

Inhalt

Verzeichnis der verwendeten Grafiken — XI

Tabellenverzeichnis — XIII

1 Einleitung — 1

- 1.1 Die Historizität des Marktes — 2
- 1.2 Märkte und institutioneller Wandel — 4
- 1.3 Der Markt als Wertschöpfungskette — 6

2 Eine historische Theorie des Marktes — 10

- 2.1 Douglass North kauft einen Sack Orangen — 11
- 2.2 Die Neue Wirtschaftssoziologie — 15
- 2.3 Wertproblem und Preisbestimmung — 17
- 2.4 Wettbewerb und Kooperation — 20

3 Produkt und Produzenten. Die Fernsehgeräteindustrie im Wandel — 24

- 3.1 Die Fernsehgeräteproduktion in den USA — 27
 - 3.1.1 Die Entstehung des Fernsehens in den Vereinigten Staaten — 27
 - 3.1.2 Massenkonsum, *shakeout* und Größenwachstum — 31
 - 3.1.3 Transistorisierung und die Einführung des Farbfernsehens — 37
 - 3.1.4 Industrieller Strukturwandel in den 1970er und 1980er Jahren — 49
- 3.2 Die Fernsehgeräteproduktion in der BRD — 62
 - 3.2.1 Die Entstehung des Fernsehens in Deutschland — 62
 - 3.2.2 Produktion und industrielle Struktur in den ersten Jahren — 64
 - 3.2.3 Transistorisierung und der Beginn des Farbfernsehens — 70
 - 3.2.4 Industrieller Strukturwandel in den 1970er und 1980er Jahren — 75

4 Zwischen Fabrik und Wohnzimmer. Die Rolle des Groß- und Einzelhandels — 88

- 4.1 Groß- und Einzelhändler in den USA — 89
 - 4.1.1 Die Funktion des Großhandels — 89
 - 4.1.2 Die Funktion der Einzelhändler und Werkstätten — 96
- 4.2 Strukturwandel im Groß- und Einzelhandel der USA — 110
 - 4.2.1 Entwicklung des Facheinzelhandels — 110
 - 4.2.2 Die Entwicklung des Großhandels — 116

- 4.3 Groß- und Einzelhändler in der Bundesrepublik — 120
- 4.3.1 Der Großhandel in der Bundesrepublik — 121
- 4.3.2 Die Funktion der Einzelhändler und Werkstätten — 122
- 4.4 Strukturwandel im Groß- und Einzelhandel der BRD — 128
- 4.4.1 Entwicklung des Facheinzelhandels — 128
- 4.4.2 Die Entwicklung des Großhandels — 134

- 5 Vom Luxus zum Standard. Fernsehgeräte als Konsumgüter im Wandel — 137**
- 5.1 Die Entwicklung des Fernsehgerätekonsums in den USA — 139
- 5.1.1 Konsumpioniere, Nachfrageexplosion und Stagnation — 141
- 5.1.2 Gesättigte Märkte. Ersatzgeräte, Zweitgeräte, gebrauchte Geräte — 150
- 5.1.3 Der späte Durchbruch des Farbfernsehens — 163
- 5.2 Die Entwicklung des Fernsehgerätekonsums in der BRD — 173
- 5.2.1 Bekannte Neuheit. Die ersten zehn Jahre des Fernsehens — 176
- 5.2.2 Ein anderer Markt. Ersatz- und Zweitgeräte — 189
- 5.2.3 Die Einführung des Farbfernsehens in der Bundesrepublik — 194

- 6 Vertraute Bindungen. Hersteller und Händler in BRD und USA — 203**
- 6.1 Hersteller-Händler Verhältnisse in den USA — 205
- 6.1.1 Der legale Kontext amerikanischer Preis- und Wettbewerbspolitik — 205
- 6.1.2 Turkey Economy. Admiral und die Preisdiskriminierung — 220
- 6.1.3 Goldener Käfig. Magnavox und die vertikale Preisbindung — 237
- 6.1.4 Territoriale Exklusivität. Der Fall Sylvania — 244
- 6.2 Hersteller-Händler-Verhältnisse in der BRD — 251
- 6.2.1 Wettbewerbspolitische und -theoretische Entwicklung in der BRD — 251
- 6.2.2 Das „Fernsehkartell“. Die deutsche Industrie und die Preisbindung — 264
- 6.2.3 Vertikale Inseln. Die Vertriebspolitik Sabas und Nordmendes — 299
- 6.2.4 Preisbindung „durch die Hintertür“. Der Fall Telefunken — 309

- 7 Verhandelte Werte. Konsumenten und Händler im Markt für Fernsehgeräte — 318**
- 7.1 Konsumenten und Händler in den Vereinigten Staaten — 320
- 7.1.1 Regulierung, Verbraucherschutz und das Bild des Konsumenten — 320

- 7.1.2 Die Kunst des Feilschens. Preispolitik im Wandel — **332**
- 7.1.3 Falsche Angaben. Die Regulierung der Preiswerbung — **341**
- 7.2 Konsumenten und Händler in der BRD — **351**
- 7.2.1 Interaktionen, Verbraucherbilder und staatliche Institutionen — **351**
- 7.2.2 Preisvergleiche, Preispolitik und Preisverhandlungen — **358**
- 7.2.3 Listenpreise, Lockvögel und „grauer Markt“ — **365**

- 8 Fazit — 384**

- 9 Quellen- und Literaturverzeichnis — 398**
- 9.1 Archivalische Quellen — **398**
- 9.1.1 Deutsches Technikmuseum Berlin. Historisches Archiv (DTMB) — **398**
- 9.1.2 Bundesarchiv Koblenz (BArch) — **398**
- 9.1.3 Hagley Museum and Library (HML) — **398**
- 9.1.4 National Archives (NA) — **399**
- 9.2 Gedruckte Quellen — **399**
- 9.2.1 Zeitungen und Zeitschriften — **399**
- 9.2.2 Statistische Periodika — **400**
- 9.2.3 Zeitgenössische Veröffentlichungen — **400**
- 9.3 Sekundärliteratur — **407**