

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