

# Inhaltsverzeichnis

1. Ziel und Methode	1
2. Das menschliche Verhalten als Basismodell	16
2.1. Die menschlichen Bedürfnisse	16
2.1.1. Die Bedürfnisbasen (= konstitutive Bedürfnisinhalte)	17
2.1.2. Angeborene (= unbedingte) Bedürfnismechanismen	20
2.1.3. Gelernte (= bedingte) Bedürfnismechanismen	30
2.1.4. Gefühle	39
2.1.5. Zusammenfassende Darstellung des Modells menschlicher Bedürfnisse und ihrer Befriedigung	62
2.2. Das Entscheidungsmodell	77
2.3. Vergleich mit anderen Verhaltenstheorien als Basismodellen von Wirtschaftstheorien	94
2.3.1. Gegenstand und Methode des Vergleichs	94
2.3.2. Ein Vergleich zu offenen Verhaltensmodellen	96
2.3.2.1. Lerntheorien	97
2.3.2.2. Kognitivistische Theorien	98
2.3.2.3. Theorien zur generellen Erklärung bestimmter Verhaltensweisen	105
2.3.3. Der Nutzenbegriff	126

3. Angebot und Nachfrage als Verhaltensentscheidung von Tauschpartnern	149
3.1. Angebot und Nachfrage von Einzelpersonen unter komparativ-statistischen Bedingungen	149
3.2. Angebot und Nachfrage von Einzelpersonen unter dynamischen Bedingungen	156
3.3. Der Begriff des Gleichgewichts von Angebot und Nachfrage	176
3.4. Die Besonderheiten eines Wirtschaftsunternehmens als Tauschpartner im Vergleich zu wirtschaftlich selbständigen Einzelpersonen	194
3.4.1. Das Problem der Entscheidungskompetenz in Wirtschaftsunternehmen	194
3.4.2. Zum Stand der Unternehmenszielforschung	201
3.4.3. Die generelle Zielstruktur von Unternehmensmitgliedern	213
4. Die Tauschwertbildung beim Handel zwischen nur zwei Marktteilnehmern	219
4.1. Die generellen Tauschbedingungen	219
4.2. Das Tauschgleichgewicht bei Variabilität nur eines einzigen Leistungselementes	231
4.2.1. Die Ausgangssituation	231
4.2.2. Einschränkung des Unbestimmtheitsbereichs aufgrund der "Bedingung a"	250
4.2.3. Einschränkung des Unbestimmtheitsbereichs aufgrund der "Bedingung b"	255
4.2.4. Einschränkung des Unbestimmtheitsbereichs aufgrund der "Bedingung c"	255
4.2.5. Lage und Umfang des Unbestimmtheitsbereichs in Abhängigkeit von "Bedingung a und c"	263

4.3. Das Tauschgleichgewicht bei Variabilität mehrerer Leistungselemente	268
4.3.1. Die Ausgangssituation	268
4.3.2. Einschränkung des Unbestimmtheitsbereichs aufgrund der "Bedingungen a-c"	272
4.4. Die Preisbildung im Handel zwischen zwei Marktteilnehmern unter der Annahme bestimmter Verhaltenskonventionen	283
5. Die Preis- und Gleichgewichtsbildung an Partialmärkten mit mehreren Marktteilnehmern	296
5.1. Das Prinzip der Preisbildung an freien Märkten	297
5.2. Sonderfälle der Preisbildung an freien Märkten	334
5.2.1. Gleichgewichtsbildung bei Übernachfrage	335
5.2.2. Gleichgewichtsbildung bei Überangebot	338
5.2.3. Gleichgewichtsbildung bei Marktausweitung	342
5.2.4. Gleichgewichtsbildung bei Marktverdrängung	345
Exkurs zu Kapitel 5.2.3. und 5.2.4.: Die Ableitung der individuellen konjunkturalen Preis-Absatzfunktion eines Anbieters	349
5.2.5. Gleichgewichtsbildung bei alternativen Güterleistungen einzelner Anbieter	379
5.2.6. Die Ableitung individueller und gesamter Preis-Angebotsfunktionen und Preis-Nachfragefunktionen und des hierbei bestehenden Marktgleichgewichts	383
5.2.6.1. Angebots- und Nachfragefunktionen in der herkömmlichen Preistheorie	383

5.2.6.2. Angebots- und Nachfragefunktionen nach dem verhaltensbiologischen Entscheidungsmodell	392
5.2.7. Die Bedeutung der Angebots- und Nachfragekonzentration für die Gleichgewichtsbildung	404
5.3. Relative Bedürfnisbefriedigung an Partialmärkten mit freier Preisbildung und staatlicher Preissetzung	417
6. Die Preisbildung an Totalmärkten mit mehreren Marktteilnehmern	429
6.1. Die Preis- und Gleichgewichtsbildung an freien Totalmärkten	429
6.2. Relative Bedürfnisbefriedigung an Totalmärkten mit freier Preisbildung und staatlicher Preissetzung	450
7. Schlußbetrachtung	460
Literaturverzeichnis	470
Sachverzeichnis	481