

Formatvorlage
Exposé-Dissertation-SOWI

Stand April 2012

00914714

Jakob Gasser MA

Wert- und Preisbildungsprozesse von Sammelobjekten im Spannungsverhältnis von Vergemeinschaftung und Vermarktlichung

Eine wirtschaftssoziologische Untersuchung des Sammelkartenspiels *Magic the Gathering*.

*Exposé eines Dissertationsvorhabens an der
Sozial- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der
Karl-Franzens-Universität Graz
im Studienschwerpunkt: Soziologie*

Graz, im Dezember 2021

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | <i>Aufriss der Problemstellung und Begründung der Themenwahl</i> | 1 |
| 2 | <i>Kritischer Überblick über die Forschungslage</i> | 6 |
| 2.1 | Wert- und Preistheorie in der Wirtschaftssoziologie | 6 |
| 2.2 | Wissenschaftliche Forschung zum Untersuchungsgegenstand MtG | 8 |
| 3 | <i>Wissenschaftliche Relevanz</i> | 9 |
| 4 | <i>Eigene Vorarbeiten</i> | 10 |
| 5 | <i>Gewählte Methodik</i> | 11 |
| 5.1 | Annäherung: Beobachtungen und deskriptive Analyse von Homepages | 11 |
| 5.2 | Vertiefung: Teilstrukturierte Interviews | 11 |
| 6 | <i>Arbeits- und Zeitplan</i> | 12 |
| 7 | <i>Bibliographie</i> | 13 |
| 8 | <i>Abbildungen</i> | 16 |
| 8.1 | Abbildung 1: Racial Content | 16 |
| 8.2 | Abbildung 2: Grading - Beckett | 16 |
| 8.3 | Abbildung 3: Warenkreislauf und Akteure im Feld MtG | 17 |

1 Aufriss der Problemstellung und Begründung der Themenwahl

In den letzten Jahren lässt sich eine zunehmende Popularität der Praktik des Sammelns beobachten. Dabei zeigt sich, dass sowohl das Spektrum an Sammelobjekten als auch die Anzahl der SammlerInnen stark zugenommen haben (vgl. Boltanski/Esquerre 2019: 325). Unterschiedlichste Objekte – Gemälde, Autos, Bücher, Langspielplatten, Sneakers, Sportsammelkarten, Items in Computerspielen etc. – werden von Akteuren, fernab von staatlichen Organisationen (Museen), gesammelt.¹ Rund um Sammelgegenstände formieren sich Gemeinschaften, die diese anordnen, beurteilen, tauschen, kaufen und verkaufen. Bemerkenswert dabei ist, dass gleichermaßen singuläre wie industriell gefertigte, materielle wie immaterielle Objekte mit hohem und niedrigem Marktwert als Sammelobjekte dienen.

Der geplante Untersuchungsgegenstand, das Sammelkartenspiel *Magic the Gathering*² (MtG), befindet sich an der Schnittstelle der beschriebenen Phänomene. Die Karten werden ausschließlich vom Unternehmen WotC produziert und in Form von *Boostern*³ über lokale Händler vertrieben. In den letzten zwanzig Jahren hat sich neben einer lokalen, nationalen und internationalen Turnierszene, ein Sekundärmarkt an lokalen Geschäften, Online-Geschäften und Plattformen herausgebildet, wo es möglich ist, nicht nur Booster, sondern auch Einzelkarten zu erwerben. Das grundsätzlich analog konzipierte Spiel wird auch in zwei unterschiedlichen Ausführungen von WotC als Online-Spiel (*Magic the Gathering Online* und *Magic Arena*) mit dem Ziel betrieben, sich in der E-Sport Szene zu etablieren. Eine Vielzahl von Akteuren führt einen eigenen Stream und/oder Blog zu unterschiedlichen Themengebieten (z.B. Spielstrategien, Marktwerten, Fantasy-Welt). Aufgrund der hohen Komplexität, der permanenten Weiterentwicklung und der eigens konstruierten Fantasywelt kann MtG als „tiefes Spiel“ bezeichnet werden, welches zwar mit hohen Eintrittskosten (sowohl zeitlicher und finanzieller Ebene) verbunden ist, aber dadurch für die SpielerInnen und SammlerInnen über einen langfristigen Zeitraum interessant bleibt. Eine Besonderheit des Untersuchungsgegenstandes dürfte darüber hinaus sein, dass anders als bei klassischen Sammelobjekten bereits in der Grundkonzeption die Sammlerform angelegt ist. In anderen Worten, Magickarten müssen im Gegensatz zu den meisten anderen industriell gefertigten Waren keinen

¹ Die zunehmende Popularität der Praktik des Sammelns ist unter anderem auf die Verlagerung vom öffentlichen in den privaten Raum zurückzuführen (vgl. Pearce 1995). Als Ausgangspunkt dieser Verlagerung kann das Sammeln von Briefmarken in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts und Anfang des 20. Jahrhunderts angesehen werden. (vgl. Gelber 1992)

² MtG wird seit 1993 vom Unternehmen *Wizards of the Coast* (WotC) vertrieben; nach Angaben von WotC wird MtG aktuell von rund 35 Millionen Menschen gespielt bzw. gesammelt. Erste Beobachtungen deuten darauf hin, dass es vor allem junge und weiße Männer aus dem akademischen Milieu sind, die MtG spielen oder sammeln. Genaue Zahlen dazu liegen leider nicht vor.

³ Sind Packungen aus 15 zufälligen Karten aus einem Set, wobei diese Packungen nach bestimmten Kriterien zusammengestellt werden. Vor dem Öffnen der Packung ist eine Preisbestimmung nicht möglich. Aktuell lässt sich ein verstärkter Handel am Sekundärmarkt mit *Boostern*, die von WotC nicht mehr produziert werden, beobachten. Auch dies gilt es im Promotionsvorhaben zu berücksichtigen.

Zyklus durchlaufen, bevor sie gesammelt werden, da diese bereits von den Produzenten kulturell als Sammel- und Spielobjekte gekennzeichnet wurden. (exempl. dazu Appadurai: 1986) Im letzten Jahr rückte MtG im Zuge der Debatte über *racial content* in das Blickfeld politischer Auseinandersetzungen. Aufgrund der festgestellten rassistischen Inhalte mehrerer Karten (konkret auf Bildern oder im Zusatztext, siehe Abbildung 1) wurden Verträge mit Malern aufgelöst und einzelne Karten von WotC für offizielle Turniere verboten.

