

...nichtsdestotrotz  
die Bedeutung der Individualisierung, des Beziehungs-  
und Orientierungsdimensionen der Konkurrenz  
zu beweisen.

Die Dimension des sozialen Status ist im sozio-ökonomischen  
Raum die wichtigste, die soziale Mobilität  
die wichtigste der sozialen Dimensionen der Konkurrenz.  
Die soziale Mobilität ist die einzige Dimension der Konkurrenz  
die einen direkten Einfluss auf die Preisbildung hat.