

Neue Herausforderungen der Wirtschaftssoziologie

Herausgeber Jens Beckert und Christoph Deutschmann

SH 49 - 2009

INHALTSÜBERSICHT

Einleitung

<i>Jens Beckert</i> und <i>Christoph Deutschmann</i> Neue Herausforderungen der Wirtschaftssoziologie	7
<i>Jens Beckert</i> und <i>Natalia Besedovsky</i> Die Wirtschaft als Thema der Soziologie. Zur Entwicklung wirtschaftssoziologischer Forschung in Deutschland und den USA	22

I. Konstitution und Wandel von Märkten

<i>Christoph Deutschmann</i> Soziologische Erklärungen kapitalistischer Dynamik	43
<i>Anita Engels</i> Die soziale Konstitution von Märkten	67
<i>Sophie Mützel</i> Koordination von Märkten durch narrativen Wettbewerb	87
<i>Neil Fligstein</i> The Europeanization of Business	107
<i>Sigrid Quack</i> “Global” Markets in Theory and History: Towards a Comparative Analysis . .	125

II. Die Einbettung der Wirtschaft: Handeln, Institutionen, Konventionen

<i>Jack Barbalet</i> Action Theoretic Foundations of Economic Sociology	143
<i>Heiner Ganßmann</i> Wirtschaftssoziologie und ökonomische Theorie	158
<i>Rainer Diaz-Bone</i> Économie des conventions	176
<i>Raimund Hasse</i> und <i>Georg Krücken</i> Neo-Institutionalistische Wirtschaftssoziologie	194
<i>Andrea Maurer</i> Die Institutionen der Wirtschaft. Soziologische Erklärungen wirtschaftlicher Sachverhalte	208
<i>Ben Greiner</i> und <i>Axel Ockenfels</i> Vom Labor ins Feld: Die Ökonomie des Vertrauens	219

III. Forschungsfelder

1. Geld und Finanzmärkte

<i>Axel T. Paul</i>	
Die Unverfügbarkeit des Geldes und die Rolle der Zentralbanken	243
<i>Herbert Kalthoff</i>	
Die Finanzsoziologie: Social Studies of Finance. Zur neuen Soziologie ökonomischen Wissens	266
<i>Julie Froud, Adam Leaver, Sukhdev Johal, Adriana Nilsson und Karel Williams</i>	
Narratives and the Financialised Firm	288
<i>Jürgen Beyer</i>	
Varietät verspielt? Zur Nivellierung der nationalen Differenzen des Kapitalismus durch globale Finanzmärkte	305
<i>Karin Knorr Cetina</i>	
What is a Financial Market?	326

2. Konsum

<i>Jörg Rössel und Simone Pape</i>	
Lebensstile und Konsum	344
<i>Matthias Zick Varul</i>	
Ethical Consumption: The Case of Fair Trade	366
<i>Kai-Uwe Hellmann</i>	
Konsum, Konsument, Konsumgesellschaft. Die akademische Konsumforschung im Überblick	386

3. Arbeit, Arbeitsmärkte und Organisationen

<i>Birgit Apitzsch</i>	
Flexible Beschäftigung und soziale Netzwerke. Der Einfluss von Professionalisierung	409
<i>Hermann Kothhoff</i>	
„Betriebliche Sozialordnung“ als Basis ökonomischer Leistungsfähigkeit	428
<i>Hartmut Hirsch-Kreinsen</i>	
Entgrenzung von Unternehmen und Arbeit	447
Die Autorinnen und Autoren	466
Summaries	471

Einleitung

NEUE HERAUSFORDERUNGEN DER WIRTSCHAFTSSOZIOLOGIE*

Jens Beckert und Christoph Deutschmann

I.

„Die Wirtschaftssoziologie besitzt gegenwärtig nicht den Status eines eigenständigen, in sich abgeschlossenen Gebietes soziologischer Forschung. Ihr Gegenstand ist im wissenschaftlichen Verständnis nicht eindeutig festgelegt, über ihre Themen besteht wenig Konsens, ihre Abgrenzung zu anderen speziellen Soziologien – vor allem der Industrie- und Betriebssoziologie, der Arbeitssoziologie und der Organisationssoziologie – ebenso wie zu anderen Disziplinen – insbesondere zu den Wirtschaftswissenschaften und zur (neuen) politischen Ökonomie – ist ungeklärt“ (Heinemann 1987: 7). Mit diesen Sätzen beginnt Klaus Heinemann seine Einführung in den vor 22 Jahren erschienenen und von ihm unter dem Titel „Soziologie wirtschaftlichen Handelns“ herausgegebenen letzten Sonderband zur Wirtschaftssoziologie der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Heinemanns Feststellung, dass es sich bei der Wirtschaftssoziologie um eine in vieler Hinsicht sachlich, methodologisch und theoretisch unübersichtliche Disziplin handelt, trifft auch heute noch zu.

Und doch ist die Situation heute eine völlig andere. Während der beiden letzten Dekaden erlebte die Wirtschaftssoziologie international einen bedeutenden Aufschwung. Insbesondere in den USA, dann aber auch in Frankreich, Großbritannien, Italien und Deutschland entwickelte sich die Wirtschaftssoziologie zu einem der am stärksten beachteten Bereiche soziologischer Forschung. In Deutschland hat diese Entwicklung erst mit einiger Verspätung eingesetzt, ist jedoch klar zu erkennen. In den letzten Jahren erschienene Sammelbände von Florian und Hillebrandt (2006), Beckert, Diaz-Bone und Ganßmann (2007), Windolf (2005), Maurer (2007), Windolf und Stichweh (2009) zeigen die Entwicklung deutlich an. Innerhalb und auch außerhalb der Soziologie findet die Wirtschaftssoziologie mit ihren Beiträgen heute erhebliche Resonanz und hat ihre Konturen deutlich geschärft.

* Der vorliegende Band entstand auf der Basis intensiver Diskussionen nicht nur zwischen den Herausgebern und den Autoren, sondern auch zwischen den Autoren selbst. Im Herbst 2008 fand eine Autorenkonferenz am Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung in Köln statt. Die Beiträge wurden von je einem anderen Autor oder einer Autorin begutachtet, und die Herausgeber haben alle Beiträge intensiv mit den Autoren diskutiert. Wir danken allen Autorinnen und Autoren für ihre konstruktive Mitarbeit an dem Gesamtprojekt.

Worauf ist diese Entwicklung zurückzuführen? Teilweise sicherlich auf die Leistungen wirtschaftssoziologischer Forschung. Die Wirtschaftssoziologie hat sich insbesondere einen Namen gemacht durch ihren genauen empirischen Blick. Sie begnügt sich nicht mit modellhaften Vorstellungen über die Funktionsweise von Märkten, sondern versucht, genauer zu klären, wie Märkte und Wirtschaftsorganisationen „wirklich“ funktionieren: Wie kommen die Akteure mit der realiter meist gegebenen Unsicherheit der Rahmenbedingungen zurecht? Welche Rolle spielen dabei Vertrauen und soziale Netzwerke, welche Bedeutung haben Institutionen und Konventionen? Wie kommt es zur Entstehung von Marktpräferenzen, welche Rolle spielen dabei die Prozesse der Marktkommunikation, welche andererseits asymmetrische Machtverhältnisse? Schwerpunkte der Wirtschaftssoziologie sind empirisch-historisch „dichte“ Beschreibungen und Analysen sowie das Streben nach empirisch gehaltvollen Erklärungen. Die empirischen Forschungen sind zumeist in Konzepten verankert, die die Auswahl von Forschungsthemen, die methodische Herangehensweise und die Hypothesenbildung anleiten. Einbettung, Netzwerke, Institutionen, Kultur und Performativität sind solche Konzepte, die in einer Vielzahl empirischer Forschungsprojekte fruchtbar Anwendung fanden. Daraus ergibt sich bis heute noch keine einheitliche Theorie, aber die „sozialen Strukturen“, in die wirtschaftliches Handeln „eingebettet“ ist, haben sich als zentraler analytischer und theoretischer Referenzpunkt herausgebildet.

Die Erkenntnisse wirtschaftssoziologischer Forschung sind im Einzelnen häufig nicht spektakulär und vielfach auch nicht grundlegend neu. Vieles findet sich im Prinzip auch schon bei den soziologischen Klassikern (Durkheim, Weber, Marx), in der deutschen historischen Schule (Schmoller, Knies, Brentano) oder in der älteren institutionalistischen Schule in den USA (Veblen, Commons). Der Erfolg der neueren Wirtschaftssoziologie ist insofern nicht allein aus der Binnenperspektive der Wirtschaftssoziologie selbst zu erklären. Um die Renaissance wirtschaftssoziologischer Forschung zu verstehen, müssen vielmehr die Veränderungen des historischen und wissenschaftlichen Umfeldes berücksichtigt werden.

Historisch lässt sich während der letzten dreißig Jahre eine zunehmende Dominanz der Dynamik des Wirtschaftssystems über gesellschaftliche Entwicklungen feststellen. In den keynesianisch gesteuerten Nachkriegsökonomien waren Märkte und wirtschaftliche Strukturen politisch eingehegt, das politische System erfüllte mithin die Rolle gesellschaftlicher Steuerung. Mit der Liberalisierung der Ökonomien der westlichen Industrieländer seit den 1970er Jahren und der verstärkten globalen Integration der Märkte, insbesondere der Finanzmärkte, verlor die nationalstaatlich organisierte politische Regulation der Wirtschaft an Bedeutung. Gesellschaftliche Entwicklungsdynamiken entfalteten sich fortan viel stärker aus den Strukturen liberalisierter Märkte, wobei die Aufgabe staatlicher Regulation sich zunehmend darauf beschränkte, optimale Bedingungen für das ungehinderte Wirken von Marktkräften sicherzustellen. Diese Entwicklung wurde noch durch die marktöffnenden Reformen in den asiatischen Ökonomien, insbesondere in China und Indien, verstärkt und ebenso durch die Transformation der vormals staatlich gesteuerten Ökonomien der osteuropäischen Länder. So geriet das Wirtschaftssystem viel mehr in das Zentrum der gesellschaftlichen Entwicklung. Daraus ergab sich auch das verstärkte Interesse der Soziologie an wirtschaftlichen Prozessen und Strukturen jenseits der industriellen Arbeitswelt, die die Domäne der speziell in Deutschland bedeutenden Industrie- und Arbeitssoziologie gewesen war.

Das wissenschaftliche Umfeld der Wirtschaftssoziologie veränderte sich insbesondere durch Entwicklungen in der wirtschaftswissenschaftlichen Nachbardisziplin. Die eher marginale Rolle, die die Wirtschaftssoziologie noch in den 1980er Jahren spielte, hing auch mit einer bis dahin gültigen Aufgabenteilung zwischen Wirtschaftswissenschaften und Soziologie zusammen, die Klaus Heinemann in der Einleitung zu dem Sonderband von 1987 als „Wirtschaft und Gesellschaft-Paradigma“ charakterisiert (Heinemann 1987: 11). Bei der Herausbildung dieser Arbeitsteilung hatten, wie die Bezeichnung andeutet, Parsons' systemtheoretische Interpretation der Wirtschaft und die von ihm gemeinsam mit Neil J. Smelser vorgelegte Modellierung der Austauschbeziehungen zwischen der Wirtschaft und den nichtwirtschaftlichen Subsystemen der Gesellschaft (Parsons und Smelser 1984) eine entscheidende Rolle gespielt (Beckert 2002). Die Wirtschaft wurde hier als ein Subsystem der Gesellschaft konzipiert, das durch spezifische Input-Output-Beziehungen mit den anderen Subsystemen der Gesellschaft verbunden ist. Damit war auch die Arbeitsteilung zwischen Wirtschaftswissenschaften und Soziologie festgelegt: Der Kompetenzanspruch der ökonomischen Theorie für das Wirtschaftssystem wurde weitgehend akzeptiert; die Soziologie bekam die Analyse der politischen, institutionellen und kulturellen Rahmenbedingungen zugewiesen. Für die Untersuchung der wirtschaftlichen Prozesse selbst war die Soziologie, anders als im Verständnis der institutionalistischen Ansätze der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts, nicht länger zuständig. Sie reduzierte sich, nach einem Wort von Eisermann, auf die „Wissenschaft vom Datenkranz“ (Heinemann 1987: 11) – ein für die Soziologie zweifellos wenig vorteilhaftes Arrangement, das aber auch die hohe Meinung widerspiegelte, die Parsons und Smelser von der Leistungsfähigkeit der ökonomischen Theorie hatten.

Dieses „Arrangement“ verlor seine Bedeutung für die Soziologie vor dem Hintergrund von zwei Entwicklungen. Zum einen drang die neoklassische Ökonomie seit den 1970er Jahren immer stärker in das der Soziologie „zugesprochene“ Terrain vor. Ökonomen, und hier ist insbesondere der Chicagoer Ökonom Gary Becker bedeutsam, verwendeten ihre vom Rationalmodell des Handelns ausgehenden Modelle jetzt auch für die Erklärung von sozialen Phänomenen innerhalb des der Soziologie „zugewiesenen“ Datenkranzes. Sucht- und Heiratsverhalten, Religion und die Veränderung von Familienstrukturen – kein Gegenstandsbereich schien der ökonomischen Theorie unzugänglich zu sein. In dem Konzept eines emergenten Gleichgewichts rationaler Wahlhandlungen erblickte man den Schlüssel zur Erklärung nicht nur wirtschaftlicher Austauschprozesse. Autoren wie Gary Becker sahen darin sogar den Ansatz einer Theorie gesellschaftlicher Ordnung überhaupt. Nicht nur die Wirtschaftssoziologie, sondern die Soziologie insgesamt geriet dadurch in die Lage, ihr „Terrain“ gegen einen vordringenden „ökonomischen Imperialismus“ verteidigen zu müssen. Eine Reaktion der Soziologie bestand darin zu zeigen, dass genuin soziologische Konzepte selbst dafür unabdingbar sind, die Funktionsweise wirtschaftlicher Kernbereiche zu verstehen und zu erklären.

Einen weiteren Anstoß erhielt die Wirtschaftssoziologie durch die sich in dieser Zeit entwickelnde Krise des neoklassischen Paradigmas. Die von Parsons vorgeschlagene weitgehende Akzeptanz der Zuständigkeit der Wirtschaftswissenschaften für das Verständnis der Kernprozesse des Wirtschaftssystems beruhte ja auf der Annahme, dass die Ökonomik mit der Gleichgewichtstheorie ein Instrumentarium entwickelt habe,

das die Analyse ökonomischer Prozesse tatsächlich ermöglicht. Hieran entstanden nun innerhalb der Wirtschaftswissenschaften selbst zunehmend Zweifel. Denn die hochgesteckten Ansprüche der Neoklassik konnten nicht eingelöst werden; heute ist nicht mehr viel von ihnen übrig geblieben (s. a. Ganßmann in diesem Band). Das Konzept des Gleichgewichts ließ sich ebenso wenig halten wie die Vorstellung „gegebener“ Präferenzen und kontextunabhängiger Standards von Rationalität. „A number of authors have recently argued that the neoclassic paradigm – involving its core concepts of rationality and equilibrium – is no longer dominant within mainstream economics, and it has been replaced by a variety of different approaches“ (Hodgson 2007: 11). Die Neoklassik konnte so offensichtliche Phänomene wie die Existenz von Unternehmen, also nicht-marktliche Formen der Allokation, nicht erklären. Die Gleichgewichtsmodelle hingen außerdem von einer Vielzahl vereinfachender Annahmen ab, die in den allermeisten Situationen nicht galten. Wann schon gilt die Bedingung vollständiger Information? Wann schon handeln Akteure tatsächlich rational? Wann schon sind Nutzenfunktionen tatsächlich vollständig und transitiv? Wann schon kalkulieren Akteure tatsächlich die nutzenoptimierende Handlungsalternative? Wann schon nehmen die Akteure die erwarteten Handlungen anderer Akteure nicht in ihre Entscheidungen mit auf? Als Ergebnis der Kritik an den heroischen Annahmen der Neoklassik haben innerhalb der Wirtschaftswissenschaften institutionell, spieltheoretisch, kognitionspsychologisch und evolutionär orientierte Ansätze deutlich an Einfluss gewonnen.

Die Krise des neoklassischen Paradigmas markiert eine Zäsur nicht nur in der Entwicklung der Wirtschaftswissenschaften selbst, sondern bietet auch neue Ansatzpunkte für die Wirtschaftssoziologie. Denn jetzt spielt die Kontingenz der Handlungssituation auch in den Wirtschaftswissenschaften eine entscheidende Rolle. Damit geraten Institutionen, soziale Normen und „mentale Modelle“ in den Blick, also soziale Makrostrukturen, mit denen Soziologen vertraut sind. Zentrale Themen der Informations- und Institutionentheorie wie asymmetrische Informationsverteilung, Prinzipal-Agent-Problem, Moral Hazard, Transaktionskosten und Pfadabhängigkeit bieten vielfältige Ansatzpunkte für soziologische Forschungen zur Funktionsweise von Wirtschaftsprozessen.

Die durch diese Entwicklungen ausgelöste Erosion des „Wirtschaft und Gesellschaft“-Paradigmas bedeutet die Auflösung der durch dieses Paradigma definierten Zuständigkeitsbereiche der Fächer. Die Konsequenz ist sicherlich nicht eine Rückkehr zur alten Einheit der „Staatswissenschaften“ oder der „Politischen Ökonomie“, aus der die Soziologie und die Wirtschaftswissenschaften ja ursprünglich hervorgegangen sind. Aber beide Disziplinen, die Wirtschaftswissenschaften wie die Soziologie, agieren wieder in einem offenen Feld. Daraus ergibt sich einerseits die Chance neuer Kooperationen und Synthesen, andererseits aber zweifellos auch eine zunehmende Konkurrenz zwischen den Disziplinen. Für die Soziologie eröffnet dies die Perspektive einer neuen, unbefangenen Hinwendung zu den Phänomenen der Wirtschaft. Wirtschaftliches Handeln *als* soziales Handeln und nicht länger nur als sozial „kontextualisiertes“ Handeln zu begreifen, ist der Kern des Programms der sogenannten „neuen“ Wirtschaftssoziologie (Beckert, Fligstein, Granovetter, Swedberg, White u. a.): „The bedrock assumption of the embeddedness approach is that social networks – built on kinship or friendship, trust or goodwill – sustain economic relations and institutions. The basic idea is as old as sociology itself, such as in Durkheim’s critique of Spencer – the existence and

necessity of pre-contractual elements in contracts“ (Lie 2005: 11). Wieweit die Erschließung dieses von der Soziologie lange vernachlässigten Territoriums vorangeschritten ist, soll in diesem Band dokumentiert werden.

II.

Ihren Ausgangspunkt hat die neuere Wirtschaftssoziologie zweifellos in der amerikanischen Soziologie. Dies ist kein Zufall, da die angeführten Veränderungen des historischen und wissenschaftlichen Umfelds in den USA früher und zum Teil prononcierter stattfanden. Bereits die in den 1970er Jahren entstandenen und heute der neuen Wirtschaftssoziologie zugerechneten Forschungsarbeiten von Mark Granovetter, Harrison White und Viviana Zelizer enthalten zentrale Aspekte der dann ab den 1980er Jahren boomenden Forschungen: die Kritik an der Neoklassik und ihren Weiterentwicklungen in der ökonomischen Institutionentheorie, die herausragende Bedeutung des Netzwerkansatzes als methodischem Instrumentarium, die starke Fokussierung auf Märkte als Untersuchungsgegenstand, die ausgeprägte historische Orientierung, sowie die Herausarbeitung der Bedeutung von Institutionen und kultureller Sinnstrukturen für das Verständnis wirtschaftlichen Handelns (s. a. Beckert und Besedovsky in diesem Band). Es soll hier nicht auf die Entwicklungen der amerikanischen Wirtschaftssoziologie im Einzelnen eingegangen werden. Hierzu liegen eine Vielzahl von Readern und Zusammenfassungen vor (Carruthers und Babb 2000; Dobbin 2004; Smelser und Swedberg 2005; Swedberg 1987), die einen guten Überblick geben.

Doch inwiefern lassen sich innerhalb der wirtschaftssoziologischen Forschung eigenständige Entwicklungen in den europäischen Ländern und vor allem in Deutschland erkennen? Dabei geht es nicht um nationale oder regionale Abgrenzungen. Die Frage ist vielmehr, inwieweit aus den von der amerikanischen Soziologie unterschiedenen Kontexten europäischer Länder andere Themen und Sichtweisen entstanden sind, die zur Bereicherung des soziologischen Blicks auf wirtschaftliche Strukturen und Prozesse beitragen. Wir sehen insbesondere vier Bereiche, die auf solche Unterschiede hinweisen.

1. Eine erste Besonderheit der Wirtschaftssoziologie in den europäischen Ländern besteht in dem starken Einfluss der Technik- und Wissenschaftssoziologie auf die Wirtschaftssoziologie. Verschiedene führende Techniksoziologen, allen voran Michel Callon, Karin Knorr Cetina und Donald MacKenzie, haben sich während der letzten zehn Jahre der Untersuchung von Märkten zugewandt und diese mit Instrumenten analysiert, die im Bereich der *Science and Technology Studies* entwickelt wurden. Hieraus hat sich auch die These der Performativität wirtschaftlicher Theorien entwickelt, die heute zu den einflussreichsten Konzepten wirtschaftssoziologischer Forschung gehört. Die Quintessenz der Performativitätsthese besteht darin, in der soziologischen Betrachtung der ökonomischen Theorie nicht länger deren mangelhafte Übereinstimmung mit dem tatsächlichen Handeln von Akteuren in den Vordergrund der kritischen Auseinandersetzung zu rücken, sondern die ökonomische Theorie als ein Instrument zu untersuchen, mit dem Akteure wirtschaftliche Handlungsfelder gestalten. Märkte werden durch ökonomische Theorien „performiert“. Die ökonomische Theorie selbst, so die

Annahme, strukturiert Märkte, indem sie von den Akteuren als Leitbild für die Organisation von Märkten herangezogen wird. Von dieser Überlegung ausgehende Arbeiten entstanden in den 1980er Jahren (Garcia-Parpet 1986), doch waren es insbesondere die theoretischen Ausarbeitungen von Michel Callon (Callon 1998) und die empirischen Anwendungen von Donald MacKenzie (MacKenzie und Millo 2003), die dieser These zum Durchbruch verhelfen. Die Performativitätsthese gehört zu den gegenwärtig am stärksten diskutierten Ansätzen wirtschaftssoziologischer Forschung.

Darüber hinaus werden Finanzmärkte sowie Interaktionen zwischen technischen Apparaten (Computerinformationen, Börsenticker), Techniken der Kalkulation (Buchführung) und den Handlungen der Finanzmarktakteure mit dem Instrumentarium der Wissenschafts- und Techniksoziologie untersucht (vgl. den Beitrag von Kalthoff in diesem Band). Karin Knorr Cetina und Urs Bruegger (2002) haben vor diesem Hintergrund das Konzept der „Global Microstructures“ entwickelt. Sie zeigen mit diesem Konzept, dass soziale Beziehungen vom Typus der Face-to-face-Interaktion sich auch in dem globalen Raum der Transaktionen von Devisenhändlern entwickeln können und liefern damit einen wichtigen Beitrag zur Erklärung der sozialen Integration globaler Märkte. Zur Analyse der Koordination von Finanzmärkten greift Knorr Cetina auch in origineller Weise auf die Ansätze der phänomenologischen Handlungstheorie von Alfred Schütz sowie Peter Berger und Thomas Luckmann zurück. Herbert Kalthoff (2004, 2005) hat sich mit der Entstehung kalkulativer Praktiken in osteuropäischen Banken während der Transformation in den 1990er Jahren auseinandergesetzt. Die Auswirkungen der telegraphischen Übermittlung von Nachrichten und Börsenkursen auf Finanzmärkte im 19. Jahrhundert anhand der Einführung des Börsentickers waren Gegenstand der Studien von Alexandru Preda (Preda 2006).

2. Ein zweiter Schwerpunkt der Wirtschaftssoziologie in Europa besteht in der Untersuchung der Entstehung von Qualitätszuschreibungen von Produkten auf Märkten. Hier gibt es insbesondere in Frankreich eine lange Tradition, deren bedeutendster Vertreter Lucien Karpik (2007) ist. Studien in diesem Bereich gehen der Frage nach, auf welchen Grundlagen Qualitäts- und Wertzuschreibungen auf Märkten stattfinden. Ausgangspunkt sind einerseits die aus der neuen Mikroökonomie bekannten Probleme unvollständiger bzw. asymmetrisch verteilter Informationen. Andererseits wird in vielen Märkten Qualität anhand ästhetischer Kriterien definiert, für die es keine objektiven Standards geben kann (Rössel 2007). Die hieraus entstehende Ungewissheit der Qualitätszuschreibung führt zu der Frage, wie Akteure dennoch zwischen den auf einem Markt angebotenen Produkten unterscheiden können. Wertzuschreibungen sind ein zentrales, von den Akteuren für die Konstitution eines Marktes zu lösendes Koordinationsproblem (Beckert 2007). In einer frühen Studie hat Lucien Karpik (1995) diese Frage am Beispiel des Marktes für Anwälte untersucht und die zentrale Bedeutung von Netzwerken und persönlichen Empfehlungen bei der Suche nach einem Anwalt hervorgehoben. Arbeiten zu den Mechanismen der Qualitätszuschreibung auf Märkten gibt es mittlerweile im Hinblick auf eine Vielzahl von Produkten. Hierzu zählt die Bewertung des Arbeitsangebots bei der Rekrutierung von Mitarbeitern in Firmen (Eymard-Duvernay und Marchal 1997), die Bewertung von Konsumgütern im Lebensmittelbereich (Callon et al. 2002; Dubuisson-Quellier und Neuville 2003; Garcia-Parpet 2009), von Kunst (Beckert und Rössel 2004) und von Finanzmarktprodukten (Uzzi und Lancaster

2004). Lucien Karpik (2007) hat jüngst eine Typologie von Bewertungsregimen entwickelt, mit der er die verschiedenen Grundlagen von Wertzuschreibungen systematisch erfasst. Patrik Aspers (2007) weist mit seiner Unterscheidung zwischen Statusmärkten und Standardmärkten auf zwei völlig unterschiedliche Mechanismen der Wertzuschreibung hin. In der amerikanischen Wirtschaftssoziologie werden Fragen der Wertzuschreibung ebenfalls seit einigen Jahren untersucht. Hier steht die Frage der Entstehung von Statusordnungen auf Märkten im Vordergrund, wobei die Untersuchungen sich vorwiegend der Netzwerkanalyse als methodisches Instrument bedienen (Podolny 2005). Die Studien zur Bewertung der auf Märkten gehandelten Produkte zeigen anhand ganz verschiedener Gegenstandsfelder auf, dass Wertzuschreibung ein inhärent sozialer Prozess ist, der sich mit der neoklassischen Annahme individueller Präferenzen nicht erfassen lässt.

3. Eine dritte Akzentuierung wirtschaftssoziologischer Forschung in Europa besteht in der stärkeren Verbindung der Wirtschaftssoziologie mit der politischen Ökonomie (Trigilia 2006). Die amerikanische neue Wirtschaftssoziologie hat ihren Schwerpunkt auf der Mikro- und Mesoebene, was möglicherweise mit der starken methodologischen Orientierung an der Netzwerkanalyse und der Bedeutung der Kritik an der neoklassischen Handlungstheorie zusammenhängt. Die Wirtschaftssoziologie in Europa zeigt tendenziell ein stärkeres Interesse an der Organisation industrieller Beziehungen und industrieller Konflikte (Trigilia 2006: 199; Streeck 2009). Untersucht werden Arbeitsmärkte, Bildungssysteme, Gewerkschaften und Unternehmerverbände sowie die Rolle des Staates in der Steuerung von Konflikten zwischen den Interessengruppen von Kapital und Arbeit. Ein weiteres, insbesondere von italienischen Wirtschaftssoziologen untersuchtes Phänomen sind industrielle Distrikte beziehungsweise Regionalökonomien (Beccattini 2004). Diese Untersuchungen heben die Rolle politischer Makroregulation für die Steuerung wirtschaftlicher Prozesse in Unternehmen und auf Märkten hervor. Fragen der vergleichenden Kapitalismusforschung und der Verbindung zwischen Wirtschaft und staatlicher Regulation werden zwar auch in den amerikanischen Sozialwissenschaften untersucht, doch sind sie dort viel eindeutiger in der Politikwissenschaft verankert und spielen in der neuen Wirtschaftssoziologie eine eher geringe Rolle.

4. Schließlich stößt die Rolle von Geld und Finanzmärkten in der modernen Ökonomie bei europäischen Wirtschaftssoziologen auf besonderes Interesse. Hier lässt sich auch eine Stärke der deutschen Wirtschaftssoziologie erkennen. Die Arbeiten von Heiner Ganßmann (1996, 2002), Axel Paul (2004), Christoph Deutschmann (1999, 2005) und Paul Windolf (1994, 2005), aber auch die Untersuchungen von Geoffrey Ingham (2004) und Eric Helleiner (2003) sind in diesem Zusammenhang zu nennen. In der Soziologie gibt es zwar eine lange zurückreichende Tradition der Analyse der Rolle von Geld, für die insbesondere Georg Simmel und Talcott Parsons stehen. In der neuen Wirtschaftssoziologie, insbesondere der amerikanischen, findet das Thema jedoch nicht mehr die gleiche Aufmerksamkeit. Viviana Zelizers (1994) Forschungen zur Verwendung von Geld und zur Differenzierung von Geld nach dessen Herkunft und Verwendungszwecken in privaten Haushalten bieten zwar vorzügliche mikrosoziologische Einblicke. Sie beschäftigen sich aber nicht mit der Frage der Bedeutung von Geld für die Funktionsweise des Wirtschaftssystems selbst. In der Marktsoziologie ist es eine auffällige Blindstelle, dass hier zwar die Institution des Tauschs untersucht wird, ohne

dass aber das beim marktförmigen Tausch immer verwendete Geld in die Untersuchung einbezogen wird. Zum Teil mag dies mit der außerordentlichen Schwierigkeit des analytischen Verständnisses von Geld zu tun haben (dies lässt sich bereits aus den Arbeiten von Simmel und Parsons zu dem Thema erkennen), zum anderen mit der starken Orientierung der Wirtschaftssoziologie auf die Mikro- und Mesoebene. Geld weist über die konkreten Interaktionen zwischen Wirtschaftssubjekten hinaus auf Vergesellschaftungsprozesse und makrosoziale Dynamiken. Die Untersuchung der Funktionsweise von Geld ermöglicht der Wirtschaftssoziologie so einerseits den Anschluss zur Gesellschaftstheorie (Beckert 2009; Deutschmann 2000), zwingt aber andererseits auch hierzu. Diesen Schritt zu tun sind längst nicht alle Wirtschaftssoziologen bereit – möglicherweise auch deshalb, weil sich zumindest die amerikanische Wirtschaftssoziologie gerade auch in Abkehr von Talcott Parsons und dessen Entwürfen großer gesellschaftlicher Entwicklungslinien entfaltet hat.

III.

Die Beiträge dieses Sonderbandes geben einen breiten Überblick über wirtschaftssoziologische Forschung mit sehr unterschiedlichen Ansätzen. Wir sehen die Aufgabe der Wirtschaftssoziologie in der Erklärung wirtschaftlicher Strukturen und Prozesse mit dem theoretischen und methodischen Instrumentarium der Soziologie. Damit sind auch industriesoziologische und finanzsoziologische Ansätze einbezogen, ebenso wie die Konsumsoziologie und die sich auf das Verhältnis von Staat und Wirtschaft konzentrierende politische Ökonomie. Nur in einem solch breiten Rahmen kann die Wirtschaftssoziologie sich fruchtbar weiterentwickeln und die Parzellierung der Forschung in kleinen Nischen verhindert werden.

Ergänzend zu dieser Einleitung liefern *Jens Beckert* und *Natalia Besedovsky* zunächst einen Überblick über die Haupttrends wirtschaftssoziologischer Forschung in den USA und in Deutschland anhand einer inhaltsanalytischen Untersuchung wirtschaftssoziologischer Publikationen seit den 1970er Jahren. Der zweite Block von Beiträgen ist dem Thema „Konstitution und Wandel von Märkten“ gewidmet. Ziel ist es hier, die sozialen und historischen Voraussetzungen der Existenz von Märkten aufzuzeigen. Den Autoren und Autorinnen geht es dabei nicht um eine Rekapitulierung des alten „Wirtschaft und Gesellschaft“-Paradigmas, sondern um die Erfassung der in Märkten selbst wirksamen sozialen Prozesse, die Märkte ermöglichen und strukturieren. *Christoph Deutschmann* arbeitet die dynamische, im Rahmen von Gleichgewichtsmodellen nicht fassbare Natur kapitalistischer Märkte und ihre historischen und gesellschaftlichen Bedingungen heraus. Er zeigt, wie das heute zunehmend einflussreiche Konzept der „soziologischen Erklärung“, aber auch pfadtheoretische und evolutionsökonomische Ansätze sich für eine Analyse kapitalistischer Dynamik fruchtbar machen lassen. *Anita Engels* argumentiert, dass der Ablauf konkreter Markttransaktionen und die Bewältigung der in ihnen immer virulenten Probleme der Unsicherheit und des Vertrauens, ja sogar die Existenz von „Marktakteuren“ selbst, nur unter der Annahme genuin sozialer Strukturen angemessen verstanden werden kann. Sie gibt einen Überblick über die einschlägigen handlungs-, institutionen-, netzwerk- und diskurstheoretischen Ansätze und illustriert ihre Leistungsfähigkeit auch anhand einer eigenen Studie über die Konstitution

eines Marktes für Verschmutzungsrechte. *Sophie Mützel* zeigt an einer Falluntersuchung aus der Pharmaindustrie auf, welche Bedeutung „Erzählungen“ für die Konstitution von Märkten für innovative Produkte haben. Dabei zeigt sie, dass die Positionierung von Firmen in Märkten bereits weit vor der Existenz eines Produktes geschieht, und zwar auf Grundlage der durch Erzählungen der Marktakteure gesteuerten Erwartungen. Der Beitrag von *Neil Fligstein* analysiert die Entstehung des europäischen Binnenmarktes und arbeitet die konstitutive Rolle der Politik und die rahmengebende Funktion der Europäischen Kommission für die Konstitution des Binnenmarktes heraus. *Sigrid Quack* zeigt in ihrer historischen Studie am Beispiel von Fernhandel im Mittelalter und früher Neuzeit, dass auch globale Märkte keinesfalls als eine sozial normfreie Sphäre verstanden werden können, sondern durch spezifische „Interaktionsordnungen“ und Machtbalancen zwischen kollektiven Akteuren geformt werden. Dabei verbinden sich staatliche und private Formen der Regulation. Die historische Perspektive macht die historische Verschiedenheit je spezifischer Regulationsregime in unterschiedlichen Epochen globaler Marktintegration erkennbar.