Das vorliegende Dissertationsvorhaben verfolgt das Ziel, in dem eben beschriebenen Feld aus einer aktteursfokussierten Perspektive den Wert- und Preisbildungsprozess zu untersuchen, und will damit die Bedingungen, Strukturen und Mechanismen der Wert- und Preisbildung identifizieren. Neben den oben dargelegten gesamtgesellschaftlichen Entwicklungstendenzen ist solch ein Forschungsvorhaben hinsichtlich der besonderen Wechselwirkung zum Primärmarkt, der spezifischen Akteurskonstellation (siehe Abbildung 3) und der Verwandtschaft zu anderen Phänomenen (siehe Abschnitt 3) gewinnbringend. Während der Primärmarkt durch ein Produktionsmonopol von WotC bestimmt ist, lassen sich am Sekundärmarkt eine Vielzahl konkurrierender Akteure beobachten (Online-Stores, lokale Geschäfte, Einzelunternehmer auf Plattformen). Dadurch dass WotC immer neue Karten entwirft und auf den Markt bringt, alte Karten erneut auflegt⁴, Karten verbietet bzw. Karten wieder zu Turnieren zulässt und neue Turnierformate entwickelt, wird der Wert- und Preisbildungsprozess am Sekundärmarkt maßgeblich von WotC mitbestimmt. Während WotC dabei eine zunehmende Demokratisierung der Preise anstrebt, um den (finanziellen) Eintritt für neue SpielerInnen zu erleichtern, haben die etablierten HändlerInnen am Sekundärmarkt Interesse an einer Preisstabilität bzw. Preissteigerung. Zu untersuchen gilt es unter anderem, welche Mechanismen die HändlerInnen zur Bewältigung der permanenten (Erwartungs)unsicherheit am Sekundärmarkt ausbilden.⁵ Versuchen Unternehmen sich in Nischen zu positionieren, um sich vor zu großen ökonomischen Erschütterungen zu schützen bzw. ihre Wertopportunitäten dadurch zu steigern (White 1981)? Welche Rolle spielt dabei spezifisches Marktwissen (Aspers 2009)?

Wie bereits implizit dargelegt, werden Magickarten nicht nur als Spiel- und Sammelobjekte, sondern auch als Tausch- und Investitionsobjekte verwendet. Die Motive der unterschiedlichen Akteursgruppen und die darauf basierenden Wertassoziationen sind mannigfaltig. Mit einer Karte können mehrere Wertdimensionen –

⁴ Aufgrund der geringen Auflagenstärke der ersten beiden Editionen *Alpha* (1993) und *Beta* (1993) konnte die Nachfrage nicht gedeckt werden. Um die Nachfrage zu bedienen, wurden in einer Zusatzedition *Unlimited Edition* (1993) alle Karten der ersten beiden Edition nochmals aufgelegt. Dies hatte einen massiven Aufschrei in der jungen Magic-Community zur Folge. Als Reaktion darauf führte WotC eine *List of Reserved Cards* ein. *“Reserved cards will never be printed again in a functional identical form. A card is considered functionally identical to another card if it has the same card type, subtypes, abilities, mana costs, power and toughness. No cards will be added to the reserved list in the future. (...) In consideration of the past commitments, however, no cards will be removed from this list.”* (Quelle: Wizards of the Coast) Die *List of Reserved Cards* bezieht sich ausschließlich auf gedruckte und nicht digitale Karten.

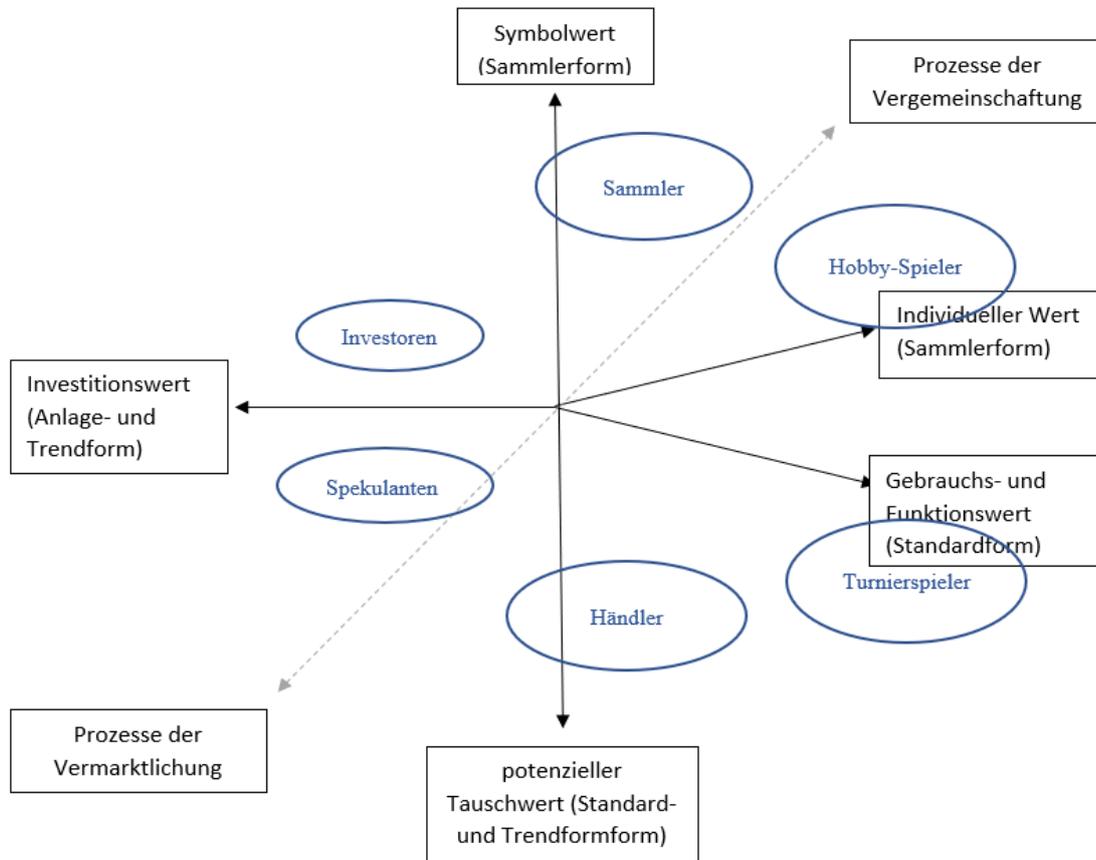
⁵ Ein besonders interessantes Phänomen scheint mir zu sein, dass Unternehmen am Sekundärmarkt auf der Grundlage des *Spoilers* (WotC veröffentlicht die Karteninhalte einer Edition bevor sie im Handel erwerblich sind) auf die Preisentwicklung von Karten wetten und Spielern und Sammlern bereits vorab eine Kaufmöglichkeit anbieten.

