

Die Herausgeber/innen platzieren ihren Sammelband in einer nicht gerade hitzigen, aber doch lebhaften Forschungsdebatte. Die Frage, mit welchem theoretisch-methodischen Werkzeug über das Ökonomische geforscht werden soll, beschäftigt seit einigen Jahren nicht nur die unmittelbar betroffenen Wirtschaftshistoriker, sondern vor allem Sozial-, Kultur- und Alltagshistoriker/innen. Die Herausgeber/innen werfen die klügeren Annahmen der Verhaltensökonomie nicht zugunsten einer poststrukturalistischen Herangehensweise, sondern versuchen – auch in Fortführung des 2004 erschienenen Sammelbandes „Wirtschaftsgeschichte als Kulturgeschichte“ (Berghoff/Tanner) – auszuloten, wie die „Frontstellung“ (S.4) der letzten Jahrzehnte überwunden werden kann.

Zu diesem Zweck haben elf Autor/innen Texte zu Begriffen verfasst, die von Beute (*Michael Jucker*) über Krise (*Jakob Tanner*) und Markttabu (*Monika Dommann*) bis zu Spiel (*Alexander Engel*) und Steuern (*Gisela Hürlimann*) reichen. Während einige Begriffe, wie Geld (*Jan-Otmar Hesse*) und Konsum (*Thomas Welskopp*), explizit dem semantischen Feld des Ökonomischen entstammen, stellt die Aufnahme von Begriffen wie Nation (*Daniel Speich Chassé*) und Religion (*Jan Behnstedt/Marcus Sandl*) den Versuch dar, das Ökonomische nicht von anderen Teilsystemen zu isolieren. Als Aufhänger wählen die meisten Beiträge die Finanz- und Bankenkrise, um in ihr Begriffsfeld einzuführen. Das verdeutlicht, wie virulent die Auseinandersetzungen um ökonomische Verhältnisse derzeit sind.

Der Sammelband versteht sich nicht als ein Lexikon der Wirtschaftssprache. Er ist vielmehr ein Vorschlag für eine Forschungsstrategie, die die Suche nach dem Gegenstand „Ökonomie“ in den Mittelpunkt des Interesses rückt: Wie stellten sich historische Akteure „die Wirtschaft“ vor, wie und warum definierten sich Institutionen als ökonomisch, und in welcher Weise wurden jeweils die Grenzen zu den Bereichen des Nicht-Ökonomischen gezogen? Viele Beiträge beginnen begriffshistorisch, verknüpfen diesen Zugang jedoch mit diskursanalytischen, wissens- und sozialhistorischen Perspektiven. *Christof Dejung*s Beitrag über „Einbettung“ ergänzt die knappe und konzise Einleitung aus ideen- und wissenshistorischer Perspektive. Er zeigt am Beispiel von sozialwissenschaftlichen und ethnologischen Forschungen, dass

die Suche nach der Ökonomie in einer langen und reichen Tradition steht. Die wissenschaftlichen Versuche, überzeugende Argumente für eine Spaltung in primitive und moderne Ökonomien, in vermeintlich eingebettete und entbettete Wirtschaftsweisen, zu finden, lassen sich so auch als ein Beitrag zur Erfindung der modernen Ökonomie verstehen.

Interessanterweise diskutiert *Thomas Welskopp* in seinem scharfsinnigen Beitrag über Konsum den Ansatz, die Ökonomie von ihren Grenzen her zu definieren, also von dem aus, was sie nicht ist, eher kritisch. Er betont die erkenntnistheoretische Sackgasse, wenn man auf diese Weise universell nach den Grenzen des Ökonomischen suche, da diese Grenzziehung schon ein Produkt der Moderne sei. Mit der Suche an den Grenzen des Ökonomischen würden somit nur Ergebnisse produziert, die Auskunft geben über den modernen Prozess der Abspaltung und Ausdifferenzierung von gesellschaftlichen Teilsystemen. Sie lieferten aber keine Erkenntnis, und dies ist auch im Sinne der Herausgeber/innen, über die Ökonomie an sich.

Die Nähe zum Konzept der Herausgeber/innen ist in den Beiträgen verschieden stark ausgeprägt. Neben den expliziten Auseinandersetzungen mit dem Zugang des Sammelbandes von Dejung und Welskopp seien noch zwei inhaltliche Beiträge exemplarisch angeführt, die zeigen, wie produktiv die Suchbewegung in empirischen Untersuchungen angewendet werden kann. *Michael Jucker* analysiert am Beispiel spätmittelalterlicher Kriegsbeute, wie sich die ökonomische und kulturelle Bedeutung von Dingen im Rahmen von Kriegen verschieben kann, wenn die Dinge zur Beute werden. In Anlehnung an aktuelle Kriegsplünderungen interessiert ihn, wie das gestohlene kulturelle Gut zuerst dekontextualisiert wurde, beispielsweise indem es seine Heiligkeit verlor, dann auf einen Markt geriet und dort einen rein ökonomischen Wert erhielt. *Lea Haller* („Innovation“) analysiert die Kontinuität bestimmter Begriffselemente von Innovation, zeigt aber auch deutlich, dass unsere heutige Vorstellung von Innovation als einem allgegenwärtigen Marketinginstrument keine historische Tradition besitzt.

Die Grundannahme des Buches, dass nicht das Finden das Ziel der Suche sei, ist, das kann an dieser Stelle nicht weiter empirisch ausgeführt werden, ein produktives Gedankenspiel, das den Vorstellungsraum öffnet und die Denkwege erweitert. Aber wie geht es weiter? Ein begriffshistorisches Lexikon zur Semantik des Ökonomischen wäre vielleicht eine Möglichkeit.