Der dritte Hauptabschnitt des Bandes konzentriert sich auf Handeln, Institutionen und Konventionen als zentrale Konzepte der Wirtschaftssoziologie. Die beiden ersten Beiträge von *Heiner Ganßmann* und *Jack Barbalet* enthalten eine Kritik der verhaltens- bzw. handlungstheoretischen Prämissen der ökonomischen Neoklassik sowie spieltheoretischer Ansätze. Ganßmann kritisiert das noch immer kaum überwundene naturalistische Selbstmissverständnis des neoklassischen „Hauptstroms“ der ökonomischen Theorie und arbeitet die konzeptuellen Grenzen spieltheoretischer Modelle heraus. Er zeigt aber, unter welchen Prämissen das Konzept des rationalen Utilitarismus gleichwohl für soziologische Analysen brauchbar sein könnte. Barbalet macht klar, dass Handeln im genuinen Sinn in den neoklassischen Modellen gar nicht vorkommt und einer eigenständigen soziologischen Konzeptualisierung bedarf. Unter Rekurs auf den amerikanischen Pragmatismus entwickelt er Grundlagen einer solchen soziologischen Theorie wirtschaftlichen Handelns. Daran schließt auch *Rainer Diaz-Bone* in seinem Beitrag an. Er liefert einen Überblick über den Forschungsansatz der „Ökonomie der Konventionen“, der sich ebenfalls stark auf die handlungstheoretischen Grundlagen des amerikanischen Pragmatismus stützt. Die Ökonomie der Konventionen wurde während der letzten zwanzig Jahre von französischen Soziologen und Ökonomen entwickelt und gehört zweifellos zu den bedeutendsten Beiträgen wirtschaftssoziologischer Forschung. Die Fruchtbarkeit des Ansatzes zeigt sich in einer Vielzahl empirischer Studien mit großer thematischer Bandbreite. Die führende Rolle der französischen Wirtschaftssoziologie innerhalb Europas hängt in hohem Maß mit der Entwicklung der Ökonomie der Konventionen zusammen. Eine Schwäche der Konventionentheorie besteht allerdings in dem fehlenden Anschluss an die Institutionentheorien, die neben dem Netzwerkansatz eine zentrale Rolle in der wirtschaftssoziologischen Forschung spielen. Welche Bedeutung Institutionentheorien für die soziologische Analyse wirtschaftlicher Strukturen haben, wird in den beiden Beiträgen von *Raimund Hasse* und *Georg Krücken* sowie von *Andrea Maurer* aufgezeigt. Dabei verfolgen Hasse und Krücken eine soziologisch-neoinstitutionalistische Perspektive, Maurer hingegen knüpft an das Rationalmodell des Handelns an. Abgeschlossen wird dieser Teil mit einem Beitrag von *Ben Greiner* und *Axel Ockenfels*, die das Konzept des Vertrauens und die Rolle von Fairnessnormen aus einer spieltheoretischen Sicht aufgreifen. Anhand der experimentellen Laborforschung

zeigen sie, unter welchen Bedingungen mit Vertrauen gerechnet werden kann, wobei sie ihre Befunde auch am Beispiel elektronischer Marktplätze verdeutlichen. Die im Kontext der *behavioral economics* stehende experimentelle Forschung zu Vertrauen und Fairnesskonzepten von Marktakteuren zeigt, wie weit sich Teile der Wirtschaftswissenschaften von dem Modell des homo oeconomicus entfernt haben. Zwar suchen die Verhaltensökonominnen ihre theoretischen Orientierungen nicht in der Soziologie, sondern in der Kognitionspsychologie. Doch ist ihre auf das Markthandeln bezogene empirische Fragestellung unmittelbar anschlussfähig an die Wirtschaftssoziologie.

Während in den ersten Teilen des Sammelbandes die Diskussion spezifischer theoretischer Konzepte und analytischer Ansätze im Zentrum stehen, geht es in weiteren Abschnitten des Bandes um drei ausgewählte empirische Forschungsfelder der Wirtschaftssoziologie: Geld und Finanzmärkte, Konsum, sowie Arbeit, Arbeitsmärkte und Organisation.

Der Abschnitt zum Thema „Geld und Finanzmärkte“ beginnt mit einem Beitrag von *Axel Paul*. Paul versteht Geld mit der neueren Wirtschaftssoziologie als ein Medium, das sich nicht nur in der Vermittlung individueller Tauschakte erschöpft, sondern für die kapitalistische Marktgesellschaft selbst konstitutiv ist. Aufgrund der genuin gesellschaftlichen Natur des Geldes verbieten sich Versuche, Geld politisch zu steuern oder zu privatisieren, wie Paul in einer instruktiven Kritik an den Theorien von Silvio Gesell einerseits, Friedrich August v. Hayek andererseits zeigt. Auch die Grenzen der modernen Zentralbankpolitik lassen sich vom Gedanken der gesellschaftlichen Unverfügbarkeit des Geldes her verstehen. *Karin Knorr Cetina* arbeitet die Besonderheiten von Finanzmärkten als Märkten nicht für beobachtbare Güter und Dienstleistungen, sondern für „promises“ heraus, die die Akteure zu einem Engagement entweder in der Rolle des „promise takers“ oder des „promise makers“ verpflichten. Daraus lässt sich auch die für Finanzmärkte charakteristische inhärente Instabilität erklären. *Herbert Kalthoff* gibt in seinem Beitrag einen Überblick über die neue Finanzsoziologie (*Social Studies of Finance*) und deren engen Zusammenhang mit der Wirtschaftssoziologie. Die social studies of finance übertragen die in der Erforschung naturwissenschaftlicher Erkenntnisprozesse gewonnenen theoretischen und methodologischen Einsichten auf den Finanzsektor und betrachten diesen als ein „Labor“ moderner Gesellschaften. Kalthoff diskutiert auch die Gemeinsamkeiten und Differenzen zur neuen Wirtschaftssoziologie. Den sozialkonstruktivistischen Ansatz teilt auch der Beitrag von *Julie Froud* und ihren Mitautoren, der die Rolle von „Erzählungen“ im Kontext kapitalmarktorientierter Unternehmensführung in den Blick nimmt und damit ein Konzept aufnimmt, das auch im Mittelpunkt des Beitrags von *Sophie Mützel* steht. Finanzmarktakteure entscheiden nicht auf der Basis von „Zahlen“ als objektiven Sachverhalten, sondern diese Zahlen müssen immer durch „narratives“, d. h. durch „erzählende“ Interpretationen der Unternehmensstrategie gerahmt werden. Die Autoren zeigen die zentrale Funktion dieser „Erzählungen“ in den Kommunikationen zwischen Unternehmen, Eigentümern und Finanzintermediären auf und analysieren die daraus resultierenden Probleme und Paradoxien. *Jürgen Beyer* schließlich rekapituliert die Kontroverse zwischen den Verfechtern des sogenannten „varieties of capitalism“-Ansatzes und den Protagonisten der These eines tendenziell homogenen „Finanzmarkt-Kapitalismus“ vor dem Hintergrund der aktuellen Finanzmarkt-Krise. Die Krise habe insgesamt eher die Argumente der Theoretiker des Finanzmarkt-Kapitalismus bestätigt. Keiner der beiden Ansätze sei je-

doch in der Lage, die weiteren Aussichten, insbesondere die sich abzeichnende neue Rolle des Staates, auch nur annähernd einzuschätzen.

Die Konsumsoziologie ist ein Feld der Wirtschaftssoziologie, das in Deutschland, im Gegensatz zu Großbritannien, bislang eher vernachlässigt wurde. Dies wird auch aus der Analyse wirtschaftssoziologischer Publikationen von Beckert und Besedovsky am Anfang des Bandes deutlich. Diese Vernachlässigung ist jedoch von der Sache her nicht zu rechtfertigen. Denn in den avancierten Ökonomien der entwickelten Industrieländer hat sich während der letzten vierzig Jahre die Konsumnachfrage immer mehr zum Nadelöhr ökonomischen Wachstums entwickelt. Wie entscheiden sich Akteure zwischen nahezu identischen Produkten? Warum kaufen sie überhaupt noch, nachdem die existentiellen Bedürfnisse befriedigt sind? In der Untersuchung von Konsum bestehen vielfältige Anknüpfungspunkte zur Kulturosoziologie und zur Sozialstrukturanalyse, insbesondere der Lebensstil- und Milieuforschung. *Jörg Rössel* und *Simone Pape* zeigen in ihrem Beitrag, wie Lebensstil- und Konsumforschung sich miteinander verbinden lassen. Daraus lassen sich differenziertere Erklärungen des Konsumentenverhaltens entwickeln, als sie im Rahmen wirtschaftswissenschaftlicher Modelle möglich sind. *Matthias Zick Varul* untersucht in seiner in Großbritannien durchgeführten empirischen Fallstudie den Trend hin zu „fair“ gehandelten Konsumgütern. Er analysiert die Paradoxien der nicht endenden Suche der Konsumenten nach „authentischer“ Selbstbespiegelung im „moralischen“ Konsum. *Kai-Uwe Hellmann* sichtet in seinem Beitrag das breite Feld der empirischen Konsumforschung und entwickelt Ideen zur systematischen Erschließung dieses Feldes durch die Wirtschaftssoziologie.

Es folgen schließlich drei Beiträge aus dem Bereich der Arbeits- und Industriesoziologie. Diese Subdisziplin der Soziologie ist in Deutschland traditionell stark vertreten und blickt auf eine lange und erfolgreiche Wirkungsgeschichte zurück. Bis heute verliefen die Entwicklungen der Arbeits- und Industriesoziologie und die der Wirtschaftssoziologie in Deutschland freilich weitgehend unabhängig voneinander. Es ist die Überzeugung der Herausgeber dieses Bandes, dass beide Felder von einer engeren Vernetzung, wie sie international längst üblich ist, profitieren könnten. Anhaltspunkte, wie dies gehen könnte, lassen sich den Beiträgen von *Birgit Apitzsch*, *Hermann Kotthoff* und *Hartmut Hirsch-Kreinsen* entnehmen. Apitzsch untersucht Projektarbeitsmärkte und wendet sich damit einem Segment des Arbeitsmarktes zu, das in der Gegenwart stark an Bedeutung gewonnen hat. Anhand einer vergleichenden Untersuchung über die Film- und Medienwirtschaft einerseits, die Architektur andererseits arbeitet sie den Einfluss professioneller Normen auf die Gestaltung von Projektarbeitsmärkten heraus. Kotthoff fragt nach den sozialen Grundlagen der Leistungsfähigkeit von Betrieben und gibt eine Antwort mit dem Konzept der „betrieblichen Sozialordnung“, die er im Kern als eine moralische Ordnung gegenseitiger Anerkennung fasst. Die empirische Fruchtbarkeit des Konzepts wird an eigenen Fallstudien verdeutlicht. Hartmut Hirsch-Kreinsen gibt einen Überblick über aktuelle industriesoziologische Forschungen zu Prozessen der „Entgrenzung“ von Arbeit und Organisationen. Er warnt davor, den Trend zu marktnäheren, dezentralisierten und netzwerkartigen Organisationsstrukturen zu überschätzen.

IV.

Welche Entwicklungsaussichten und zukünftige Aufgaben hat die Wirtschaftssoziologie? Wir möchten uns auf zwei Bemerkungen dazu beschränken. Die erste betrifft die Weiterentwicklung der Wirtschaftssoziologie als wissenschaftliches Feld, die zweite das Verhältnis der Wirtschaftssoziologie zu sozialen und politischen Auseinandersetzungen.

Wir hatten eingangs bereits dargelegt, dass das Profil der Wirtschaftssoziologie im Hinblick auf ihre theoretische und methodologische Kohärenz weiterhin unübersichtlich ist. Es herrscht ein Pluralismus von theoretischen und methodischen Ansätzen vor, der einerseits zu begrüßen ist, andererseits aber die fachinterne Kommunikation und die Entwicklung gemeinsamer konzeptueller Sichtweisen und methodologischer Vorgehensweisen erschwert. Dabei erscheint nicht die Pluralität des Feldes als solche problematisch, wohl aber die mangelnden Bezüge der Ansätze aufeinander. Das macht es schwer, die Zusammenhänge zwischen den jeweiligen Forschungsergebnissen zu erkennen und gemeinsam anerkanntes Wissen zu entwickeln. Der bisherige gemeinsame Nenner wirtschaftssoziologischer Forschung, dass nämlich wirtschaftliches Handeln eingebettet und somit als soziales Handeln zu untersuchen sei, reicht hierfür nicht aus. Vielmehr geht es um eine klarere Definition des Beitrags der Soziologie für eine Analyse wirtschaftlicher Strukturzusammenhänge. Dies kann im Hinblick auf spezifische Fragestellungen zur Funktionsweise der Wirtschaft und zur Erklärung wirtschaftlicher Phänomene geschehen. Die Problemstellungen überschneiden sich dann mit den in der Ökonomie verhandelten Fragen, und es käme darauf an, den Beitrag wirtschaftssoziologischer Forschung erkennbar zu machen. Gezeigt werden müsste etwa die Bedeutung von sozialen Netzwerken, Institutionen und kulturellen Rahmungen für die Lösung von Prinzipal-Agent-Problemen oder die Erstellung von Kollektivgütern. Oder es kann in Abgrenzung zur effizienztheoretischen Argumentation ökonomischer Theorien gezeigt werden, wie Institutionen sich aus politischen und sozialen Auseinandersetzungen vor dem Hintergrund spezifischer kultureller Weltbilder entwickeln. Ähnlich könnte auch dargelegt werden, wie Entscheidungen, wenn sie sich nicht als Maximierungshandeln verstehen lassen, durch Narrative oder soziale Normen beeinflusst sind. Der methodische und theoretische Pluralismus der Wirtschaftssoziologie kann dann ein Vorteil sein, denn der Vergleich von aus unterschiedlichen analytischen Perspektiven gewonnenen Erkenntnissen zur gleichen Fragestellung ist oft erhellend.

Ergänzend hierzu kann der Beitrag der Wirtschaftssoziologie darin bestehen, wirtschaftliche Phänomene von alternativen normativen Prämissen her zu beleuchten. Die Prämisse der ökonomischen Theorie ist das Effizienzpostulat. Damit einher geht eine Gleichgültigkeit gegenüber Fragen der Verteilungsgerechtigkeit. Versteht man jedoch mit der Soziologie die Wirtschaft als ein gesellschaftliches Funktionssystem, das nicht Selbstzweck ist, sondern einen Beitrag zu sozialer Ordnung leistet, dann können Fragen der sozialen Legitimität wirtschaftlicher Ungleichheiten nicht unbeachtet bleiben. Die Frage, wie die Organisation der Ökonomie sowohl dem Kriterium der Effizienz als auch der Forderung nach sozial legitimer Verteilung Rechnung tragen kann, ist eine andere als die nach der Effizienz ökonomischer Arrangements allein.

Dies führt zu der zweiten abschließenden Bemerkung, die das Verhältnis der Wirtschaftssoziologie zur gesellschaftlichen Praxis betrifft. Wie oben schon angemerkt, war die gesellschaftliche Entwicklung seit den 1970er Jahren durch ökonomische Liberali-

sierung und Deregulierung sowie die wachsende Bedeutung der globalen Finanzmärkte nicht nur in der Wirtschaft, sondern auch in der Politik und anderen gesellschaftlichen Teilsystemen geprägt. Die fortschreitende „Ökonomisierung“ der Gesellschaft hat die Soziologie zwar dazu gebracht, sich verstärkt den Problemen der Wirtschaft zuzuwenden. Aber in der gesellschaftlichen Praxis wurde das von den Wirtschaftswissenschaften reklamierte Kompetenzmonopol über das Feld der Wirtschaft dadurch in keiner Weise in Frage gestellt. Im Gegenteil: Mit der zunehmenden Bedeutung ökonomischer Steuerungsformen in der Gesellschaft kam es auch zu einer Aufwertung der Wirtschaftswissenschaften, die nun in der Öffentlichkeit zunehmend als die für gesellschaftliche Probleme schlechthin zuständige Schlüsseldisziplin wahrgenommen wurden, mit entsprechenden Konsequenzen für die Verteilung von Einfluss, Prestige und finanziellen Ressourcen zwischen den Disziplinen. Hierzu hat sicherlich die große politische und gesellschaftliche Akzeptanz marktliberaler Konzepte beigetragen. Doch genauso gilt, dass die Wirtschaftssoziologie sich eher als eine am Spielfeldrand stehende Reflexionswissenschaft verstanden hat, deren Vertreter sich kaum in die politischen Auseinandersetzungen um die Gestaltung der Wirtschaft eingemischt haben.

Die aktuelle Finanz- und Wirtschaftskrise könnte einen Wendepunkt in dieser Entwicklung bedeuten. Nicht nur kam die Krise für die große Mehrheit der wirtschaftswissenschaftlichen Sachverständigen völlig überraschend. Die Ereignisse haben auch dazu geführt, dass zentrale Lehrstücke ökonomischer „mainstream“-Theoretiker, etwa zur Selbstregulierung der Märkte, zur Schädlichkeit staatlicher Interventionen oder zur Überlegenheit finanzmarktbasierter Geschäftsmodelle, gleichsam über Nacht ihre Geltung verloren und durch die praktische Politik in ihr Gegenteil verkehrt wurden. Dies stellt auch die staatliche Wirtschaftspolitik vor erhebliche Orientierungsprobleme. Um die Situation zu verstehen, die durch den Zusammenbruch des internationalen Finanzsystems und den weltweiten Absturz auch der Produktmärkte entstanden ist, reicht der Blick durch die Brille der ökonomischen Modelle offensichtlich nicht aus. Es ist unumgänglich, die Dynamik der Wirtschaft in ihrem größeren gesellschaftlichen Zusammenhang zu analysieren. Märkte und Geld können nicht ohne Vertrauen funktionieren, und damit geraten vertrauensbegründende Institutionen, staatliche Ordnungspolitik und ethische Normen wieder in das Zentrum der öffentlichen Aufmerksamkeit. Die Frage ist nicht länger, wie Märkte noch weiter dereguliert und liberalisiert, sondern vielmehr, wie sie durch institutionelle Regulation wieder funktionstüchtig gemacht werden können. Auch die Frage, wie die Bewertung der an Märkten gehandelten Güter zustande kommt, eine der Schlüsselfragen wirtschaftssoziologischer Forschung, gewinnt vor dem Hintergrund der völligen Fehleinschätzung von Risiken bei Banken und Ratingagenturen eine höchst aktuelle Bedeutung. An diesen Beispielen zeigt sich, dass die erweiterte Perspektive der Wirtschaftssoziologie für die Lösung konkreter Probleme der Wirtschaftspolitik hilfreich sein kann. Das bedeutet aber auch, dass die Wirtschaftssoziologie sich künftig verstärkt mit den drängenden Fragen der Praxis wird auseinandersetzen müssen.

Literatur

- Aspers, Patrik. 2007. Theory, reality and performativity in markets. *American Journal of Economics and Sociology* 66: 379-398.
- Beccattini, Giacomo. 2004. *Industrial districts: a new approach to industrial change*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Beckert, Jens. 2002. Interpenetration vs. Einbettung. Talcott Parsons im Licht der neuen Wirtschaftssoziologie. *Berliner Journal für Soziologie* 12: 467-483.
- Beckert, Jens. 2007. Die soziale Ordnung von Märkten. In *Märkte als soziale Strukturen*, Hrsg. Jens Beckert, Rainer Diaz-Bone, Heiner Ganßmann, 43-62. Frankfurt a. M.: Campus.
- Beckert, Jens. 2009. Wirtschaftssoziologie als Gesellschaftstheorie. *Zeitschrift für Soziologie* 38 (im Erscheinen).
- Beckert, Jens, Rainer Diaz-Bone, und Heiner Ganssmann, Hrsg. 2007. *Märkte als soziale Strukturen*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Beckert, Jens, und Jörg Rössel. 2004. Kunst und Preise. Reputation als Mechanismus der Reduktion von Ungewissheit am Kunstmarkt. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 56: 32-50.
- Callon, Michel, Hrsg. 1998. *The laws of the markets*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Callon, Michel, Cécile Méadel, und Vololona Rabearisoa. 2002. The economy of qualities. *Economy and Society* 31: 194-217.
- Carruthers, Bruce, und Sarah Babb. 2000. *Economy/Society. Markets, meanings, and social structure*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press.
- Deutschmann, Christoph. 1999. *Die Verheißung des absoluten Reichtums. Zur religiösen Natur des Kapitalismus*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Deutschmann, Christoph. 2000. Geld als absolutes Mittel. Zur Aktualität von Simmels Geldtheorie. *Berliner Journal für Soziologie* 10: 301-313.
- Deutschmann, Christoph. 2005. Finanzmarkt-Kapitalismus und Wachstumskrise. In *Finanzmarkt-Kapitalismus. Analysen zum Wandel von Produktionsregimen*, Hrsg. Paul Windolf, 58-84. Sonderheft 45 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Dobbin, Frank. 2004. The sociological view of the economy. In *The new economic sociology. A reader*, Hrsg. Frank Dobbin, 1-46. Princeton: Princeton University Press.
- Dubuisson-Quellier, Sophie, und Jean-Philippe Neuville. 2003. *Juger pour Echanger. La Construction Sociale de L'Accord sur la Qualité dans une Economie des Jugements Individuels*. Paris: Editions de la Maison des Sciences de l'Homme.
- Eymard-Duverney, François, und Emmanuelle Marchal. 1997. *Façons de Recruter. Le Jugement des Compétences sur le Marché du Travail*. Paris: Editions Métailié.
- Florian, Michael, und Frank Hillebrandt, Hrsg. 2006. *Pierre Bourdieu: Neue Perspektiven für die Soziologie der Wirtschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Ganßmann, Heiner. 1996. *Geld und Arbeit. Wirtschaftssoziologische Grundlagen einer Theorie der modernen Gesellschaft*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Ganßmann, Heiner. 2002. Das Geldspiel. In *Die gesellschaftliche Macht des Geldes*, Hrsg. Christoph Deutschmann, 21-46. Leviathan, Sonderband 21. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Garcia-Parpet, Marie-France. 1986. La construction sociale d'un marché parfait: le marché au Cadran de Fontaines-en-Sologne. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* 65: 2-13.
- Garcia-Parpet, Marie-France, 2009: *Le marché de l'excellence*. Paris: Editions du Seuil.
- Heinemann, Klaus. 1987. Probleme der Konstituierung einer Wirtschaftssoziologie. In *Soziologie wirtschaftlichen Handelns*, Hrsg. Klaus Heinemann, 7-39. Sonderheft 28 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Helleiner, Eric. 2003. *The making of national money: territorial currencies in historical perspective*. Ithaca: Cornell University Press.
- Hodgson, Geoffrey M. 2007. Evolutionary and institutional economics as the new mainstream? *Evolutionary and Institutional Economics Review* 4: 7-25.
- Ingham, Geoffrey. 2004. *The nature of money*. Cambridge: Polity Press.

- Kalthoff, Herbert. 2004. Finanzwirtschaftliche Praxis und Wirtschaftstheorie. *Zeitschrift für Soziologie* 33: 154-175.
- Kalthoff, Herbert. 2005. Practices of calculation. *Theory, Culture & Society* 22: 69-97.
- Karpik, Lucien. 1995. *Les avocats. Entre l'état, le public et le marché. XIX-XX siècles*. Paris: Gallimard.
- Karpik, Lucien. 2007. *L'économie des singularités*. Paris: Editions Gallimard.
- Knorr Cetina, Karin, und Urs Bruegger. 2002. Global microstructures: the virtual societies of financial markets. *American Journal of Sociology* 107: 905-950.
- Lie, John, 2005: Sociology of markets. In *New developments in economic sociology*, Hrsg. Richard Swedberg, 3-22. Cheltenham: Edgar Elgar.
- MacKenzie, Donald, und Yuval Millo. 2003. Constructing a market, performing theory: the historical sociology of a financial derivatives exchange. *American Journal of Sociology* 109: 107-145.
- Maurer, Andrea. 2007. *Handbuch der Wirtschaftssoziologie*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Parsons, Talcott, und Neil Smelser. 1984. *Economy and society. A study in the integration of economic and social theory* (1956). London: Routledge.
- Paul, Axel. 2004. *Die Gesellschaft des Geldes. Entwurf einer monetären Theorie der Moderne*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Podolny, Joel, 2005: *Status signals. A sociological study of market competition*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Preda, Alexandru. 2006. Socio-technical agency in financial markets: The case of the stock ticker. *Social Studies of Science* 36: 753-782.
- Rössel, Jörg. 2007. Ästhetisierung, Unsicherheit und die Entwicklung von Märkten. In *Märkte als soziale Strukturen*, Hrsg. Jens Beckert, Rainer Diaz-Bone, Heiner Ganssmann, 167-181. Frankfurt a. M.: Campus.
- Smelser, Neil, und Richard Swedberg, Hrsg. 2005. *The handbook of economic sociology*. New York, Princeton: Russell Sage Foundation and Princeton University Press.
- Streeck, Wolfgang. 2009. *Re-forming capitalism: institutional change in the german political economy*. Oxford: Oxford University Press.
- Swedberg, Richard. 1987. Economic sociology: past and present. *Current Sociology* 35: 1-221.
- Trigilia, Carlo. 2006. Economic sociology. In *International encyclopedia of economic sociology*, Hrsg. Jens Beckert, Milan Zafirofski, 192-206. London: Routledge.
- Uzzi, Brian, und Ryon Lancaster. 2004. Embeddedness and price formation in the corporate law market. *American Sociological Review* 69: 319-344.
- Windolf, Paul. 1994. Die neuen Eigentümer. Eine Analyse des Marktes für Unternehmenskontrolle. *Zeitschrift für Soziologie* 23: 79-92.
- Windolf, Paul, Hrsg. 2005. *Finanzmarkt-Kapitalismus. Analysen zum Wandel von Produktionsregimen*. Sonderheft 45 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Windolf, Paul, und Rudolf Stichweh, Hrsg. 2009. *Inklusion und Exklusion. Analysen zur Sozialstruktur und sozialen Ungleichheit* (im Erscheinen).
- Zelizer, Viviana. 1994. *The social meaning of money: pin money, paychecks, poor relief, and other currencies*. New York: Basic Books.

Korrespondenzanschrift: Prof. Dr. Jens Beckert, Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung,
Paulstr. 3, 50676 Köln
E-Mail: beckert@mpifg.de

DIE WIRTSCHAFT ALS THEMA DER SOZIOLOGIE

Zur Entwicklung wirtschaftssoziologischer Forschung in Deutschland und den USA*

Jens Beckert und Natalia Besedovsky

Zusammenfassung: Was ist Wirtschaftssoziologie? Die Frage nach der Identität dieser soziologischen Teildisziplin ist immer wieder Gegenstand konzeptioneller Ausführungen. In diesem Artikel wählen wir einen anderen Ansatz, indem wir die Beschäftigung der Soziologie mit dem Thema Wirtschaft empirisch untersuchen. Dafür wurde eine Inhaltsanalyse von insgesamt sechs führenden US-amerikanischen und deutschen Soziologiezeitschriften für einen Publikationszeitraum von 1974 bis 2005 durchgeführt. Die Auswertungen zeigen eine wachsende Bedeutung ökonomischer Themen innerhalb der Soziologie seit den 1970er Jahren, eine Entwicklung, die in Deutschland etwa zehn Jahre später einsetzt als in den USA. Als Themenfelder während der letzten dreißig Jahre sind insbesondere Arbeit und Unternehmen sowie zunehmend das Thema Märkte bedeutsam. Theoretische Schwerpunkte bei der Analyse ökonomischer Phänomene sind vor allem neo-institutionalistische Theorien und der Netzwerkansatz. Insgesamt lässt sich eine relativ große Vielfalt wirtschaftssoziologischer Forschung erkennen. Diese Pluralität wird von uns als Vorzug der Wirtschaftssoziologie gegenüber dem vergleichsweise engen Blickwinkel der Wirtschaftswissenschaften gewertet.

I. Einleitung

Es ist gemeinhin anerkannt, dass die Wirtschaftssoziologie seit den 1980er Jahren einen bedeutenden Aufschwung genommen hat. Diese Entwicklung lässt sich zunächst für die USA, seit den 1990er Jahren aber auch in verschiedenen europäischen Ländern erkennen, insbesondere in Frankreich, Deutschland, Großbritannien und Italien. Den Bedeutungszuwachs wirtschaftssoziologischer Forschung bezeugen nicht nur eine Vielzahl von Readern, Handbüchern und Monografien, die in diesem Themenbereich seit den frühen 1990er Jahren erschienen sind (Beckert et al. 2007; Beckert und Zafirovski 2006; Dobbin 2004; Granovetter und Swedberg 2001; Maurer 2008; Smelser und Swedberg 2005), sondern auch institutionelle Entwicklungen wie etwa die Gründung von Sektionen für Wirtschaftssoziologie in der Deutschen Gesellschaft für Soziologie und der American Sociological Association.

* Der Artikel basiert auf der im Rahmen des Forschungsprojektes „Die Wirtschaft als Thema soziologischer Forschung“ entstandenen Diplomarbeit von Natalia Besedovsky (2008). Wir bedanken uns bei Vanessa Dräger für ihre Mitarbeit bei der Codierung der Artikel für den Datensatz. Bei Rainer Diaz-Bone, Lothar Krempel und Mark Lutter bedanken wir uns für die Hinweise zu früheren Fassungen des Manuskripts.

Ein fortwährendes Problem besteht für die Identitätsbildung der soziologischen Teildisziplin darin, ihren Gegenstandsbereich abzugrenzen. Die Frage „Was ist Wirtschaftssoziologie?“ beschäftigt das Fach seit seiner Renaissance in den 1980er Jahren, ohne dass es hierauf eine eindeutige Antwort geben würde. Allgemein wird die Wirtschaftssoziologie zumeist als Teildisziplin der Soziologie beschrieben, die sich mit wirtschaftlichen Phänomenen aus soziologischer Perspektive beschäftigt. So definieren Neil Smelser und Richard Swedberg in dem einflussreichen *Handbook of Economic Sociology* die Wirtschaftssoziologie kurzerhand als „the sociological perspective applied to economic phenomena“ (Smelser und Swedberg 2005: 3). Ähnliche Formulierungen lassen sich in den Überblicksartikeln anderer Autoren finden (Carruthers 2005; Dobbin 2004; Trigilia 2006). So sehr man dieser allgemeinen Definition zustimmen mag, so viele Fragen bleiben darin ungeklärt. Umfasst die Wirtschaftssoziologie die Erforschung aller wirtschaftlichen Themen oder nur die einer Auswahl? Was genau ist eine soziologische Perspektive auf die Wirtschaft? Was ist spezifisch neu an der Wirtschaftssoziologie, um das selbst attribuierte Label einer „neuen Wirtschaftssoziologie“ zu rechtfertigen?

Anstatt der Beantwortung dieser Fragen durch eine weitere konzeptionelle Ausarbeitung nachzugehen, werden wir uns der Frage nach der Identität wirtschaftssoziologischer Forschung in diesem Artikel nähern, indem wir die Forschung auf diesem Gebiet während der letzten dreißig Jahre selbst zum Untersuchungsgegenstand machen (vgl. auch Convert und Heilbron 2007). Womit beschäftigen sich Soziologen, wenn sie sich mit ökonomischen Phänomenen befassen? Welche Themen interessieren sie dabei und welche theoretischen Ansätze nutzen sie? Hat die Beschäftigung mit wirtschaftlichen Themen in dem Fach während der letzten dreißig Jahre tatsächlich zugenommen? Lässt sich eine Verschiebung von Themen und theoretischen Ansätzen in der soziologischen Beschäftigung mit Wirtschaft erkennen? Bestehen Unterschiede in der wirtschaftssoziologischen Forschung zwischen Deutschland und den USA?

Um diese Fragen beantworten zu können, haben wir einen Datensatz entwickelt, in den alle Artikel eingegangen sind, die zu ausgewählten Untersuchungszeitpunkten in insgesamt sechs führenden deutschen und US-amerikanischen soziologischen Fachzeitschriften erschienen sind und sich mit wirtschaftlichen Phänomenen beschäftigen. Der Datensatz und die Auswertungsmethode werden im ersten Teil des Artikels dargestellt (II). Im zweiten Teil (III) entwickeln wir insgesamt drei Hypothesen, die wir im dritten Teil des Artikels (IV) auf Grundlage der erhobenen Daten überprüfen. Wir zeigen, wie sich die Soziologie seit den 1970er Jahren mit der Wirtschaft beschäftigt, wie sich diese Beschäftigung entwickelt hat und welche Unterschiede es zwischen den USA und Deutschland gibt.

II. Methoden und Daten

Unser Datensatz basiert auf insgesamt 522 Artikeln, die zwischen 1974 und 2005 in sechs führenden deutschen und amerikanischen Fachzeitschriften erschienen sind und wirtschaftliche Themen zum Gegenstand haben. Bei den Zeitschriften handelt es sich um das *American Journal of Sociology*, die *American Sociological Review*, das *Berliner Journal für Soziologie* (ab 1991), die *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*

gie, die *Soziale Welt* und die *Zeitschrift für Soziologie*. Diese Zeitschriften wurden als die jeweils führenden allgemeinen, ein breites Themenspektrum abdeckenden soziologischen Journale in den beiden Ländern ausgewählt. Die beiden amerikanischen Zeitschriften sind im Hinblick auf den *impact factor* im *Social Science Citation Index* führend,¹ die vier deutschen Zeitschriften sind die einzigen dort ausgewerteten soziologischen Fachzeitschriften. Aufgrund des größeren Umfangs und der höheren Erscheinungsfrequenz der amerikanischen Journale werden dort ungefähr die gleiche Anzahl Artikel veröffentlicht wie in den vier deutschen Zeitschriften.