Symbolwert, Funktionswert, Gebrauchswert, ästhetischer Wert, individueller Wert, relationaler Wert, Investitionswert (vgl. Aspers/Beckert 2011: 11ff.) – verbunden werden, die im Falle eines Tausches auf den ökonomischen Wert, der sich im Preis ausdrückt, reduziert werden (vgl. Luhmann 2019: 17). Der Wert, so Boltanski und Esquerre, dient dabei gleichermaßen als Vermittlungsinstanz zwischen Objekt und Preis sowie als Legitimationsgrundlage für den Preis (vgl. Boltanski/Esquerre 2019: 184ff). Die unterschiedlichen Möglichkeiten der Wertassoziation mit Magickarten und die daraus emergierenden Konflikte um die Preisbildung machen den Untersuchungsgegenstand besonders interessant für die Wirtschaftssoziologie. Basierend auf ersten deskriptiven Analysen liegt die Vermutung nahe, dass die einzelnen Wertassoziationen im unmittelbaren Zusammenhang zu bestimmten Akteursgruppen stehen (siehe Abbildung 1). Auf den ersten Blick lassen sich fünf Wertzuschreibungen im Feld von MtG identifizieren: Investitionswert, Symbolwert, individueller Wert, Gebrauchs- und Funktionswert und potenzieller Tauschwert. HändlerInnen beurteilen Magickarten insbesondere nach ihrem potenziellen Tauschwert, Karten die „out of stock“ sind, die häufig nachgefragt werden und/oder in das Tauschportfolio („Nische“) passen, besitzen für HändlerInnen einen hohen potenziellen Tauschwert. Zusätzlich dürften im potenziellen Tauschwert einer Karte auch die Vertriebs- und Lagerkosten berücksichtigt werden, die je nach HändlerTyp (Online-Store, lokale Geschäfte, Einzelunternehmer auf Plattformen) stark variieren. In der Gruppe der SpielerInnen lassen sich mehrere Wertdimensionen beobachten. TurnierspielerInnen haben primär einen funktionellen Anspruch an eine Karte, dies bedeutet, dass die Spieltauglichkeit und die Einheitlichkeit zu den anderen Karten im Deck⁶ in der Bewertung bestimmend sind, während HobbyspielerInnen Karten in erster Linie nach ihrem individuellen Wert – den konkret damit erlebten Geschichten⁷ – bewerten. SammlerInnen hingegen bewerten Karten insbesondere nach ihrem Symbolwert, entscheidend scheint dabei zu sein, ob die Karte zur Komplementierung der Sammlung beitragen kann. Zustand (Makel der Produktion und Abnutzungserscheinungen), Sprache und Signation sind Qualitätsmerkmale, die insbesondere für SammlerInnen relevant sind, weil sie einer Karte noch mehr „Einzigartigkeit“ und/oder „Vollkommenheit“ verleihen. Die fünfte zu beobachtende Wertzuschreibung ist die des Investitionswertes. Akteure, die Karten insbesondere nach ihrem Investitionswert beurteilen, betrachten Magickarten – mit unterschiedlicher Risikoneigung – als Assets, die kurz-, mittel oder langfristig Gewinne abwerfen sollen. Im Gegensatz zu anderen Sammelkarten (z.B. Baseballkarten) ist diese Akteursgruppe im Feld von MtG noch in einem embryonalen Stadium.

⁶ Als Deck wird der von den SpielerInnen individuell zusammengestellte Stapel an Karten bezeichnet (umfasst i.d.R. 60 Karten, dabei darf eine Karte max. vier Mal enthalten sein). Dies ist einer der zentralen Unterschiede zu klassischen Kartenspielen, wo sich alle SpielerInnen einen gemeinsamen standardisierten Stapel teilen (z.B. Poker, Rummy, Schnapsen).

⁷ Ein spannendes Phänomen könnten dabei die „Magic-Rückkehrer“ sein, die ihre Karten wiederentdecken und deren Wertassoziation auf einem nostalgischen Moment beruht.

Theoretische Vorüberlegungen zu Wertassoziationen von Akteuren:



Da eine Karte grundsätzlich mit allen fünf Wertdimensionen assoziiert werden kann, sind sowohl Wertdimensionenkombinationen als auch Betonungen in spezifischen Settings möglich. Eine häufige Kombination liegt zwischen Symbol- und individuellem Wert bei Sammlungen vor. Die Akteursgruppen besitzen, so eine erste Beobachtung, ein implizites Wissen über die unterschiedlichen Wertassoziationen und sind durchaus in der Lage, opportunistisch zu handeln, sprich zu ihrem Vorteil bestimmte Wertdimensionen im Tauschprozess zu betonen. Zeitgleich lassen sich aufgrund der unterschiedlichen Wertzuschreibungen Konflikte beobachten. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn es darum geht, im Tausch die unterschiedlichen Wertzuschreibungen auf einen Preis zu reduzieren. Sichtbar wird dies beispielsweise, wenn jemand seine Sammlung verkauft und mit bestimmten Karten einen hohen individuellen Wert verbindet, dieser aber in der Beurteilung des Händlers unberücksichtigt bleibt. Darüber hinaus wird ersichtlich, dass die Wertzuschreibungen eng verbunden sind mit Prozessen der Vermarktlichung und Vergemeinschaftung. So sind zur Wertbildung von Symbol- und individuellem Wert Vergemeinschaftungsprozesse (Spieleabende, Präsentation der Sammlungen) und zur Wertbildung von Investitions- und Tauschwert Prozesse der Vermarktlichung (Bepreisungen, Vergleichbarkeit unterschiedlicher AnbieterInnen auf Plattformen) unerlässlich. Die äußerst skizzenhafte und idealtypische Darstellung einer handlungstheoretischen Perspektive auf Wertbildung bildet natürlich nur einen Teil des Preis- und

Wertbildungsprozesses ab, zeigt aber das Potenzial einer akteursfokussierten, wirtschaftssoziologischen Untersuchung auf.

Das Dissertationsvorhaben entzieht sich bewusst einer vorab getroffenen theoretischen Positionierung in einer der drei dominanten Strömungen der neueren Wirtschaftssoziologie (*new economic sociology*). Vielmehr folgt sie dem Ansatz, dass zur fundierten Analyse zusätzlich zu einer handlungstheoretischen (pragmatistischen) Position der Wert- und Preisbildung (Boltanski/Esquerre 2019) Netzwerke, institutionelle und kulturelle Rahmenbedingungen zu berücksichtigen sind (vgl. Brinton/Nee 1998, Fligstein 2001). Wirtschaftliches Handeln ist nur möglich, indem kulturelle und institutionelle Ordnungsmechanismen die Komplexität strukturieren und bewältigbar machen (vgl. Deutschmann 2009: 53). Demnach ist der Wert und Preis eines Gutes nicht nur über das Angebot und die Nachfrage oder der darin veräußerten Arbeitszeit zu erklären, sondern resultiert auch „*from the embeddedness of market transactions in institutions, social networks and culturally frames of meaning*.“ (Beckert 2011: 758, zur sozialen Einbettung ökonomischen Handelns Granovetter 1985). Wert und Preis einer Ware sind weder natürlich noch mysteriös, sondern das Ergebnis eines permanenten Aushandlungsprozesses der Akteure in einem spezifischen Feld. Mit dem vorliegenden Dissertationsvorhaben soll genau dieser Aushandlungsprozess der oben beschriebenen Akteursgruppen und weiteren relevanten Akteuren im Feld untersucht werden. Darüber hinaus gilt es, das Feld nicht als „abgeschlossenen Komplex“, sondern immer im Kontext allgemeiner kultureller wie ökonomischer Entwicklungen zu verstehen.

Folgende Fragestellung steht somit im Zentrum des Dissertationsvorhabens: Welchen sozialen Bedingungen und Strukturen unterliegt der Wert- und Preisbildungsprozess von MtG?

