

Steffen Roth

Markt ist nicht gleich Wirtschaft

These zur Begründung
einer allgemeinen Marktsoziologie

2010

Der Verlag für Systemische Forschung im Internet:
www.systemische-forschung.de

Carl-Auer im Internet: www.carl-auer.de
Bitte fordern Sie unser Gesamtverzeichnis an:

Carl-Auer Verlag
Häusserstr. 14
69115 Heidelberg

Über alle Rechte der deutschen Ausgabe verfügt
der Verlag für Systemische Forschung
im Carl-Auer-Systeme Verlag, Heidelberg
Fotomechanische Wiedergabe nur mit Genehmigung des Verlages
Reihengestaltung nach Entwürfen von Uwe Göbel & Jan Riemer
Printed in Germany 2010

Erste Auflage, 2010
ISBN 978-3-89670-936-3
© 2010 Carl-Auer-Systeme, Heidelberg

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek:
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Diese Publikation beruht auf der Dissertation „Marktsoziologie ist keine Wirtschaftssoziologie. These zur Begründung einer soziologischen Disziplin“ zur Erlangung des akademischen Grades eines Doctor rerum politicarum der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der Technischen Universität Chemnitz, 2009.

Die Verantwortung für Inhalt und Orthografie liegt beim Autor.
Alle Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilme oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlags reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet werden.

Inhaltsverzeichnis

Dankesworte	1
Kapitel I	
Der Markt! Zum Anliegen einer allgemeinen Marktsoziologie	5
Kapitel II	
Mehr Markt! Die Märkte der Ökonomik	9
<i>Der Markt als Wirtschaftsraum</i>	9
<i>(A)Historische Märkte</i>	11
<i>Soziales Marktwirtschaften</i>	14
<i>Zusammenfassung: Markt und Wirtschaft im Zentrum der Gesellschaft</i>	24
Kapitel III	
Weniger Markt! Die Märkte der Wirtschaftssoziologie	25
<i>Das Entstehen der Wirtschaftssoziologie</i>	26
<i>Das Entstehen der neuen Wirtschaftssoziologie</i>	30
<i>Varianten der neuen Wirtschaftssoziologie</i>	34
<i>Zusammenfassung: Grenzen der alten und neuen Wirtschaftssoziologie</i>	48
Kapitel IV	
Viele Märkte! Marktsoziologie jenseits der Wirtschaftssoziologie?	51
<i>Die vielen Märkte der neuen Wirtschaftssoziologie</i>	56
<i>Vom Kapital ohne Märkte</i>	60
<i>Polyphone Organisation und monolithischer Markt</i>	64
<i>Zusammenfassung: Nicht-ökonomische Märkte als Forschungslücke?</i>	74
Kapitel V	
Ganze Märkte! Marktsoziologie ist keine Wirtschaftssoziologie	77
<i>Stiefkinder der Wirtschaftssoziologie</i>	80
<i>Marktkalkül und Mengenlehre</i>	107

<i>Spuren nicht-ökonomischer Märkte</i>	137
<i>Zusammenfassung: Die Märkte einer neuen Marktsoziologie</i>	142
Kapitel VI	
Neue Märkte! Aussichten einer allgemeinen Marktsoziologie	152
<i>Abbildungsverzeichnis</i>	167
<i>Abkürzungsverzeichnis</i>	168
<i>Literaturverzeichnis</i>	169