Für die Zusammenstellung des Datensatzes sollten nun alle Artikel (keine Repliken, Mitteilungen, Rezensionen oder Sonstiges) identifiziert werden, die wirtschaftliche Themen zum Gegenstand haben. Dabei wurden zwei Einschränkungen gemacht. Zum einen beginnt der Untersuchungszeitraum erst 1974. Die Anfänge der neuen Wirtschaftssoziologie werden in der Regel auf die späten 1970er Jahre datiert, so dass diese Entwicklung mit einem 1974 beginnenden Untersuchungszeitraum voll erfasst wird. Zum anderen wurden zur Beschränkung der auszuwertenden Artikelanzahl nicht sämtliche in diesen Zeitschriften erschienenen Artikel herangezogen, sondern vier Untersuchungszeitpunkte festgelegt, die jeweils zwei Jahre im Abstand von je einer Dekade umfassen: 1974/75, 1984/85, 1994/95 und 2004/05.

In einem ersten Schritt wurden die Abstracts aller insgesamt 1377 zu diesen Untersuchungszeitpunkten in den sechs Fachjournalen erschienenen Artikel gelesen und sämtliche Artikel, die einen Bezug zu ökonomischen Phänomenen hatten, in den Datensatz aufgenommen. Die Abgrenzung hierfür erfolgte anhand einer Definition von Carlo Trigilia, der Wirtschaftssoziologie sehr weit als Analyse der „links between economic and social phenomena“ (Trigilia 2006: 192) definiert. Insgesamt fanden so 522 Artikel Aufnahme in den Datensatz.

In einem zweiten Schritt wurde weiterhin zwischen Wirtschaftssoziologie im weiten Sinn und Wirtschaftssoziologie im engen Sinn unterschieden. Die erste Kategorie umfasst sämtliche Artikel, die sich allgemein mit wirtschaftlichen Phänomenen beschäftigen (N = 522), die letzte nur jene Artikel, die ein ökonomisches Phänomen erklären wollen, in denen dieses Phänomen also die Funktion einer abhängigen Variable hat (N = 211). Die Artikel aus der engen Definition wurden in einem weiteren Schritt für die inhaltsanalytische Auswertung codiert. Dabei wurden sämtlichen Artikeln Codes für die Variablen „Themen“ und „Theorien“ zugewiesen. Dem Codebuch wurden sukzessive neue Variablenausprägungen hinzugefügt. Insgesamt unterscheidet der Themenkatalog zwischen 21 verschiedenen Themen, die in 7 Oberkategorien zusammengefasst sind, und 10 verschiedenen Ausprägungen von Theorien (s. *Tabellen 1* und *2*). Die Bildung thematischer Oberkategorien machte die Zuordnung zu Themen möglich, die von Richard Swedberg, einem führenden Vertreter der neuen Wirtschaftssoziologie, als Kernthemen der Wirtschaftssoziologie klassifiziert wurden (Swedberg 2004, 2005; s. unten dazu *Abschnitt IV*).

Die Codierung erfolgte durch zwei Coder. Zur Überprüfung der Zuverlässigkeit der Codierungen wurden zwei Inter-Coder-Reliabilitätstests durchgeführt. Dafür wurden

¹ Einen noch höheren *impact factor* hat die *Annual Review of Sociology*, die aufgrund ihrer speziellen Ausrichtung, nämlich die Publikation von Übersichtsartikeln zu den verschiedenen soziologischen Forschungsbereichen, jedoch für die hier verfolgten Ziele nicht geeignet war.

Tabelle 1: Thematische Oberkategorien

Kernthemen der Wirtschaftssoziologie nach Swedberg	Weitere Themen
<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmen • Märkte 	<ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftliche Makrostrukturen • Arbeit und industrielle Beziehungen • Wirtschaftseliten • Ideologien, Werte und Einstellungen zur Wirtschaft • Geld

Tabelle 2: Theoretische Ansätze

Typische theoretische Ansätze der Wirtschaftssoziologie nach Swedberg	Weitere theoretische Ansätze
<ul style="list-style-type: none"> • Neuer Institutionalismus (neuer soziologischer, historischer, ökonomischer Institutionalismus sowie Regulationstheorie) • Netzwerktheorie/-analyse • Kulturtheorie • Populationsökologie 	<ul style="list-style-type: none"> • Rational-Choice-Theorien • Interaktionismus, Ethnomethodologie, Phänomenologie • Sonstige Handlungstheorien (ohne Rational Choice und Interaktionismus) • Marxistische Theorien, Klassentheorien • Systemtheorie • Modernisierungstheorie

die Übereinstimmungsquoten aus einer einfachen Zufallsstichprobe von Artikeln, die beide Coder codierten, ermittelt. Der erste Test wurde zu Beginn der Codierung, der zweite nach der Hälfte der Codierung durchgeführt. Bei der Codierung der Themen bestand bereits zu Beginn eine hohe Übereinstimmungsquote von 78 Prozent, die sich im zweiten Reliabilitätstest auf 95 Prozent erhöhte. Bei der Theorie fiel die Übereinstimmungsquote im ersten Test mit 33 Prozent niedrig aus, erhöhte sich allerdings zum Zeitpunkt des zweiten Tests signifikant auf 63 Prozent. Darin spiegeln sich Schwierigkeiten bei der Codierung der in den Artikeln verwendeten theoretischen Ansätze wider. Um diesen Schwierigkeiten zu begegnen, wurde besonders auf eine systematische und vorsichtige Herangehensweise geachtet. In den Artikeln wurde zunächst nach expliziter Nennung einer theoretischen Herangehensweise gesucht. Dies war vor allem in den US-amerikanischen Artikeln größtenteils unproblematisch, da diese häufig einen Abschnitt aufweisen, der sich mit dem theoretischen Hintergrund der behandelten Thematik befasst. War diese Suche erfolglos, wurde nach Begriffen gesucht, die tendenziell einer theoretischen Ausrichtung zuzuordnen sind (beispielsweise Klassenkampf, Arbeiterklasse, Bourgeoisie für marxistische Theorien, Autopoiesis für Systemtheorie etc.). Diese wurden lediglich als Indizien für eine theoretische Ausrichtung angesehen. Gleichzeitig erfolgte eine Durchsicht des jeweiligen Literaturverzeichnisses. Um die gleichzeitige Verwendung verschiedener theoretischer Ansätze berücksichtigen zu können, wurde die Variable „Theorie“ bis zu zweimal vergeben.

Die Codierung der Themen erfolgte meist über den Abstract des Artikels. Wenn die Themen im Abstract nicht deutlich wurden oder nicht klar war, welche Themen entscheidend waren, wurde der gesamte Text zu Rate gezogen.

Verschiedene Grundgesamtheiten: Bei der Betrachtung der Ergebnisse ist zu beachten, dass es verschiedene Grundgesamtheiten gibt, das heißt, die Prozentangaben beziehen sich auf verschiedene Fallzahlen. Für die Bestimmung des Anteils an Artikeln, die sich mit ökonomischen Phänomenen befassen, entspricht die Basis der Gesamtanzahl der zu den Untersuchungszeitpunkten in den Fachjournalen erschienenen Artikel (N = 1377). Bei der Betrachtung der Themen und Theorien werden nur noch die Artikel einbezogen, die sich mit wirtschaftlichen Phänomenen im *engen Sinn* beschäftigen (N = 211), ein wirtschaftliches Phänomen also als abhängige Variable untersuchen. Jedem Artikel wurde eine abhängige Variable zugeordnet. Da es häufiger vorkam, dass ein Artikel gleichzeitig zwei theoretischen Ansätzen zuzuordnen war, wurden für einen Artikel bis zu zwei Theorien benannt. Deshalb entspricht die Anzahl der für „Theorie“ vergebenen Codes nicht der Anzahl der Artikel. Die Gesamtanzahl aller Theorien beträgt bei den Artikeln in der engen Definition von Wirtschaftssoziologie N = 271.

III. Hypothesen

Als einer der aufmerksamsten Beobachter der Entwicklung wirtschaftssoziologischer Forschung muss sicherlich Richard Swedberg gelten. In einer Vielzahl von Sammelbänden (Granovetter und Swedberg 2001; Smelser und Swedberg 2005; Swedberg 1993), Monografien (Swedberg 1987, 2003, 2005) und Übersichtsartikeln (Swedberg 1991, 1997, 2004; Swedberg et al. 1987) hat Swedberg die Entwicklung der Wirtschaftssoziologie insbesondere in den USA kommentierend begleitet. In seinen Arbeiten entwickelt er verschiedene Thesen zur Entwicklung und Gestalt der Wirtschaftssoziologie, die wir hier als Ausgangspunkt für die Hypothesenbildung verwenden wollen.

So sieht Swedberg zum einen, dass sich die wirtschaftssoziologische Forschung in den USA seit den 1980er Jahren wieder belebt hat. Seit dieser Zeit finden ökonomische Phänomene in der Soziologie verstärkt Beachtung und werden zunehmend zum Untersuchungsgegenstand. In Deutschland findet sich eine ähnliche Entwicklung, die allerdings erst etwa zehn Jahre später begann (Swedberg und Beckert 2001). Darüber hinaus vertritt Swedberg die Auffassung, die zentralen Gegenstandsbereiche der neuen Wirtschaftssoziologie seien Netzwerke, Unternehmen und Märkte. Schließlich sieht er als für die neue Wirtschaftssoziologie prägende theoretische Ansätze die Netzwerkanalyse, Organisationstheorien, insbesondere den neuen soziologischen Institutionalismus, und Kulturtheorien.

Ausgehend von diesen Beschreibungen stellen wir die folgenden Hypothesen auf:

Hypothese 1:

- a) Der Anteil an Artikeln, die ökonomische Themen behandeln, steigt im Untersuchungszeitraum kontinuierlich an.
- b) Der Anteil an Artikeln, die wirtschaftliche Phänomene als abhängige Variable erklären wollen, steigt an.
- c) Der größte Zuwachs an solchen Artikeln ist in den USA zwischen den 1970er und den 1980er Jahren, in Deutschland zwischen den 1980er und 1990er Jahren zu beobachten.

Hypothese 2:

Unternehmen und Märkte als die typischen wirtschaftssoziologischen Themen werden seit den 1980er Jahren immer bedeutender.²

Hypothese 3:

- a) Zur Erklärung wirtschaftlicher Phänomene werden überwiegend typisch wirtschaftssoziologische Ansätze (Netzwerkansatz, Institutionalismus und Kulturosoziologie) verwendet.
- b) Der Anteil dieser Ansätze an den insgesamt Verwendung findenden Theorien steigt seit den 1980er Jahren.

In der Darstellung der Ergebnisse wird ein Überblick über die Entwicklung der Themen und der theoretischen Ansätze in den deutschen und amerikanischen Soziologiezeitschriften im Zeitverlauf anhand deskriptiver Statistiken gegeben. In einem weiteren Schritt werden Varianzanalysen mit Post-hoc-Tests nach Scheffé durchgeführt.³ Im statistischen Sinne signifikante Unterschiede sollen hier zu Rate gezogen werden, um Hinweise über die *Relevanz* der beobachteten Zusammenhänge zu erhalten. Signifikante Unterschiede werden als relevant, nicht signifikante als unbedeutend interpretiert. So können die Veränderungen des Anteils der Wirtschaft als Thema der Soziologie sowie von typischen Themen beziehungsweise typischen theoretischen Ansätzen im Vergleich zu nicht typischen Themen und Theorien im Zeitverlauf beurteilt werden.

Für die Varianzanalyse werden Dummy-Variablen gebildet. Um die Entwicklung des Stellenwerts des Themas *Wirtschaft* innerhalb der Soziologie zu analysieren, wird allen Artikeln in der engen beziehungsweise in der engen Definition der Wert 1, allen anderen der Wert 0 zugeordnet. Um zu testen, ob sich der Anteil der laut Swedberg typischen Themen in den letzten dreißig Jahren signifikant verändert hat, wurde aus allen Themen eine Dummy-Variable gebildet, die die Themen *Unternehmen* und *Märkte* mit dem Wert 1 und die restlichen Themen mit 0 codiert. Analog wurde mit den Theorien verfahren. Den von Swedberg als typisch wirtschaftssoziologisch identifizierten Theorien „Netzwerkanalyse“, „Institutionalismus“ und „kulturosoziologische Ansätze“ wurde der Wert 1 zugeschrieben. So konnte auch hier eine Varianzanalyse durchgeführt werden, die Auskunft darüber gibt, ob sich der relative Anteil dieser Themen beziehungsweise Theorien im Vergleich zum Anteil anderer Themen respektive Theorien gesteigert hat. Hierbei wird jeweils die enge Definition der soziologischen Beschäftigung mit Wirtschaft untersucht.

2 Die von Swedberg angeführten Netzwerke werden hier nicht verwendet, weil sie nicht als abhängige Variable vorkommen und somit keinen Einzug in den Datensatz der *engen Definition* gefunden haben. Der mögliche Bedeutungszuwachs von Netzwerken wird von uns bei der Untersuchung der Entwicklung der in der Wirtschaftssoziologie verwendeten theoretischen Ansätze berücksichtigt.

3 Da es sich bei den zugrunde gelegten Daten nicht um eine Zufallsauswahl, sondern um eine Grundgesamtheit handelt, ist die Anwendung inferenzstatistischer Verfahren strittig. Mit den Analysen lassen sich jedoch Aussagen über die Relevanz der Zusammenhänge treffen, weshalb wir sie hier anführen.

IV. Ergebnisse

Im Folgenden stellen wir die Ergebnisse der Untersuchung der quantitativen Bedeutung soziologischer Forschungsarbeiten zur Wirtschaft in deskriptiven Analysen und Varianzanalysen dar. Dabei werden die drei dargelegten Hypothesen nacheinander überprüft.

1. Der Stellenwert wirtschaftssoziologischer Forschung innerhalb der Soziologie

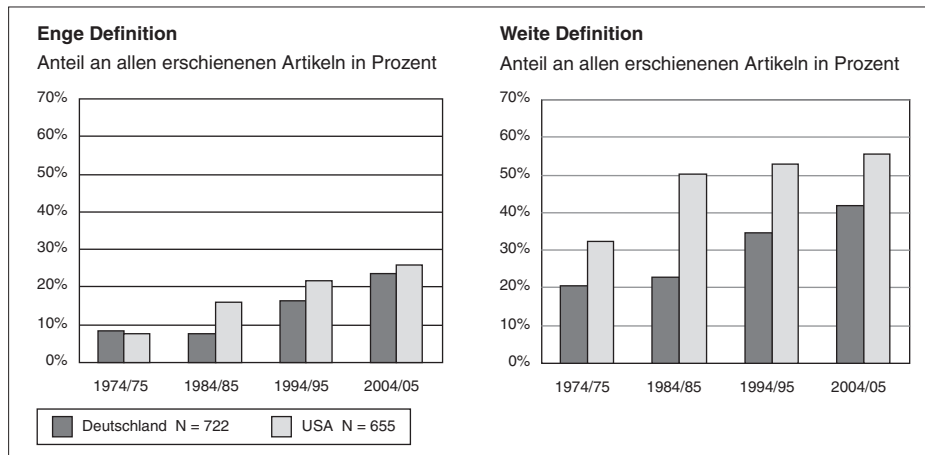
Bei der Untersuchung von Artikeln, die sich mit wirtschaftlichen Phänomenen beschäftigen, überrascht zunächst einmal deren große Anzahl. Bezogen auf die weite Definition wirtschaftssoziologischer Forschung, die alle Artikel einbezieht, die sich mit wirtschaftlichen Phänomenen beschäftigen, ohne diese aber notwendig als abhängige Variable zu untersuchen, liegt der Anteil wirtschaftssoziologischer Artikel zum Untersuchungszeitpunkt 2004/05 für die USA bei 55,7 Prozent und für Deutschland bei 42 Prozent. Dabei lässt sich für die Zeitschriften beider Länder ein kontinuierlicher Anstieg seit Mitte der 1970er Jahre beobachten, wobei der Anteil in den deutschsprachigen Zeitschriften durchgängig niedriger ist als in den amerikanischen (*Abbildung 1*). Bezieht man nur die Artikel ein, in denen wirtschaftliche Phänomene zum eigentlichen Untersuchungsgegenstand gemacht werden (abhängige Variable), so liegt der Anteil definitionsgemäß niedriger, erreicht im Zeitraum 2004/05 aber doch 25,8 Prozent in den amerikanischen und 23,6 Prozent in den untersuchten deutschen Zeitschriften. Die Steigerungsraten im Zeitverlauf sind dabei noch ausgeprägter als bei den Artikeln, die der weiten Definition entsprechen: Seit Mitte der 1970er Jahre verdreifachte sich der Anteil an Artikeln, die die Wirtschaft zum Untersuchungsgegenstand haben (*Abbildung 1*). Dass ein Viertel aller in den führenden soziologischen Fachzeitschriften erscheinenden Artikel im Sinn dieser Definition wirtschaftssoziologische Abhandlungen sind, zeigt die große Bedeutung dieses Feldes für die soziologische Forschung. Es steht zu vermuten, dass kein anderer Gegenstandsbereich der Soziologie eine ähnliche quantitative Bedeutung hat.

Diese Befunde bestätigen die *Hypothesen 1a* und *1b*, die die Ausweitung der soziologischen Betrachtung wirtschaftlicher Phänomene postulieren und zwar sowohl als unabhängige als auch als abhängige Variablen. Der dritte Teil der Hypothese (*1c*) postuliert, dass die Ausweitung wirtschaftssoziologischer Abhandlungen in den USA und in Deutschland zeitverschoben stattfindet. Tatsächlich zeigt sich in der deskriptiven Untersuchung ein in Deutschland im Vergleich zu den USA später einsetzender Trend zur verstärkten Untersuchung wirtschaftlicher Phänomene. In den USA liegt die größte Steigerung zwischen dem ersten und dem zweiten Untersuchungszeitpunkt (also zwischen 1974 und 1985), dagegen in Deutschland zwischen 1984 und 1995.

Diese Ergebnisse werden auch durch die Mittelwertunterschiede weitgehend bestätigt, wobei hier nur über die Ergebnisse für Artikel berichtet wird, in denen Wirtschaftsthemen als abhängige Variable erscheinen.⁴ Die Tests zeigen einen signifikanten Unterschied der Jahre 1974/75 zu den Jahren 1994/95 und 2004/05, allerdings ist we-

⁴ Für eine genauere Darstellung siehe Besedovsky (2008).

Abbildung 1: Stellenwert des Themas Wirtschaft in der Soziologie: Wirtschaft in soziologischen Artikeln



Quelle: Besedovsky (2008: 72).

der der Zuwachs von 1974/75 auf 1984/85 noch der von 1984/85 auf 1994/95 signifikant. Dies bedeutet, dass nicht klar ist, wann genau zwischen 1974/75 und 1994/95 die Zunahme des Anteils des Themas *Wirtschaft* innerhalb der untersuchten Fachzeitschriften eingesetzt hat. Die 1980er Jahre differieren nicht so stark gegenüber den 1970er und den 1990er Jahren, was auf eine stetige Steigerung der soziologischen Untersuchung ökonomischer Themen hinweist. Seit den 1990er Jahren ist das Interesse an diesen Themen in den amerikanischen Fachzeitschriften relativ konstant.

Für Deutschland zeigen die Mittelwertunterschiede ein erst später zunehmendes Interesse an ökonomischen Themen. Die Werte der ersten drei Untersuchungszeitpunkte unterscheiden sich nicht signifikant voneinander. Die Zunahme von 1994/95 auf 2004/05 ist hingegen signifikant. Dies bedeutet, dass die größte Steigerung bei der Untersuchung wirtschaftlicher Phänomene in der deutschen Soziologie um die Jahrtausendwende stattgefunden haben muss. Zusammenfassend zeigt sich auch anhand der Varianzanalysen, dass der Stellenwert des Themas *Wirtschaft* in der Soziologie seit den 1970er Jahren sowohl in den USA als auch in Deutschland signifikant gestiegen ist. Der dritte Teil der Hypothese (1c) lässt sich anhand der Mittelwertunterschiede nur insoweit bestätigen, dass der Zuwachs in den deutschsprachigen Zeitschriften später als in den USA stattgefunden hat, wobei die Zeitpunkte dieser Veränderungen nicht genau den von Swedberg angegebenen entsprechen.

2. Die Themen der soziologischen Untersuchung der Wirtschaft

Im nächsten Analyseschritt geht es um die weitere Aufschlüsselung der Themen, mit denen sich wirtschaftssoziologische Forschung beschäftigt. Im Mittelpunkt steht die Frage, welche ökonomischen Phänomene in wirtschaftssoziologischen Artikeln erklärt werden sollen. Deshalb bezieht sich dieser Teil der Analyse auf wirtschaftssoziologische

Artikel im *engen Sinn*, bei dem die abhängige Variable eine ökonomische ist. Nach Richard Swedbergs Einschätzung sind *Unternehmen* und *Märkte* die zentralen Themen der Wirtschaftssoziologie. Doch wie stark sind diese Themen als abhängige Variable tatsächlich vertreten? Ist die Wirtschaftssoziologie auf diese Themen beschränkt? Wie entwickeln sich diese als typisch charakterisierten Themen und inwieweit sind andere Themen relevant?

Über alle Untersuchungszeitpunkte zusammengefasst dominieren sowohl in den untersuchten deutschen als auch in den amerikanischen Fachzeitschriften die Themen *Arbeit und industrielle Beziehungen* sowie *Unternehmen* (Tabellen 3 und 4). Unter der Oberkategorie *Arbeit und industrielle Beziehungen* wurden Artikel codiert, in denen Arbeitsmärkte, Berufe und Professionen sowie die Struktur industrieller Beziehungen untersucht werden. Unter der Oberkategorie *Unternehmen* wurden Artikel codiert, die die

Tabelle 3: Themen: deutsche Zeitschriften (in Prozent)

	Untersuchungszeitpunkt				Durchschnitt
	1974/75	1984/85	1994/95	2004/05	
Unternehmen	23,5	36,4	45,5	14,6	28,4
Märkte	11,8	0,0	0,0	24,4	11,8
Wirtschaftliche Makrostrukturen	17,6	9,1	24,2	29,3	23,5
Arbeit und industrielle Beziehungen	35,3	54,5	18,2	29,3	29,4
Wirtschaftseliten	0,0	0,0	3,0	0,0	1,0
Ideologien, Werte und Einstellungen zur Wirtschaft	5,9	0,0	6,1	0,0	2,9
Geld	5,9	0,0	3,0	2,4	2,9
Gesamt (N = 102) ^a	100	100	100	100	100

^a Es bestehen geringfügige Rundungsdifferenzen.

Tabelle 4: Themen: US-amerikanische Zeitschriften (in Prozent)

	Untersuchungszeitpunkt				Durchschnitt
	1974/75	1984/85	1994/95	2004/05	
Unternehmen	20,0	44,4	25,7	15,6	26,6
Märkte	6,7	7,4	0,0	25,0	10,1
Wirtschaftliche Makrostrukturen	20,0	22,2	17,1	18,8	19,3
Arbeit und industrielle Beziehungen	40,0	18,5	51,4	34,4	36,7
Wirtschaftseliten	6,7	3,7	2,9	3,1	3,7
Ideologien, Werte und Einstellungen zur Wirtschaft	6,7	3,7	2,9	3,1	3,7
Gesamt (N = 109) ^a	100	100	100	100	100

^a Es bestehen geringfügige Rundungsdifferenzen.

Arbeits- und Produktionsstruktur, das Management, Unternehmensstrategien, die Unternehmenskultur sowie die Eigentumsstrukturen und Verflechtungen von Unternehmen zum Gegenstand haben.⁵ Die Kategorie *Arbeit und industrielle Beziehungen* nimmt in beiden Ländern den ersten Platz ein und macht in den USA 36,7 Prozent, in Deutschland 29,4 Prozent aller Themen aus. Die Kategorie *Unternehmen* erreicht in deutschen Artikeln 28,4 Prozent, in den USA 26,6 Prozent aller in den Artikeln untersuchten Themen. Die große Bedeutung des Themenfeldes *Arbeit und industrielle Beziehungen* wird in Swedbergs Definition der Wirtschaftssoziologie nicht berücksichtigt. Hier zeigen sich Abgrenzungen innerhalb des Feldes der soziologischen Beschäftigung mit Wirtschaft, die weniger einen sachlichen Hintergrund haben als vielmehr auf unterschiedliche Forschungstraditionen zurückgehen, die jeweils für sich institutionalisiert sind.

Im Zeitverlauf erreicht das Thema *Unternehmen* in den deutschen Artikeln in den Jahren 1994/95 seinen Höhepunkt. Es gewinnt kontinuierlich an Bedeutung, 1974/75 macht es 23,5 Prozent, in den Jahren 1984/85 36,4 Prozent aller Themen aus, und zum Untersuchungszeitpunkt 1994/95 lassen sich 45,5 Prozent aller Artikel in die Kategorie *Unternehmen* als thematischer Ausrichtung codieren.⁶ Im Zeitraum 2004/05 allerdings sinkt dieser Anteil dramatisch um über 30 Prozentpunkte auf nur noch 14,6 Prozent. Auch in den USA kann die Zu- und Abnahme der Beschäftigung mit dem Thema *Unternehmen* als parabelförmig beschrieben werden, wobei hier der Höhepunkt bereits zehn Jahre früher zu beobachten ist. Während sich die relative Bedeutung von 1974/75 (20 Prozent) auf 1984/85 (44,4 Prozent) mehr als verdoppelt, sinkt diese 1994/95 auf 25,7 Prozent und 2004/05 auf 15,6 Prozent ab. Diese Entwicklung bestätigt Bruce Carruthers und Brian Uzzi's Einschätzung, die von einem Bedeutungsrückgang der Beschäftigung mit dem Thema *Unternehmen* in der Wirtschaftssoziologie sprechen (Carruthers und Uzzi 2000). Dies könnte seine Erklärung darin finden, dass die neue Wirtschaftssoziologie insbesondere in den USA zunächst einen starken Zusammenhang mit der Organisationssoziologie hatte, sich dieser Zusammenhang mit der eigenständigen Institutionalisierung des Feldes aber zunehmend löste. Der spätere Fokus auf Märkte betont die Eigenständigkeit der neuen Wirtschaftssoziologie durch ihre Verbindung mit einem spezifischen Gegenstandsbereich.

Innerhalb der Kategorie *Unternehmen* dominiert in Deutschland das Unterthema *Arbeitsorganisation und Produktionsstruktur*, das vor allem industriesoziologische Beiträge beinhaltet. Dieses macht bis Mitte der 1990er Jahre ungefähr ein Viertel der Veröffentlichungen insgesamt aus (1974/75: 23,5 Prozent; 1984/85: 27,3 Prozent; 1994/95: 24,2 Prozent), sinkt aber zum letzten Untersuchungszeitpunkt (2004/05) dramatisch auf 4,9 Prozent ab. Hierin spiegelt sich, so kann vermutet werden, die bis in die 1990er Jahre große Bedeutung der Industriosozologie und deren späterer Bedeutungsrückgang in der deutschen Soziologie wider. In den USA ist dieser Themenbereich insbesondere 1984/85 bedeutsam (37 Prozent aller Themen), spielt ansonsten aber keine große Rolle. Ein weiterer Unterschied zwischen den amerikanischen und den deutschen Daten ist beim Unterthema *Strategie und Management* zu erkennen: Während in

⁵ Für eine Auflistung der Themen und deren Unterkategorien siehe Anhang.

⁶ Die prozentualen Angaben beziehen sich jeweils auf alle abhängigen Variablen im jeweiligen untersuchten Zeitraum der engen Version.

Deutschland Artikel zu diesem Themenbereich erst 1994/95 zu verzeichnen sind und auch dann nur eine randständige Bedeutung haben, kommen sie in den USA zu allen Untersuchungszeitpunkten vor; am häufigsten 1994/95, wo sie zwei Drittel der Kategorie *Unternehmen* ausmachen. Dies deutet auf eine frühere und ausgeprägtere Beschäftigung der amerikanischen Soziologie mit Themen der Unternehmensführung (*corporate governance*) hin. Die früher einsetzende und stärkere Orientierung amerikanischer Unternehmen an Prinzipien des Shareholder Value machte, so lässt sich vermuten, die Untersuchung des Handelns von Managern zu einem vordringlichen Thema in der amerikanischen Wirtschaftssoziologie.

Das zweite herausragende Themenfeld ist *Arbeit und industrielle Beziehungen*. Dieses ist in Deutschland in den Jahren 1974/75 Gegenstand von 35,3 Prozent und in den Jahren 1984/85 sogar von 54,5 Prozent der codierten Artikel. Dieser hohe Anteil an der soziologischen Beschäftigung mit Wirtschaft, insbesondere in den 1980er Jahren, zeigt die überragende Bedeutung einer Auseinandersetzung mit Arbeitsbeziehungen und Arbeitsmärkten zu genau dem Zeitpunkt, zu dem Arbeitslosigkeit erstmalig in der bundesdeutschen Nachkriegsgesellschaft als Massenphänomen in Erscheinung tritt. In den Jahren 1994/95 sinkt der Anteil um zwei Drittel und macht so lediglich noch 18,2 Prozent aus. Von den Artikeln aus den Jahren 2004/2005 beschäftigen sich dann wieder über ein Viertel (29,3 Prozent) mit dem Themenbereich, was das kontinuierlich hohe Interesse an der Untersuchung von Arbeitsmärkten verdeutlicht.

In den amerikanischen Journalen lässt sich eine andere Entwicklung erkennen: Die Kategorie hat in den 1980er Jahren mit 18,5 Prozent ihren niedrigsten Anteil. In den Jahren 1974/75 beträgt er 40 Prozent, 1994/95 dagegen 51,4 Prozent und zehn Jahre später 34,4 Prozent. Auch hier zeigt sich, dass die Beschäftigung mit arbeitsmarktrelevanten Themen eine große Rolle innerhalb der soziologischen Forschung spielt. Allerdings zeigt sich eine Verschiebung innerhalb der Kategorie: Die Auseinandersetzung mit industriellen Beziehungen war sowohl in den USA als auch in Deutschland insbesondere in den 1970er Jahren bedeutsam, wohingegen die Auseinandersetzung mit dem Arbeitsmarkt ab den 1980er Jahren dominiert. Möglicherweise hängt dies sowohl mit dem zunehmenden Bedeutungsverlust korporatistischer Steuerung als auch mit der sich ab den 1980er Jahren ausweitenden Massenarbeitslosigkeit zusammen. Diese Fluktuationen und die Differenzen zwischen der deutschen und der amerikanischen Soziologie lassen sich im Einzelnen schwer erklären, doch zeigt sich insgesamt an der großen Bedeutung dieses Themenbereichs, dass die Auseinandersetzung mit Arbeitsmarktphänomenen ein in der Soziologie kontinuierlich bedeutsames Thema ist. Dass dieser Themenbereich innerhalb der „neuen Wirtschaftssoziologie“ eine nur randständige Bedeutung hat, zeigt eine Tendenz zur „Balkanisierung“ von Teilfeldern innerhalb des Feldes der soziologischen Beschäftigung mit Wirtschaft an.

Die thematisch dritthäufigste Oberkategorie sowohl in den amerikanischen (mit 19,3 Prozent) als auch in deutschen (mit 23,5 Prozent) Artikeln ist die Kategorie *wirtschaftliche Makrostrukturen*, worunter ökonomische Aspekte der Globalisierung und die ökonomische Entwicklung der „Dritten Welt“, aber auch die Transformationsforschung und die *Varieties-of-Capitalism*-Forschung gefasst wurden. In Deutschland ist diese Kategorie besonders ab den 1990er Jahren wichtig. 1994/95 macht sie 24,2 Prozent und 2004/05 29,3 Prozent aller Themen aus. In den USA sinkt der relative Anteil an Arti-

keln, die sich mit diesen Themen beschäftigen, leicht von 20 Prozent in den Jahren 1974/75 auf 18,8 Prozent in 2004/05.

Interessanterweise ist die Auseinandersetzung mit ökonomischen Makrostrukturen in den USA und Deutschland etwa gleich bedeutsam, hat dabei allerdings je andere Schwerpunkte. In Deutschland ist dies besonders auf die Transformationsforschung in den 1990er Jahren zurückzuführen, die in den USA weit weniger bedeutend ist als in der deutschen Soziologie. In den USA hingegen steht die Beschäftigung mit wirtschaftlicher Entwicklung (Wirtschaftswachstum, Industrialisierung, „Dritte Welt“) stärker im Vordergrund, vor allem in den Jahren 1984/85. Das Thema Globalisierung tritt erwartungsgemäß erst 1994/95 auf.

Erst an vierter Stelle taucht das zweite von Swedberg als charakteristisch für die „neue Wirtschaftssoziologie“ bezeichnete Thema auf: *Märkte*. Es macht über den gesamten Zeitverlauf betrachtet in Deutschland 11,8 Prozent, in den USA 10,1 Prozent aller Aufsätze aus, die wirtschaftliche Phänomene als abhängige Variablen untersuchen.⁷ Dies widerspricht jedoch nicht Swedbergs These, wonach das Thema *Märkte* in der *gegenwärtigen* Wirtschaftssoziologie zentral sei. Denn im Zeitverlauf betrachtet lässt sich eine deutliche Ausweitung dieses Themenfeldes erkennen. Der überwiegende Teil der Artikel, die Märkte als abhängige Variable betrachten, wurde in den Jahren 2004/05 veröffentlicht. Bei den Artikeln aus den Jahren 2004/05 ist die Kategorie *Märkte* hinter der Kategorie *Arbeit und industrielle Beziehungen* die zweithäufigste. Sowohl in den USA (25 Prozent) als auch in Deutschland (24,4 Prozent) machen Artikel, die sich mit Märkten beschäftigen, ein Viertel der Beiträge aus. Innerhalb der Oberkategorie *Märkte* fällt besonders die Bedeutung von Finanzmärkten in den amerikanischen Daten auf. Diese stellen mit sechs Nennungen über die Hälfte der in dieser Kategorie codierten Artikel, wobei fünf dieser Nennungen in den Jahren 2004/05 zu verzeichnen sind. In Deutschland, wo das Thema *Märkte* insgesamt fast nur zu diesem Untersuchungszeitpunkt auftaucht, sind Konsummärkte mit vier Nennungen stärker vertreten als Finanzmärkte, die Gegenstand von drei Artikeln sind.