Basierend auf dem theoretischen Zugang und der Fragestellung lassen sich drei Ebenen identifizieren, die entscheidend für den Wert- und Preisbildungsprozess sind und die es somit zu untersuchen gilt.

(1) *Akteursebene*: Welche Akteursgruppen lassen sich im Feld von MtG bestimmen? Welche Interessen verfolgen sie? Aus welchen Motiven schreiben sie Karten einen Wert zu? Welchen sozialen Hintergrund haben die Akteure im Feld von MtG und mit welchen Kapitalsorten sind die Akteure ausgestattet? In welchen Interaktionsräumen bewegen sie sich? Wer sind die etablierten Akteure (*incumbents*), die Interesse an der Stabilisierung der bestehenden Wert- und Preisbildungsstruktur haben? Welche Akteure (*challengers*) fordern die bestehende Wert- und Preisbildungsstruktur heraus (Fligstein 2001)? Welche Netzwerke und Machtverhältnisse lassen sich identifizieren? In welchen Zusammenhang stehen Formen der Vergemeinschaftung (Fantasy-Subkultur) mit dem Wert- und Preisbildungsprozess?

(2) *Marktebene*: In welchem Verhältnis stehen die unterschiedlichen Marktplätze zueinander (lokale Geschäfte, Online-Geschäfte und Plattformen⁸)? Lassen sich zwischen den unterschiedlichen Marktplätzen Konflikte beobachten (z.B. Verdrängungsprozesse)? Welche Mechanismen zur Wert- und Preisbildung haben unterschiedliche Marktplätze entwickelt? Kommt es durch die digitalen Marktplätze (MKM, Ebay,..) zu einer Homogenisierung der Preise? Kommt es zu Monopolbildungen? Inwieweit lässt sich eine Marktöffentlichkeit beobachten? Welche Bedeutung kommt Intermediären (z.B. Grading-Agenturen) zu? Wie wird die Distribution zwischen Primär- und Sekundärmarkt organisiert?

(3) *Kulturelle und institutionelle Ebene*: In welchen institutionellen und kulturellen Rahmenbedingungen ist der Markt eingebettet? Ist das Marktfeld in eine Deutungs- und Sinnwelt eingebettet (Fantasy-Subkultur)? Wie werden die Karten bereits von dem Produzenten kulturell gekennzeichnet? Welche staatlichen Regulierungen wirken auf den Wert- und Preisbildungsprozess ein? Inwieweit kommt es durch die Digitalisierung zu einer Wissensdiffusion und zu einer Standardisierung der Preise? Welche Makrostrukturen und gesellschaftlichen Entwicklungen wirken auf den Preis- und Wertbildungsprozess ein?

Mit dem vorliegenden Dissertationsvorhaben soll nicht nur eine weitere Fallanalyse der Marktsoziologie hinzugefügt, sondern der Versuch unternommen werden, neue Formen der Wert- und Preisbildung aufzuzeigen.

2 Kritischer Überblick über die Forschungslage

2.1 Wert- und Preistheorie in der Wirtschaftssoziologie

Für die Wegbereiter der neuen Wirtschaftssoziologie (insb. Karl Marx und Georg Simmel) war die Auseinandersetzung mit Wert und Wertbildung Ausgangspunkt für die Analyse ökonomischer Verhältnisse. In kritischer Tradition zur Arbeitswerttheorie der klassischen Nationalökonomie argumentiert Marx, dass die abstrakte menschliche Arbeit, sprich die durchschnittlich veräußerte Arbeitszeit für den (Tausch)Wert einer Ware, der sich erst in der Relation zu anderen Waren in fetischisierter Form realisiert, ausschlaggebend ist. (vgl. Marx 2008: 53ff., 86ff.) In Abgrenzung dazu entwickelt Simmel eine relativistische und subjektorientierte Werttheorie. Erst durch die Distanz zwischen Subjekt und Objekt (Ware) und das subjektive „Begehren“

⁸ Erste deskriptive Analysen deuten darauf hin, dass es zumindest zwei Plattfortmtypen gibt, die sich vor allem im Grad der Kommodifizierung unterscheiden. Auf der einen Seite gibt es Plattformen, die den Tauschprozess zwischen Käufer und Verkäufer moderieren und kontrollieren (Ebay, MKM,..) und dafür Gebühren erheben. Auf der anderen Seite gibt es allgemeine Kommunikationsplattformen (Facebook) und Fachforen (mtg-forum.de), die eine P2P-Transaktion ermöglichen. Während bei ersterem der Tauschprozess durch rechtliche und formale Kriterien bestimmt, ist um Vergehen zu verhindern bzw. zu sanktionieren, übernehmen die anderen Mitglieder auf Kommunikationsplattformen und Fachforen die Kontrollfunktion.

kommt einem Objekt ein Wert zu. (Simmel 2014: 34f) In der neueren Wirtschaftssoziologie wird die Frage der Wertbildung i.d.R. nicht im Allgemeinen, sondern in bestimmten Marktfeldern verhandelt. Bisher standen vor allem klassische Kulturgüter (z.B. der Weinmarkt, Diaz-Bone 2005, Hay 2010), Finanzmarktprodukte (Stark 2009, Rona-Tas/Hiss 2011) und Güter, die mit moralischen Fragen verbunden sind (Zelizer 1992, Fourcade 2011, Akyel/Beckert 2014), im Fokus empirischer Untersuchungen, während jugend- und subkulturelle Güter, welche sich häufig an der Schnittstelle zwischen analoger und digitaler Welt bewegen, unberücksichtigt blieben. Die Aufforderung von Jens Beckert und Patrick Aspers (2011), das Blickfeld für weitere Märkte zu öffnen und eine soziologische Theorie der Preis- und Wertbildung zu entwickeln, wurde in der Wirtschaftssoziologie bisher kaum aufgegriffen. Genau an dieser Aufforderung will das vorliegende Dissertationsvorhaben anschließen und insbesondere den Preis- und Wertbildungsprozess von modernen Sammelobjekten aus einer wirtschaftssoziologischen Perspektive in den Mittelpunkt der Forschung stellen. In diesem Zusammenhang sind zwei Arbeiten der jüngeren französischen Wirtschaftssoziologie positiv hervorzuheben und können für das Dissertationsvorhaben gewinnbringend sein: In *Mehr Wert. Die Ökonomie des Einzigartigen* (2011) geht Lucien Karpik der Frage nach, auf welcher Grundlage Akteure sinnvolle Kaufentscheidungen auf den Märkten von singulären Gütern treffen (z.B. Weine, Gemälde, Musik, Dienstleistungen von Rechtsanwälten). Dies gelingt, so Karpik, durch Instanzen der Urteilsbildung (Netzwerke, Kennzeichnungen, Ratgeber, Bewertungen), die dabei helfen, Informationsdefizite abzubauen, und als Orientierungshilfe für individuelles und kollektives Handeln dienen. Luc Boltanski und Arnaud Esquerre wählen in *Bereicherung. Eine Kritik der Ware* (2019) einen ähnlichen Ausgangspunkt und beschäftigen sich mit Gütern, die aufgrund ihrer Ausdruckskraft und den „anhaftenden Geschichten“ als einzigartig und wertvoll angesehen werden. Insbesondere in westlichen postindustriellen Ländern, so die Autoren, wird die Verknüpfung von Gütern mit Erzählungen zum zentralen Modus der Wertschöpfung. Eine große Bedeutung nimmt dabei die Sammlerform ein: „*Die Gegenstände, die im Rahmen der Bereicherungsökonomie die größte Wertschätzung erfahren, sind nämlich nicht dazu bestimmt, Bedürfnisse zu befriedigen, viele von ihnen kann man nicht einmal benutzen; sie beziehen ihre Einschlägigkeit aus anderen Formen, in deren Mittelpunkt die Logik des Sammelns steht.*“ (Boltanski/ Esquerre 2019: 93) Aufbauend darauf entwickeln Boltanski und Esquerre eine Preis- und Werttheorie, wobei sie entgegen der Neo-Klassik und der marxischen Werttheorie den Wert als Vermittlungsinstanz zwischen Objekt und Preis bzw. als Rechtfertigungsinstrument des Preises ansehen. Die Autoren differenzieren in vier Wertermittlungsformen – Standard-, Trend-, Anlage- und Sammlerform – die als Orientierungshilfe in der „Welt der Dinge“ dienen und gleichermaßen als Rechtfertigung und Kritik für den Preis einer Ware herangezogen werden können. Zwischen den vier Wertermittlungsformen sind Verlagerungen möglich (z.B. eine Immobilie kann alle vier Formen einnehmen). Speziell der Mechanismus der Verlagerung scheint für den Untersuchungsgegenstand, der sich an der Schnittstelle zwischen allen vier Formen bewegt, bedeutend zu sein. (vgl. Boltanski/ Esquerre 2019: 155ff., 187f., 206ff.)

