

Inhalt

Vorwort.....	7
1 Einleitung.....	11
1.1 Ein ganz besonders religiöses Produkt.....	11
1.2 Der religionsökonomische Diskurs.....	14
1.3 Von der Möglichkeit einer Religionsökonomie.....	16
1.4 Zur Systematik der Religionsökonomie.....	20
1.4.1 Religionsökonomie aufgrund ökonomischer Modelle.....	22
1.4.2 Religionsökonomie als ideologiekritische Analyse.....	24
1.5 Vorblick.....	27
2 Aus der Wissenschaftsgeschichte zu Religion und Wirtschaft.....	29
2.1 Von Smith bis zur frühen Kulturwissenschaft.....	32
2.2 Wirtschaftsethnologie, -soziologie, Kulturwissenschaft.....	39
2.3 Die Disziplin Religionsökonomie.....	44
2.3.1 Die Anfänge.....	45
2.3.2 Insitutionalisierung.....	52
2.3.3 Systematiken.....	55
3 Ökonomische Theorien als Modelle in der Religionsökonomie.....	60
3.1 Ökonomie symbolischer Güter – Pierre Bourdieu.....	61
3.1.1 Religiöses Feld – Kapitalarten.....	62
3.1.2 Das Lachen der Bischöfe.....	65
3.1.3 Kritik der Neoklassik.....	68
3.2 Märkte und Marktmodelle.....	70
3.2.1 Ein wissenssoziologisches Marktmodell: Peter L. Berger.....	73
3.2.2 Rationalwahlsoziologie und -ökonomie.....	77
3.2.3 Economics of religion: Lawrence R. Iannaccone.....	82
3.2.3.1 <i>Das Kalkül der Risikominimierung</i>	84
3.2.3.2 <i>Minimierung von Nutznießung</i>	87

3.2.4	Kritik der Rationalwahlökonomie	87
3.3	Verhaltensökonomie	95
3.4	Neue Institutionenökonomie.....	103
3.4.1	Transaktionskosten.....	105
3.4.2	Mentale Modelle.....	108
3.4.3	Starrheit – Pfadabhängigkeit – Meinungsverfälschung.....	110
3.4.4	Prekarität – Prinzipal und Agent	114
3.4.5	Organisationsstruktur – Effizienz	121
3.4.6	Organisationales Feld	125
3.4.7	Unintendierte Effekte	129
3.5	Kulturökonomie	131
3.5.1	Produzieren	132
3.5.1.1	<i>Kapital</i>	133
3.5.1.2	<i>Güter</i>	141
3.5.1.3	<i>Versicherungen</i>	146
3.5.2	Distribuieren.....	147
3.5.2.1	<i>Marke – Marketing</i>	148
3.5.2.2	<i>Kundenbindung</i>	152
3.5.3	Konsumieren.....	155
3.5.3.1	<i>Religiöses Konsumverhalten</i>	158
4	Ökonomische Theorien als Gegenstand der Religionsökonomie.....	164
4.1	Ökonomische Theorien und Literatur als Gegenstand.....	164
4.1.1	Religion des Marktes	165
4.1.2	Ökonomien der Zeit und ihre Religionen.....	169
4.1.3	Management und Manager	170
4.2	Ökonomisierung, Kommerzialisierung, Kommodifizierung.....	174
4.3	Religiöse Ökonomien.....	182
4.3.1	Islamisches Wirtschaften.....	184
4.3.2	Muslimische Konsumkultur	193
5	Schluss: Notwendige Spezialisierung.....	199
	Literatur.....	205
	Personenindex	221
	Sachindex	222