Die weiteren Themenfelder spielen lediglich eine untergeordnete Rolle. So ist die Auseinandersetzung mit *Wirtschaftseliten* in Deutschland kaum präsent, in den USA ist dieses Themenfeld etwas ausgeprägter. Auch das Thema *Ideologien, Werte und Einstellungen zur Wirtschaft* hat insgesamt eine nur geringe Bedeutung innerhalb wirtschaftssoziologischer Forschung. Es macht im deutschen Datensatz 2,9 Prozent, im amerikanischen 3,7 Prozent aller Themen aus. Hier ist kein eindeutiger Trend feststellbar. Beim Thema *Geld*, dem Thema mit der geringsten Häufigkeit, ist wieder ein Unterschied zwischen der deutschen und der amerikanischen Wirtschaftssoziologie erkennbar: Während *Geld* im amerikanischen Datensatz kein einziges Mal als abhängige Variable vorkommt, macht dieses Thema in Deutschland 2,9 Prozent der abhängigen Variablen aus. Die Tatsache, dass außer in 1984/85 das Thema *Geld* zu jedem Untersuchungszeitpunkt zu finden ist, zeugt von einer gewissen Kontinuität des Interesses an der Geldsoziologie in der deutschen Soziologie. Hintergrund hierfür könnte die Bedeutung von Talcott Parsons, Jürgen Habermas und Niklas Luhmann in der deutschen So-

⁷ Arbeitsmärkte wurden aufgrund ihrer thematisch engen Verbindung mit der Arbeitssoziologie nicht unter der Kategorie *Märkte* codiert, sondern in der Oberkategorie *Arbeit und industrielle Beziehungen*.

ziologie insbesondere der 1980er und 1990er Jahre sein, die sich in ihren Sozialtheorien ausführlich mit der gesellschaftlichen Bedeutung des Geldes auseinandergesetzt haben.

Im Vergleich zu anderen Themen zeigen die Mittelwertunterschiede keine eindeutige Steigerung in der Häufigkeit der beiden Themen *Unternehmen* und *Märkte*. Dies liegt vor allem daran, dass die Trends der beiden Themen im gleichen Zeitraum gegenläufig sind: Während eine kontinuierliche Steigerung des Interesses am Thema *Märkte* gegeben ist⁸, sinkt der relative Anteil des Themas *Unternehmen* spätestens ab dem Untersuchungszeitpunkt 1994/95 in beiden Ländern ab. Somit muss geschlussfolgert werden, dass zwar die Auseinandersetzung mit Märkten, wie von Richard Swedberg behauptet, als thematische Orientierung innerhalb der Wirtschaftssoziologie an Bedeutung gewinnt, das Fach insgesamt aber eine größere Themenvielfalt aufweist als von Swedberg angenommen. Insbesondere Artikel zum Themenkreis *Arbeit und industrielle Beziehungen* spielen auch heute noch eine bedeutende Rolle in der Soziologie. Dass diese Themenfelder von Richard Swedberg nicht genannt werden, lässt sich auf das spezifische Selbstverständnis der „neuen Wirtschaftssoziologie“ zurückführen. Diese will durch die Erschließung von Themenbereichen der Wirtschaft, die zuvor kaum soziologische Aufmerksamkeit erlangten (wie zum Beispiel Finanzmärkte), einen insgesamt breiteren Zugang der soziologischen Untersuchung wirtschaftlicher Phänomene schaffen. Dadurch bleibt die für die soziologische Beschäftigung mit Wirtschaft bis in die 1980er Jahre charakteristische und dominierende Orientierung an Themen, die mit der Rolle von Arbeitnehmern in Zusammenhang stehen, außen vor; die Beschäftigung mit dem Thema *Arbeit und industrielle Beziehungen* wird nicht als Kernbereich wirtschaftssoziologischer Forschung wahrgenommen. Die Programmatik der neuen Wirtschaftssoziologie entspricht damit nicht der tatsächlichen Themenbreite soziologischer Forschung zur Wirtschaft. Zwar nimmt die Auseinandersetzung mit Märkten deutlich zu, doch spielen „traditionelle“ Themen aus dem Bereich Arbeit und Organisation noch immer eine wichtige Rolle.

3. Theoretische Ansätze bei der soziologischen Untersuchung der Wirtschaft

Die dritte von uns getestete Hypothese bezieht sich auf die Verwendung theoretischer Ansätze in der Wirtschaftssoziologie. Lässt sich ein Bedeutungszuwachs von solchen theoretischen Ansätzen erkennen, die in enger Verbindung mit der neuen Wirtschaftssoziologie gesehen werden? Als solche Ansätze wurden von Swedberg organisationstheoretische, insbesondere institutionentheoretische Ansätze, die Netzwerktheorie und Kulturtheorien genannt. Trifft diese Hypothese zu, müssten andere Ansätze in der soziologischen Beschäftigung mit der Ökonomie im Zeitverlauf an Bedeutung verlieren. Wenn die neue Wirtschaftssoziologie die deutsche Soziologie erst später erreichte als die amerikanische, wie wir in der Überprüfung der ersten Hypothese gezeigt haben, dann müsste außerdem erkennbar sein, dass sich die mit diesem Ansatz verbundenen theoretischen Orientierungen in den Artikeln aus den untersuchten Fachzeitschriften

⁸ Dies belegen die signifikanten Ergebnisse einer Varianzanalyse, die nur die Entwicklung des Themas *Märkte* im Vergleich zu den anderen Themen testet.

erst später zeigen. In den Auswertungen zu diesen Fragen beziehen wir uns ausschließlich auf Artikel, die in die Kategorie der engen Definition fallen, also wirtschaftliche Tatbestände als abhängige Variable untersuchen.

4. „Typische“ wirtschaftssoziologische Ansätze im Zeitverlauf

In der Codierung der Artikel wurde zwischen insgesamt zehn theoretischen Ansätzen unterschieden, die, wenn man Swedberg folgt, in „typische“ wirtschaftssoziologische und „weitere“ Theorien unterschieden werden können. Dabei fällt zunächst auf, dass zwei der am häufigsten verwendeten theoretischen Ansätze den von Swedberg genannten Kategorien entsprechen. In den USA machen die vier relevanten Kategorien zusammen 61,6 Prozent der Nennungen aus und immer noch 39 Prozent, wenn man zu den institutionalistischen Theorien nur den soziologischen Institutionalismus zählt, der zweifelsohne am engsten mit der neuen Wirtschaftssoziologie verbunden ist.⁹ In Deutschland beträgt der Anteil der entsprechenden Theorien 46,4 Prozent der Nennungen, allerdings nur noch 19,2 Prozent, wenn zu den institutionalistischen Theorien nur der neue soziologische Institutionalismus gerechnet wird. Nimmt man den Anteil der mit der neuen Wirtschaftssoziologie verbundenen theoretischen Ansätze als Indikator für die Bedeutung der neuen Wirtschaftssoziologie innerhalb des Feldes der soziologischen Beschäftigung mit Wirtschaft in beiden Ländern, so lässt sich an diesem Ergebnis deren größerer Stellenwert im US-amerikanischen Kontext erkennen, was so auch erwartet werden konnte.

Beschäftigt man sich nun mit der *Entwicklung* der verwendeten theoretischen Ansätze in soziologischen Forschungsartikeln, die wirtschaftliche Phänomene zum Gegenstand haben, so bestätigt sich Swedbergs These eines Bedeutungszuwachses der von ihm genannten theoretischen Orientierungen bei der soziologischen Beschäftigung mit Ökonomie.

Die *Tabellen 5* und *6* zeigen die amerikanische und deutsche Entwicklung bei den verwendeten theoretischen Ansätzen (Netzwerkanalyse, Institutionalismus und Kultursociologie), die von Swedberg als typisch für die neue Wirtschaftssoziologie bezeichnet werden. In den USA kann eine deutliche Steigerung dieser Ansätze beobachtet werden. Machen diese in den Jahren 1974/75 zusammen lediglich 38,9 Prozent aller verwendete-

⁹ Die prozentualen Angaben beziehen sich auf alle genannten Theorien im jeweiligen Untersuchungszeitraum in der *engen* Version, inklusive der Kategorie „nicht zuzuordnen“. Der Anteil der Artikel, denen keine Theorien zugeordnet werden konnte, nimmt im Zeitverlauf in beiden Ländern stark ab. Die Kategorie „nicht zuzuordnen“ wurde vergeben, wenn keine theoretische Richtung angegeben war und sich diese auch nicht erschließen ließ, oder wenn es sich um rein empirische Texte handelte, die keinen Bezug zur Theorie herstellten. In den USA sinkt dieser Anteil von 36,3 Prozent in den Jahren 1974/75 über 13,9 Prozent in 1984/85 und 12 Prozent in 1994/95 auf 6,8 Prozent in den Jahren 2004/05. In Deutschland ist eine Abnahme der Artikel, denen keine Theorie zugeordnet wurde, ebenfalls zu beobachten: War in den Jahren 1974/75 in 42,1 Prozent und in 1984/85 in 42,9 Prozent der Fälle keine Theorie auszumachen, sank dieser Anteil von 1984/85 auf 1994/95 um 20 Prozentpunkte auf 22,5 Prozent. In den Jahren 2004/05 fiel der Anteil wiederum auf die Hälfte ab und erreichte nunmehr lediglich 10,5 Prozent. Dies könnte als ein wachsendes Bewusstsein von der Bedeutung theoretischer Bezüge in der soziologischen Erklärung ökonomischer Phänomene interpretiert werden.

Tabelle 5: Theorien: deutsche Zeitschriften (in Prozent)

	Untersuchungszeitpunkt				Durchschnitt
	1974/75	1984/85	1994/95	2004/05	
Institutionalismus	27,8	28,6	31,6	32,7	31,2
<i>nur neuer soziologischer Institutionalismus</i>	5,6	0,0	2,6	5,5	4,0
Netzwerktheorie	0,0	7,1	7,9	18,2	11,2
Kulturtheorie	0,0	0,0	5,3	5,5	4,0
Rational Choice	5,6	21,4	5,3	7,3	8,0
Systemtheorie	5,6	0,0	2,6	5,5	4,0
Interaktionismus	0,0	0,0	0,0	7,3	3,2
Klassentheorie	5,6	0,0	5,3	0,0	2,4
Handlungstheorie	5,6	0,0	10,5	9,1	8,0
Modernisierungstheorie	0,0	0,0	5,3	3,6	3,2
Kritische Theorie	5,6	0,0	0,0	0,0	0,8
Nicht zuzuordnen	44,4	42,9	26,3	10,9	24,0
Gesamt (N = 125) ^a	100	100	100	100	100

^a Es bestehen geringfügige Rundungsdifferenzen.

Tabelle 6: Theorien: US-amerikanische Zeitschriften (in Prozent)

	Untersuchungszeitpunkt				Durchschnitt
	1974/75	1984/85	1994/95	2004/05	
Institutionalismus	22,2	17,6	42,6	46,8	35,6
<i>nur neuer soziologischer Institutionalismus</i>	5,6	8,8	14,9	17,0	13,0
Netzwerktheorie	11,1	8,8	12,8	25,5	15,8
Kulturtheorie	5,6	5,9	4,3	12,8	7,5
Populationsökologie	0,0	2,9	4,3	2,1	2,7
Rational Choice	0,0	2,9	14,9	2,1	6,2
Interaktionismus	5,6	0,0	0,0	2,1	1,4
Klassentheorie	22,2	41,2	6,4	0,0	14,4
Handlungstheorie	5,6	8,8	0,0	2,1	3,4
Kritische Theorie	5,6	0,0	2,1	0,0	1,4
Nicht zuzuordnen	22,2	11,8	12,8	6,4	11,6
Gesamt (N = 146) ^a	100	100	100	100	100

^a Es bestehen geringfügige Rundungsdifferenzen.

ten Ansätze aus, stellen sie in den Jahren 2004/05 87,2 Prozent der Theorien. Dies ist vor allem in der Entwicklung von *Institutionalismus* und *Netzwerkansatz* begründet, deren Anteile sich zwischen 1974/75 und 2004/05 jeweils mehr als verdoppelt haben (von 22,2 auf 46,8 Prozent beziehungsweise von 11,1 auf 25,5 Prozent). Der populationsökologische Ansatz spielt eine relativ geringe Rolle, rechnet man den soziologischen Institutionalismus allerdings zu den organisationstheoretischen Ansätzen (DiMaggio und Powell 1991), dann erhöht sich deren Anteil für den Untersuchungszeitpunkt von 5,6 Prozent 1974/75 auf 19,1 Prozent 2004/05.¹⁰

In Deutschland ist ebenfalls ein Anstieg der laut Swedberg für die neue Wirtschaftssoziologie „typischen“ Theorien zu verzeichnen. Die Anteile dieser Theorien sind allerdings in der deutschen Wirtschaftssoziologie durchgängig geringer als in den USA. In den Jahren 1974/75 beträgt der Anteil an „typischen“ Theorien 27,8 Prozent aller verwendeten Theorien. Dieser Anteil erhöht sich alle zehn Jahre um etwa zehn Prozentpunkte. So beträgt er 1984/85 35,7 Prozent, in den Jahren 1994/95 dann 44,7 Prozent und steigert sich auf 56,4 Prozent aller verwendeten Theorien in den Jahren 2004/05. Auch bei den „typischen“ theoretischen Ansätzen in der Beschäftigung mit Ökonomie in der deutschen Soziologie dominiert der Institutionalismus. Allerdings ist der soziologische Institutionalismus in den deutschsprachigen Artikeln durchweg in geringerem Maße vertreten als in den USA. Den größten Zuwachs erfährt innerhalb der „typischen“ theoretischen Ansätze in Deutschland die Netzwerkanalyse, die zum ersten Mal 1984/85 mit 7,1 Prozent erscheint und im Untersuchungszeitpunkt 2004/05 einen Anteil von 18,2 Prozent aufweist. Verglichen mit den amerikanischen Artikeln (25,5 Prozent) liegt dieser Anteil allerdings niedriger. Dies verweist auf bedeutende Unterschiede zwischen der Wirtschaftssoziologie in Deutschland und in den Vereinigten Staaten, wo der Netzwerkansatz manchmal sogar mit der neuen Wirtschaftssoziologie insgesamt gleichgesetzt wird.¹¹ Der kulturtheoretische Ansatz taucht erst 1994/95 auf und macht 5,9 Prozent aller verwendeten Theorien aus. Hier ist keine Steigerung zu beobachten. Zum jüngsten Untersuchungszeitpunkt beträgt sein Anteil 5,5 Prozent.

Die Ergebnisse der deskriptiven Analyse der als typisch wirtschaftssoziologisch charakterisierten theoretischen Ansätze bestätigen Swedbergs These, da sowohl in den amerikanischen als auch in den deutschen Artikeln diese Ansätze stark vertreten sind und einen zum Teil deutlichen Zuwachs erfahren. Dieses Ergebnis findet auch wesentliche Bestätigung in den Varianzanalysen. In den USA unterscheidet sich der Anteil „typischer“ Theorien zum letzten Untersuchungszeitpunkt von den früheren Jahren. Allerdings ist der Unterschied lediglich zwischen 2004/05 und den Jahren 1974/75 und 1984/85 signifikant. Ein Zuwachs bei der Verwendung der „typischen“ Theorien ist also erkennbar, es ist allerdings nicht klar, wann genau diese Theorien vermehrt Zusppruch erhielten. In der deutschen Soziologie erweisen sich die Steigerungen dieser theoretischen Ansätze lediglich für die größere Grundgesamtheit von Artikeln als signi-

10 Die Variablenausprägung *neuer soziologischer Institutionalismus* ist eine eher konservative Messung des Ansatzes, da die Coder im Zweifel eher die Oberkategorie *Institutionalismus* codiert haben.

11 Zur Diskussion der Bedeutung des Netzwerkansatzes in der Wirtschaftssoziologie siehe Krippner et al. (2004).

fikant, die wirtschaftliche Phänomene thematisieren, jedoch nicht unbedingt die Ökonomie als abhängige Variable betrachten (*weite Definition*, hier nicht ausgeführt).

5. Weitere theoretische Ansätze im Zeitverlauf

In den bisherigen Ausführungen wurden nur die als typisch für die neue Wirtschaftssoziologie geltenden Ansätze berücksichtigt. Wie verhält es sich aber mit den anderen identifizierten Ansätzen und wie entwickeln sich diese während der letzten dreißig Jahre in den deutschen und den amerikanischen Artikeln?

In amerikanischen soziologischen Studien zu ökonomischen Themen dominieren bei den nicht als typisch für die neue Wirtschaftssoziologie betrachteten Ansätzen die marxistischen Theorien. Über alle Untersuchungszeiträume hinweg machen diese im Durchschnitt 14,4 Prozent aller verwendeten theoretischen Ansätze in der engen Version aus. Die marxistischen Theorien zeigen allerdings einen bemerkenswerten Verlauf. In den Jahren 1974/75 sind marxistische Theorien mit 22,2 Prozent aller Ansätze vertreten und erreichen zehn Jahre später mit 41,2 Prozent ihren relativen Höhepunkt, womit sie mehr als zwei Fünftel aller Theorien umfassen. Nur zehn Jahre später sinkt ihre Bedeutung dramatisch: 1994/95 machen marxistische Theorien nur noch einen Anteil von 6,4 Prozent der verwendeten theoretischen Ansätze aus. In den Jahren 2004/05 spielen marxistische Theorien überhaupt keine Rolle mehr. Dies spiegelt den Bedeutungsverlust marxistischer Ansätze in der Soziologie nach 1989 wider. Die anderen unter „nicht typischen“ Ansätzen dargestellten Theorien spielen in der amerikanischen Soziologie eine nur marginale Rolle. Lediglich die Rational-Choice-Theorie erlebt, nachdem sie 1984/85 zum ersten Mal auftaucht und einen Anteil von 2,9 Prozent ausmacht, einen starken Zuwachs in den Jahren 1994/95, wo dieser Anteil auf 14,9 Prozent aller verwendeten Theorien steigt. Im Untersuchungszeitpunkt 2004/05 sinkt ihre relative Bedeutung allerdings wiederum auf 2,1 Prozent. Insgesamt erleben diese von Swedberg als nicht charakteristisch für die Wirtschaftssoziologie angesehenen Ansätze in den 1980er Jahren in den amerikanischen Journalen ihren anteiligen Höhepunkt, wobei dies, wie bereits erwähnt, insbesondere in der Blüte marxistischer Theorien in den Achtzigerjahren begründet liegt. Machten diese nicht typischen theoretischen Ansätze in den Jahren 1974/75 39 Prozent und in 1984/85 sogar über die Hälfte (52,9 Prozent) aller verwendeten Theorien aus, sinkt ihr Anteil in 1994/95 bereits auf 23,4 Prozent, um 2004/05 weiter stark an Bedeutung zu verlieren. Zu diesem Zeitpunkt machen diese nur noch 6,3 Prozent aller Theorien aus. Diese Entwicklungen verweisen darauf, dass insgesamt eine Verschiebung innerhalb der soziologischen Beschäftigung mit Wirtschaft stattfindet, durch die das Feld zunehmend von der „neuen Wirtschaftssoziologie“ mit „ihren“ Ansätzen dominiert wird.

Im Vergleich zu den theoretischen Ansätzen in der amerikanischen Soziologie fallen bei den deutschen Daten zwei markante Unterschiede auf: Zum einen, und dies kann als überraschend gelten, spielen marxistische Theorien eine viel geringere Rolle. Der Anteil marxistischer Theorien ist in Deutschland zu allen Untersuchungszeitpunkten niedriger als in den USA. Dieser taucht lediglich in den Zeitschriftenjahrgängen 1974/75 mit einem Anteil von 5,6 Prozent und 1994/95 mit 5,3 Prozent auf. Zum anderen ist die Rational-Choice-Theorie mit 8 Prozent im Durchschnitt über alle Jahre stärker

als in den amerikanischen Artikeln vertreten (6,2 Prozent im Durchschnitt). 1974/75 beträgt ihr Anteil in Deutschland 5,6 Prozent aller verwendeten Theorien. Dieser steigt 1984/85 sogar um fast 16 Prozentpunkte und stellt ein Fünftel (21,4 Prozent) aller Theoriebezüge. Während in den USA in den Jahren 1984/85 die Rational-Choice-Theorie kurz an Bedeutung zunimmt und 14,9 Prozent ausmacht, spielt sie sonst fast keine Rolle. So beträgt ihr Anteil zum letzten Erhebungszeitpunkt in den amerikanischen Aufsätzen lediglich 2,1, während ihr Anteil in den untersuchten deutschsprachigen Aufsätzen bei immerhin noch 7,3 Prozent liegt. Insgesamt zeigt sich hier vielleicht eine „Immunität“ der Wirtschaftssoziologie gegenüber der ökonomischen Handlungstheorie.

Leichte Unterschiede lassen sich auch im Hinblick auf systemtheoretische Herangehensweisen erkennen. Überraschend erscheint dabei nicht so sehr deren Abwesenheit im amerikanischen Kontext als vielmehr die geringe Bedeutung in den deutschen Zeitschriftenaufsätzen. Dies scheint die Bedeutung Luhmanns in der deutschen Wirtschaftssoziologie (Baecker 2006) nicht widerzuspiegeln. Es steht zu vermuten, dass etliche Beiträge mit dieser Ausrichtung nach Gründung der Zeitschrift *Soziale Systeme* (1995) dort erschienen und daher in unserem Datensatz nicht enthalten sind. Dies würde zugleich auf eine Selbstmarginalisierung des systemtheoretischen Ansatzes in der Wirtschaftssoziologie hindeuten, denn Gegenstand unserer Untersuchung sind die *allgemeinen* soziologischen Fachzeitschriften, die die Disziplin insgesamt am stärksten prägen.

Theoretische Ansätze, die sich nicht der neuen Wirtschaftssoziologie zurechnen lassen, haben in den deutschen Aufsätzen eine größere Bedeutung als in den USA, was darauf schließen lässt, dass die Entwicklung soziologischer Beschäftigung mit der Wirtschaft in Deutschland weniger von den konzeptionellen Grundlagen der neuen Wirtschaftssoziologie geprägt ist. Dies wiederum könnte Ergebnis der zeitverzögerten Rezeption der neuen Wirtschaftssoziologie in Deutschland sein oder aber Ausdruck einer breiter gefächerten Struktur des Feldes.

V. Fazit

Gegenstand unseres Artikels war die Entwicklung der Beschäftigung soziologischer Forschung mit wirtschaftlichen Phänomenen. Damit sollte der Frage der thematischen und theoretischen Abgrenzung sowie der Entwicklung der Wirtschaftssoziologie nicht durch konzeptionelle Überlegungen, sondern aus empirischer Blickrichtung nachgegangen werden. Die Ergebnisse der inhaltsanalytischen Untersuchung der in den führenden soziologischen Fachzeitschriften seit den 1970er Jahren publizierten Artikel zeigt zunächst einmal, wie bedeutsam die Auseinandersetzung mit der Wirtschaft für die soziologische Forschung ist. Immerhin in ungefähr jedem vierten publizierten Forschungsartikel geht es um die Erklärung eines wirtschaftlichen Phänomens. Dieser Anteil ist während der letzten dreißig Jahre sowohl in den USA als auch in Deutschland kontinuierlich gestiegen, was den Bedeutungszuwachs der Wirtschaftssoziologie innerhalb des Faches verdeutlicht.

Die Betrachtung der thematischen Ausrichtung der Wirtschaftssoziologie zeigt die hervorgehobene Bedeutung einiger bestimmter Kernthemen. Hierzu zählen die Berei-

che *Arbeit* und *Unternehmen*, bei denen es eine lange Tradition soziologischer Forschung gibt, die bis heute, wenngleich in geringerem Maße als noch in den 1990er Jahren, anhält. Mit der Entwicklung der „neuen Wirtschaftssoziologie“ hat die Auseinandersetzung mit Märkten sowohl in der amerikanischen als auch in der deutschen Soziologie erkennbar zugenommen. Insgesamt lässt sich eine Verbreiterung des Themenspektrums in der soziologischen Auseinandersetzung mit der Wirtschaft erkennen. Dies entspricht dem Anspruch der neuen Wirtschaftssoziologie, grundsätzlich alle wirtschaftlichen Themenfelder zum Gegenstand soziologischer Forschung zu machen.

Bei der theoretischen Orientierung der wirtschaftssoziologischen Forschung lassen sich ebenfalls interessante Schwerpunkte und Entwicklungen erkennen. Institutionalistische Ansätze stehen klar im Vordergrund wirtschaftssoziologischer Forschung. Bemerkenswert ist auch die kontinuierliche Zunahme der Bedeutung des Netzwerkansatzes in der Forschung, in den USA ausgeprägter als in Deutschland. Klassentheorien waren in den 1970er und 1980er Jahren als theoretischer Ansatzpunkt verbreitet, büßten in den 1990er Jahren jedoch ihre Bedeutung völlig ein. Ähnlich scheint die Bedeutung von Rational-Choice-Ansätzen in der Wirtschaftssoziologie als vorübergehend einzuordnen zu sein. Hier gibt es eine kleine Anzahl von Soziologen, in Deutschland eine etwas größere als in den USA, die mithilfe dieses Ansatzes wirtschaftliche Phänomene untersuchen.

Unsere Befunde bestätigen die Einschätzung, dass die soziologische Auseinandersetzung mit wirtschaftlichen Phänomenen heute einer der wichtigsten Gegenstandsbereiche der Soziologie ist. Dabei ist das Feld durch eine größere Pluralität gekennzeichnet, als in den gängigen Beschreibungen der neuen Wirtschaftssoziologie dargestellt. Dies gilt nicht nur in thematischer Hinsicht, sondern auch in Bezug auf die theoretischen Herangehensweisen. Die soziologische Forschung hat sich der Wirtschaft in einem umfassenden Sinn und aus verschiedenen Perspektiven angenommen. Soweit es eine Konvergenz des Feldes gibt, ist diese eher im Hinblick auf die verwendeten theoretischen Ansätze zu erkennen. Wir werten die beobachtete Pluralität als einen Vorzug des Feldes, da durch die unterschiedlichen Herangehensweisen je andere Facetten ökonomischer Prozesse und Strukturen zum Vorschein gebracht werden und sich die Ansätze gegenseitig befruchten können. Dies bietet auch einen Vorteil im Vergleich mit den eng umgrenzten Herangehensweisen der Wirtschaftswissenschaften. Voraussetzung für die fruchtbare Nutzung der in der Soziologie vorhandenen Pluralität ist allerdings, dass sich die unterschiedlichen Ansätze miteinander im Austausch befinden. Die Frage, in welchem Maße dies geschieht, ließe sich über eine Zitationsanalyse des Feldes beantworten, was wir in diesem Artikel nicht behandelt haben. Zumindest für die grundsätzlichen Gegenstandsfelder der Wirtschaftssoziologie haben wir jedoch die Vermutung, dass es zahlreiche Spezialisierungen gibt, die relativ abgeschlossen sind und eher geringen gegenseitigen Austausch aufweisen. Diese Grenzen zu durchbrechen und damit die Erforschung von Unternehmen, wirtschaftlichen Makroinstitutionen, Märkten und den Mikroprozessen des Tauschs miteinander zu verknüpfen, ist die vielleicht bedeutendste Herausforderung, vor der das Feld steht (vgl. auch Dobbin 2004: 40 ff.).

Anhang: Thematische Kategorien

Unternehmen

- Arbeits- und Produktionsstruktur in Betrieben (in diese Kategorie fallen industriesoziologische Artikel)
- Eigentumsstrukturen und Personenverflechtung
- Management und Unternehmensstrategien
- Unternehmenskultur

Märkte (außer Arbeitsmärkten)

- Konsummärkte
- Finanzmärkte
- Märkte allgemein
- Sonstige Märkte

Wirtschaftliche Makrostrukturen

- Wirtschaftssysteme (Transformationsforschung, vgl. Kapitalismusforschung)
- Wirtschaftliche Entwicklung
- Globalisierung/Internationalisierung
- Regionen
- Branchen
- Sektoren

Arbeit und industrielle Beziehungen

- Arbeitsmarkt
- Profession und Berufe, Arbeit
- Industrielle Beziehungen

Wirtschaftseliten

Geld

Ideologien, Werte und Einstellungen zur Wirtschaft

Literatur

- Baecker, Dirk. 2006. *Wirtschaftssoziologie*. Bielefeld: transcript.
- Beckert, Jens, Rainer Diaz-Bone und Heiner Ganßmann, Hrsg. 2007. *Märkte als soziale Strukturen*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Beckert, Jens, und Milan Zafirovski, eds. 2006. *International encyclopedia of economic sociology*. London: Routledge.
- Besedovsky, Natalia. 2008. *Die Wirtschaft als Themenfeld soziologischer Forschung*. Diplomarbeit. Köln: Universität zu Köln.
- Carruthers, Bruce G. 2005. Historical sociology and the economy: actors, networks, and context. In *Remaking Modernity*, eds. Julia Adams, Elisabeth S. Clemens, Ann Shola Orloff, 333-354. Durham: Duke University Press.
- Carruthers, Bruce G., und Brian Uzzi. 2000. Economic sociology in the new millennium. *Contemporary Sociology* 29: 486-494.
- Convert, Bernard, und Johan Heilbron. 2007. Where did the new economic sociology come from? *Theory and Society* 36: 31-54.

- Dobbin, Frank, ed. 2004. *The new economic sociology: a reader*. Princeton: Princeton University Press.
- Fligstein, Neil, und Luke Dauter. 2007. The sociology of markets. *Annual Review of Sociology* 33: 105-128.
- Granovetter, Mark, und Richard Swedberg, eds. 2001. *The sociology of economic life*. Boulder, CO: Westview Press.
- Krippner, Greta R., et al. 2004. Polanyi symposium: a conversation on embeddedness. *Socio-Economic Review* 2: 109-135.
- Maurer, Andrea, Hrsg. 2008. *Handbuch der Wirtschaftssoziologie*. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften.
- Smelser, Neil J., und Richard Swedberg. 2005. *The handbook of economic sociology*. Princeton: Princeton University Press.
- Swedberg, Richard. 1987. Economic sociology: past and present. *Current Sociology* 35: 1-221.
- Swedberg, Richard. 1991. Major traditions of economic sociology. *Annual Review of Sociology* 17: 251-276.
- Swedberg, Richard, Hrsg. 1993. *Explorations in economic sociology*. New York: Russell Sage.
- Swedberg, Richard. 1997. New economic sociology: what has been accomplished, what is ahead? *Acta Sociologica* 40: 161-182.
- Swedberg, Richard. 2003. *Principles of economic sociology*. Princeton: Princeton University Press.
- Swedberg, Richard. 2004. What has been accomplished in new economic sociology and where is it heading? *European Journal of Sociology* 45: 317-330.
- Swedberg, Richard, Hrsg. 2005. *New developments in economic sociology*. Cheltenham: Elgar.
- Swedberg, Richard, und Jens Beckert. 2001. Foreword: New economic sociology in Europe. *European Societies* 3: 5-10.
- Swedberg, Richard, Ulf Himmelstrand und Göran Brulin. 1987. The paradigm of economic sociology: premises and promises. *Theory and Society* 16: 169-213.
- Triglia, Carlo. 2006. Economic sociology. In *International encyclopedia of economic sociology*, eds. Jens Beckert, Milan Zafirovski, 192-206. London: Routledge.

Korrespondenzanschrift: Natalia Besedovsky, Berlin Graduate School of Social Sciences, Luisenstraße 56, 10117 Berlin-Mitte
E-Mail: nbesedovsky@hu-berlin.de

I. Konstitution und Wandel von Märkten

SOZIOLOGISCHE ERKLÄRUNGEN KAPITALISTISCHER DYNAMIK*

Christoph Deutschmann

Zusammenfassung: Der moderne Kapitalismus ist ein inhärent dynamisches System, dessen Analyse nach historisch und dynamisch angelegten Theorieansätzen verlangt. Die These des Beitrags ist, dass die Wirtschaftssoziologie von einer Reorientierung ihrer Konzepte auf das Phänomen der Entwicklung profitieren könnte. Zunächst werden die zentralen Thesen der klassischen Beiträge von Marx, Schumpeter und Weber zu einer Theorie kapitalistischer Entwicklung knapp rekapituliert. Im Anschluss daran werden zwei Typen evolutionärer Ansätze vorgestellt und ihre Anwendungsmöglichkeiten auf das Phänomen der kapitalistischen Dynamik aufgezeigt. Zum einen wird skizziert, wie die evolutionäre Variante von Hartmut Essers „Modell der soziologischen Erklärung“ für die Analyse kapitalistischer Entwicklung fruchtbar gemacht werden kann, wobei freilich gewisse Korrekturen des Konzepts erforderlich scheinen. Zum anderen werden pfadtheoretische Modelle aus der evolutionären Ökonomie vorgestellt und gezeigt, dass diese Modelle in verschiedenen Forschungsfeldern der Wirtschaftssoziologie bereits eine wichtige Rolle spielen.