In den letzten Jahren sind eine Vielzahl an soziologischen Beiträgen erschienen, die sich mit der Bewertung, der Kategorisierung, der Quantifizierung, und dem Vergleich von Akteuren und Dingen befassen (exemplarisch dazu KzfSS Vol. 73, 2021). Ein fundierter Kauf, so argumentiert Heintz in Anlehnung an Beckert,

erfordert vorgelagerte Kategorisierungs-, Vergleichs- und Bewertungsakte. (Heintz 2021) Anzunehmen ist, dass auf den Marktplätzen unterschiedliche Ordnungsprinzipien und Preis- und Wertbildungsprozesse bestehen und zur Anwendung kommen. Zu beobachten ist, dass Karten im höchsten Preissegment (über 50.000\$) ausschließlich auf Ebay im Zuge von Auktionen versteigert werden, während Karten im niedrigen Preissegment (unter 100€) auf der Basis von Festpreisen auf sammelkartenspezifischen Plattformen verkauft werden. Bernard und Fourcade (2021) argumentieren, dass eine zunehmende Ordinalisierung sämtlicher Lebensrealitäten zu beobachten sei. „*Ordinalisierung breitet sich im wirtschaftlichen, sozialen und politischen Leben immer weiter aus: Ratings und Rankings nehmen überall zu und dienen Institutionen dazu, die soziale und materielle Welt zu erfassen, zu verstehen und zu ordnen.*“ (Bernard & Fourcade 2021: 131) Die Bedeutung von Grading Agenturen (z.B. *Beckett Grading Services*, siehe Abbildung 2), die den Zustand einzelner Karten mittels einer zehnstufigen Skala bewerten, nimmt in den vergangenen Jahren im Sekundärmarkt von MtG stark zu. (Quelle: Channel Fireball)

Zusätzlich gilt es Beiträge, aus benachbarten Wissenschaftsdisziplinen (Volkswirtschaftslehre, ökonomische Anthropologie, Sozialgeschichte) kritisch auf den potenziellen Erklärungsgehalt der Wertbildung bei Sammelobjekten zu prüfen. So greift Geertz (1978) aus einer anthropologischen Perspektive die Fragestellung von Akerlof (1970) auf und untersucht, welche Mechanismen zur Minimierung von Qualitätsunsicherheiten auf einem Bazar ausgebildet werden. Es sind, so Geertz, langfristige und kompetitive Marktbeziehungen und die Technik des Feilschens, die in einer fragilen Marktstruktur – Heterogenität der Produkte unter massivem Informationsdefizit – eine informationsbasierte Beurteilung der Ware ermöglichen. Welche Bedeutung kommt der Technik des Feilschens am Sekundärmarkt von MtG zu? Gelber (1992) untersucht aus einer sozialhistorischen Perspektive die Kommodifizierung des Briefmarkensammelns am Ende des 19. Jahrhunderts. Einher mit der Vermarktlichung geht eine zunehmende Vermännlichung und Professionalisierung („vom Hobby zum Beruf“) des Feldes. Es bildet sich, so Gelber, eine „*market based subculture*“ (vgl. Gelber 1992: 745) heraus, die mit Narrativen gespickt ist (z.B. „*Getting Rich*“ und Bildung durch Briefmarkensammeln). Auch bei MtG ist es in den letzten 20 Jahren zu einer weitreichenden Vermarktlichung gekommen. Lassen sich im Feld von MtG ähnliche Entwicklungen beobachten und welchen Einfluss haben beispielsweise Narrative auf den Wert- und Preisbildungsprozess?

2.2 Wissenschaftliche Forschung zum Untersuchungsgegenstand MtG

Es liegen eine Vielzahl von Studien vor, die sich aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Perspektiven mit MtG beschäftigen: Kunst- und Literaturwissenschaften (zur bildlichen und literarischen Darstellung der Fantasy-Welt, z.B. Trammel 2013), Medien- und Kommunikationswissenschaften (Analyse von Digitalisierungsprozessen, z.B. Karhulahti 2017), Sportwissenschaften (Entwicklung zum E-Sport, z.B. Svelch 2019), Kultur- und Sozialwissenschaften (*gaming and fantasy subcultures*, z.B. Williamson 2006), Mathematik (Versuch, mathematische Modelle für optimales Spielverhalten zu entwickeln, z.B. Ward 2012). Bisher standen somit die künstlerische und spielerische/sportliche Dimension sowie die zunehmende Digitalisierung im Fokus der wissenschaftlichen Auseinandersetzung. Eine wirtschaftssoziologische Perspektive auf MtG, die sich mit dem Wert- und Preisbildungsprozess am Sekundärmarkt auseinandersetzt, ist ausständig.

