

	Seite
I. <u>Einleitung</u>	1
1. Themaabgrenzung und Zielsetzung	1
2. Einführung in die Problemstellung	4
II. <u>Die Bestimmungsfaktoren des Konsumverhaltens der privaten Haushalte</u>	17
1. Die klassischen makroökonomischen Nachfragemodelle im Überblick	17
1.1. Die Theorie von J.M.KEYNES - Die absolute Einkommenshypothese -	18
1.2. Die relative Einkommenshypothese von J.S.DUESENBERY	22
1.3. M.FRIEDMANs permanente Einkommens- hypothese	24
2. Der Zusammenhang zwischen dem Einkommen und der privaten Nachfrage auf der Makro- ebene - Eine empirische Analyse -	28
2.1. Der Verlauf der jährlichen Verän- derungsraten	29
2.2. Die Abweichungen vom Trend	33
2.3. Der Verlauf der Verbrauchsquote	53
2.4. Zusammenfassung	55
III. <u>Die Einkommens- und Beschäftigungserwar- tungen der Wirtschaftsteilnehmer als Deter- minanten ihres Nachfrage- und Sparverhaltens</u>	58
1. Analyse der Voraussetzungen	58
1.1. Zum Einkommensbegriff	58
1.2. Die Güterstruktur	67
1.2.1. Die nichtlebensnotwendigen Konsum- güter	69

	Seite
1.2.2. Die langlebigen Gebrauchsgüter	73
2. Zukunftsperspektiven im Rahmen des ökonomischen Handelns	76
2.1. Der Kaufzeitpunkt	77
2.2. Das finanzielle Risiko	82
2.3. Der Sicherheitsaspekt	89
2.4. Der Einfluß der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung	91
3. Die Geldvermögensbildung der privaten Haushalte	94
3.1. Theoretische Grundlagen	94
3.2. Die Sparquote und die Struktur der Geldvermögensbildung - Eine empirische Analyse des Zeitraums zwischen 1970-1984 -	99
3.3. Schlußfolgerungen	114
3.4. Exkurs	118
 IV. <u>Die Behavioral Economics als die Theorie zur Verbraucherbefragung</u>	 125
1. Darstellung der theoretischen Annahmen	125
2. Der Prozeß der Erwartungsbildung	131
2.1. Erwartungen aus Vergangenheits- erfahrungen	132
2.2. Der rationale Erwartungsbildungs- prozeß	136
2.3. Die sozialpsychologische Erwartungs- Theorie	140
2.3.1. Die Labilität der psychologischen Variablen	143
2.3.2. Objektive und subjektive Unsi- cherheit	146

	Seite
4. Die Verhaltensrelevanz der Antizipationsvariablen	157
4.1. Der Zusammenhang zwischen Einstellungsvariablen und Konsum- und Sparentscheidungen auf der Mikroebene	157
4.2. Die Relation "Einstellung-Verhalten"	160
4.3. Einige abschließende Bemerkungen	164
 V. <u>Der Konsumklima-Index</u>	 168
1. Aussage und Zielsetzung der Erhebung	168
2. Durchführung des Erhebungsverfahrens und die Auswahl der Fragen	170
3. Die Indexkonstruktion	172
3.1. Die Gewichtung der einzelnen Antwortmöglichkeiten	174
3.2. Die Adjustierung zur Basis "100"	175
3.3. Sozioökonomische Gruppen und ihre spezifischen Eigenheiten	176
3.4. Die Verwendung von Ordinal- beziehungsweise Tendenzwerten	177
4. Die empirischen Testreihen der Konsumentenbefragung	180
4.1. Die persönliche finanzielle Situation und die allgemeine Wirtschaftslage	180
4.2. Die Testreihen "Anschaffungspläne" und die Testreihen "Preisentwicklung"	191
5. Der Erklärungswert der Antizipationsvariablen	196
5.1. Eine Zusammenfassung der vorhandenen Regressionsschätzungen	198
5.1.1. Die "besten" Spezifikationen	198
5.1.2. Die Korrelation des Klima-Index mit Niveaudaten und Wachstumsraten	213

#### IV

6. Der Index des Verbrauchervertrauens als Instrument der Prognose	214
6.1. Die Stabilität des Einflusses	215
6.2. Der zeitliche Vorlauf der Klima-Variable	228
7. Zusammenfassung	230
Literaturverzeichnis	236