I. Einführung

Die Wirtschaftssoziologie betrachtet es als ihre Aufgabe, wirtschaftliche Phänomene aus der Perspektive und mit den begrifflichen und methodischen Mitteln der Soziologie zu analysieren. Die Wirtschaft wird als Subsystem eines umfassenderen Systems, der Gesellschaft, betrachtet. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit, die Spezifika einer soziologischen Betrachtung der Wirtschaft und ihre Differenz zur Perspektive der eigentlich „zuständigen“ Fachwissenschaft, der ökonomischen Theorie, zu klären. Abhandlungen zur Geschichte der Wirtschaftssoziologie und ihres Verhältnisses zur ökonomischen Theorie folgen häufig (Heinemann 1987; Swedberg 1993; Mikl-Horke 2008) einem Dreiphasenschema, das, sehr vereinfacht, wie folgt beschrieben werden kann: Beide Disziplinen, Soziologie wie Ökonomie, haben einen gemeinsamen Ursprung in der „Politischen Ökonomie“ und den „Staatswissenschaften“ des 18. und 19. Jahrhunderts (Phase 1). Gegen Ende des 19. Jahrhunderts geht diese Einheit im Zuge des sich entwickelnden „Methodenstreits“ verloren. Es entwickelt sich eine empirisch-historisch orientierte, der theoretischen Abstraktion gegenüber zunehmend kritische Soziologie

* Für hilfreiche Anmerkungen danke ich Jens Beckert und Heiner Ganßmann.

auf der einen Seite, eine dezidiert theoretische und zugleich weitgehend empirie- und geschichtslose Wirtschaftswissenschaft auf der anderen Seite. Beide Disziplinen differenzieren sich entlang der von Pareto eingeführten Unterscheidung zwischen logischen und nichtlogischen Handlungen und entwickeln sich zunehmend unabhängig voneinander (Phase 2). In der Gegenwart schließlich kommt es zu einer Wiederannäherung der Fächer, die teils alte Konflikte aufbrechen lässt, überwiegend aber konstruktiv verläuft. Während in der Ökonomie die Rolle von Institutionen neue Aufmerksamkeit findet, wendet sich die Soziologie verstärkt wieder ökonomischen Fragen zu und entwickelt in der „neuen Wirtschaftssoziologie“ (Beckert, Fligstein, Granovetter, Polanyi, Swedberg, White, Zafirovski) alternative soziologische Interpretationen von Märkten, Netzwerken, Organisationen und wirtschaftlichen Institutionen (Beckert et al. 2007; Maurer 2008). Wirtschaft und Gesellschaft werden auch hier zwar nicht länger als undifferenzierte Einheit betrachtet; die Legitimität der ökonomischen Analyse für ihren Bereich wird nicht in Frage gestellt. Aber es wird auf die Unentbehrlichkeit der Existenz genuin sozialer Strukturen und Institutionen als Voraussetzung rationalen Wirtschaftshandelns insistiert und auf dieser Basis eine produktive „Arbeitsteilung“ zwischen Soziologie und Ökonomie angestrebt (Phase 3).

Es besteht kein Zweifel, dass die Wiederannäherung zwischen den Disziplinen bereits lange ein Desiderat auf soziologischer Seite ist.¹ Auf wirtschaftssoziologischer Seite wird der eigene Beitrag zu dieser Annäherung gern als erfolgreich und positiv eingeschätzt. Aber wie weit hat die neue Wirtschaftssoziologie die Klärung der durch den Methodenstreit hinterlassenen Probleme wirklich nach vorn gebracht? Gerade an dem wirtschaftssoziologischen Zentralbegriff der „sozialen Einbettung“ (Polanyi 1978; Granovetter 1985) lässt sich ein Wiederaufbrechen der alten Konflikte beobachten: Werden mit ihm nicht längst offene Türen eingerannt, auch bei vielen Ökonomen (Schmid 2008)? Wie weit reicht die Erklärungskraft des Konzepts? Für die Mikro-Ebene, teils auch die Meso-Ebene des Markthandelns mag sie gegeben sein, aber wie verhält es sich bei Marktbewegungen auf der Makro-Ebene, die aufgrund der globalen Vernetzungswirkungen des Geldes entstehen? Das Verhältnis von Theorie und Geschichte ist nach wie vor ungeklärt: Wie weit ist die Wirtschaftssoziologie Wirtschaftsgeschichte, wie weit ist sie mehr als „nur“ Geschichte? Und schließlich ist auch noch nicht zu erkennen, dass es der Wirtschaftssoziologie überzeugend gelungen ist, die bei Durkheim, Parsons und Polanyi angelegte strukturfunktionalistische Schlagseite der Theorie mit ihrer Tendenz zur Vernachlässigung der Akteure und der Reifizierung des Sozialen zu überwinden. Im Zusammenhang damit ist die Wirtschaftssoziologie dem gleichen Vorwurf ausgesetzt, den sie selbst gegenüber der neoklassischen Gleichgewichtsanalyse erhoben hat: nämlich die Entstehung wirtschaftlicher Institutionen ebenso wenig erklären zu können wie ihren Niedergang. Nicht anders als neoklassische Modelle sind wirtschaftssoziologische Analysen häufig statisch-komparativ, nicht dynamisch konzipiert (vgl. auch Deutschmann 2008a).

Die These dieses Beitrags ist, dass die genannten Schwächen und mit ihnen der Rückfall in die alten Frontstellungen des Methodenstreits sich durch eine stärkere Konzentration der Wirtschaftssoziologie auf die Probleme der Dynamik überwinden lassen. Der moderne Kapitalismus ist ein seiner Natur nach dynamisches System, dessen Ana-

¹ Siehe dazu bereits Eisermann (1964).

lyse nach entsprechend angelegten Theorieansätzen verlangt.² Das bedeutet keine Abkehr vom Konzept der sozialen Einbettung, gefordert ist jedoch eine Formulierung dieses Konzepts, die die Dimension von Zeit und Geschichte systematisch, d. h. sowohl im Hinblick auf den Gegenstand als auch auf sich selbst, berücksichtigt. Um ein solches Konzept zu entwickeln, ist zunächst ein kurzer Rückblick auf die unter dem Gesichtspunkt einer dynamischen Theoriebildung einschlägigen „Klassiker“, nämlich Marx, Schumpeter und Weber erforderlich. Im zweiten Schritt sollen zwei einflussreiche aktuelle Ansätze einer dynamischen Theoriebildung vorgestellt werden, nämlich das Modell der „soziologischen Erklärung“ auf der einen Seite, evolutionsökonomische Pfadkonzepte auf der anderen Seite. Im Anschluss daran soll gezeigt werden, dass dynamische Modelle in verschiedenen Forschungsfeldern der Wirtschaftssoziologie, insbesondere der Technikforschung, Organisationsgestaltung und der Konsumsoziologie bereits fruchtbare Anwendungen gefunden haben.

II. Klassische Beiträge zur Theorie kapitalistischer Dynamik: Marx, Schumpeter, Weber

1. Marx

Marx war zweifellos der bei weitem wichtigste Pionier einer Theorie kapitalistischer Dynamik. „Die Ökonomen verfahren auf eine sonderbare Art. Es gibt für sie nur zwei Arten von Institutionen, künstliche und natürliche. Die Institutionen des Feudalismus sind künstliche; die der Bourgeoisie natürliche. ... Somit hat es eine Geschichte gegeben, aber es gibt keine mehr ...“ (Marx 1964: 509). Auch die bürgerlichen Institutionen einschließlich ihrer sozialistisch-kommunistischen Kritik als historische zu begreifen, ist das Ziel, das Marx sich gesetzt hat. Im Zentrum seiner Analyse steht die Universalisierung der Warenform durch Ausdehnung des Ware-Geld-Nexus auch auf die Reproduktionsbedingungen der Gesellschaft im zeitgenössischen Kapitalismus und das dadurch geschaffene Reflexionsverhältnis von Geld und Arbeit. Die aus der reziproken Kritik an Hegel und Feuerbach entwickelte Marx'sche Kategorie der Arbeit bzw. „Produktion“ ist entgegen einem weit verbreiteten Missverständnis keineswegs nur „ökonomisch“ zu verstehen. Arbeit ist vielmehr, wie Marx vor allem in seinen frühen Schriften (vgl. Marcuse 1978) erläutert, das Prinzip der historischen Selbstreproduktion der menschlichen Gattung. Sie ist, nicht anders als später für den amerikanischen Pragmatismus (Dewey 2001), vergesellschaftete und zugleich gegenständliche Tätigkeit, die den Gegenstand nicht bloß in seinem Fürsichsein erkennt, sondern ihn und zugleich sich mit ihm verändert. Es ist die moderne bürgerliche Gesellschaft, die die menschliche Arbeitskraft aus ihrer Naturverhaftung gelöst, in eine reflexiv zu behandelnde Ware verwandelt und damit die Erkenntnis ihrer geschichtskonstitutiven Bedeutung erst ermöglicht hat. Erst der moderne Kapitalismus macht die Reproduktion der Gesellschaft in toto zu einem menschlichem Handeln zurechenbaren Prozess, indem er auch ihre

² Es sei hier nur an die Befunde Angus Maddisons zur „Wachstumsexplosion“ des modernen Kapitalismus im 19. und 20. Jahrhundert erinnert: In Westeuropa betrug die jahresdurchschnittliche Steigerungsrate des realen Pro-Kopf-Bruttosozialprodukts im Zeitraum 1500 bis 1820 0,10 Prozent, im Zeitraum 1820 bis 1998 dagegen 1,51 Prozent (Maddison 2001: 28, 265).

Grundlagen, die Arbeit ebenso wie den Boden, in den Nexus von Markt und Geld einbezieht.

Die Folge der Freisetzung der Arbeit aus ihren naturwüchsig-ständischen Beschränkungen ist eine historisch beispiellose Mobilisierung der Produktivität gesellschaftlicher Arbeit. Umgekehrt bedeutet die Herstellung eines direkten Nexus zwischen Geld und Arbeitskraft eine ebenso beispiellose Aufwertung des Geldes selbst: Es wird zum Vehikel des privaten Zugriffs nicht nur auf konkreten, in Waren und Dienstleistungen verkörperten Reichtums, sondern auf Reichtum schlechthin. Geld, das Arbeitsvermögen kontrolliert, verwandelt sich dadurch selbst in ein „Vermögen“, das sich in der rastlosen Mobilisierung und Aneignung der letztlich unbestimmbaren Potenziale der lebendigen Arbeit zu bewähren hat.³ Die Inkongruenz zwischen dem stets quantitativ fixierten Geld und der Unerschöpflichkeit der Potenziale gesellschaftlicher Arbeit erzwingt eine kontinuierliche Akkumulation des Kapitals. Auf die bereits von ihm klar gesehene innere Affinität zwischen asketischem Protestantismus und Kapitalismus anspielend, spricht Marx von dem „Nachjagen nach dem ewigen Schatz“ (Marx 1953: 143). Der Kapitalismus ist ein *inhärent* dynamisches System.

In dem Geld-Arbeit-Nexus und dem darin angelegten gegenseitigen Steigerungsverhältnis erblickt Marx die Quelle der Dynamik der modernen Wirtschaft und Gesellschaft, die er mit seiner bekannten Formel G-W-G' fasst. Durch Verknüpfung seines dialektischen Arbeitsbegriffs mit der Arbeitswertlehre der klassischen Politischen Ökonomie (Smith, Ricardo) versucht Marx, die „Bewegungsgesetze“ der bürgerlichen Gesellschaft zu entschlüsseln, die schließlich ihren Untergang und ihre Transformation in den Kommunismus herbeiführen. Hier beginnen die Probleme der Marx'schen Konzeption. Fasst man Produktion im Sinne von Marx als „Totalität“ (Marx 1953: 20), d. h. als Produktion nicht nur von Gütern, sondern auch von Bedürfnissen, sozialen Verhältnissen und Institutionen, so verbietet sich der Versuch, „gesellschaftlich notwendige“ Arbeitsquanten im Sinne von Smith und Ricardo zu bestimmen. Es müsste ja stets ein „Datenkranz“ von produktionsexternen Gegebenheiten (Technologien, Qualifikationen, Bedürfnissen etc.) angenommen werden. Der Umfang gesellschaftlich notwendiger Arbeit wäre messbar nur in einer statischen Wirtschaft, wie sie zu Smiths Zeiten noch weitgehend gegeben war, nicht jedoch in einem dynamischen, Produktionsstrukturen und Bedürfnisse ständig umwälzenden modernen Kapitalismus. Werte werden zwar in jedem Augenblick im System bestimmt, aber in einer durch keinen externen Beobachter jemals einholbaren Weise, denn letzterer müsste ja intelligenter sein als die Summe der in dem Prozess der Kapitalverwertung investierten gesellschaftlichen Intelligenz und Kreativität selbst. Auf einer solchen Messbarkeitsfiktion beruhen aber die von Marx formulierten „Gesetzmäßigkeiten“ der kapitalistischen Entwicklung, vom Steigen der organischen Zusammensetzung des Kapitals bis hin zum Fall der Profitrate. Marx unterschätzt die Probleme der Vereinbarkeit seines ursprünglichen dialektischen Arbeitsbegriffs mit der Arbeitswerttheorie der klassischen Politischen Ökonomie, auf die

3 „Durch den Austausch mit dem Arbeiter hat sich das Kapital die Arbeit selbst angeeignet; sie ist eines seiner Momente geworden, die nun als befruchtende Lebendigkeit auf seine nur daseiende und daher tote Gegenständlichkeit wirkt“ (Marx 1953: 205). An anderer Stelle heißt es: „Das Geld hat als Kapital seine Starrheit verloren, und ist aus einem handgreiflichen Ding zu einem Prozeß geworden“ (Marx 1953: 174).

er zurückgreift, um den wissenschaftlichen Anspruch seiner eigenen Theorie zu legitimieren. Wenn es die leibhaftigen Menschen sind, die ihre Geschichte selbst machen, dann kann der Ablauf der Geschichte nicht auf der Basis quasi-naturwissenschaftlicher „Gesetzmäßigkeiten“ erklärt oder vorausgesagt werden (ausführlicher: Deutschmann 2008: 19 f.).

Mit dem Geld-Arbeit-Nexus identifiziert Marx eine zentrale makrogesellschaftliche Bedingung der Dynamik des modernen Kapitalismus. Weniger überzeugend fallen Marx' Antworten auf die Frage aus, wie diese strukturellen Bedingungen in individuelles Handeln von Arbeitern und Kapitalisten übersetzt werden. Marx sieht zwar die Differenzen zwischen den „Bewegungsgesetzen“ des Kapitals und den individuellen Zwecken der einzelnen Kapitalisten und widmet den ungeplanten Aggregateffekten der Konkurrenz vor allem im dritten Band des „Kapital“ große Aufmerksamkeit. Das individuelle Handeln von Unternehmern, Arbeitern und anderen Akteuren selbst wird jedoch nicht näher analysiert. Der Blick ist primär auf die gesellschaftlich-ökonomischen „Gesetzmäßigkeiten“ und Verhältnisse gerichtet, nicht jedoch darauf, wie die Akteure diese Verhältnisse interpretieren und mit ihnen umgehen.⁴

2. Schumpeter

Auch Schumpeter formuliert, teilweise durch Marx inspiriert, eine Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Im Gegensatz zur statischen Welt der Klassik und Neoklassik folgt der reale Kapitalismus, wie er betont, keiner eingebauten Tendenz zum Gleichgewicht, sondern wird im Gegenteil durch endogene Kräfte immer wieder aus dem Gleichgewicht herausgetrieben. Bei der Erklärung dieser endogenen Dynamik setzt Schumpeter aber ganz anders an als Marx, nämlich nicht auf der Ebene der sozialen Strukturen und Produktionsverhältnisse, sondern auf der der Akteure. Es ist „der Unternehmer“, der die Entwicklung antreibt, wobei allerdings auch Schumpeter nicht konkrete Personen im Auge hat, sondern die „unternehmerische Funktion“, die durch unterschiedliche Personen (auch Manager und Angestellte) und Gruppen wahrgenommen werden kann (Schumpeter 1952: 113). Die Leistung des Unternehmers besteht in der Durchsetzung „neuer Kombinationen“, die er nicht aus vorhandenen finanziellen Mitteln, sondern durch zusätzlichen Kredit finanziert. Es kann hier um die Entwicklung neuer Produkte oder Produktionsmethoden gehen, aber auch um die Erschließung neuer Absatzmärkte und Bezugsquellen oder um organisatorische Innovationen (Schumpeter 1952: 100, 101, 108).

Schumpeter widmet den Fragen nach dem Sozialcharakter des Unternehmers und der Motivation unternehmerischen Handelns große Aufmerksamkeit (vgl. dazu zuletzt Immerthal 2007). Im Gegensatz zum rollenkonform handelnden „Wirt“ entwickelt der

⁴ „Wir werden überhaupt im Fortgang der Entwicklung finden, daß die ökonomischen Charaktermasken der Personen nur die Personifikationen der ökonomischen Verhältnisse sind, als deren Träger sie sich gegenüberstellen“ (Marx 1988: 100). An anderer Stelle heißt es: „Wissenschaftliche Analyse der Konkurrenz ist nur möglich, sobald die innere Natur des Kapitals begriffen ist; ganz wie die scheinbare Bewegung der Himmelskörper nur dem verständlich, der ihre wirkliche, aber sinnlich nicht wahrnehmbare Bewegung kennt“ (Marx 1988: 335).

Unternehmer Initiative und Führerschaft. Er schwimmt gegen den Strom und überwindet die Widerstände der innovationsscheuen Umwelt: „The entrepreneurial performance involves, on the one hand, the ability to perceive new opportunities that cannot be proved at the moment at which action has to be taken, and, on the other hand, willpower adequate to breaking down the resistance that the social environment offers to change“ (Schumpeter 1991: 417). Typischerweise kommt der Unternehmer nicht aus gehobenen Schichten, sondern ist ein Emporkömmling. Auch wenn er selbst in aller Regel nicht der Erfinder der neuen Kombinationen ist, benötigt er Kreativität, Intuition und einen visionären Blick, um die Erfolgchancen des Neuen zu erkennen. Er ist kein rationaler Homo economicus, auch kein Hedonist; was ihn treibt, ist vielmehr „der Traum und der Wille, ein privates Reich zu gründen“ (Schumpeter 1952: 138). Ist der Unternehmer bei der Durchsetzung der neuen Kombinationen erfolgreich, so erzielt er einen Gewinn als Prämie für seine Marktführerschaft. Der Gewinn erodiert in dem Maße, wie andere Firmen die Erfindung übernehmen und als Konkurrenten des Pionierunternehmers auftreten. Um den Gewinn auf Dauer zu stellen, müssen folglich immer neue Innovationen entwickelt und vermarktet werden. Da die neuen Kombinationen jedoch, wie Schumpeter annimmt, nicht gleichmäßig, sondern „scharnweise“ (Schumpeter 1952: 334) auftreten, wird das innovationsinduzierte Wachstum der Wirtschaft durch zyklische Aufschwünge und Depressionen überlagert. In seinen späteren Schriften entwickelte Schumpeter (1942) eine zunehmend skeptische Einschätzung der Zukunft des kapitalistischen Unternehmertums, das er durch eine fortschreitende Bürokratisierung und Rationalisierung der Unternehmen gefährdet sah.

Die Stärken und Schwächen der Analyse Schumpeters verhalten sich zu denen der Theorie von Marx fast spiegelbildlich. Schumpeters Aufmerksamkeit gilt genau dem von Marx vernachlässigten Punkt, nämlich dem Handeln des einzelnen Unternehmers. Aber was bei Schumpeter fehlt, ist die Untersuchung der gesellschaftlichen Kontextbedingungen unternehmerischer Tätigkeit, auf die Marx so großen Wert gelegt hatte. Schumpeter hypostasiert die persönliche Leistung des Unternehmers. Wohl auch dem Einfluss der autoritären Unternehmensverfassungen seiner Zeit überzeichnet er die Differenz zwischen der innovativen Führerschaft des Unternehmers und der vermeintlich nur routinemäßig funktionierenden „ausführenden“ Arbeit (Schumpeter 1952: 24, 129). Dass die kombinierenden Leistungen des industriellen Unternehmers erst auf der Basis eines Marktes für freie Lohnarbeit möglich werden, dass Innovation kein rein individuelles, sondern ein kollektives Phänomen ist, wird von Schumpeter nicht berücksichtigt. Er verkennt, dass der Erfolg von Innovationen keineswegs allein von der großen Vision des Unternehmers abhängt, sondern auch von den tausend kleinen Ideen der Beschäftigten, Kunden, Lieferanten und anderer Akteure in der Umwelt des Unternehmens. Dabei ist die gelingende *Kommunikation* der Ideen, die „Meso-Ebene“ des innovativen Prozesses (Dopfer 2006), vielleicht noch wichtiger als die Ideen selbst. Nicht weniger vernachlässigt Schumpeter die Rolle des Geldes und die in der Kapitalform des Geldes angelegte Verwertungsimperative, unter deren Druck der Unternehmer steht: Der Kapitalkredit, den er zur Finanzierung seiner Operationen aufgenommen hat, muss ja bedient und zurückgezahlt werden.

Festzuhalten bleibt, dass Marx und Schumpeter noch heute wichtige Beiträge für eine Theorie kapitalistischer Dynamik geliefert haben, die sich durchaus als komple-

mentär interpretieren lassen: Während Marx sich auf die gesamtgesellschaftliche Ebene konzentriert, nimmt Schumpeter eine Mikro-Perspektive ein. Zwischen den beiden Perspektiven bleibt jedoch noch eine beträchtliche Kluft. Kreativität hat nicht nur die von Schumpeter betonte individuelle, sondern auch eine kollektive Dimension. Innovative Ideen entwickeln sich durch gegenseitige Stimulierung, Kooperation und Wettbewerb. Kommunikation ist daher ebenso wichtig wie die soziale „Einbettung“ des innovativen Prozesses (Halfmann 1997) in Netzwerken, Organisationen, Institutionen. Diese intermediäre Ebene des innovativen Prozesses ist ihrerseits von der durch Marx analysierten funktionalen Verwertungslogik des Kapitals als Makro-Bedingung zu unterscheiden. Um die bei Marx wie bei Schumpeter zu konstatierende Lücke zu füllen, wenden wir uns neueren Theorieansätzen aus der Soziologie und der evolutionären Ökonomie zu. Zuvor ist jedoch noch auf den Beitrag Webers einzugehen.

3. Weber

Auf den ersten Blick ist nicht zu erkennen, dass Weber zu einer Theorie kapitalistischer Dynamik viel beigesteuert hätte. Hinsichtlich der Form der Theoriebildung und der geforderten Selbstreflexion der Erkenntnisinteressen des Theoretikers sind Webers Idealtypen zwar historisch orientiert. Inhaltlich jedoch sind speziell die Idealtypen wirtschaftlichen Handelns, Betrieb, bürokratische Herrschaft, formale und materiale Rationalität, Marktvergesellschaftung u. a., statisch, nicht dynamisch konzipiert. Weber interpretiert den modernen Kapitalismus als ein Gebilde, das auf rein „mechanischer“ Grundlage (Weber 2000: 153 f.) und nach Prinzipien rein „sachlicher“ Rationalität funktioniert. Das von Schumpeter hervorgehobene und für die Dynamik wesentliche innovative Moment lässt sich mit Webers Typus des zweckrationalen Handelns nur eingeschränkt fassen. Dynamisch konzipiert ist allerdings Webers Analyse der „Rationalisierung“ religiöser Weltbilder mit der Untersuchung des Zusammenhangs zwischen asketischem Protestantismus und Kapitalismus als ihrem Kulminationspunkt. Webers Interpretation der Genese des modernen Kapitalismus ist in unserem Zusammenhang interessant, weil sie die Mikro- wie die Makro-Ebene *zugleich* in den Blick nimmt und eine dynamische Interaktion zwischen ihnen beschreibt. Weber analysiert die Situation einer „traditionalen“ Wirtschaft, deren behäbiger Lebensrhythmus durch das Auftreten calvinistischer Unternehmer gestört wird.⁵ Die calvinistische Ethik motiviert, in scharfem Gegensatz zu der noch dominanten traditionellen Wirtschaftsethik, eine auf den wirtschaftlichen Gewinn hin ausgerichtete individuelle Lebensführung. Deren prakti-

5 „Was geschah, war vielmehr oft lediglich dies: daß irgend ein junger Mann aus einer der beteiligten Verlegerfamilien aus der Stadt auf das Land zog, die Weber für seinen Bedarf sorgfältig auswählte, ihre Abhängigkeit und Kontrolle verschärfte, sie so aus Bauern zu Arbeitern erzog, andererseits aber den Absatz durch möglichst direktes Herangehen an den letzten Abnehmer: die Detailgeschäfte, ganz in die eigene Hand nahm, Kunden persönlich warb, sie regelmäßig bereiste, vor allem aber die Qualität der Produkte ausschließlich ihren Bedürfnissen und Wünschen anzupassen, ihnen ‚mundgerecht‘ zu machen mußte und zugleich den Grundsatz ‚billiger Preis, großer Umsatz‘ durchzuführen begann. Alsdann nun wiederholte sich, was immer und überall die Folge eines solchen ‚Rationalisierungsprozesses‘ ist: wer nicht hinaufstieg, mußte hinabsteigen“ (Weber 2000: 26, 27).

schert Erfolg setzt die anderen Anbieter unter Druck und stellt sie vor die Wahl, entweder mitzuhalten oder abzusteigen. Als ungeplante Folge kommt es zur Zerstörung der traditionellen Wirtschaftsverfassung und zur Entstehung eines Konkurrenzregimes, das alle beteiligten Akteure unabhängig von ihrer religiösen Motivation zur „Rationalisierung“ ihres Geschäftsgebarens zwingt. Zu den ungeplanten kollektiven Folgen gehört folglich auch die Desavouierung der Religion selbst (unabhängig von der Konfession); die calvinistische Ethik ist „selbstannihilierend“ (vgl. Schluchter 1976). Sobald er sich einmal etabliert hat, braucht der Kapitalismus, wie Weber betont, keine religiöse Motivation mehr.

Es stellen sich hier viele Fragen: Wie „religionsfrei“ ist der Kapitalismus wirklich, kann er auf rein „mechanischer“ Grundlage funktionieren, wie Weber behauptet? Bedeutet er das „Endstadium“ des säkularen Prozesses der Rationalisierung, oder besteht kapitalistische Entwicklung selbst nicht vielmehr in der immer neuen Reproduktion der von Weber beschriebenen Enttraditionalisierungsprozesse? So wegweisend das von Weber skizzierte Modell ist: Weber ist es nicht gelungen, es über die Genese des Kapitalismus hinaus auch für die Erklärung seiner Entwicklung selbst fruchtbar zu machen.

III. Eine wirtschaftssoziologische Anwendung des Konzepts der „soziologischen Erklärung“

1. Das Makro-Mikro-Modell Hartmut Essers

Die heutige soziologische Theoriediskussion hat die traditionellen Kontroversen zwischen Strukturtheorien und Handlungstheorien hinter sich gelassen. Es zeichnet sich vielmehr eine Verständigung auf das Prinzip der Mehrebenen-Analyse sozialen Handelns ab, die sich in unterschiedlichen Varianten bei zahlreichen neueren Autoren findet. Berger und Luckmann (1977) mit ihrem Theorem zirkulärer dynamischer Bedingtheit von Handlungen und Institutionen⁶ sind hier ebenso zu nennen wie Mertons (1968) Konzepte der „latenten Funktionen“ und der „Self fulfilling prophecy“ oder Giddens' (1988) Theorem der „Dualität“ von Strukturen. Der in Deutschland einflussreichste und am besten ausgearbeitete Ansatz ist heute zweifellos das von Hartmut Esser im Anschluss an James S. Coleman und Siegwart Lindenberg entwickelte Konzept der „soziologischen Erklärung“ (Esser 1993, 1999; Greve et al. 2008). Der Grundgedanke ist bekanntlich, dass es die Erklärung sozialer Prozesse in der Form einer „Tiefenerklärung“ (Esser 1999: 15) modelliert: Soziale Makrophänomene werden nicht direkt durch andere Makrophänomene erklärt, sondern durch einen – im einfachsten Fall – in drei Schritte gegliederten „Umweg“ von der Makro- auf die Mikroebene und zurück: Der erste Schritt ist der Schluss von der kollektiven Struktur auf die Situation der Akteure und ihre Wahrnehmung der Situation (Logik der Situation), der zweite die Erklärung des Handelns der Akteure in der gegebenen Situation aufgrund einer Theorie (Logik der Selektion), der dritte der Schluss von der Individual-ebene auf die Kollektivebene durch Analyse der Aggregateffekte individueller Handlungen.

⁶ „Gesellschaft ist ein menschliches Produkt. Gesellschaftlich ist eine objektive Wirklichkeit. Der Mensch ist ein gesellschaftliches Produkt“ (Berger und Luckmann 1977: 65).

gen (Logik der Aggregation). In seiner einfachsten Form umfasst das Modell nur zwei, in den meisten Fällen aber mindestens drei und mehr Ebenen.

Der in unserem Zusammenhang wichtige Gesichtspunkt ist, dass dieses Modell nicht nur den überkommenen Antagonismus von Struktur- und Handlungstheorien aufzulösen verspricht, sondern zugleich auch die Grundlagen für eine dynamische Analyse sozialer Prozesse liefert. Soziale Prozesse können als „Ketten des beschriebenen Grundmodells“ (Esser 1999: 17) verstanden werden. Bei der Verkettung ergeben sich zwei Möglichkeiten: Die erste Variante ist die *funktionale Reproduktion* eines Handlungssystems, bei der die Aggregation der individuellen Handlungen zur Wiederherstellung des kollektiven Ausgangszustandes führt; in Schumpeter'scher Terminologie wäre dies der Fall der „Statik“. Bei der zweiten Variante mündet die Aggregation der individuellen Handlungen in einen gegenüber der Ausgangssituation veränderten kollektiven Zustand; hier liegt der Fall der *Evolution* vor. Die Strukturveränderung wiederum kann auf externe oder auf interne Ursachen zurückgehen; entsprechend sind exogener und endogener Wandel zu unterscheiden. Im Hinblick auf unser Thema ist primär der Fall des endogenen Wandels von Interesse. Kapitalistische Entwicklung ist ein systemintern verursachter, nicht durch außergesellschaftliche Faktoren bedingter Prozess. Wie lässt sich dieser Prozess im Bezugsrahmen des Konzepts der soziologischen Erklärung darstellen? Wir gliedern die folgende Skizze nach den genannten drei Schritten:

2. Die Logik der Situation

Zur Klärung der *Logik der Situation* sind gemäß dem „Drehbuch“ des Modells der soziologischen Erklärung wiederum zwei Schritte notwendig: Zum einen die Analyse der strukturellen Handlungskontexte (a), zum anderen die Analyse der Wahrnehmung der Handlungskontexte durch die Akteure (b).

a) Die zentralen makrogesellschaftlichen Voraussetzungen kapitalistischer Dynamik stellen, hier können wir dem Marx'schen Argument folgen, Märkte für Arbeit und Kapital dar. Die Verallgemeinerung der Warenform im modernen Kapitalismus unterwirft den gesamten Reproduktionsprozess der Gesellschaft dem Regime von Markt und Geld und verwandelt das Geld in ein universales Medium (Swedberg 2005; Deutschmann 2008b). Indem es die freie menschliche Arbeitskraft und ihre unerschöpflich scheinenden Potenziale kontrolliert, wird es selbst zu einem „Vermögen“: Geldvermögen bzw. „Kapital“. Voraussetzung ist immer, dass die Lohnarbeiter als Eigentümer ihrer Arbeitskraft nicht nur objektiv, sondern auch subjektiv in den Geldnexus eingebunden und daher selbst an der Vermarktung ihrer Arbeitskraft interessiert sind. Mit dem Zugriff des Geldes auf die Arbeitskraft entsteht eine strukturelle Inkongruenz zwischen dem quantitativ stets bestimmten Geld und der Unbestimmbarkeit dessen, worauf es verweist. Diese Inkongruenz lässt sich nur dynamisch auflösen. Sie lässt einen nicht nur ökonomischen, sondern gesellschaftlichen Imperativ zur Kapitalakkumulation entstehen, der den gesellschaftlichen Arbeitsprozess insgesamt betrifft und dem auch die nichtökonomischen Subsysteme der Gesellschaft indirekt unterworfen sind.

Anders als in den gängigen systemtheoretischen Konzeptualisierungen der „Wirtschaft“ (Luhmann 1988; Baecker 2006) werden Arbeit und Geld hier nicht nur als

ökonomische, sondern als gesellschaftstheoretische Kategorien gefasst; einige Erläuterungen zu dieser Differenz mögen angebracht sein. Schon dem alltäglichen Sprachgebrauch zufolge wird nicht nur in der Wirtschaft, sondern auch in der Politik, dem Rechtssystem, dem Gesundheitssystem, dem Bildungssystem, der Wissenschaft, der Kunst, der Familie ungeachtet der Differenzen der Codes der Teilsysteme stets „gearbeitet“, und diese Arbeit muss immer finanziert werden. Die Operation der „Zahlung“ begründet daher im Gegensatz zur Auffassung Luhmanns (1988) noch keinen Unterschied der Wirtschaft gegenüber anderen gesellschaftlichen Teilsystemen, denn anders als Macht, Wahrheit oder Liebe ist Geld in den Programmen aller Teilsysteme unentbehrlich. Der Unterschied zwischen der Wirtschaft und den anderen Teilsystemen besteht vielmehr darin, dass Zahlungen in der Wirtschaft reflexiv arrangiert, d. h. qua Organisation auf den profitablen Rücklauf des Geldes hin programmiert sind. Es ist nur die Wirtschaft, die den gesellschaftlichen Imperativ der Kapitalverwertung systemintern in ihrem Code der Profitabilität reflektiert, während dies bei den anderen Teilsystemen nicht der Fall ist. Aber auch die anderen Teilsysteme sind indirekt in den Imperativ der Kapitalverwertung eingebunden, denn möglich ist ihre Ausdifferenzierung nur auf der Basis von Geld (Deutschmann 2008b; vgl. auch Paul 2004; Schimank 2005). Recht, Politik und Wissenschaft setzen immer organisierte Arbeit voraus, Organisation jedoch ist nicht denkbar ohne Geld, wie Luhmann (1988: 322) selbst betont. Auch die Familie kann sich erst auf der Basis der Verfügung über eigenes Geld als eigenes System ausdifferenzieren. Selbst die moderne Liebe in ihrer genuinen, nicht wie in der bürgerlichen „Hausfrauenehe“ mit ökonomischen Abhängigkeiten vermischten Form (vgl. dazu Zelizer 1997), wird erst auf der Basis durch je eigenes Geld gesicherter Autonomie beider Partner möglich. Die nichtökonomischen Teilsysteme benötigen zwar, wie die Wirtschaft, Geld, sorgen aber nicht selbst für dessen Rückfluss. Dieser muss daher auf andere Weise, durch rechtliche oder kulturelle Normen (z. B. Steuerpflichten oder Familiensolidarität), sichergestellt werden, die entsprechende Transferleistungen aus dem Wirtschaftssystem vermitteln.⁷

Das Wirtschaftssystem selbst ist nicht schon durch die Operation der Zahlung, sondern durch den Code der Profitabilität bestimmt. Kapitalvernichtung kann nur durch profitable Investition vermieden werden. Profite aber können nur durch Innovation, nicht im Gleichgewicht erzielt werden; Innovation wiederum entsteht aus der Ausschöpfung der Potenziale gesellschaftlicher Arbeit. Erst dank der Institutionalisierung von Märkten für Arbeit und Kapital entsteht eine soziale Arena, in der moderne Unternehmen entstehen können und sich der für den modernen Kapitalismus charakteristische „Innovationswettbewerb“ (Baumol 2002) entwickeln kann.