3 Wissenschaftliche Relevanz

Das vorliegende Dissertationsvorhaben besitzt eine hohe wissenschaftliche Relevanz, da es zwei Forschungslücken in der Wirtschaftssoziologie aufgreift und aktiv zu deren Schließung beitragen will. Erstens, der bereits ausführlich dargelegte Untersuchungsgegenstand MtG und dessen aktuelle Beschaffenheit können nur im Zusammenhang zu gesamtgesellschaftlichen Entwicklungen – Digitalisierung, Finanzialisierung, Gamification und der zunehmenden Popularität der Praktik des Sammelns – verstanden und analysiert werden. Dabei lassen sich auf den ersten Blick drei verwandte Phänomene erkennen: erstens weitere Sammelkartenspiele (Pokemon, Yu-Gi-Oh!,...) und Sportsammelkarten (Baseball, Basketball, Eishockey, Fußball), zweitens industrielle Kulturprodukte (Schallplatten, Bücher, Briefmarken,...) und drittens Internetspiele (Halfstone, World of Warcraft, Clash of Clans,...). Die Ähnlichkeit zu industriellen Kulturprodukten einerseits und zu digitalen Produkten andererseits verweist auf konkrete Fragen zur Wert- und Preisbildung im Sekundärmarkt, aber auch abstrakten werttheoretischen Fragen über die Materialität von Gütern: Inwieweit beeinflussen die online Spielformate den Wert- und Preisbildungsprozess am Sekundärmarkt? Wie werden die Eigentumsrechte im Online-Spiel organisiert? Kommt es zu Wert- und Preisbildungsprozessen in den Online-Spielen? Welche Grenzen der Wert- und Preisbildung lassen sich bei digitalen Gütern beobachten? Inwieweit unterscheiden sich die Praktiken des Sammelns von industriellen Kulturprodukten von jenen der Sammelkartenspiele und Sportsammelkarten? Während Internetspiele (exemplarisch Corneliusen/Rettberg 2008) und industrielle Kulturprodukte (exemplarisch Moist/ Banash 2013) große (kultur)soziologische Aufmerksamkeit auf sich ziehen, bleibt das Feld der Sammelkartenspiele bzw. Sportsammelkarten soziologisch weitestgehend unerforscht. Das ist umso erstaunlicher, da insbesondere in den letzten Jahren ein regelrechter Boom um die unterschiedlichen Sport- und Sammelkarten⁹ ausgebrochen ist. Zweitens ist in der wirtschaftssoziologischen Auseinandersetzung mit Wert- und Preisbildungsprozessen auffallend, dass bislang hauptsächlich theoretische Beiträge dazu verfasst worden sind. Das vorliegende Dissertationsvorhaben will Prozesse der Wert- und Preisbildung nicht nur auf einer theoretischen, sondern auch auf einer empirischen Ebene untersuchen (siehe Kapitel 5). Durch eine zweistufige methodische Vorgehensweise sollen die sozialen Bedingungen und Strukturen der Wert- und Preisbildung im Feld von MtG aufgezeigt werden.

⁹ Dies zeigt sich u. a. an einem enormen Anstieg der erzielten Preise von Sammelkarten im Zuge von Internetauktionen. Im Juli 2020 erzielte eine Sammelkarte von LeBron James (Basketball) im Zuge einer online Auktion einen Preis von 1,85 Millionen Dollar. (Quelle: Guinness World Record) Am 27.1.2021 wurde im Zuge einer Ebay Auktion der bis dato höchste vermerkte Verkaufspreis in Höhe von 511 100 Dollar für eine Magic Karte erzielt. Die verkaufte Karte - *Black Lotus* - stammt aus der ersten Magicedition (*Alpha*, 1993), wurde vom Maler signiert und von einem externen Gutachten mit dem höchsten Qualitätszustand bewertet. Bemerkenswert dabei ist, dass eine andere *Black Lotus* Karte mit gleichem Rating ein Jahr zuvor für 166 000 Dollar verkauft wurde. (Quelle: Polygon)

4 Eigene Vorarbeiten

Im Rahmen meiner Masterarbeit prüfte ich die Gültigkeit der Simmelschen These des „absoluten Mittels“ in einer zunehmend bargeldlosen Gesellschaft. Im Anschluss daran war ich bei der Verfassung von Projektanträgen (OeNB, FWF), die sich mit der sozialen Bedeutung von Bargeld beschäftigen, beteiligt. Des Weiteren verfasste ich einen Beitrag für die Schlüsselwerke der Wirtschaftssoziologie zu *The Social Life of Money* von Nigel Dodd. Das vorliegende Dissertationsvorhaben schließt an einigen Stellen an die geldsoziologischen Arbeiten an. So soll im vorliegenden Dissertationsvorhaben auch auf die Werttheorie Simmels Bezug genommen werden. Wie bereits dargelegt, betreibt WotC MtG in zwei unterschiedlichen Ausführungen als Online-Spiel. In *Magic the Gathering Online* muss eine spielinterne Währung erworben werden¹⁰, um Aktionen (Ankauf von Karten, Teilnahme an Turnieren) durchführen zu können. Kurzum, die Auseinandersetzung mit Wert- und Preisbildungsprozessen von Sammelobjekten impliziert die Beschäftigung mit geldsoziologischen Fragestellungen. Eine weitere Überschneidung zu meiner bisherigen Forschungstätigkeit besteht in der Auseinandersetzung mit neuen Investitions- und Spekulationsobjekten (z.B. Bitcoins). Sowohl Sammelkarten als auch Kryptowährungen werden in den letzten Jahren immer stärker als Investitions- und Spekulationsobjekte herangezogen.

Im Zuge des Projektes „Arbeitsmarktintegration von Menschen mit Behinderung“ (2018) und auch durch die Leitung der Lehrveranstaltung „Qualitative Sozialforschung“ (Sommersemester 2019) konnte ich weitreichende Kenntnisse in der Konzeption, Durchführung und Auswertung von qualitativen Interviews erlangen. In meiner weiteren Lehrtätigkeit habe ich mich sowohl auf Meso- wie Makroebene mit der institutionellen und kulturellen Einbettung wirtschaftlicher Prozesse befasst. Zusätzlich bin ich seit 2015 Teil des Forschungskolloquiums Wirtschaftssoziologie. Im Forschungskolloquium werden sowohl Schlüsseltexte der jüngeren Wirtschaftssoziologie als auch aktuelle Beiträge gelesen und kritisch diskutiert. Durch meine Lehrtätigkeit und der langjährigen Teilnahme am Forschungskolloquium bestehen bereits Vorkenntnisse in weiten Teilen der relevanten Forschungsliteratur (insb. Organisationssoziologie, qualitativer Sozialforschung, Digitalisierung, Plattformökonomien, Marktsoziologie, Finanzialisierung, Werttheorien).

¹⁰ Die spielinterne Währung (Event Ticket) kann durch Geld oder durch den Verkauf von Karten erworben werden. Mit der Einführung von *Magic Arena* kam es sowohl zum Einbruch der Kartenwerte als auch der spielinternen Währung.

