
Inhalt

Abbildungen und Tabellen	9
Vorwort	11
Danksagung	15
1 Einleitung	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
2 Koordination in der Wirtschaft	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

3	Märkte im gesellschaftlichen Lebenszusammenhang	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
4	Formen von Märkten	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
5	Ordnung durch Standardgüter	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
6 Ordnung durch Status	127
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
7 Schaffung und Kontrolle von Märkten	141
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
8 Schlussfolgerungen und künftige Forschung	159
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
Anmerkungen	167
Literatur	171



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

Märkte

Elinder, M.

2015, XVI, 174 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-08779-1