	Paradigmata der Wahlhandlung und das Prinzip der erfahrungsbegrenzten Kreativität des Wahlhandelns.....	216
aa)	Anpassung an Datenänderungen bei erfahrungsbegrenzter Kreativität.....	218
bb)	Adaption und Effizienz des Regelhandelns.....	220

j)	Kognitive Aspekte der Erwartungsbildung.....	222
aa)	Kognitiv-handlungslogische Wahrscheinlichkeiten .....	223
bb)	Hypothetisch-deduktive kognitive Projektion .....	224
3.	Vom Wahlhandlungsentwurf zum Konsumplan: Die längerfristige individuelle Koordination von Wahlhandlungen.....	229
a)	Die Planleitung des Wahlhandelns .....	230
b)	Konsumplan, Handlungsentwurf und Mittelallokation.....	231
c)	Determinierung und Offenheit von individuellen Konsumplänen .....	233
d)	Konsumplan und Umweltadaption .....	234
e)	Konsumpläne im Verlauf der Realzeit.....	235
aa)	Die Pfadabhängigkeit der Konsumplanentwicklung .....	235
bb)	Zeitpräferenz der Mittelbindung und die temporale Spaltung von Präferenzen.....	237
cc)	Eigenkontrolle des Konsumenten: Die Dominanz sekundärer Präferenzen.....	239
dd)	Techniken der Eigenkontrolle .....	240
ee)	Eigenkontrolle unter Opportunitätskostenaspekten.....	243
ff)	Die Ausführungsperspektive von Konsumplänen: Budgetierung als „geistige Buchhaltung“ des Konsumenten.....	244
gg)	Planungsrealismus als Komplement zur Selbstbindung .....	247
hh)	die Umkehr der Regelbindung: Rationale Spontaneität im Handeln des Konsumenten .....	248
4.	Der Konsumplan als Definition eines ipsativen Möglichkeitsraumes von Wahlhandlungen.....	250
D.	Zusammenfassung und Ausblick .....	253
I.	Einige zusammenfassende Schlußfolgerungen.....	253
II.	Ausblick auf eine integrative Marktprozeßtheorie .....	256
1.	Der evolutionäre Zusammenhang zwischen den ökonomischen Lernprozessen der Anbieter und der Nachfrager .....	258
2.	Die Koordination der Anbieter und Nachfrager von Konsumgütern im Marktphasenzusammenhang .....	259
a)	Schnittstellenkonfigurationen von Angebot und Nachfrage im Marktprozeß .....	260
b)	Wirtschaftsstrukturelle Gesichtspunkte einer integrativen Prozeßperspektive .....	261
3.	Schluß .....	265
	Literaturverzeichnis .....	266
	Sachwortregister .....	293