Kapitalmärkte, teilweise aber auch Arbeitsmärkte weisen im gegenwärtigen Kapitalismus einen globalen Charakter auf. Sie bilden die makrogesellschaftliche Basis kapitalistischer Dynamik, freilich weniger im Sinne einer „Struktur“ als eines Unruheherdes, der die Akteure unter einen permanenten Innovationsdruck setzt und mit einem nicht beherrschbaren Ausmaß von Komplexität konfrontiert. Wirtschaftliches Handeln je-

⁷ Dass die latente Abhängigkeit der nichtwirtschaftlichen Subsysteme von der Wirtschaft in eine offene umschlagen kann, zeigen die Untersuchungen von Uwe Schimank und Ute Volkmann zum Phänomen der „Ökonomisierung“ nichtwirtschaftlicher Dienstleistungen (Schimank und Volkmann 2008).

doch ist nur dort möglich, wo diese Komplexität durch kulturelle und institutionelle Ordnungen strukturiert und in eine praktisch zu bewältigende Form gebracht wird. Erst recht sind komplexere wirtschaftliche Transaktionen nur unter der Voraussetzung sozialer und institutioneller „Einbettung“ (Beckert 1997) möglich. Diese vielfach noch an den Nationalstaat gebundenen Ordnungen, die auch die nichtwirtschaftlichen Subsysteme der Gesellschaft einschließen, sind freilich ihrerseits in die Kapitaldynamik „eingebettet“. Der durch den Geldnexus konstituierte globale Mobilitätsraum lässt transnationale Kapitalbewegungen und Arbeitskräftewanderungen entstehen und rückt die an spezifische nationale und kulturelle Traditionen gebundenen Institutionen in eine relativierende, vergleichende Perspektive (im Überblick: Berger und Weiß 2008). Die Institutionen sind einem dauernden Veränderungsdruck seitens der internationalen Märkte ausgesetzt und können daher ihre strukturierende Funktion nur begrenzt und temporär erfüllen. Die grundlegende Inkonsistenz der Handlungskontexte wird nicht beseitigt. Die Analyse dieser Handlungskontexte ist im Fall der kapitalistischen Dynamik eine sehr komplexe Aufgabe, zu der hier nur die wichtigsten Gesichtspunkte genannt werden können.

Als strukturelle Handlungskontexte sind zunächst *Institutionensysteme* zu berücksichtigen, die die Märkte rechtlichen Normierungen sowie politischen und administrativen Regulierungen unterwerfen. Anders als im Elementarmodell der soziologischen Erklärung sind dabei nicht nur zwei, sondern mindestens fünf Regulierungsebenen zu berücksichtigen. Auf *weltweiter Ebene* werden Märkte durch internationale Rechts- und Handelsabkommen, Rechnungslegungsvorschriften an Kapitalmärkten, Mindeststandards an Arbeitsmärkten u. a. gestaltet. Der Institutionalisierungsgrad auf dieser Ebene ist aufgrund des Fehlens zentraler Sanktionsinstanzen typischerweise schwach und unsicher. Unterhalb der globalen Ebene ist zunächst der Rolle supranationaler Regulierungsverbände wie der EU, der nordamerikanischen NAFTA u. a. Rechnung zu tragen. Drittens sind Institutionensysteme auf *nationaler Ebene* zu berücksichtigen; sie sind vor allem in der „varieties of capitalism“-Literatur (z. B. Crouch und Streeck 1997; Hall und Soskice 2001; Miller 2005) analysiert worden. Auf Hall und Soskice geht die bekannte Unterscheidung zwischen „liberalen“ und „koordinierten“ Ökonomien zurück, mit der die Autoren in nationalen und kulturellen Traditionen verankerte institutionelle Konfigurationen bezeichnen. Diese Konfigurationen umfassen wirtschafts- und sozialpolitische Regimes ebenso wie Rechtssysteme, Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen, Ausbildungssysteme, Systeme industrieller Beziehungen, „typische“ Strukturen der Corporate Governance und der zwischenbetrieblichen Kooperation. Jenseits der Basisunterscheidung von liberalen und koordinierten Ökonomien unterscheiden Hall und Soskice auch zwischen einem „korporatistischen“ und einen „segmentären“ Typ koordinierter Ökonomien, für die Deutschland einerseits, Japan andererseits stehen (vgl. hierzu Streeck und Yamamura 2001). Die von Hall und Soskice entwickelte Typologie ist zweifellos noch unvollständig und müsste durch die Einbeziehung der Schwellen- und Entwicklungsländer erweitert werden. Die Analyse der Institutionen auf nationaler Ebene muss weiterhin durch die Berücksichtigung von *sektoralen bzw. regionalen* als vierter und *betrieblichen bzw. lokalen* Institutionen und Organisationen als fünfter Gestaltungsebene ergänzt werden.

Als weiterer, eigenständiger Typus sozialer Strukturierung sind *Netzwerke* zu berücksichtigen (Granovetter 1985; Beckert 2008). Unmittelbar mit der Anonymität globaler

Märkte konfrontiert, wären wirtschaftliche Akteure grenzenlos überfordert; und auch die normative Strukturierung des Feldes durch Institutionen bietet noch keine hinreichende Orientierung. Netzwerke sind *relationale Strukturen*, die die konkreten Verhältnisse, Konkurrenz- und Kooperationsbeziehungen der individuellen Akteure mit anderen relevanten Akteuren des Feldes, wie Kunden, Lieferanten, Finanziers, Arbeitnehmern und Arbeitgebern, vermitteln. Für jeden Akteur stellt sich die Aufgabe, sich innerhalb des jeweiligen Netzwerkes zu positionieren und seine individuelle „Nische“ (White 2005: 31) zu finden. Netzwerke definieren relative Machtpositionen, Prestigehierarchien und mit ihnen wirtschaftliche Erfolgchancen. Sie können sich auf lokaler wie auch auf nationaler und globaler Ebene entwickeln.

Nicht nur wegen der großen Zahl der Handlungsebenen, der Vielfalt der relevanten sozialen Felder und ihrer Veränderlichkeit ist die Kontextstruktur wirtschaftlichen Handelns im globalen Kapitalismus höchst widersprüchlich und unübersichtlich. Im Zuge der Transnationalisierung der Eigentums- und Produktionsstrukturen kommt das Problem hinzu, dass die verschiedenen institutionellen Regulierungsebenen weniger denn je in einem transitiven Verhältnis zueinander stehen: Transnational integrierte Unternehmen, wie sie heute für die meisten Industrie- und Dienstleistungsbranchen charakteristisch sind, können durch ihren Einfluss auf die Produkt-, Arbeits-, und Kapitalmärkte die Geltung „eigentlich“ übergeordneter nationaler Regulierungen oft stillschweigend aushebeln (für das Beispiel der elektronischen Kontraktfertigung vgl. Hürtgen et al. 2008). International operierende Finanzinvestoren bewirken durch ihren Einfluss auf die Unternehmensführung und die Kapitalmärkte eine Angleichung auch der rechtlichen Rahmenbedingungen zwischen den Nationalstaaten (vgl. den Beitrag von Jürgen Beyer in diesem Band). Die soziale Rahmung wirtschaftlichen Handelns nimmt unter diesen Bedingungen einen komplexen und widersprüchlichen Charakter an, der beträchtliche Spielräume für innovatives Handeln individueller und korporativer Akteure lässt.

b) Die Logik der Situation wird erst durch den zweiten Schritt, die Analyse der Wahrnehmung der Situation durch die Akteure, abschließend geklärt. Die *kognitive Strukturierung des Feldes* ist ein weiterer zentraler Aspekt, der hier ebenfalls nur knapp umrissen werden kann. Eine Grundbedingung kapitalistischer Dynamik ist, dass die strukturelle Dichotomie von Kapital und Arbeit nicht ständisch oder ethnisch festgeschrieben ist und von den Arbeitenden als prinzipiell überwindbar wahrgenommen wird. Dies setzt die Identifikation mit dem Ziel des finanziellen Erfolges als Zentrum der Arbeits- und Lebensführung gerade auf der Seite der Vermögenslosen voraus. Eine weitere Voraussetzung ist das durch geeignete institutionelle Rahmenbedingungen vermittelte individuelle Zutrauen in die Erreichbarkeit dieses Ziels. Von einer konsequenten Institutionalisierung des „Leistungsprinzips“, wie sie in modernisierungs- und eigentumstheoretischen Ansätzen postuliert wird, kann gleichwohl auch in fortgeschrittenen kapitalistischen Ländern keine Rede sein. Die oben hervorgehobene Inkonsistenz der sozialen und institutionellen Rahmenbedingungen lässt vielmehr auf der Seite der Akteure eine Neigung zu innovativer Anpassung und nonkonformen Situationswahrnehmungen entstehen: Vorhandene Routinen und Erwartungen werden nicht einfach hingegenommen, sondern in Frage gestellt, neu interpretiert und auf ihre Veränderbarkeit hin geprüft. Unternehmerische Individuen handeln nicht „adaptiv“, sondern „kreativ“ (Schumpeter

1991: 411): Sie suchen aktiv nach innovativen Ideen und bemühen sich um ihre Realisierung und Vermarktung, auch gegen soziale Widerstände. Das Streben nach „unternehmerischem“, d. h. marktgestütztem sozialem Aufstieg macht sich auf der Ebene der individuellen Akteure in der konkurrenzlastigen Wahrnehmung sozialer Beziehungen geltend: Als Arbeitnehmer und Unternehmer konkurrieren die Individuen um Aufstieg im Betrieb und am Arbeitsmarkt, als Konsumenten bemühen sie sich um überlegene Selbstinszenierung durch „symbolischen Konsum“.⁸ Mutatis mutandis gilt dies auch für die Ebene der kollektiven Akteure: Staaten, Unternehmen und Verbände konkurrieren um Macht und Einfluss, Unternehmen um Marktanteile. Das Auftreten unternehmerischer Akteure ist nicht ein einmaliges, durch kulturelle Sonderfaktoren wie die calvinistische Reformation induziertes historisches Ereignis; vielmehr erzeugt die kapitalistische Entwicklung selbst, indem sie Chancen für marktbasierter soziale Aufstiege schafft, immer wieder neue Anreize für unternehmerisches Handeln. Präziser als Schumpeter es tat, ist freilich zwischen dem Handeln und den Ideen des Unternehmers zu unterscheiden. Innovation bedeutet nicht nur die praktische Durchsetzung von Neuerungen, sondern zunächst eine *Reorganisation gesellschaftlichen Wissens*; sie findet nicht nur auf der Mikro-, sondern auch auf den Meso- und Makro-Ebenen der Gesellschaft statt (Dopfer 2006). Entdeckungen werden kommuniziert und verändern damit die Situationswahrnehmung nicht nur des Pionierunternehmers, sondern auch der anderen beteiligten Akteure (Arbeiter, Kunden, Finanziers, Lieferanten, Konkurrenten usw.).

3. Logik der Selektion

Wir sind damit bei dem zweiten Basisschritt des Modells soziologischer Erklärung, der *Logik der Selektion*. Das Esser'sche „Drehbuch“ sieht hier die Einführung einer nomologischen Handlungsregel als Basis der Erklärung des Individualhandelns vor. Aber eine solche nomologische Regel ist zunächst nicht in Sicht. Die scheinbar naheliegende Hypothese „rationalen“, d. h. nutzen- bzw. gewinnmaximierenden Markthandelns führt nicht weit. Es geht ja nicht allein um rationales, sondern um *innovatives* Handeln in allen genannten sozialen Arenen von der Produktion, der Organisation bis hin zum Konsum. Innovative Akteure aber handeln unter Bedingungen von Unsicherheit, was die Anwendung rationaler Optimierungsregeln ausschließt (Beckert 1997, 2003). Innovative Akteure in der Wirtschaft stützen sich zwar auf vorhandenes, in erster Linie wissenschaftliches Wissen. Dennoch wäre es falsch, sich die Wissenschaften als einen „Pool“ vorzustellen, in dem potenzielle Neuerungen bereits vorrätig sind und nur abgerufen zu werden brauchen. Der wissenschaftlich-technische Fortschritt und die auf ihn gestützte Entwicklung und Vermarktung neuer Produkte und Technologien stellt vielmehr, wie schon Hayek (1948) betonte, einen „Entdeckungsprozeß“ dar, in dem das Neue auf der Basis vorhandenen Wissens erst generiert wird. Allgemeines und formalisiertes Wissen spielen dabei ebenso eine Rolle wie lokales und „implizites“ Wissen (Dosi 1988). Die Produktion des Neuen ist in doppelter Weise mit Unsicherheit be-

⁸ In diesem Zusammenhang sei nur an die einschlägigen Analysen Bourdieus erinnert; dazu zuletzt: Florian und Hillebrandt (2006).

haftet. Zum ersten geschehen Entdeckungen und Erfindungen definitionsgemäß spontan und zufällig, so sehr systematische Arbeit den Boden für sie bereiten mag. Niemand kann sich „vornehmen“ oder sich verpflichten, eine Erfindung zu machen; Kreativität gehört zu jenen mentalen Zuständen, die nach Jon Elster „wesentlich Nebenprodukt sind“ (Elster 1987: 141 f.). Zum anderen werden Innovationen heute in aller Regel in komplexen kooperativen Zusammenhängen erzeugt. Schon in der frühen Industrialisierung war der Erfinder nicht mit dem Unternehmer identisch; erst recht ist heute nicht der geniale Bastler und Tüftler, sondern das industrielle Labor die typische Erscheinung. Kooperation jedoch ist nicht weniger mit dem Problem der Unsicherheit behaftet als Kreativität (Beckert 1997).

Die empirische Innovationsforschung hat die sozialen Strukturen und Mechanismen herausgearbeitet, die dazu beitragen, die konstitutive Unsicherheit des innovativen Prozesses auf ein durch Handeln zu bearbeitendes Format zu reduzieren. Diese Strukturen sind nicht nur vorgegeben, sondern entstehen erst im Rahmen der Entwicklung und Vermarktung einer Erfindung selbst und sind insofern der Logik der Selektion zuzurechnen; zugespitzt könnte man von einem „Re-entry“ des Schemas soziologischer Erklärung in es selbst sprechen. An erster Stelle sind so genannte „Leitbilder“ oder „technologische Paradigmen“ (Dosi 1988; Bijker 1995; Dierkes et al. 1996) zu nennen. Ein technologisches Paradigma ist eine mit einer Entwicklungsvision verknüpfte exemplarische Erfindung oder Problemlösung.⁹ Paradigmen strukturieren den Innovationsprozess in sachlicher, zeitlicher und sozialer Hinsicht. Sie geben einen Komplex sachlicher Themen und Probleme vor, verbinden Gegenwart und Zukunft und weisen der Suche nach dem Neuen eine Richtung. Sie wirken schließlich sozial integrierend, indem sie die Kooperation zwischen Akteuren aus heterogenen Funktionsbereichen vermitteln und auf ein gemeinsames Ziel hin orientieren. Der wirtschaftliche Erfolg von Innovationen kann freilich nicht durch die gemeinsame Orientierung der beteiligten Akteure an einem Paradigma allein sichergestellt werden. Reüssieren können Innovationen nur, wenn sie soziale Resonanz über die Kreise der Unternehmen und der Experten hinaus gewinnen. Dafür ist, wie Rammert (2000: 87) gezeigt hat, die Verknüpfung von Paradigmen mit „kulturellen Modellen“ wichtig, die die Interessen, Fähigkeiten und Lebensentwürfe potenzieller Nutzer antizipieren und einen kommunikativen Zusammenhang zwischen Produzenten und Nutzern herstellen. Auf große Nachfrage können neue Technologien und Produkte erst dann stoßen, wenn sie in alltägliche Lebensroutinen der Nutzer und Konsumenten eingebaut werden und dort eine unentbehrliche Funktion gewinnen. Das setzt entsprechende Veränderungen auf der Ebene der individuellen Lebensstile und ihren kulturellen Rahmungen voraus. So konnte die Erfindung des Telefons in den USA früher als in Europa zu einem ökonomischen Erfolg werden, weil sich in den USA moderne zivilgesellschaftliche Lebensstile und entsprechend egalitäre Kommunikationsformen rascher durchgesetzt hatten (Rammert 1993:

⁹ „A technological paradigm is both a set of *exemplars* – basic artefacts which are to be developed and improved (a car – of the type we know – an integrated circuit, a lathe, etc., with their particular techno-economic characteristics) and a *set of heuristics* – ‚Where do we go from here?‘, ‚Where should we draw‘, etc. (consider, for example, general search rules of the kind: ‚strive for an increased miniaturization of the circuit‘, ‚if an heterocyclic compound worked as a pesticide, fiddle around with the various atomic rings trying to improve its effectiveness‘, etc.)“ (Dosi 1988: 324, 325).

231). Unternehmer und Erfinder sind deshalb über die Vermarktung neuer Produkte und Technologien hinaus bemüht, auch Lebensentwürfe und kulturelle Visionen zu kommunizieren, in deren Kontext die Neuerungen ihre Funktion haben. Diesem Zweck dienen Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und Produktdemonstrationen.¹⁰

Über die Orientierung an Paradigmen und kulturelle Leitbilder hinaus sind innovative Kooperationszusammenhänge in vielfältiger Weise sozial strukturiert und eingebettet, angefangen von persönlichen Beziehungen zwischen Unternehmern, Erfindern und Finanziers bis hin zu organisierten und institutionalisierten Formen, die ihrerseits von dem Kleinunternehmen bis zu großindustriellen Forschungslabors reichen können. Diese Strukturen bringen die Kooperation in die Form konkreter reziproker Erwartungen und vertraglicher Verpflichtungen. Sie regulieren die Zusammenarbeit nicht nur zwischen den Entwicklern selbst, sondern auch mit Herstellern und Anwendern. Auch für die Organisationsformen des innovativen Prozesses gilt, dass sie nicht eine bloße Umweltgegebenheit darstellen, sondern partiell erst im Prozess selbst entstehen und sich verändern. Sie lassen sich vielfach als „Verfestigungen“ der ursprünglich durch Paradigmen vermittelten informellen Kooperationsstrukturen interpretieren. Wie Rammert (1997) gezeigt hat, zeichnen sich die Organisationsformen innovativer Aktivitäten durch beträchtliche Varianz aus, die vom kleinen Team bis hin zu großindustriellen und staatlichen Forschungsbürokratien reicht. Im historischen Überblick lassen sich Prozesse der Differenzierung, reflexiven Modernisierung und transnationalen Vernetzung feststellen. An die Stelle der mit der staatlichen Forschung kooperierenden großindustriellen Forschungsabteilungen scheinen heute zunehmend autonom operierende „Innovationsnetzwerke“ zu treten: „Über Erfolg und Mißerfolg einer technischen Innovation – so meine These – entscheidet nicht mehr die punktuelle oder systematische Beziehung eines Unternehmers zu einem Erfinder, zu einem Forschungsinstitut, zu einem Anwender oder zu einem staatlichen Förderprogramm, sondern der reflexive Bezug der interagierenden Akteure auf das sich herausbildende, in sich differenzierte Innovationssystem“ (Rammert 1997: 50). In der neueren Forschung besteht weitgehende Einigkeit darüber, dass netzwerkartige Kooperationsstrukturen, in der Literatur hat sich der Begriff der „Communities of Practice“ (Braun-Thürmann 2005: 84) eingebürgert, bei der Entwicklung von innovativen Projekten eine zentrale Rolle spielen.

10 Wie dabei vorgegangen wird, hat Lampel (2001) in einigen Fallstudien (u. a. zu Edisons elektrischem Beleuchtungssystem, zur „Jungfernfahrt“ der ersten Diesellokomotive in den USA von Denver nach Chicago sowie zur Vermarktung des NeXT-Computers durch Steve Jobs im Jahr 1988) untersucht. Produktdemonstrationen sind, wie er zeigt, besonders wichtig in der Phase der Markteinführung einer neuen Technologie, in der es darauf ankommt, im Publikum eine Einstellungsänderung von der Haltung des kritisch-distanzierten Beobachters zu der des überzeugten Parteigängers zu erreichen. Dabei geht es gerade nicht um sachliche Information über den meist noch recht unzulänglichen aktuellen Stand der neuen Technologie. Im Zentrum steht vielmehr die Verbreitung mythisch angereicherter Botschaften über ihr Entwicklungspotential: „Whereas an emphasis on the factual discounts the credibility of information that is not directly verifiable, an emphasis on the mythical lends credibility to attribution about the capability of the technology. Thus, attention is not confined to technology as an artifact designed to perform a specific task; it extends to technology as a vehicle of social transformation capable of satisfying unmet desires and generating untold wealth“ (Lampel 2001: 309). Siehe auch die Ausführungen Sophie Mützels zur Funktion von „Erzählungen“ für die Konstitution von Märkten (in diesem Band).

Die Logik der Selektion schließt, so ist festzuhalten, im Fall innovativer Prozesse nicht nur Entscheidungen der Akteure zwischen vorgegebenen Handlungsoptionen ein. Im ersten Schritt geht es vielmehr um die Reduktion der grundlegenden Unsicherheit des Feldes durch den Aufbau symbolischer Strukturen und lokaler Ordnungen, der seiner Natur nach, wie schon Schumpeter betont hatte, nicht einem Kosten-Nutzen-Kalkül folgen kann. In dieser Phase kommt es zu einem wichtigen Teil auf die „social skill“ (Fligstein 2001) der Akteure an, d. h. auf ihre Fähigkeit, mit ihren Sichtweisen die „Deutungshoheit“ in einem bestimmten Feld zu gewinnen. Es geht um die kognitive Strukturierung des innovativen Prozesses ebenso wie die soziale und kulturelle. Die grundlegenden Strukturentscheidungen können nicht aus einer nomologischen Gesetzmäßigkeit abgeleitet werden, sondern müssen induktiv aus der Analyse der historischen Situation selbst rekonstruiert werden. Erst im Kontext dieser Strukturentscheidungen gewinnt die individuelle Abwägung zwischen den Risiken und den Chancen einer Investition in die Innovation überhaupt eine kalkulierbare Form. Die objektiven wie die wahrgenommenen Erfolgchancen der Innovation hängen davon ab, wie viele andere Akteure bereit sind, in die Innovation zu investieren und damit zu ihrer Verbreitung und Perfektionierung beizutragen. Je mehr Lieferanten, Finanziere und Kunden sich engagieren, desto wahrscheinlicher wird der Erfolg der Neuerung. Gleichzeitig entsteht ein Anreiz für die Konkurrenten, die Innovation nachzuahmen, was die Profitchancen wiederum schmälert. Die Logik der Selektion ist also im zweiten Schritt durch die Alternative bestimmt: Investieren oder nicht investieren. Nicht zu investieren, bedeutet eine geringere Unsicherheit, das aber mit geringeren und potenziell sinkenden Gewinnen erkauft werden muss. Investieren bedeutet hohes Unsicherheit, aber auch hohe Profitchancen. Im Verlauf der Diffusion einer Innovation sinken die Risiken, aber auch die Profitchancen sowohl der Pioniere als auch derjenigen, die später auf den innovativen Zug „aufspringen“. Auf dieser Stufe lassen sich somit durchaus nomologische Handlungsregeln einführen, aber, dies sollte hier gezeigt werden, erst im zweiten Schritt der Analyse.

4. Logik der Aggregation

Wir kommen damit zur *Logik der Aggregation*: Solange der Pionierunternehmer isoliert bleibt bzw. wenn er aufgibt, kommt es auf der Aggregatebene zu einer bloßen Reproduktion der Ausgangssituation. Je mehr Akteure in die Innovation investieren, desto wahrscheinlicher wird eine Veränderung der kollektiven Struktur. Kommt die Diffusion einer Neuerung erst einmal in Gang, so wird sie sich in der Form einer logistischen Funktion zunächst beschleunigen und dann wieder verlangsamen. Hat sich die Neuerung allgemein durchgesetzt, kommt es erneut zu einer Situation stationärer Reproduktion, die wiederum Anreize für neue Pionierunternehmer bietet. Damit kann der Zyklus aufs Neue beginnen. Die Veränderung der kollektiven Struktur kann, je nach der Reichweite der Erfindung, nur die betriebliche Ebene betreffen, sie kann aber auch auf die höheren Ebenen bis hin zu nationalen und globalen Strukturen „ausstrahlen“. Freeman und Perez (1988) haben gezeigt, dass der Zyklus der Innovationen sich auf verschiedenen Systemebenen entwickelt. Sie unterscheiden „incremental innovations“, die im Rahmen der alltäglichen Operationen in Organisationen entstehen, von „radical in-

novations“ und „changes of technology systems“, die die Struktur ganzer Märkte und Industrien verändern. Den Begriff „changes in the techno-economic paradigm“ reservieren sie, anknüpfend an Schumpeters und Kuznets' Konzepte der „langen Wellen“, für die gesamte Wirtschaftsstruktur revolutionierende Basisinnovationen, wie etwa die Erfindungen der Dampfmaschine, des Verbrennungsmotors, des Elektromotors, des elektrischen Schaltkreises. Die durch diese Innovationen ausgelösten ökonomischen Umwälzungen sind, wie sie betonen, stets auch mit gesellschaftlichen Umbrüchen verknüpft. Nicht nur die Struktur der Produkt- und Arbeitsmärkte verändert sich, sondern auch Management- und Ausbildungssysteme, Erziehungsinstitutionen sowie die öffentliche Infrastruktur; neue politische Konflikte und soziale Bewegungen entstehen. Die von der Mikroebene ausgehenden innovativen Prozesse schlagen so am Ende auf die Makroebene durch und führen zu strukturellen Veränderungen der Institutionensysteme und kapitalistischen „Regimes“. So kommt es zu immer neuen Brüchen der makrogesellschaftlichen Strukturen, die durch die bekannten Phasenmodelle und Typologien – liberaler Kapitalismus, organisierter Kapitalismus, Fordismus, keynesianischer Wohlfahrtsstaat, globaler Finanzmarkt-Kapitalismus u. a. – beschrieben werden.

IV. Pfadtheoretische Modelle in der evolutionären Ökonomie

Der soziale Transformationsprozess, den ich anhand des Esser'schen Modells der soziologischen Erklärung skizziert habe, kann auch aus einer anderen Perspektive analysiert werden, nämlich der der „Karriere“ einer Innovation selbst. Dazu bietet sich der Rückgriff auf das in der evolutionsökonomischen Literatur breit eingeführte Pfadkonzept (Ackermann 2003; Schreyögg et al. 2003; Arthur 1994) an. Der Grundgedanke des Pfadkonzepts ist der der Historizität: „Das Ausgangsargument des ‚history matters‘ bezeichnet zunächst den lange ignorierten Sachverhalt, dass ökonomische Prozesse sich nicht vollkommen voraussetzungsfrei entfalten, sondern rückbezüglich sind, dass vorhergehende Entscheidungen nachfolgende Entscheidungen mitprägen. Daraus folgt, dass ökonomische Kalküle grundsätzlich als historische begriffen werden müssen“ (Schreyögg et al. 2003: 261). Frühere Entscheidungen können durch spätere nicht rückgängig gemacht werden. Ist die den Entwicklungspfad konstituierende Basisentscheidung einmal getroffen – in der Literatur wird dieser Schritt vielfach als „Pfadreaktion“ (Garud und Karnoe 2001; Windeler 2003) bezeichnet – so sind damit zwar nicht alle künftigen Entscheidungen, aber doch ein „Korridor“ nachfolgender Entscheidungen festgelegt. Einzelne dieser späteren Entscheidungen können selbst wiederum den Charakter einer „Bifurkation“ haben, d. h. determinierend auf künftige Optionen wirken. Die Historizität pfadabhängiger Prozesse bedeutet weiterhin, dass es weder eine einheitliche Regel für die Optimierung von Entscheidungen, noch eine einheitliche Gleichgewichtslösung gibt. Eine Lösung, die zu einem bestimmten Zeitpunkt effizient ist, kann zu einem späteren Zeitpunkt ineffizient sein und umgekehrt. Eine dritte Implikation ist, dass die Theoriebildung selbst mit einem historischen Index versehen werden muss: Eine Theorie über das Internet etwa, die im Jahr 1980 formuliert wurde, wird anderer Art sein als eine im Jahr 2008 entwickelte Theorie über den gleichen Gegenstand.

Interpretiert man Innovation als einen pfadabhängigen Prozess, so lassen sich typischerweise vier Phasen unterscheiden (vgl. Schreyögg et al. 2003): *Erstens* die Phase der *Pfadkreation* (Windeler 2003; Garud und Karnoe 2001), in der basale Erfindungen gemacht und neue Paradigmen entwickelt werden. Ideen und Utopien, die der Entdeckung „Sinn“ verleihen und Entwicklungsperspektiven aufzeigen, spielen in dieser Phase eine zentrale Rolle. Die Kreativität von Erfindern und Unternehmern kommt hier ebenso zum Tragen wie ihre Fähigkeit, andere für ihre Visionen zu gewinnen. Die Risiken sind in dieser Phase hoch, die potenziellen Gewinne freilich auch. Gelingt es, eine kritische Masse von Akteuren zu mobilisieren und zu Investitionen in den Mythos zu motivieren, beginnt die zweite *Phase der Pfadausbildung*, in der die Selbstverstärkungseffekte eines einmal eingeschlagenen Pfades im Mittelpunkt stehen. Der Anschluss an das Paradigma verspricht Gewinnchancen für die Akteure und je mehr Akteure sich anschließen, desto mehr ergibt sich ein „Schneeballeffekt“ weiterer Gewinnchancen. Was ursprünglich als waghalsige Spekulation erschien, kann nun dank der Kumulation von Investitionen zu einem realistischen Projekt werden. Die dritte Phase ist die der *Institutionalisierung*, in der das Paradigma zum allgemeingültigen Standard wird, dabei seine innovative Aura freilich einbüßt. Der Markt gewinnt in diesem Stadium eine zunehmend kalkulierbare Form, gleichzeitig sinken die Profitchancen. Die Endphase ist die der *Verriegelung* bzw. des *lock-in*, in der die ursprüngliche Erfindung ausgereizt und jede Weiterentwicklung blockiert erscheint. Paradoxerweise kann jedoch gerade der Zustand des „lock-in“, indem er die Grenzen des ursprünglichen Paradigmas sichtbar macht, die Entstehung gänzlich neuer Ideen stimulieren und zum Ausgangspunkt neuer pfadezeugender Erfindungen werden. Was sich für die Mehrheit der ökonomischen Akteure als Sackgasse darstellt, kann von Minderheiten als Chance wahrgenommen werden; damit entsteht die Möglichkeit eines neuen Zyklus.

V. Empirische Anwendungsfelder

Evolutionäre Modelle des skizzierten Typs haben in mehreren empirischen Forschungsfeldern der Wirtschaftssoziologie bereits fruchtbare Anwendungen gefunden. Das gilt, wie schon angedeutet, zunächst für die Techniksoziologie. Bereits in den 1970er und 1980er Jahren haben Johnston (1972), Nelson und Winter (1982), Dosi (1982, 1988) die Kritik an der unzureichenden Behandlung des technischen Fortschritts als „exogener“ Größe in neoklassischen Gleichgewichtstheorien aufgegriffen und ein alternatives Verständnis der technischen Entwicklung als eines sozial und wirtschaftlich endogenen Prozesses entwickelt. Die Entwicklung technischen Wissens wird gemäß dem Pfadmodell als kumulative Aktivität interpretiert, die neues Wissen im Anschluss an bestehende Artefakte und vorhandenes theoretisches und praktisches Wissen generiert. Weitgehende Einigkeit besteht auch im Hinblick auf die Schlüsselrolle „technologischer Paradigmen“ für die Konstitution technischer Entwicklungspfade – ein Begriff, der explizit an die Wissenschaftssoziologie Thomas S. Kuhns anschließt und mit dem die Autoren die Übereinstimmungen zwischen wissenschaftlicher und technischer Entwicklung hervorheben wollen (Anderson und Tushman 1990; Bijker 1995; Dierkes et al. 1996; Peine 2006). Technische Entwicklung, so fasst Werner Rammert den Forschungsstand zusammen, „folgt den Fällen der Variationsdynamik, wie sie in lokalen Technisierungs-

projekten konstruiert und in Akteurskonstellationen als Kompromisse ausgehandelt werden, verläuft in Korridoren, wie sie durch die Filtersysteme des institutionalisierten Innovationssystems geschnitten werden, und festigt sich zu konkreten Pfaden, solange die Akteure die verschiedenen Technostrukturen reproduzieren“ (Rammert 2000: 81).

Ein weiteres wichtiges Anwendungsfeld ist die Analyse der Gestaltung und Strukturierung von Organisationen. In der neueren organisationssoziologischen Diskussion wird die strukturfunktionalistische Schlagseite des bekannten neoinstitutionalistischen Ansatzes zunehmend kritisiert und, in Verbindung damit, seine Unfähigkeit, die Entstehung und Transformation organisatorischer Rationalitätskonzepte zu erklären (einen Überblick liefern Hasse und Krücken 2005; Walgenbach und Meyer 2008). Demgegenüber haben bereits Piore und Sabel (1984) den Versuch gemacht, die Evolution organisatorischen Gestaltungswissens als einen durch „Wegscheiden“ strukturierten Prozess des Aufstiegs und Niedergangs technisch-organisatorischer Paradigmen (Handwerkliche Fertigung, Massenfertigung, Flexible Spezialisierung) zu interpretieren. Teils im Rahmen wissenssoziologischer Analysen der Beratungsindustrie (Alvarez 1998; Faust 2000; Kipping und Engwall 2002), teils in modellhafter Form (Tolbert und Zucker 1996; Beckert 1999) haben auch neuere Autoren dynamische Interpretationen der Transformation des Managementwissens vorgelegt, die zwischen Phasen der Genese, Diffusion, Stabilisierung und Krise unterscheiden (vgl. auch Deutschmann 2008a). Die Krise und Transformation des Taylorismus als Leitbild der Arbeitsorganisation (vgl. den Beitrag von Hirsch-Kreinsen in diesem Band) stellt ein wichtiges Anwendungsfeld dieser Ansätze dar.

