

INHALT

DANKSAGUNG	7
EINFÜHRUNG	9
Das mechanistische Selbstverständnis der Ökonomik und seine Kritik	9
Fragestellung und Aufbau der Arbeit	17
TEIL I: DIE SUBJEKTIVEN SINNKONZEPTE	23
Der »subjektiv gemeinte Sinn« bei Max Weber	23
Prozesse der Sinnkonstitution bei Alfred Schütz	28
Der hermeneutische Sinnbegriff von Hans-Georg Gadamer	36
Individualistische Sinnkonzepte in der Ökonomik	39
Sinn als Zweck-Mittel-Relation	39
Sinn als Intention	42
Wirtschaften als soziales Handeln	45
Markt, Vertrauen und soziale Wechselwirkungen	46
Die Präferenzen	53
Handeln und Sprechen	56
Die prinzipielle Ungewissheit und das Neue	57
Regeln und Institutionen	64
Die Sinnstiftung als zentrales Erklärungsprinzip wirtschaftlichen Handelns	67
TEIL II: DIE NICHTSUBJEKTIVEN SINNKONZEPTE	71
Der Sinnbegriff bei Niklas Luhmann	71
Das generelle Sinnkonzept	72
Die Konzeption der sozialen Wechselbeziehungen als doppelte Kontingenz	74
Die Zeitdimension des Sinnprozessierens und das Neue	77
Die Rolle des Subjekts und die Bedeutung der Relationen	79
Wirtschaft als sinnverarbeitendes System	81
Der poststrukturalistische Sinnbegriff	87

Der performative Sinnbegriff	94
Das Neue und seine Geltung	97
Die soziale Natur des performativen Sinns	101
Die Praxistheorien	105
Praktiken als Gebrauch	107
Die posthumanistischen Ansätze	111
Die Rolle der materiellen Objekte	112
Die Subjekt-Objekt-Beziehung als Grundeinheit der Praxis und des Sozialen	115
Zwischenfazit	116
Poststrukturalistische, performative und praxistheoretische Ansätze in der Ökonomik	118
Karl Weick: Sensemaking in organizations	119
Jens Beckert: Performativer Ursprung einer sozialen Beziehung	124
Karin Knorr Cetina: Finanzmärkte als Praktiken	126
Zwischenfazit	129
TEIL III: DIMENSIONEN DER SINNSTIFTUNG	
IN DER ÖKONOMIK	133
Die Theorie des Ökonomischen als ein Teil der Sozialphilosophie	134
Der methodologische Relationismus als	
Alternative zum methodologischen Individualismus	138
Die Rolle des Dritten und Beziehungsbeziehungen	143
Die Kategorie des Fremden	150
Die Zeitdimension der Sinnstiftung in der Ökonomik	157
Beispiele der Anwendung der sinnorientierten	
Theorie des Ökonomischen	162
Die Präferenzgenese	162
Entscheidung und Unentscheidbarkeit	164
Der Markt als soziales Gebilde	169
Ein anderes Verständnis vom Wandel	171
Beispiel: Eine Beziehungsbeziehung	
»Produzent – Konsument – Ware«	175
Wirtschaften als <i>praxis</i>	189
Schlusswort	191
LITERATUR	201