

Birger P. Priddat

# **Economics of persuasion**

Ökonomie zwischen Markt,  
Kommunikation und Überredung

Metropolis-Verlag  
Marburg 2015

### **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Metropolis-Verlag für Ökonomie, Gesellschaft und Politik GmbH

<http://www.metropolis-verlag.de>

Copyright: Metropolis-Verlag, Marburg 2015

Alle Rechte vorbehalten

ISBN 978-3-7316-1046-5

# Inhalt

|  |     |
|--|-----|
| <b>0. Einleitung I</b>   |     |
| ,On the propensity to persuade'. Über Wasserkocher,<br>effiziente Allokation und wie einen die Dinge überreden ..... | 9   |
| <b>1. Einleitung II</b>  |     |
| ,Markt als Konversation': Sprache und Ökonomie.<br>Einblick in die Forschung zur ökonomischen Kommunikation .....    | 23  |
| <b>2. Ludonarrative Dissonanz und ,ersatz-economics'</b>   |     |
| Ökonomie als Feld diversifizierter Sprachspiele .....  | 43  |
| <b>3. ,convergences of beliefs'</b>  |     |
| K.J. Arrows kommunikations-ökonomische Wendung .....   | 107 |
| <b>3a. Fortführung: Arrow 2013.</b>  |     |
| Unbestimmtheit des Gleichgewichts .....  | 133 |
| <b>4. Kommunikative Steuerung von Märkten:</b>   |     |
| Vertrauen, Epistemologie, Bedeutung.<br>Das Kulturprogramm der Ökonomie .....  | 173 |
| <b>4a. Phänomenologie des Einkaufens:</b>  |     |
| Der Autor im Supermarkt .....  | 209 |
| <b>5. Glaubhafte Versicherungen?</b>   |     |
| Nichtwissenbasierte Beziehungen zwischen<br>Banken und Kunden .....  | 233 |
| <b>6. Unternehmer:</b>   |     |
| Investition und Rhetorik .....   | 265 |
| <b>7. Kunstmärkte, Expertise, Fälschungen<br/>    und Deutungsmacht:</b>   |     |
| über die <i>post-mortem</i> -Produktivität von Kunstmärkten .....  | 287 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>8. Wertlose Preise.</b>   |     |
| Der Preis als Eintrittsgebühr in den Konsum .....                              | 309 |
| <b>9. Emotion, Gefühl und Entscheidung.</b>                                    |     |
| Elemente einer Affektenlogik der Ökonomie<br><i>(mit Alihan Kabalak)</i> ..... | 343 |
| <b>10. Transaktionen, Netzwerke, Semiosphären.</b>                             |     |
| Aspekte einer neuen Markttheorie .....   | 377 |
| <b>Literatur</b> .....   | 419 |
| <b>Herkunft</b> .....  | 477 |