Als drittes Anwendungsfeld ist die Konsumsoziologie zu nennen. Die Bedeutung des sogenannten „symbolischen“ Konsums im Unterschied zu den Funktionen des Konsums für die materielle Bedürfnisbefriedigung ist in der Soziologie seit Veblen, Simmel und anderen klassischen Autoren erkannt worden. Bereits in ständischen Gesellschaften erfüllt der Konsum wichtige soziale Signalfunktionen. Erst recht gewinnt der symbolische Konsum in modernen Gesellschaften aufgrund der gestiegenen Einkommen breiter Schichten der Bevölkerung Bedeutung. Noch charakteristischer ist freilich die *Dynamisierung* der Muster des symbolischen Konsums. Eine „klassische“ Modellierung dieser Dynamik ist der so genannte „trickle-down“-Mechanismus, der bereits im 18. und 19. Jahrhundert von verschiedenen Autoren (Smith, Malthus und Simmel) beobachtet wurde (Stihler 1998: 183): Die mittleren und unteren Schichten streben nach sozialem Aufstieg und suchen dieses Ziel zu erreichen, indem sie die Lebensstile und Konsumgewohnheiten der höheren Schichten antizipieren und imitieren. Die Folge ist, dass Konsumgüter, die ursprünglich exklusive Statussymbole der Eliten darstellten, zunehmend nach „unten“ diffundieren und damit ihren exklusiven Charakter verlieren. Die sozial höherstehenden Schichten reagieren darauf, indem sie ihre alten Symbole aufgeben und neue Vorlieben entwickeln, durch die sie sich wiederum von der Masse differenzieren können. So kommt ein sich selbst perpetuierender Mechanismus der Kreation und Diffusion immer neuer Konsummoden in Gang. Auch Konsummuster, so zeigt sich hier, können nur in evolutionärer Perspektive angemessen analysiert werden; Ansätze einer solchen Betrachtungsweise liegen in der Konsumforschung schon lange, seit den Untersuchungen von Veblen, Katona und Duesenberry, vor.

Obwohl der Prestige Konsum auch in der Gegenwart eine unbestritten wichtige Rolle spielt, hat sich die neuere Konsumsoziologie von der Konzentration auf den „trickle-down“-Mechanismus als zentralem Pfadmuster der Konsumdynamik verabschiedet. In der „postindustriellen“ Gesellschaft, so lautet eine verbreitete These, orientieren sich Moden und Lebensstilaspirationen nicht mehr nur auf die vertikale Statusdimension, sondern lassen auch in der horizontalen Dimension einen Pluralismus von Milieus und Lebensstilen entstehen. Über den Status- und Prestige Konsum hinaus werden weitere Dimensionen der Konsumsymbolik, wie der expressive Konsum, der kompensatorische Konsum, der Erlebniskonsum usw. (Stihler 1998: 202 f.) entdeckt. Aber auch diese Pluralisierung der Konsummuster- und Symbole ändert nichts an ihrem dynamischen Charakter und an der Relevanz evolutionärer Theorieansätze. Notwendig erscheint allerdings eine Generalisierung der Theorie über den „trickle-down“-Mechanismus hinaus, die zugleich der Differenzierung der verschiedenen Milieus Rechnung trägt.

Ein wegweisender Ansatz hierfür ist die von Campbell (1987) entwickelte Theorie des „Imaginativen Hedonismus“. Symbolischer Konsum, so die zentrale These Campbells, wurzelt in „Imaginationen“ und „Traumwelten“. Was den Konsumenten antreibt, sind nicht nur profane „Bedürfnisse“, sondern vage Illusionen des Wohlbefindens, die durch bestimmte Güter und Dienstleistungen aktualisiert und stimuliert, aber niemals definitiv befriedigt werden können. Die Dynamik des Konsumverhaltens ergibt sich aus der Spannung zwischen den Tagträumen des Konsumenten und der Realität. Kaufentscheidungen werden durch Traumwelten und Sehnsüchte gelenkt, die sich letztlich, hier wäre der Ansatz Campbells zu ergänzen, auf die durch Simmel (1989) analysierte Optionalität des Geldes zurückführen lassen. Weil zwischen dem gekauften Gut und der zugrundeliegenden Illusion notwendigerweise eine Diskrepanz besteht, führt jeder Kauf zur Enttäuschung, und die Enttäuschung lässt ihrerseits neue Traumwelten entstehen. „Sehnsucht – Kauf – Gebrauch – Desillusionierung – erneute Sehnsucht“: Das ist die Formel, nach der sich Campbell zufolge der moderne hedonistische Konsum entwickelt (s. a. die Beiträge von Jörg Rössel, Simone Pape und Kai-Uwe Hellmann in diesem Band).

VI. Fazit

Unsere Ausgangsfrage war, wie sich die konzeptionellen Schwächen der auf dem Konzept der „sozialen Einbettung“ aufbauenden „neuen Wirtschaftssoziologie“ überwinden lassen. In diesem Beitrag sollte gezeigt werden, in welcher Weise eine Hinwendung zu evolutionären Theorieansätzen zur Überwindung dieser Schwächen beitragen kann. Der Rückblick auf die Beiträge klassischer Autoren (Marx, Schumpeter und Weber) sollte zunächst deren Erkenntnis der *inhärent* dynamischen Natur des Kapitalismus in Erinnerung bringen, die auch nach entsprechenden Analysekonzepten verlangt. Im Anschluss daran wurden zwei Typen evolutionärer Ansätze vorgestellt und ein Überblick über ihre empirischen Anwendungsmöglichkeiten bei der Erklärung kapitalistischer Dynamik gegeben: Zum einen wurde skizziert, wie die evolutionäre Variante von Hartmut Essers „Modell der soziologischen Erklärung“ für die Analyse kapitalistischer Dynamik fruchtbar gemacht werden könnte. Zum anderen wurden pfadtheoretische Modelle aus der evolutionären Ökonomie vorgestellt und gezeigt, dass diese Modelle in

verschiedenen Forschungsfeldern der Wirtschaftssoziologie bereits eine wichtige Rolle spielen. Die Möglichkeiten, die die genannten Modelle bieten, sind doppelter Art: Nicht nur kann der auf Polanyi's Konzept der „sozialen Einbettung“ zurückgehende strukturalistische Bias überwunden werden. Es wird über die Analyse kapitalistischer Dynamik hinaus auch ein Schritt zur Klärung des Verhältnisses der Wirtschaftssoziologie zur Geschichte geleistet, indem aufgezeigt wird, was das „Historische“ wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklungen ausmacht: Die nomologischen Handlungsregeln nicht subsumierbarer „Kreativität“ strukturbildender Entscheidungen auf der Mikroebene und ihre transformierenden Wirkungen auf die Sozialstruktur. Das setzt freilich auch eine kritische Überprüfung rationalistischer Versionen des Modells der soziologischen Erklärung voraus.

Literatur

- Alvarez, José L., ed. 1998. *The diffusion and consumption of business knowledge*. London: Macmillan.
- Anderson, P., und M. L. Tushman. 1990. Technological discontinuities and dominant designs: a cyclical model of technological change. *Administrative Science Quarterly* 35: 604-633.
- Arthur, Brian W. 1994. *Increasing returns and path dependence in the economy*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Baecker, Dirk. 2006. *Wirtschaftssoziologie*. Bielefeld: Transcript.
- Baumol, William J. 2002. *The free market innovation machine: analyzing the growth miracle of capitalism*. Princeton: Princeton University Press.
- Beckert, Jens. 1997. *Grenzen des Marktes. Die sozialen Voraussetzungen wirtschaftlicher Effizienz*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Beckert, Jens. 1999. Agency, entrepreneurs and institutional change. The role of strategic choice and institutionalized practices in organizations. *Organization Studies* 20: 777-799.
- Beckert, Jens. 2003. Economic action and embeddedness. How shall we conceptualize economic action? *Journal of Economic Issues* 37: 769-787.
- Beckert, Jens. 2008. *How do fields change? The interrelations of institutions, networks and cognition in the dynamics of markets* (unveröffentlichtes Manuskript).
- Beckert, Jens, Rainer Diaz-Bone und Heiner Ganßmann. 2007. *Märkte als soziale Strukturen*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Berger, Peter, und Thomas Luckmann. 1980. *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Berger, Peter A., und Anja Weiß, Hrsg. 2008. *Transnationalisierung sozialer Ungleichheit*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bijker, Wiebe E. 1995. *Of bicycles, bakelites and bulbs: towards a theory of sociotechnical change*. Cambridge M.A.: MIT-Press.
- Braun-Thürmann, H. 2005. *Innovation*. Bielefeld: Transcript.
- Campbell, Colin. 1987. *The romantic ethic and the spirit of modern consumerism*. Oxford: Blackwell.
- Crouch, Colin, und Wolfgang Streeck. 1997. *The political economy of modern capitalism. Mapping convergence and diversity*. London: Sage.
- Deutschmann, Christoph. 2008a. *Kapitalistische Dynamik. Eine gesellschaftstheoretische Perspektive*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Deutschmann, Christoph. 2008b. Geld als universales Inklusionsmedium moderner Gesellschaften. In *Inklusion und Exklusion. Analysen zur Sozialstruktur und Sozialen Ungleichheit*. Hrsg. Rudolf Stichweh, Paul Windolf. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (im Erscheinen).
- Dierkes, M., U. Hoffmann und L. Marz. 1996. *Visions of technology. Social and institutional factors shaping the development of technologies*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Dewey, John. 2001. *Die Suche nach Gewissheit* (Original: The quest for certainty, New York 1929). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

- Dopfer, Kurt. 2006. *The origins of meso-economics. Schumpeter's legacy, papers on economics and evolution*. Jena: Max Planck-Institute of Economics.
- Dosi, Giovanni. 1988. The nature of the innovative process. In *Technical change and economic theory*, eds. Giovanni Dosi, Christopher Freeman, Richard Nelson, Gerald Silverberg, Luc Soete, 221-238. London: Pinter Publishers.
- Dosi, Giovanni. 1982. *Technological paradigms and technological trajectories*. Research Policy 11: 147-162.
- Eisermann, Gottfried. 1964. *Wirtschaft und Gesellschaft*. Stuttgart: Enke.
- Elster, Jon. 1987. *Subversion der Rationalität*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Esser, Hartmut. 1993. *Soziologie. Allgemeine Grundlagen*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Esser, Hartmut. 1999. *Soziologie. Spezielle Grundlagen, Band 1: Situationslogik und Handeln*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Faust, Michael. 2000. *Warum boomt die Managementberatung – und warum nicht zu allen Zeiten und überall?* Soziologisches Forschungsinstitut (SOFI) Göttingen, Mitteilungen 28: 59-88.
- Fligstein, Neil. 2001. Social skill and the theory of fields. *Sociological Theory* 19: 105-125.
- Florian, Michael, und Frank Hillebrandt, Hrsg. 2006. *Pierre Bourdieu: Neue Perspektiven für die Soziologie der Wirtschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Freeman, Christopher, und Carlota Perez. 1988. Structural crises of adjustment, business cycles and investment behaviour. In *Technical change and economic theory*, eds. Giovanni Dosi, Christopher Freeman, Richard Nelson, 38-65. London: Pinter.
- Garud, Raghu, und Peter Karnoe, Hrsg. 2001. *Path dependence and creation*. Mahwah N.J., London: Lawrence Erlbaum.
- Giddens, Anthony. 1988. *Die Konstitution der Gesellschaft. Grundzüge einer Theorie der Strukturierung* (Original: The constitution of society. Outline of the theory of structuration, Cambridge 1984). Frankfurt a. M.: Campus.
- Granovetter, Mark. 1985. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology* 91: 481-510.
- Greve, Jens, Anette Schnabel und Rainer Schützeichel, Hrsg. 2008. *Das Mikro-Makro-Modell der soziologischen Erklärung. Zur Ontologie, Methodologie und Metatheorie eines Forschungsprogramms*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Heinemann, Klaus. 1987. Probleme der Konstituierung einer Wirtschaftssoziologie. In *Soziologie wirtschaftlichen Handelns*, Sonderheft 28 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Hrsg. Klaus Heinemann, 7-39. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Halfmann, Jost. 1997. Die Implementation von Innovationen als Prozeß sozialer Einbettung. In *Technikentwicklung und Industriearbeit. Industrielle Produktionstechnik zwischen Eigendynamik und Nutzerinteressen*, Hrsg. Daniel Bieber, 87-110. Frankfurt a. M.: Campus.
- Hall, Peter, und David Soskice, Hrsg. 2001. *Varieties of capitalism. The institutional foundations of comparative advantage*. Oxford: Oxford University Press.
- Hasse, Raimund, und Georg Krücken. 2005. *Neo-Institutionalismus*, 2. Aufl. Bielefeld: Transcript.
- Hayek, Friedrich August von. 1948. *Individualism and economic order*. Chicago: Chicago University Press.
- Hürtgen, Stefanie, Boy Lüthje, Wilhelm Schumm und Martina Sproll. 2008. *Von Silicon Valley nach Shenzhen. Globale Produktion und Arbeitsteilung in der IT-Industrie*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Immerthal, Lars. 2007. *Der Unternehmer. Zum Wandel von Ethos und Strategie des Unternehmertums im Ausgang der Moderne*. München: Fink.
- Johnston, Richard D. 1972. The internal structure of technology. In *The Sociological Review Monograph 18 – The sociology of science*, Hrsg. Peter Halmos, Martin Albrow, 117-130. Keele: University of Keele.
- Kipping, Matthias, und Lars Engwall, Hrsg. 2002. *Management consulting. Emergence and dynamics of a knowledge industry*. Oxford: Oxford University Press.
- Lampel, Joseph. 2001. *Show-and-tell: product demonstrations and path creation of technological change*. In *Path dependence and creation*, eds. Raghu Garud, Peter Karnoe, 303-328. Mahwah N.J.: Lawrence Erlbaum.
- Luhmann, Niklas. 1988. *Die Wirtschaft der Gesellschaft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

- Maddison, Angus. 2001. *The world economy. A millennial perspective*. Paris: OECD Development Centre Studies.
- Maurer, Andrea, Hrsg. 2008. *Handbuch der Wirtschaftssoziologie*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maurer, Andrea. 2008. Institutionalismus und Wirtschaftssoziologie. In *Handbuch der Wirtschaftssoziologie*, Hrsg. Andrea Maurer, 62-86. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Marcuse, Herbert. 1981. Neue Quellen zur Grundlegung des Historischen Materialismus (1932). In *Schriften*, Band I, Herbert Marcuse, 509-555. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Marx, Karl. 1953. *Grundrisse der Kritik der Politischen Ökonomie* (Rohentwurf 1857-58). Berlin: Dietz.
- Marx, Karl. 1964. Das Elend der Philosophie. In *Die Frühschriften*, hrsg. von Siegfried Landshut, 486-524. Stuttgart: Kröner.
- Marx, Karl. 1988. *Das Kapital*, Bd. 1, MEW 23. Berlin: Dietz.
- Merton, Robert K. 1995. *Soziologische Theorie und soziale Struktur* (Original: Social theory and social structure, New York 1968). Frankfurt a. M.: de Gruyter.
- Miller, Max, Hrsg. 2005. *Welten des Kapitalismus. Institutionelle Alternativen in der globalisierten Ökonomie*. Frankfurt a. M. Campus.
- Nelson, Richard R., und Sidney G. Winter. 1982. *An evolutionary theory of economic change*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Paul, Axel. 2004. *Die Gesellschaft des Geldes. Entwurf einer monetären Theorie der Moderne*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Peine, Alexander. 2006. *Innovation und Paradigma. Epistemische Stile in Innovationsprozessen*. Bielefeld: Transcript.
- Piore, Michael, und Charles F. Sabel. 1985. *Das Ende der Massenproduktion. Studie über die Requalifizierung der Arbeit und die Rückkehr der Ökonomie in die Gesellschaft*. Berlin: Klaus Wagenbach.
- Polanyi, Karl. 1978. *The great transformation. Politische und ökonomische Ursprünge von Gesellschaften und Wirtschaftssystemen*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Rammert, Werner. 1993. *Technik aus soziologischer Perspektive*, Bd. 1: *Forschungsstand, Theorieansätze, Fallbeispiele – Ein Überblick*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Rammert, Werner. 1997. Innovationen im Netz. Neue Zeiten für technische Innovationen: heterogen verteilt und interaktiv vernetzt. *Soziale Welt* 48: 397-416.
- Rammert, Werner. 2000. *Technik aus soziologischer Perspektive*, Bd. 2: *Kultur – Innovation – Virtualität*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schimank, Uwe. 2005. Funktionale Differenzierung und gesellschaftsweiter Primat von Teilsystemen – offene Fragen bei Parsons und Luhmann. *Soziale Systeme* 11, 2: 395-414.
- Schimank, Uwe, und Ute Volkmann. 2008. Ökonomisierung der Gesellschaft. In *Handbuch der Wirtschaftssoziologie*, Hrsg. Andrea Maurer, 382-393. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schluchter, Wolfgang. 1976. Die Paradoxie der Rationalisierung. Zum Verhältnis von ‚Ethik‘ und ‚Welt‘ bei Max Weber. *Zeitschrift für Soziologie* 5: 256-284.
- Schmid, Michael. 2008. Individuelle Entscheidungsrationalität und soziale Einbettung. Zum Verhältnis von Ökonomie und Wirtschaftssoziologie. In *Handbuch der Wirtschaftssoziologie*, Hrsg. Andrea Maurer, 87-108. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schreyögg, Georg, Jörg Sydow und Jochen Koch. 2003. Organisatorische Pfade – Von der Pfadabhängigkeit zur Pfadkreation? In *Strategische Prozesse und Pfade. Managementforschung* 13, Hrsg. Georg Schreyögg, Jörg Sydow, 257-294. Wiesbaden: Gabler.
- Schumpeter, Joseph A. 1942. *Capitalism, socialism and democracy*. New York: Harper and Brothers.
- Schumpeter, Joseph A. 1952. *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung* (1912). 5. Aufl. Berlin: Duncker & Humblot.
- Schumpeter, Joseph A. 1991. Comments on a plan for the study of entrepreneurship (1947). In *The economics and sociology of capitalism*, ed. Richard Swedberg. Princeton: Princeton University Press.
- Simmel, Georg. 1989. *Philosophie des Geldes*. Gesamtausgabe, Band 6, Hrsg. Ottheim Rammstedt, David Frisby. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

- Stihler, Ariane. 1998. *Die Entstehung des modernen Konsums. Darstellung und Erklärungsansätze*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Streeck, Wolfgang, und Kozo Yamamura. 2001. *The origins of nonliberal capitalism. Germany and Japan in comparison*. New York: Cornell University Press.
- Swedberg, Richard. 1993. „The battle of methods“: towards a paradigm shift? In *Socio-economics. Toward a new synthesis*, Hrsg. Amitai Etzioni, Paul Lawrence, 13-34. Armonk: Sharpe.
- Swedberg, Richard. 2005. The economic sociology of capitalism: an introduction and agenda. In *The economic sociology of capitalism*, Hrsg. Victor Nee, Richard Swedberg, 3-40. Princeton: Princeton University Press.
- Tolbert, Pamela, und Lynne G. Zucker. 1996. The institutionalization of institutional theory. In *Handbook of organization studies*, eds. Steward G. Clegg, Cynthia Hardy, Walter R. Nord, 175-190. London: SAGE.
- Walgenbach, Peter, und Renate Meyer. 2008. *Neoinstitutionalistische Organisationstheorie*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Weber, Max. 2000. *Die protestantische Ethik. Eine Aufsatzsammlung*, Hrsg. K. Lichtblau, J. Weiß. 3. Aufl. Tübingen: Mohr.
- White, Harrison C. 2005. *Varieties of markets*. In *new developments in economic sociology*, vol. II, ed. Richard Swedberg, 23-57. Cheltenham: Elgar.
- Windeler, Arnold. 2003. Kreation technologischer Pfade: ein strukturationstheoretischer Analyseansatz. In *Strategische Prozesse und Pfade. Managementforschung 13*, Hrsg. Georg Schreyögg, Jörg Sydow, 295-328. Wiesbaden: Gabler.
- Zelizer, Viviana A. 1997. *The social meaning of money*. Princeton: Princeton University Press.
- Korrespondenzanschrift:* Prof. Dr. Christoph Deutschmann, Eberhard Karls Universität Tübingen, Institut für Soziologie, Wilhelmstraße 36, 72074 Tübingen
E-Mail: christoph.deutschmann@uni-tuebingen.de

DIE SOZIALE KONSTITUTION VON MÄRKTEN*

Anita Engels

Zusammenfassung: Dieser Beitrag stellt eine wirtschaftssoziologische Perspektive auf die soziale Konstitution von Märkten vor. Ausgehend von dem Problem der Unsicherheit wird nach den nicht-marktlichen Voraussetzungen von Märkten gefragt. Märkte erscheinen in dieser Perspektive als voraussetzungsreiche Gebilde, die in einem Konstitutionsprozess erst hergestellt und dann aufrechterhalten werden müssen. Der Beitrag konzentriert sich auf drei Elemente, die als konstitutiv für die Entstehung von Märkten verstanden werden: Damit *Objekte* überhaupt handelbar werden und einen Tauschwert erzielen können, müssen sie bekannt, vergleichbar, einschätzbar, bewertbar und austauschbar gemacht werden. Mit Bezug auf *Wettbewerbsstrukturen* geht es um die Frage, wie Marktakteure eine Orientierung dafür entwickeln, was Wettbewerb in ihrem jeweiligen Marktkontext bedeutet, wer ihre Wettbewerber sind und wie sie sich aneinander ausrichten können. Schließlich geht es um die Herausbildung von *Marktteilnehmerschaft* als sozialer Rolle oder sozialer Identität. Märkte benötigen die zu ihnen passenden Akteure, die spezifische kognitive Orientierungen und ein auf ihnen aufbauendes Handlungsrepertoire einbringen. Die jeweiligen Konstitutionsprozesse umfassen so unterschiedliche Aspekte wie staatliche Regulierung, kulturelle Voraussetzungen, Beratungsprozesse, technisch-materielle Artefakte, soziale Netzwerke und Machtbeziehungen.

I. Einleitung

Märkte sind wichtige Phänomene der Gegenwartsgesellschaft und sie sind Gegenstand zahlreicher politischer Interventionen. Vielen gilt die gezielte Schaffung von Märkten als möglicher Beitrag zur Lösung von Effizienzproblemen im öffentlichen Sektor, für die Kostenexplosion im Gesundheitswesen, für die Unterversorgung mit Studienplätzen oder für ökologische Probleme aller Art. Andere sehen eher die Gefahren einer ungezügelter Expansion des Marktprinzips und setzen sich für eine Eindämmung und Begrenzung von Märkten ein. Politisch gesehen geht es dabei um die Frage nach der Nützlichkeit von Märkten. Die Soziologie ist diejenige Disziplin, von der eine wissenschaftliche Klärung des Verhältnisses von Markt und Gesellschaft zu erwarten ist. Erstens finden sich hier gesellschaftstheoretische Analysen zu den sozialen Auswirkungen der Expansion von Märkten (Polanyi 1944; Hirschman 1993; Berger 2004; Lukes 2005), zweitens Arbeiten zu den gesellschaftlichen Voraussetzungen von Märkten (Beckert 1997; Fligstein 2001; MacKenzie 2006). Mit der letztgenannten Thematik beschäftigt sich der vorliegende Beitrag. Aus marktsoziologischer Perspektive müsste die zentrale Frage nicht lauten: Wofür können Märkte Lösungen bieten?, sondern: Welche

* Mein Dank für wertvolle Hinweise gilt den Teilnehmern des Autoren-Workshops im September 2008 am Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung in Köln sowie Jens Beckert, Christoph Deutschmann, Raimund Hasse, Georg Krücken und Daniel Schluchter.

Probleme müssen gelöst werden, damit Märkte entstehen können? Es geht um die nicht-marktlichen Voraussetzungen von Märkten.¹

Märkte erscheinen im Verständnis der Marktsoziologie als voraussetzungsreiche soziale Gebilde, die erst hergestellt und dann aufrechterhalten werden müssen. Hier kann auf eine lange theoretische Tradition zurückgeblickt werden. Bereits Karl Marx setzte sich im zweiten Band von *Das Kapital* mit den Voraussetzungen und den Kosten der Zirkulation der Waren auseinander und leitete daraus die prinzipielle Krisenhaftigkeit des Marktes ab. Max Weber und Georg Simmel entwickelten die Soziologie als eigenständige Disziplin unter anderem an der Frage nach dem Verhältnis von Wirtschaft und Gesellschaft. Sie analysierten Märkte als *eine* von mehreren möglichen Formen der Güterdistribution innerhalb einer Gesellschaft. Auf den soziologischen Einsichten der Klassiker aufbauend, begann sich in den 1980er Jahren die so genannte „neue“ Wirtschaftssoziologie zu entwickeln. In ihr wird der Markt nicht als abstraktes Prinzip, sondern als ein konkretes Arrangement mit einer jeweils eigenen Geschichte verstanden. Michel Callon leitete daraus die Forderung ab, dass im soziologischen Sinne Märkte ausschließlich im Plural zu denken seien. Es handele sich um eine Vielzahl von Formen und Ausprägungen, die mit einem abstrakten Modell nicht zu erfassen seien (Callon 1998). Aus diesem Ansatz sind zahlreiche empirische Studien über spezifische Märkte hervorgegangen, die der vorliegende Beitrag nutzt, um Einblicke in die soziale Konstitution von Märkten zusammenzutragen.² Die Studien greifen interessante und z. T. neuartige Fälle auf, betrachten sie aber nur selten von einem gemeinsamen theoretischen Ausgangsproblem aus. Der Faden, der die unterschiedlichen Ansätze verbindet, besteht vornehmlich in der Ablehnung des individualistischen Rational-Choice-Programms, wie es vielfach in den Wirtschaftswissenschaften vertreten wird. In der programmatischen Sichtweise von Fligstein und Dauter (2007) erfährt dieser Diskussionsstand eine optimistische Deutung: Die Soziologie der Märkte sei inzwischen als ein so eigenständiges und gereiftes Forschungsfeld aufzufassen, dass die theoretischen Differenzen zu eher komplementären als miteinander unvereinbaren Sichtweisen führen (Fligstein und Dauter 2007). Der Beitrag wird in seinen Schlussüberlegungen auf diese Frage zurückkommen.

1 Eine umfassende Betrachtung würde neben den nicht-marktlichen auch zahlreiche marktliche Voraussetzungen einbeziehen. So sind viele Märkte davon abhängig, dass Märkte für Zwischenprodukte oder für spezifische Dienstleistungen bestehen. In diesem Beitrag geht es jedoch um diejenigen gesellschaftlichen Voraussetzungen, die über eine Einbettung von Märkten in jeweils weitere Märkte hinausgehen.

2 Der sehr empirisch ausgerichtete Fokus der neuen Wirtschaftssoziologie lässt sich zum Beispiel an aktuellen Arbeiten zur Preisbildung demonstrieren. Muniesa (2007) untersucht die materiellen Voraussetzungen für die konkrete Preisbildung an Börsen (z. B. einen spezifischen Algorithmus zur Ermittlung von Schlusskursen) und lässt seine Analyse in die Aufforderung münden „to take prices as material entities, always tied to concrete arrangements“ (Muniesa 2007: 390). In einer Studie über die Baumwollbörse in Izmir werden gleich vier verschiedene soziale Kontexte identifiziert, in denen Preise für Baumwolle entstehen, wobei die Herausbildung der Preise nach unterschiedlichen Regeln erfolgt und die Preise auch ganz verschiedene Funktionen im Wirtschaftskreislauf des Baumwollhandels erfüllen. Preise werden in dieser Studie als das Ergebnis von Aushandlungsprozessen behandelt: „... market price ... is produced in a political process of deliberation“ (Caliskan 2007: 257). Diese Herangehensweise steht im deutlichen Kontrast zu den theoretischen Annahmen zur Preisentwicklung etwa bei Karl Marx, die sich aus der Arbeitstheorie ableiten.

II. Die soziale Konstitution von Märkten

Die soziale Konstitution von Märkten kann aus unterschiedlichen theoretischen Traditionen heraus thematisiert werden (Beckert et al. 2007; Fourcade 2007). Institutionalistische Ansätze (Dobbin 1994; Fligstein 2001), systemtheoretisch motivierte Diskursanalysen (Stäheli 2007), praxeologische (Hillebrand 2007) oder handlungsorientierte (Beckert 1997) Ansätze heben jeweils unterschiedliche Aspekte der nicht-marktlichen Voraussetzungen von Märkten hervor. Insbesondere die Übertragung von Theorieansätzen aus der Wissenschafts- und Technikforschung auf Märkte fand viel Beachtung (Callon 1998; Callon et al. 2007). In diesem Ansatz wurde vor allem die performative Bedeutung der Wirtschaftswissenschaft für die Grundstrukturen von Märkten bzw. von Wirtschaft allgemein herausgearbeitet (MacKenzie 2006; MacKenzie et al. 2007). Der Analyse von Finanzmärkten kommt dabei ein besonderes Gewicht zu (Knorr Cetina und Preda 2005). In diesem Beitrag geht es aber nicht darum, einzelne Theorietraditionen gesondert zu würdigen, sondern darum, diese auf ihren Beitrag zur Analyse der sozialen Konstitution von Märkten zu überprüfen.

Warum geht die Marktsoziologie aber überhaupt davon aus, dass Märkte nicht einfach vorausgesetzt werden können, sondern sozial konstituiert sein müssen? „Markt“ beschreibt zunächst einmal nur den Modus, in dem ein Gut den Besitzer wechselt. Es handelt sich um einen formal freiwilligen Äquivalententausch, bei dem zumindest auf einer Seite (der Angebots- oder der Nachfrageseite) mehrere potenzielle Marktteilnehmer um die Chance zu tauschen, konkurrieren (Weber 1988: 382, 383). Das Ausgangsproblem, das in dieser Situation entsteht, ist die Unsicherheit der Marktakteure im Hinblick auf die Bedingungen und die Ergebnisse des Markttauschs. Die Bedingungen des Tauschs liegen nicht nur durch empirisch gegebene Informationsasymmetrien im Dunkeln, sondern auch durch das grundlegende Problem der doppelten Kontingenzt: Beide potenzielle Tauschpartner wissen um die prinzipielle Entscheidungsoffenheit sowohl auf der eigenen als auch auf der Seite des Tauschpartners (Ganßmann 2007). Zwar können die Tauschpartner versuchen, dieser doppelten Kontingenzt mit der Herausbildung reziproker Erwartungen zu begegnen, aber woran orientieren sie sich dabei? Ebenso elementar ist das Problem der Unvorhersehbarkeit der Ergebnisse des Markttauschs. Die Möglichkeit des Betrugs durch den Tauschpartner oder eine nachträgliche Änderung der eigenen Präferenzen sind nur zwei Quellen für mögliche Enttäuschungen über das Ergebnis eines konkreten Markttauschs.³

3 Darüber hinaus wirft die Perspektive der Vielfalt der Märkte folgende definitorische Frage auf: Wenn Märkte nicht ein abstraktes Prinzip darstellen, was sind sie dann? Relativ allgemein formuliert kann zunächst festgehalten werden: „Märkte sind zentrale Institutionen kapitalistischer Ökonomie“ (Beckert 2007: 43). Damit ist aber noch nicht gesagt, wodurch sich diese Institutionen auszeichnen. Hier variieren die Antworten. Einerseits werden Märkte als spezifische Form der Güterverteilung betrachtet (nämlich Tausch), die in kapitalistischen Wirtschaftsformen zwischen Produktion und Konsum geschaltet ist (Swedberg 2007: 16 f.; Lukes 2005: 359). Andererseits werden Märkte auch als Netzwerkstrukturen verstanden, in denen es mehr um die Anordnung der Marktteilnehmer zueinander als um den Gütertausch geht. Daraus werden weitere Lesarten abgeleitet: So werden Märkte als „Anordnung von Qualitätsnischen“, „Ansammlung von Unternehmen“, „greifbares Diskurssystem“ oder sogar selbst als „Akteur mit Beziehungen zu anderen Märkten“ definiert (White und Godart 2007: 205, 214). Die Frage nach

Das Problem der Unsicherheit stellt sich nicht nur in neuartigen Situationen (beispielsweise bei der Einführung eines neuen Produktes oder der Aufnahme von Handelsbeziehungen mit einem bisher unbekanntem Partner), sondern auch in Routine-situationen. Das bezieht sich beispielsweise auf die Basisentscheidungen, die in Produktmärkten turnusgemäß getroffen werden müssen: Wie viel soll in der nächsten Produktionsperiode zu welchen Kosten produziert werden (White und Godart 2007)? Hierbei handelt es sich um eine riskante Entscheidung angesichts der Unsicherheiten bezüglich der zukünftigen Marktplatzierung der anderen Produzenten. Daraus folgt: „Im Mittelpunkt der Marktsoziologie steht die Frage, wie durch soziale Netzwerke, soziale Normen, kognitive Strukturen und formale Institutionen die Kontingenz der Handlungssituation so weit reduziert wird, dass die Marktakteure erwarten können, davon zu profitieren, wenn sie sich auf die Risiken des Markthandelns einlassen“ (Beckert 2007: 49). Was im Prinzip für alle Handlungen gilt, gilt für Markthandlungen in zugespitzter Weise, denn hier ist es notwendig, sowohl soziale Ordnung herzustellen als auch Dynamik im Sinne von Anpassungen an Veränderungen zu gewährleisten (Beckert 2007).