5 Gewählte Methodik

5.1 Annäherung: Beobachtungen und deskriptive Analyse von Homepages

Wie in den vorangegangenen Kapiteln dargelegt, fehlen weitestgehend empirische Beiträge zur Wert- und Preisbildung und soziologische Betrachtungen zum Untersuchungsgegenstand MtG, was eine explorative und datengenerierende Vorgehensweise notwendig macht. (vgl. Charmaz 2011: 14ff.) Im ersten Schritt werden Beobachtungen auf physischen Marktplätzen (lokale Geschäfte), auf digitalen Marktplätzen (Plattformen) und bei Großveranstaltungen (Magic-Feste) durchgeführt um Einblicke in den Untersuchungsgegenstand zu erlangen. Hierbei liegt der Fokus sowohl auf der Präsentation der Objekte als auch den konkreten Verkaufs- und Tauschprozessen. Im zweiten Schritt sollen Homepages deskriptiv analysiert werden. (vgl. Silvermann 2013: 231f.) Dabei werden die Homepages der ProduzentInnen, von Handelsplattformen, HändlerInnen, Intermediären sowie der Content von Personen auf Video- und Streamingplattformen und Magic-Foren analysiert. Besondere Aufmerksamkeit liegt dabei auf den Handelsplattformen, die den Großteil des Sekundärmarktes für Magickarten abdecken. Durch diese Annäherung soll ein Überblick über die relevanten Akteure und deren Selbstdarstellung erlangt und erste Mechanismen der Wert- und Preisbildung identifiziert werden. Die gewonnenen Daten sollen in Kombination mit der Literaturrecherche als Grundlage für die Konstruktion des Interviewleitfadens dienen. Im Zuge der Beobachtungen soll darüber hinaus ein Erstkontakt zu den InterviewpartnerInnen hergestellt werden.

5.2 Vertiefung: Teilstrukturierte Interviews

Im ersten Halbjahr 2023 sollen leitfadenerunterstützte Interviews mit unterschiedlichen Akteuren – ProduzentInnen, lokalen HändlerInnen, Online-HändlerInnen, Intermediären, AktionärInnen, SammlerInnen, SpielerInnen – geführt werden. Dadurch sollen Einblicke in die Wertassoziationen, die unterschiedlichen Netzwerke und die kulturellen und institutionellen Rahmenbedingungen erlangt werden. Geplant sind ca. 30 Interviews, wobei die theoretische Sättigung (vgl. Glaser/Strauss 1967) ausschlaggebend für die genaue Interviewanzahl sein wird. So ist es durchaus denkbar, dass relevante Akteure erst im Interviewprozess erkenntlich werden oder sich einzelne Akteursgruppen als äußerst heterogen erweisen, sodass weitere Interviews notwendig sind. Die Interviews werden transkribiert und sollen mittels der qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2016) ausgewertet werden. Solch ein Vorgehen scheint insbesondere deshalb sinnvoll, da bereits ein theoretischer Zugang a priori gewählt wurde, erste Ergebnisse aus der deskriptiven Analyse bzw. den Beobachtungen vorliegen und Wissen über wirtschaftssoziologische Preis- und Werttheorien besteht, was eine sinnvolle Konstruktion eines Leitfadens ermöglicht. Zeitgleich ist das untersuchte Feld jedoch weitestgehend unbekannt. Demnach werden im ersten Schritt deduktive Kategorien gebildet und im zweiten Schritt durch das vorliegende Material und induktive Kategorien ergänzt. (vgl. Kuckartz 2016:63ff.)

6 Arbeits- und Zeitplan

Für das Dissertationsvorhaben ist eine Monographie angedacht. Zeitgleich sollen die theoretischen wie empirischen Befunde auf nationalen und internationalen Fachtagungen im Feld der Wirtschaftssoziologie (DGS Sektion Wirtschaftssoziologie, ÖGS Kongress, ESA,...) präsentiert und etwaige über die Dissertation hinausgehende Themenkomplexe in einschlägigen Fachzeitschriften publiziert werden. Im Groben soll in fünf Arbeitsschritten vorgegangen werden: (1) Literaturrecherche, (2) deskriptive Analyse und Beobachtungen, (3) Interviewdurchführung und Auswertung, (4) Verfassen der Dissertation und (5) Publikation der Dissertation. Im Kalenderjahr 2021 und 2022 steht die theoretische Auseinandersetzung mit bestehenden Preis- und Werttheorien und den marktsoziologischen Beiträgen der neuen Wirtschaftssoziologie im Vordergrund. Im Zuge der Literaturrecherche soll ein Fachzeitschriftenbeitrag, der sich mit den unterschiedlichen Preis- und Werttheorien beschäftigt, verfasst werden. Parallel dazu sollen im Kalenderjahr 2022 die deskriptive Analyse und die Beobachtungen stattfinden und Vorbereitungen für die Interviewdurchführung getroffen werden (Kontakte herstellen, Leitfaden entwickeln). Da nach ersten Rechercheergebnissen ein Teil der relevanten Akteure in den USA wohnt, ist für die Durchführung der Interviews ein Forschungsaufenthalt in den USA im Frühjahr 2023 angedacht. Im zweiten Halbjahr 2023 sollen die Interviews ausgewertet werden, sodass 2024 die Dissertation verfasst und 2025 publiziert werden kann. Die hier dargelegte lineare Darstellung der Bearbeitung des Themengebietes wird der wissenschaftlichen Praxis nur unzureichend gerecht, trotzdem sollen der Zeitplan und das zeitliche Korsett der fünf Arbeitsschritte weitestgehend eingehalten werden.

| | 2021 | | | | 2022 | | | | 2023 | | | | 2024 | | | | 2025 | |
|------------------------|------|----|----|----|------|----|----|----|------|----|----|----|------|----|----|----|------|----|
| | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q1 | Q2 |
| Literaturrecherche | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | |
| Deskriptive Analyse | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | | | |
| Beobachtungen | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | | | |
| Interviewdurchführung | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | |
| Interviewauswertung | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | |
| Dissertation schreiben | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | |
| Weitere Publikationen | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | ■ | ■ | | |
| Korrekturphase | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | |
| Veröffentlichung | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ |

