

---

# Inhalt

<b>Abbildungen und Tabellen</b> . . . . .	9
<b>Vorwort</b> . . . . .	11
<b>Danksagung</b> . . . . .	15
<b>1 Einleitung</b> . . . . .	17
Märkte, nicht Markt . . . . .	17
Aufzugreifende Fragen . . . . .	18
Der Markt: eine Definition . . . . .	19
Elemente der Marktdefinition . . . . .	20
Handel und Märkte . . . . .	22
Vorbedingungen der Marktordnung . . . . .	23
Überblick und Gliederung des Buches . . . . .	24
<b>2 Koordination in der Wirtschaft</b> . . . . .	27
Die Wirtschaft . . . . .	28
Das ökonomische Grundproblem . . . . .	30
Koordinationsformen . . . . .	33
Netzwerk . . . . .	33
Hierarchie . . . . .	38
Kombination von Koordinationsformen . . . . .	39
In Märkte eingebettete Märkte . . . . .	44
Legitimität und ökonomische Brauchbarkeit von Koordinationsformen . . . . .	45
Der Markt als ›Benchmark‹ für Effizienz . . . . .	46
Zusammenfassung . . . . .	48

<b>3</b>	<b>Märkte im gesellschaftlichen Lebenszusammenhang</b>	51
	Marktdeutungen in der Geschichte	52
	Schaffung von Märkten in der Geschichte	52
	Gabe und Tausch	54
	Organisation und Standardisierung	62
	Ausdifferenzierung der Lebenssphären	63
	Kapitalismus	64
	Vermarktlichung	65
	Die sozialen Folgen der Vermarktlichung und der Kapitalismus	67
	Vermarktlichung und funktionale Differenzierung	69
	Marktideologie	72
	Ökonomisches und soziologisches Menschenbild	74
	Die Rolle des Menschen in der ökonomischen Theorie	74
	Kritik am homo oeconomicus	77
	Soziologische Theorien des Menschen	78
	Das Konzept Identität als Alternative	79
	Zusammenfassung	83
<b>4</b>	<b>Formen von Märkten</b>	85
	Marktelemente	86
	Soziale Struktur	86
	Interesse, Rolle und Marktform	90
	Die zentralen Ordnungsprinzipien	91
	1. Was auf dem Markt gehandelt wird	94
	2. Wie auf dem Markt agiert wird	95
	3. Wie der wirtschaftliche Wert des Gutes bestimmt wird	97
	Marktgrenzen	100
	Die Organisation von Marktgrenzen	104
	Märkte und Marktplatz	105
	Der Basar	106
	Zusammenfassung	109
<b>5</b>	<b>Ordnung durch Standardgüter</b>	111
	Ordnung durch Standards	111
	Märkte mit oder ohne Rollenwechsel	115
	Arbeitsmärkte	116
	Der Zusammenhang zwischen Märkten mit Rollenwechsel und Standardmärkten	117
	Neoklassische Markttheorien	118
	Die Börse	119
	Märkte in Märkten	120

Differenzierung und fixierte Rollen – Monopolistische Konkurrenz . . . .	122
Raus aus dem Markt – Monopol – Zurück auf den Markt . . . . .	124
Zusammenfassung . . . . .	125
<b>6 Ordnung durch Status . . . . .</b>	<b>127</b>
Differenzierung von Gütern und Identitäten . . . . .	128
Soziologische Untersuchungen von Produktionsmärkten . . . . .	132
Ökonomisches Denken . . . . .	132
Die Rolle von Status und Identität auf Märkten . . . . .	133
Statusmärkte . . . . .	136
Das Ranking von Statusordnungen . . . . .	137
Zusammenfassung . . . . .	139
<b>7 Schaffung und Kontrolle von Märkten . . . . .</b>	<b>141</b>
Marktschaffung als Gegenstand der Forschung . . . . .	142
Wechselseitige Anpassung und soziale Ordnung . . . . .	142
Wechselseitige Anpassung: Soziologische Schulen . . . . .	144
Wechselseitige Anpassung führt zu Märkten . . . . .	145
Organisierte Marktschaffung . . . . .	149
Staatlich gesteuerte Marktschaffung . . . . .	150
Selbstgesteuerte Marktschaffung . . . . .	151
Märkte als Produkte von Theorien ( <i>performing markets</i> ) . . . . .	153
Marktschaffung und Kontrolle der Marktformen . . . . .	154
Marktwandel . . . . .	156
Zusammenfassung . . . . .	156
<b>8 Schlussfolgerungen und künftige Forschung . . . . .</b>	<b>159</b>
Alltagsinteraktion und Märkte . . . . .	160
Verstehen und analytische Reflexion . . . . .	160
Was wissen wir? . . . . .	161
Wie man Märkte studiert – sieben Fragen . . . . .	162
Was bleibt zu tun? . . . . .	163
<b>Anmerkungen . . . . .</b>	<b>167</b>
<b>Literatur . . . . .</b>	<b>171</b>



<http://www.springer.com/978-3-658-08779-1>

Märkte

Aspers, P.

2015, XVI, 174 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-08779-1