

INHALT

| | |
|--|-----|
| VORWORT | 7 |
| 1. EINLEITUNG | 9 |
| 1.1 Ansätze | 13 |
| 1.2 Quellen | 15 |
| 1.3 Gebrauchtes als Bestandteil vormodernen Wirtschaftens – Dimensionen der Beschäftigung mit Nicht-Neuem | 19 |
| 2. TAND UND TRÖDEL | 23 |
| 3. ‚PRODUKTE‘, TÄTIGKEITSFELDER UND ERWERBSMUSTER | 26 |
| 4. HERKUNFT DER GEBRAUCHTWAREN | 44 |
| 5. ‚OUTLETS‘ – MARKTORTE UND MARKTFORMEN | 49 |
| 5.1 Zentrale Marktplätze | 51 |
| 5.2 Saisonale Marktplätze | 55 |
| 5.3 Ambulanter Handel, regionale und überregionale Märkte | 57 |
| 5.4 Märkte im Stadtraum | 65 |
| 6. VERWALTUNG UND REGLEMENTIERUNG DER MÄRKTE | 79 |
| 6.1 Marktzugänge | 80 |
| 6.2 ‚Ordnung‘ und ‚Aufsicht‘ der Märkte | 107 |
| 7. INFORMELLE BEREICHE | 115 |
| 8. KONFLIKTE, KONFLIKTAUSTRAGUNG, KONFLIKTMANAGEMENT | 134 |
| 9. TRANSAKTIONEN | 141 |
| 9.1 Nicht legitime und kriminelle Transfers | 145 |
| 10. UMFANG UND STRUKTURELLER WANDEL DER MÄRKTE | 154 |
| 10.1 Quantifizierungsversuche | 154 |
| 10.2 Konjunkturen und Krisen im Gebrauchtwarenhandel | 161 |

| | |
|---|-----|
| 11. HÄNDLER/INNEN | 169 |
| 11.1 Geschlechterverhältnisse im Gebrauchtwarenhandel | 181 |
| 11.2 Sozioökonomische Bedingungen der Existenz | 190 |
| 11.3 Kooperation, Korporation und Repräsentation | 201 |
| 12. KUNDEN/INNEN | 205 |
| 12.1 ‚consumption patterns‘ | 208 |
| 12.2 Pfandleihe – ein Exkurs | 217 |
| 13. DIMENSIONEN DER WAHRNEHMUNG | 233 |
| 14. ZUSAMMENFASSUNG | 245 |
| 15. ANHANG | 250 |
| LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS | 262 |
| ABBILDUNGS-, TABELLEN- UND GRAFIKVERZEICHNIS | 294 |
| ABKÜRZUNGEN | 297 |