Tabelle 1: Angestrebter Zeitplan des Dissertationsvorhabens

7 Bibliographie

- Abbot A. (2004): *Methods of Discovery. Heuristics for the Social Sciences*. W.W. Norton & Company. New York.
- Akerlof G. (1970): The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism. In: *The Quarterly Journal of Economics*. 84 (3) 488-500.
- Akyel D./ Beckert J. (2014): Pietät und Profit. Kultureller Wandel und Marktentstehungen am Beispiel des Bestattungsmarktes. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. S. 425-444.
- Appadurai, A. (1986): *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge University Press. Cambridge.
- Aspers, P. (2008): Wissen und Bewertung auf Märkten. In: *Berliner Journal für Soziologie*. S. 431-449.
- Boltanski L./ Esquerre A. (2019): *Bereicherung. Eine Kritik der Ware*. Frankfurt am Main.
- Beckert J. (2007): *The Social Order of Markets*. MPIfG Discussion Paper, Köln.
- Beckert J. / Lutter M. (2007): Wer spielt hat schon verloren? Zur Erklärung des Nachfrageverhaltens auf dem Lottomarkt. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. 52 (2), S. 240-270.
- Beckert J./ Deutschmann C. (2009): *Neue Herausforderungen der Wirtschaftssoziologie*. Köln.
- Beckert J. (2011): Where do prices come from? Sociological approaches to price formation. In: *Socio-Economic Review*. 9, S. 757-789.
- Beckert J. / Aspers P. (2011): Value in Markets. In: Beckert J. / Aspers P: *The Worth of Goods. Valuation and Pricing in the Economy*. New York, S. 3-40.
- Bernard, A. & Fourcade, M. (2021): Das Unbehagen an der Ordinalisierung. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. 73. S. 113-135.
- Briton/ Nee (1998): Embeddedness and beyond: institutions, exchange, and social structure. In: *The New Institutionalism in Sociology*. New York. S. 19-45.
- Callon M. (1998): *The Laws of Markets*. Oxford.
- Churchill A./ Bilderman S./ Henrick A. (2019): *Magic: The Gathering in Turing Complete*. Working Paper Cornell University.
- Charmaz, K. (2011): *Constructing Grounded Theory. A practical Guide Through Qualitative Analysis*. London. Sage Publications Ltd.
- Corneliusson H./ Rettberg J. (2008): *Digital Culture, Play and Identity. A World of Warcraft Reader*. Massachusetts.
- Cowling P./ Ward D./ Powley E (2012): Ensemble Determinization in Monte Carlo Tree Search for the Imperfect Information Cardgame Magic: The Gathering. In: *IEEE Transactions on Computational Intelligence and AI in Games*, Volume 4, S. 241-257.
- Diaz-Bone R. (2005): Strukturen der Weinwelt und der Weinerfahrung. *Sociologica Internationalis*. S. 25-57.
- Fourcade M. (2011): Price and Prejudice: On Economics and the Enchantment (and Disenchantment) of Nature. In: Beckert J. / Aspers P: *The Worth of Goods. Valuation and Pricing in the Economy*. New York, S. 41-63.
- Fligstein, N. (2001): *The Architecture of Markets: An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies*. Princeton.
- Geertz C. (1978): The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing. In: *The American Economic Review* 68 (2), S. 28-32.

- Gelber, S. (1992): Free Market Metaphor: The Historical Dynamics of Stamp Collecting. In: *Comperative Studies in Society and History*. 34 (4), S. 742-769.
- Gerhards J./ Mutz M./ Wagner G. (2014): Die Berechnung des Siegers: Marktwert, Ungleichheit, Diversität und Routine als Einflussfaktoren auf die Leistung professioneller Fußballteams. In: *Zeitschrift für Soziologie*, 43 (3), S. 231-250.
- Glaser B./ Strauss A. (1967): *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*. New Brunswick.
- Granovetter M. (1985): Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. In: *American Journal of Sociology*. 91 (3), S. 481-510.
- Hay, C. (2010): The Political Economy of Price and Status Formation in the Bordeaux Primeur Market: The Role of Wine Critics as Rating Agencies. *Soci-Economic Review* 8(4). S. 685-707.
- Heintz, B. (2021): Kategorisieren, Vergleichen, Bewerten und Quantifizieren im Spiegel sozialer Beobachtungsformate. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. 73. S.5-47.
- Karhulahti V. (2017): Reconsidering Esport: Economics and Executive Ownership. In: *Physical Culture and Sport. Studies and Research* 74. S. 43-53
- Karpik Lucien (2011): *Mehr Wert. Die Ökonomie des Einzigartigen*. Frankfurt am Main.
- Kuckartz U. (2016): *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. Weinheim. 3 Auflage.
- Luhmann N. (2019): *Die Wirtschaft der Gesellschaft*. Frankfurt am Main.
- Moist K./ Banash D. (2013): *Contemporary Collecting. Objects, Practices and the Fate of Things*. Plymouth.
- Münnich S. (2019): Profit as Social Rent: Embeddedness and Stratification in Markets. In: *Sociological Theory* 37 (2). S. 162-183.
- Marx, K. (2008): *Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie. Erster Band*. Berlin. 39. Auflage.
- Pearce S. (1995): *On Collecting. An Investigation into Collecting in the European Tradition*. New York. Routledge.
- Rona-Tas A./ Hiss S. (2011): Forecasting as Valuation: The Role of Ratings and Predictions in the Subprime Mortgage Crisis in the United States. In: Becktert J. / Aspens P.: *The Worth of Goods. Valuation and Pricing in the Economy*. New York, S. 223-246.
- Silvermann, D. (2013): *Doing Qualitative Research*. London. Sage Publications Ltd.
- Simmel, G. (2014): *Philosophie des Geldes*. Frankfurt am Main.
- Stark D./ Beunza D. (2009): *The Sense of Dissonance: Accounts in the Worth in Economic Life*. Princeton.
- Svelch, J. (2019): Mediatization of a Card Game: Magic: The Gathering, esports, and streaming. In: *Media, Culture & Society* 42 (6), S. 838-856.
- Trammell A. (2013): Magic Modders: Alter Art, Ambiguity, and the Ethics of Prosumption. *Journal of Virtual Worlds Research* 6(3), S. 1-14.
- White, H. (1981): Where do Markets come from? In: *American Journal of Sociology*. 87 (3) S. 517-547
- Williamson, P. (2006): Consumption and Authenticity in the Collectible Strategy Games Culture. In: Williamson P./ Hendriks S./ Winkler W.: *Gaming as Culture: essays on realit, identitym and experience in fantasy games*. North Carolina, S. 77-99.
- Zelizer, V. (1992): Human Values and the Market: The Case of Life Insurance and Death in 19th- Century America. In: *The Sociology of Economic Life*. Boulder. S. 285-304.

Internetquellen

Beckett Grading Services: <https://www.beckett.com/news/magic-the-gathering-beta-time-walk-tops-16000-beckett-pricing-insider/> (Eingesehen am 27.09.2021)

Cardmarket: <https://www.cardmarket.com/de/Magic/Products/Singles/Legends-Italian/Pradesh-Gypsies> (Eingesehen am 24.09.2021)

Channel Fireball: <https://strategy.channelfireball.com/all-strategy/pkmn/the-ultimate-guide-to-collectible-card-game-grading/> (Eingesehen am 21.09.2021)

Magic: the Gathering Market Place (Buy, Sell, Trade): [\(20+\) Magic: the Gathering Marketplace \(Buy, Sell, Trade\) | Facebook](#) (Eingesehen am 22.11.2021)

Guinness World Records: <https://www.guinnessworldrecords.com/news/2020/7/lebron-james-trading-card-sells-for-a-record-breaking-1-845-million-624573> (Eingesehen am 29.11.2020)

Polygon: [Magic: The Gathering Black Lotus card sells for \\$511,100 at auction - Polygon](#) (Eingesehen am 12.6.2021)

Wizards of the Coast: <https://magic.wizards.com/en/articles/archive/official-reprint-policy-2010-03-10> (Eingesehen am 22.09.2021)

8 Abbildungen

8.1 Abbildung 1: Racial Content



Quelle: Cardmarket

8.2 Abbildung 2: Grading - Beckett



Quelle: Beckett Grading Services

8.3 Abbildung 3: Warenkreislauf und Akteure im Feld MtG

