

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](http://www.systemische-forschung.de)

Carl-Auer im Internet: [www.carl-auer.de](http://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
<b>Kapitel I</b>	
Der Markt! Zum Anliegen einer allgemeinen Marktsoziologie	5
<b>Kapitel II</b>	
Mehr Markt! Die Märkte der Ökonomik	9
<i>Der Markt als Wirtschaftsraum</i>	9
(A)Historische Märkte	11
Soziales Marktwirtschaften	14
<i>Zusammenfassung: Markt und Wirtschaft im Zentrum der Gesellschaft</i>	24
<b>Kapitel III</b>	
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
<b>Kapitel IV</b>	
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
<b>Kapitel V</b>	
Ganze Märkte! Marktsoziologie ist keine Wirtschaftssoziologie	77
<i>Stieffinder 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
<b>Kapitel VI</b>	
<i>Neue Märkte! Aussichten einer allgemeinen Marktsoziologie</i>	152
 <i>Abbildungsverzeichnis</i>	167
<i>Abkürzungsverzeichnis</i>	168
<i>Literaturverzeichnis</i>	169