Geht man von dem oben genannten Modus des Markttauschs aus, erscheinen drei Elemente konstitutiv: Erstens die Marktteilnehmer, die den Tausch anstreben; zweitens die Konkurrenzbeziehung zwischen den Marktteilnehmern; und drittens das zu tauschende Gut, das als äquivalent zu einer möglichst unbegrenzten Menge potenzieller anderer Güter betrachtet werden muss. Keines dieser drei Elemente kann ohne weiteres vorausgesetzt werden. Damit *Objekte* überhaupt zu etwas werden, das als handelbar gilt und das einen Tauschwert erzielen kann, müssen sie bekannt, vergleichbar, einschätzbar, bewertbar und austauschbar gemacht werden. Der Beitrag beschäftigt sich daher erstens mit der Frage, wie die Handelbarkeit von Marktobjekten sozial konstituiert wird. Zweitens geht es darum, die soziale Konstitution von *Wettbewerbsstrukturen* aufzudecken. Klassischerweise wird argumentiert, dass Märkte zur Monopolbildung tendieren, und diese Tendenz nur von außen begrenzt werden kann. Marktsoziologisch betrachtet geht es jedoch um die Frage, wie Marktakteure eine Orientierung dafür entwickeln, was Wettbewerb in ihrem jeweiligen Marktkontext bedeutet, wer ihre Wettbewerber sind und wie sie sich aneinander ausrichten können. Drittens geht es um die Herausbildung von *Marktteilnehmerschaft* als sozialer Rolle oder sozialer Identität. Märkte benötigen für sie jeweils kompetente Akteure, die eine spezifische kognitive Einstellung und ein auf ihr aufbauendes Handlungsrepertoire einbringen. Daher wird die soziale Konstitution von Marktteilnehmerschaft untersucht. Im Folgenden werden empirische Studien dargestellt, die diese Konstitutionsprozesse und ihre nicht-marktlichen Voraussetzungen im Detail rekonstruieren.⁴

der Konstitution von Märkten ist also in nicht unerheblicher Weise abhängig von der Definition des Marktbegriffs.

⁴ Beckert leitet aus der handlungstheoretischen Rekonstruktion der Marktproblematik drei zentrale Koordinationsprobleme ab: das Werteproblem, das Wettbewerbsproblem und das Kooperationsproblem (Beckert 2007). Diese unvermeidlichen Koordinationsprobleme sind nicht lösbar, wenn nicht strukturelle, institutionelle und kulturelle Einbettungen von Märkten unterstellt werden können. Die hier vorgeschlagene Betrachtung von Prozessen der Marktkonstitution weicht nicht von dieser Ausgangsproblematik ab, sondern baut darauf auf. Die thematische Fokussierung auf die Handelbarkeit von Tauschobjekten, die Marktteilnehmerschaft und den

1. Herstellung der Handelbarkeit von Markt- bzw. Tauschobjekten

Die Handelbarkeit von Markt- bzw. Tauschobjekten variiert geografisch und historisch (Appadurai 1986). Die Kulturgeschichte des Bodens beispielsweise zeigt, dass Boden zwar bereits in der Feudalgesellschaft als Eigentum behandelt wurde, bis auf wenige Ausnahmen aber nur durch Verleihung oder Vererbung den Besitzer wechseln konnte. Die freie Handelbarkeit von Boden ist eine Erfindung der bürgerlich-kapitalistischen Gesellschaft. Der Grad der Handelbarkeit variiert auch heute noch mit nationalen Grenzen. So gibt es in vielen Ländern Regelungen, die den Verkauf inländischen Bodens an Ausländer erschweren oder verhindern.⁵ Die historisch und geographisch variierende Behandlung von Boden ist offenbar eingebettet in spezifische Wertvorstellungen und ist abhängig von politischen Entscheidungen (Andres 2004).⁶ Die Verfügbarkeit von Vermessungstechniken sowie die Glaubwürdigkeit und Durchsetzbarkeit von Eigentumstiteln sind weitere Voraussetzungen für die Handelbarkeit von Boden, die nicht überall gleichermaßen vorausgesetzt werden können. Die Probleme der Messbarkeit, der Glaubwürdigkeit und der Durchsetzbarkeit sind besonders virulent für nicht tangible Objekte, d. h. Objekte, die nicht materiell weitergegeben werden können. Das gilt z. B. für viele Finanzmarktprodukte, aber auch für die in vielen Bereichen eingeführten handelbaren Rechte (z. B. Fangquoten, Emissionsrechte).

Welche sozialen Konstitutionsprozesse sind also erforderlich, damit ein bisher nicht marktfähiges Objekt handelbar wird, oder damit ein neu geschaffenes Objekt marktförmig getauscht werden kann? Das Ausgangsproblem besteht in der Unsicherheit der Marktakteure im Hinblick auf die Bedingungen des Markttausches und die Ergebnisse, die zu erzielen sind. Im Folgenden soll gezeigt werden, dass zahlreiche Voraussetzungen gewährleistet sein müssen, damit ein Objekt austauschbar und vergleichbar wird, damit der Handel mit dem Objekt als legitim gelten kann und damit Tauschpartner die Eigenarten, die Qualität und den Wert eines Marktobjektes einschätzen können.

Callon stellt den Prozess der *Herauslösung* (disentanglement) aus Kontextbezügen als den zentralen Vorgang heraus, der die Vermarktlichung ermöglicht (Callon 1998: 19). Ein Produkt kann dann getauscht werden, wenn es von seiner Bindung an den Hersteller oder vorherigen Besitzer oder Benutzer getrennt worden ist. Mit anderen Worten: Auch ein Marktobjekt muss zunächst einmal ein abgrenzbares Etwas sein – eben ein Objekt. Das ist z. B. gegeben, wenn ein Produkt auch ohne die ständige An-

Wettbewerb stellt jedoch eine zusätzliche Verdichtung dar, da die strukturellen, institutionellen und kulturellen Einbettungen von Märkten anhand ihrer zentralen Bestandteile gut veranschaulicht werden können.

5 Als Indikator für Liberalisierung unterliegt die Handelbarkeit von Boden verschiedenen Abstufungen: „uneingeschränkte Handelbarkeit“, „uneingeschränkte Handelbarkeit mit Ausnahmeregelungen für Ausländer“, „de facto-Einschränkungen“ (z. B. wegen fehlender Durchsetzbarkeit von Eigentumstiteln), „de jure-Einschränkungen“ sowie „fehlende Handelbarkeit“ (d. h. gesetzliches Verbot) (European Bank for Reconstruction and Development (EBRD) 2002: 218).

6 Die marktförmige Behandlung von Kindern (z. B. durch die Bezahlung ihrer Arbeitskraft, die Versicherung des Ausfalls der Arbeitskraft im Todesfall sowie die Gebühren für die Vermittlung einer Kindesadoption) ist ein weiteres anschauliches Beispiel für die historische Wandelbarkeit, das allerdings gegenläufig ist: „While in the nineteenth century, the market value of children was culturally acceptable, later the new normative ideal of the child as an exclusively emotional and affective asset precluded instrumental or fiscal considerations“ (Zelizer 1985: 11).

wesenheit des Herstellers oder ohne das Konstruktionswissen der Herstellerin genutzt werden kann. Bestehende Bindungen können vielfältiger Art sein, z. B. technischer, kognitiver, rechtlicher oder emotionaler Art. Die Herauslösung ist daher ein vielschichtiger Prozess.

Gleichzeitig müssen die Eigenschaften des Produkts erkennbar sein. Da die Qualität von sogenannten Erfahrungsgütern erst im Moment der Verwendung, also nach Abschluss der Markttransaktion, bekannt wird, sind Prozesse der *Qualifizierung* notwendig, die die Produkte mit Attributen belegen und in Klassen von ähnlichen oder vergleichbaren Produkten einordnen (Bowker und Leigh Star 1999). Wie gelingt es Marktakteuren zu erkennen, welche Produkte mit welchen vergleichbar sind, welche Klassen von Produkten existieren und welche Qualität die Produkte aufweisen? Es handelt sich offenbar um ein kognitives Problem, das heißt, es muss Wissen über Objekte etabliert werden: „Knowledge about an asset has to be socially established in such a way that many buyers and sellers in a market believe the same things about it“ (Carruthers und Stinchcombe 1999: 357). Als besondere Herausforderung wurde dieser Prozess am Beispiel der Klassifizierung und Standardisierung von Hypotheken dargestellt (Carruthers und Stinchcombe 1999). Prozesse der Qualifizierung sind jedoch nicht nur für nicht-tangible Marktobjekte erforderlich, sondern prinzipiell auch, um die unproblematische Handelbarkeit von einem scheinbar einfachen Produkt wie Erdbeeren zu gewährleisten (Garcia-Parpet 2007).

Klassifizierung bezieht sich nicht nur auf kognitive und technische Aspekte, sondern auch auf die Frage nach der *Legitimierung* des Produkts: Ist seine Handelbarkeit normativ umstritten oder ist sie bei Käufern, Verkäufern und dritten Beobachtern akzeptiert? Die Legitimität kann sowohl bei emotional besetzten und als einzigartig empfundenen Objekten problematisch sein (siehe das oben erwähnte Beispiel von Kindern) als auch in Bezug auf sehr abstrakte und unpersönliche Objekte. Ein Beispiel für Letzteres sind indexbasierte Derivate, die heute zu den am häufigsten gehandelten Finanzprodukten zählen. Sie wurden lange Zeit als illegal betrachtet, weil sie nicht auf lieferbare Wirtschaftsgüter, sondern auf eine mathematische Repräsentation von Marktentwicklungen bezogen sind (Millo 2007). Indexbasierte Derivate wurden daher als illegitime Wetten eingestuft. Häufig sind rechtliche *und* normative Veränderungen erforderlich, damit etwas gehandelt werden kann.

Schließlich muss ein Marktobjekt einen Tauschwert, d. h. in den meisten Fällen einen Geldwert erhalten können. *Kommensurabilisierung* wird der Prozess genannt, durch den Objekte auf eine gemeinsame Metrik bezogen werden (Espeland und Stevens 1998). Hierbei werden qualitative Eigenschaften von Produkten in quantitative Größen umgewandelt, so dass sie sich in einem Preis ausdrücken lassen. In diesem Prozess spielen unterschiedliche Kriterien, z. B. technische, kognitive und normative, eine Rolle (Levin und Espeland 2002). Ein eindrucksvolles Beispiel für einen aufwändigen Kommensurabilisierungsprozess stellt die inzwischen globale Handelbarkeit von CO₂-Rechten dar. Hier wurde durch ein komplexes Regelwerk zunächst ein Europäisches Emissionshandelssystem geschaffen, das staatlich zugeteilte Emissionsrechte quer über alle Mitgliedsländer hinweg handelbar werden ließ, unabhängig von der Frage, ob die Emissionen z. B. aus Verbrennungsprozessen in Kraftwerken oder aus Produktionsprozessen in der Ziegelindustrie stammen (Braun 2009; Engels et al. 2008). Durch zusätzliche Regelungen und wissenschaftliche Festlegungen von „Wechselkursen“ wurden be-

stimmte Maßnahmen zur Emissionsminderung, die in Entwicklungsländern auf freiwilliger Basis durchgeführt werden, in genau definierter Weise gegen die in den europäischen Ländern erzeugten Emissionen verrechenbar (kommensurabel) gemacht (MacKenzie 2008).

Wodurch werden diese sozialen Konstitutionsprozesse ermöglicht und vorangetrieben? Die zahlreichen vorhandenen Einzelstudien verweisen sowohl auf ungesteuerten evolutionären Wandel als auch auf gezielte Interventionen von Akteuren.

Auf evolutionäre Entwicklungen verweisen insbesondere die historischen Arbeiten von Viviana Zelizer. Der zentrale Erklärungsansatz für die Zuweisung von Werten und Preisen sowie für die Herstellung, oder umgekehrt, für den Entzug, von Handelbarkeit besteht im Nachweis *kultureller Transformationen*. In Bezug auf die zunächst finanzielle Bewertung und die spätere einzigartige Wertschätzung von Kindern zeigt Zelizer einen Prozess der Sakralisierung der Kindheit auf, der ökonomische und sozialstrukturelle Veränderungen widerspiegelt (Zelizer 1985).⁷ Eine Studie von Millo hebt die Rolle von *Netzwerken* hervor, die sich gezielt mit einer Umdeutung und Neubewertung der früher als illegal geltenden indexbasierten Derivate beschäftigten. Was sich zunächst in Konflikten zwischen konkurrierenden Regulierungsbehörden als Streit um die Legitimität der Derivate äußerte, wurde schließlich in einem Aushandlungsprozess zwischen Händlern, Regulierern und Börsenvertretern auf einen gemeinsamen Nenner gebracht (Millo 2007; vgl. zur Bedeutung von Netzwerken ebenfalls Garcia-Parpet 2007).

In vielen Studien wird der *Staat* als intervenierender Akteur zum Thema gemacht. Ein Beispiel ist die Entwicklung des amerikanischen Hypothekenmarktes in den 1930er Jahren: Obwohl alle Marktteilnehmer von einem liquiden sekundären Hypothekenmarkt profitiert hätten, konnte ein solcher Markt durch keinen der direkt Beteiligten geschaffen werden. Das Ausgangsproblem bestand zunächst in der Einzigartigkeit jeder einzelnen Hypothek. Wegen der Unklarheiten in Bezug auf den Wert der Immobilie, die Solvenz des Hypothekenehmers und die Dokumentation der Eigentümerschaft konnten Hypotheken kaum ein handelbares Kapitalmarktobjekt darstellen. Durch Standardisierung und Homogenisierung bzw. Simplifizierung und Klassifizierung wurden die Hypotheken kommensurabel gemacht und in Gruppen eingeteilt. Dadurch wurden sie für eine große Zahl von Kapitalanbietern attraktiv. Da der Prozess der Standardisierung und Klassifizierung aber, damals wie heute, den Akteuren zahlreiche Möglichkeiten bietet, Wissensasymmetrien profitträchtig auszunutzen, waren die staatlichen Regulierungsbehörden als Marktmacher gefragt. Sie legten Kriterien fest, nach denen der Wert und das Risiko der jeweiligen Hypothek erfasst und in Klassen eingeteilt werden konnte. Zur Absicherung des Risikos wurden darüber hinaus die staatlichen Hypothekenbanken Fannie Mae, Ginnie Mae und Freddie Mac gegründet:⁸

⁷ Dass das Sakrale prinzipiell nicht handelbar sei, kann jedoch nicht behauptet werden. Im Gegenteil sind die Verknüpfungen zwischen dem Sakralen und dem Tausch in Geldäquivalenten häufig sehr eng. Verwiesen sei an dieser Stelle nur auf die Geschichte des Ablasshandels sowie auf die Verknüpfung indischer Tempelrituale mit der globalen Tempelhaar-Industrie.

⁸ Fannie Mae beispielsweise wurde 1938 als Bundesbehörde gegründet und 1968 vom US-amerikanischen Kongress in eine private Aktiengesellschaft umgewandelt. Als Reaktion auf die Krise des US-amerikanischen Hypothekenmarktes wurde Fannie Mae im September 2008 wieder einer Bundesbehörde unterstellt (der Federal Housing Finance Agency) und mit umfangreichen Staatsbürgschaften abgesichert.

„The essential components of liquidity of residential mortgage debts are provided by a centrally planned and government-backed market maker“ (Carruthers und Stinchcombe 1999: 370).

Ein weiteres Beispiel ist die Schaffung handelbarer CO₂-Emissionsrechte in den USA. Sie wird als marktkonforme Alternativlösung zu umweltpolitischer Regulierung präsentiert, wirft aber eine Vielzahl von Kommensurationsproblemen auf. Diese Probleme konnten erst durch staatliche Interventionen und umfassende Eingriffe der Regulierungsbehörde gelöst werden. Levin und Espeland (2002) bezeichnen die Schaffung von Emissionshandelssystemen daher als radikalen Regulierungsansatz.

Nicht nur staatliche Interventionen und Regulierungen, sondern auch wissenschaftliche Expertise kann für die Herstellung der Handelbarkeit eines Objekts von erheblicher Bedeutung sein. Das ist dort der Fall, wo technologische Innovationsprozesse zur Entwicklung neuer Produkte führen, oder auch dort, wo Produkten eine Unbedenklichkeitsbescheinigung oder ein Gütesiegel aufgrund einer wissenschaftlich abgesicherten Qualitätskontrolle verliehen wird. Wissenschaftliche Expertise kann die Handelbarkeit eines Produkts unmittelbar oder mittelbar ermöglichen. MacKenzie (2008) zeigt beispielsweise, wie die durch ein internationales Wissenschaftlergremium für jedes einzelne Treibhausgas festgelegten Global Warming Potentials (GWP) einige Jahre später als „Wechselkurs“ bei der Schaffung global handelbarer CO₂-Emissionsrechte eingesetzt wurden. Das Wissenschaftlergremium legte die GWP nicht in der Absicht fest, eine gemeinsame Metrik für die Zuweisung eines Tauschwertes für handelbare Emissionsrechte zu schaffen. Ziel war es vielmehr, die Eintrittswahrscheinlichkeit eines von Menschen verursachten Klimawandels zu berechnen. Wissenschaftlich betrachtet sind GWP mit erheblicher Ungewissheit belastet, da sie auf groben Schätzungen mit einem großen Zufallsstreuungsbereich beruhen. Dennoch wurden durch die Übernahme dieser Faktoren die Grundlagen für die Bestimmung des Marktwerts für Klimaschutzmaßnahmen gelegt: „A ‚social‘ factor – the authority of the Intergovernmental Panel on Climate Change – is thus an essential part of ‚making things the same‘ in carbon markets“ (MacKenzie 2008: 12).

In einem viel weiter gehenden Sinn betont der Performativitätsansatz die konstitutive Rolle der ökonomischen Theorie für die soziale Konstruktion von Wirtschaftsobjekten und Mustern ökonomischer Rationalität. Gemeint ist nicht nur die Vermutung, dass sich vor allem Wirtschaftsstudenten an der Vorstellung individueller Nutzenmaximierung orientieren (Marwell und Ames 1981). Angesichts verschiedener Interpretationen des Zusammenhangs von Wissen und Wirklichkeit argumentiert MacKenzie, dass man von Performativität in einem starken Sinne nur sprechen kann, wenn die ökonomische Theorie die Wirklichkeit, die sie analysiert, in diesem Prozess selbst erzeugt. Dies gelte beispielsweise für die Entwicklung des Optionsmarktes in den USA (MacKenzie 2006). Aber auch Garcia-Parpets Studie (2007) über die Neuschaffung eines Erdbeermarktes zeigt, dass die Entstehung eines beinahe lehrbuchartigen Marktsystems in dem untersuchten Fall vor allem auf den Einfluss eines ökonomischen Beraters zurückzuführen war, der die Axiome des perfekten Wettbewerbssystems sogar baulich umgesetzt hat: Die Anbieter und Nachfrager sind füreinander anonym und unsichtbar, so dass keinerlei nicht-marktliche (soziale) Beziehung den reinen Markttausch beeinflussen kann. Allerdings sollten diese Beispiele nicht vorschnell verallgemeinert werden, da sich eine Performativität von wirtschaftswissenschaftlichen Theorien keineswegs im-

mer nachweisen lässt. In ihrer Untersuchung der Schaffung handelbarer Fischereiquoten in den Lofoten weisen Holm und Nielsen (2007) z. B. darauf hin, dass Ökonomen (in diesem Falle aus dem Bereich der Ressourcenökonomie) erst mit erheblicher Zeitverzögerung Einfluss auf die Entwicklung des Handelssystems nehmen konnten. Die norwegische Fischereipolitik blickte auf eine lange Tradition der antikapitalistischen Rhetorik zurück, und die norwegischen Fischer agierten zunächst als wertrationale Verteidiger der traditionellen Küstefischerei (Holm und Nielsen 2007: 191 f.). Die Autoren zeigen, dass das ökonomische Konzept der handelbaren Quoten offenbar zunächst ritualartig zurückgewiesen werden musste, um dann unter einem anderen Namen („Structural Quota System“ anstelle der „Individual Transferable Quotas“) neu eingeführt werden zu können – zu einem Zeitpunkt, als sich handelbare Fischereiquoten in der Praxis bereits durchgesetzt hatten und allmählich an Legitimität gewannen.

Deutlich ist jedenfalls, dass die Handelbarkeit von Marktobjekten in vielen Fällen erst durch umfangreiche Investitionen von dritter Seite hergestellt werden kann. Insbesondere neuartige und nicht tangible Objekte wie Finanzmarktprodukte oder Emissionsrechte können erst durch komplexe soziale Prozesse austauschbar, vergleichbar und in ihrer Qualität und Legitimität überprüfbar gemacht werden. Ungesteuerter kultureller Wandel kann hierfür ebenso Erklärungen liefern wie Netzwerkbildungen, gezielte Interventionen von staatlichen und nicht-staatlichen Akteuren sowie die performative Wirksamkeit von (Wirtschafts-)Wissenschaft.

2. Die soziale Konstitution von Wettbewerb

Wettbewerbsstrukturen sind ein besonders interessantes Thema für die Frage nach der sozialen Konstitution von Märkten. Einerseits gilt Konkurrenz um Tauschchancen als definitorisches Merkmal von Märkten, andererseits tendieren Märkte dazu, Wettbewerbsstrukturen aufzulösen und Monopole entstehen zu lassen. Für Max Weber führt gerade die Durchsetzung kapitalistischer Rationalität zur Ausbildung von Monopolpositionen der Produzenten, die die rationale Beherrschung der Marktvorgänge ermöglichen (Weber 1988: 384). Die Frage nach dem Verhältnis von Ordnung und Dynamik in Märkten (Beckert 2007) stellt sich am Beispiel von Wettbewerb daher besonders pointiert.

Bei den Untersuchungen zur Schaffung und Erhaltung von Marktstrukturen ergeben sich Überschneidungen und Anknüpfungspunkte zwischen der Marktsoziologie einerseits und der Politikwissenschaft sowie der Politischen Ökonomie andererseits. Wie Czada und Lütz (2000) feststellen, können Märkte ohne aktive politische Förderung nicht gedeihen. Am Beispiel der Transformationsländer stellen sie heraus, dass im Übergang zur Marktwirtschaft vor allem Eigentumsrechte und Wettbewerbsstrukturen durch staatliche Vorgaben geschaffen wurden. Nach Lütz und Czada ist staatliches Eingreifen vor allem dann notwendig, wenn Märkte natürliche Monopole darstellen oder negative Externalitäten hervorbringen. In solchen Fällen des Marktversagens kommt es zu einem Konflikt mit politisch angestrebten Zielen, wie gesellschaftliche Wohlfahrt, Verteilungsgerechtigkeit u. a. Auch die in der Literatur über Governance-Typologien (Hollingsworth und Boyer 1997) angesprochenen indirekten Formen der ökonomischen Handlungskoordination werden unter dem Gesichtspunkt diskutiert, welche Vor-

und Nachteile die jeweiligen Koordinationstypen im Hinblick auf die wirtschaftliche Produktivität oder die langfristigen Wachstumschancen mit sich bringen. In ähnlicher Weise bezieht sich die Literatur über die verschiedenen Spielarten des Kapitalismus auf die Frage, welche institutionellen Voraussetzungen nationale Ökonomien mit sich bringen, um Innovationen hervorzubringen (Hall und Soskice 2001). Bevor darüber debattiert werden kann, welche Marktstrukturen nützlich erscheinen und wie Marktversagen verhindert werden kann, stellt sich aus soziologischer Sicht jedoch die grundlegendere Frage nach der Möglichkeit von Märkten überhaupt. Dabei geht es nicht nur um staatliche Regulierung zur Vermeidung von Monopolbildung, sondern um die Frage einer grundlegenden Orientierung der Wettbewerber. In welcher Weise verbinden sich Vorstellungen von Wettbewerb mit Vorstellungen von Effizienz? Wie verändern sich Vorstellungen zur Legitimität spezifischer Wettbewerbsformen? Wodurch werden unterschiedliche Formen von Wettbewerb bestimmt? Wie erkennen Marktteilnehmer, welche Wettbewerber für sie relevant sind?

Wettbewerbsstrukturen sind daher ein wichtiger Aspekt der sozialen Konstitution von Märkten, der in vielen soziologischen Arbeiten aufgegriffen wird (Dobbin 1994; Djelic 1998; Guler et al. 2002; Djelic und Kleiner 2006). Dobbin (1994) beispielsweise setzt sich in seiner historischen Analyse der Entstehung von Eisenbahnsystemen in vier verschiedenen nationalen Kontexten mit dem Zusammenhang zwischen staatlicher Industriepolitik und der Formierung von Wettbewerbsstrukturen auseinander. Er arbeitet den Einfluss nationaler politischer Kulturen auf die soziale Struktur von Industrien und Märkten heraus. Mit dem Begriff der politischen Kultur meint er Bedeutungssysteme oder Paradigmen, die Vorstellungen über Rationalität, Effizienz und Angemessenheit beinhalten. In Frankreich beispielsweise ließ die politische Kultur der zentralistischen Planung eine enge *staatliche* Kontrolle der Märkte als Schlüssel zu ökonomischer Ordnung und Effizienz erscheinen. Im Unterschied dazu stellte die britische politische Kultur der unveräußerlichen individuellen Souveränität die *unternehmerische* Kontrolle über den gesamten Prozess in den Vordergrund (Dobbin 1994: 215). Die Bedeutung staatlicher Interventionen ist also nicht nur in ihrem Beitrag zur Bewältigung spezifischer Marktprobleme zu sehen, sondern darin, dass sie grundlegende Maximen über Effizienz, Rationalität und Wettbewerb vermitteln. Die politische Kultur erfüllt eine orientierende Funktion für die Konstitution von Märkten.

Der Umgang der Wettbewerber untereinander und die Praktiken der Allianzbildung sind Ausdruck national spezifischer Modelle der Unternehmenskontrolle (Fligstein 1990). Die staatlichen Vorgaben, wie sie sich in den entsprechenden Wettbewerbsregulationen manifestieren, werden flankiert von kulturellen Vorstellungen über legitime Formen des Wirtschaftens. Nach amerikanischem Rechtsverständnis etwa gilt die Zusammenarbeit zwischen unabhängigen Unternehmen als illegal und auch als moralisch inakzeptabel. Im internationalen Rahmen stellte diese Auffassung nach dem Zweiten Weltkrieg noch eine Ausnahme dar. Im Gegensatz dazu galten Firmennetzwerke in vielen europäischen Volkswirtschaften als legal und wünschenswert (Djelic und Kleiner 2006: 288). Der Marshall-Plan lässt sich, wie Djelic (1998) argumentiert, als Versuch der „Amerikanisierung“ der westeuropäischen Volkswirtschaften und der Verbreitung US-amerikanischer Wettbewerbsnormen interpretieren. Dies hat zwar nicht zu einer Einebnung der institutionellen Sonderwege in Westeuropa, aber doch zu einer zunehmenden Konvergenz geführt. Allerdings gewinnen seit den 1980er Jahren transnationa-

le Netzwerke an Bedeutung, die ein spezifisches Verständnis von Wettbewerbspolitik weltweit durchzusetzen und die jeweiligen nationalen Kartellgesetze zu beeinflussen versuchen (Djelic und Kleiner 2006). Neben transnationalen Netzwerken und multinationalen Konzernen spielt jedoch auch die nationalstaatliche Politik nach wie vor eine wichtige Rolle für die Durchsetzung institutioneller Isomorphien im globalen Rahmen. Auch sie kann die Diffusion organisationaler Modelle quer über nationale Grenzen hinweg bewirken (Guler et al. 2002).

Den bisherigen Ausführungen lag eine Makroperspektive zugrunde, in der die Einbettung der Märkte in politische Kulturen oder transnationale Netzwerke als prägender Faktor von Wettbewerbsstrukturen in den Blick tritt. Eine dazu komplementäre Perspektive richtet sich auf die Mikroanalyse der kognitiven Orientierungen der Akteure in einzelnen Arenen des Wettbewerbs. Der klassische Beitrag hierzu stammt von Harrison White (2002). In seinem Marktverständnis sind Märkte Gruppen von Unternehmen, die sich gegenseitig beobachten und dabei ein spezifisches Marktprofil erzeugen. Die jeweiligen Netzwerkbeziehungen zwischen den Produzenten, Zulieferern, Abnehmern und Konkurrenten liefern die strukturelle Rahmung. Die Akteure interpretieren nicht nur die verfügbaren Informationen über die Konkurrenten, sondern setzen auch eigene „Signale“, um den Zulieferern und Abnehmern die eigene Position innerhalb ihrer Nische zu vermitteln. Die Tragfähigkeit dieses Erklärungsansatzes hängt freilich davon ab, dass es sich um relativ überschaubare Gruppen von Konkurrenten handelt, die sich wechselseitig beobachten und vergleichen können (White 2002). Das tatsächliche Ergebnis, das Marktprofil, bildet sich in einem historischen Trial-and-Error-Suchprozess der Produzenten heraus. Obwohl die Produzenten den Markt aktiv konstituieren, geht dieser Ansatz eher von einem evolutionären als einem geplanten Verlauf aus (White und Godart 2007: 204).

Anknüpfend an die These, dass Unternehmen auch in größeren Industrien immer nur mit einer eingeschränkten Anzahl an Wettbewerbern konkurrieren, fragen Lant und Baum (1995), welche Rolle kognitive Konzepte von Managern im Wettbewerb spielen und welchen Einfluss diese Konzepte auf Institutionalierungsprozesse innerhalb der Wettbewerbsarenen haben. In ihrer Studie über den Hotelsektor in Manhattan stellen sie heraus, dass es sich um einen reziproken Prozess handelt, „where managers *categorize* competitive sets based on the attributes and actions of these firms, and simultaneously, managers take *action* that is consistent with these categorizations, thus *enacting* a structure of strategic groups“ (Lant und Baum 1995: 19; Hervorhebungen im Original). In der Studie zeigt sich eine erstaunliche Konvergenz in den jeweiligen Wahrnehmungen der direkten Wettbewerber durch die befragten Hotelmanager. Manager verwenden eine Reihe von strategischen Informationen, um auf dieser Grundlage die für sie relevanten Wettbewerber herauszufiltern und passen sich dann in ihren strategischen Entscheidungen aneinander an. Lant und Baum schließen daraus, dass Wettbewerbsgruppen sozial konstruierte kognitive Gemeinschaften sind, in denen institutionelle Isomorphien entstehen. Indirekt bestätigt diese Studie das Marktmodell von White, in dem die Produzenten sich in ihren Produktionsentscheidungen weniger an den Abnehmern als vielmehr an den anderen Produzenten in der gleichen Wettbewerbsgruppe orientieren. Die wechselseitige Beobachtung der Anbieter wird hier als konstitutives Element der Wettbewerbsstruktur interpretiert.

Die Theorie sozialer Netzwerke spielt in der Diskussion über die Konstitution von Märkten eine zentrale Rolle (Granovetter 1974; White 1981; Burt 1992; Callon 1999). Netzwerke werden beispielsweise im Zusammenhang mit mikropolitischen Auseinandersetzungen um neue Märkte und den Zugang zu ihnen zum Thema gemacht. Garcia-Parpet (2007) zeigt, dass in der konfliktreichen Entwicklungsphase des bereits erwähnten Erdbeermarktes zunächst bestehende soziale Netzwerke gelöst werden mussten, damit die Produzenten sich nicht länger den an der alten Marktform interessierten Käufern und Kooperativen verpflichtet fühlten. Stattdessen entstanden neue Unterstützungsnetzwerke. Die wenigen Akteure, die sich für einen Auktionenhandel mit Erdbeeren einsetzten, entwickelten im Laufe der Zeit eine kollektive Identität und gemeinsame Überzeugungen (Garcia-Parpet 2007: 45 f.). Hier wird Markt eher als ein Kampfplatz beschrieben (a field of struggle), auf dem die an dem Auktionssystem interessierten Akteure täglich dafür sorgen, dass die neu geschaffenen Marktregeln eingehalten werden.

Auch für die Phase des Markteintritts sind Netzwerke von großer Bedeutung (Podolny 2001). Eine Untersuchung von Gergs (2001, 2002) über die Marktzugangschancen von neuen Unternehmen in Ostdeutschland arbeitet heraus, dass die Netzwerkbeziehungen, auf die westdeutsche Manager zurückgreifen können, dem Sozialkapital ostdeutscher Manager überlegen sind. Der Zugang zu den für das Überleben des Unternehmens notwendigen Ressourcen hängt unmittelbar von dem „Sozialkapital“ ab, das die Manager in ihrer bisherigen Karriere und Ausbildung erworben haben. Jensen (2003) weitet das Argument auf Unternehmen aus, die ihre Reputation unter bestimmten Voraussetzungen von einem Markt auf einen anderen übertragen können. Als Beispiel zieht er eine Studie über eine Geschäftsbank heran, die ihre Tätigkeit auf den Bereich des Investmentbankings ausdehnt. Jensen kann zeigen, wie der im bisherigen Geschäft erworbene Netzwerkstatus der Bank, d. h. die Position, die die Bank im Verhältnis zu anderen Banken im gleichen Segment einnimmt, den Eintritt in den neuen Markt ebnet und die Marktunsicherheit erheblich reduzieren kann. Der Netzwerkstatus, den die Bank im Geschäftsbankensektor erworben hat, ermöglicht auch im Investmentbankensektor den Aufbau von Vertrauen und Reputation (Jensen 2003).

Netzwerke stellen jedoch nicht nur Ressourcen für die Marktteilnehmer bereit, sondern haben auch einen Einfluss darauf, welche Arten von Unsicherheit ihnen in den Blick geraten. In einem Vergleich der innovativen Biotechnologie-Cluster in der kalifornischen Bay Area und in der Region um Boston arbeiten Owen-Smith und Powell (2004, 2008) diesen Sachverhalt heraus. Beide Biotechnologie-Cluster sind geprägt durch dicht integrierte Netzwerke, in denen Biotechnologie-Firmen, Risikokapital-Firmen, staatliche Einrichtungen, große multinationale Konzerne und öffentliche Forschungseinrichtungen in vielfältiger Weise kooperieren. Während jedoch das kalifornische Cluster durch die Aktivitäten von bereits in der Region etablierten Risikokapital-Firmen bestimmt ist, ging die wesentliche Innovationsdynamik in dem Bostoner Cluster vor allem von öffentlichen Forschungseinrichtungen (Universitäten und Forschungskliniken) aus (Owen-Smith und Powell 2004, 2008: 610 ff.). Die Dominanz von Universitäten führte zu einer stärkeren Offenheit im Prozess der Wissenserzeugung und -diffusion und zu einem spezifischen Patentmuster, das sich typischerweise auf wenige einflussreiche Patente konzentriert. Im Unterschied dazu ist die Dominanz der Risikokapital-Firmen eine Grundlage für einen vergleichsweise geschlossenen und eigentums-

orientierten Umgang mit Wissen sowie einer quantitativ umfangreichen, aber im Ergebnis eher inkrementellen Patenttätigkeit.

Zusammenfassend zeigen diese Beiträge, dass die Wettbewerbsstrukturen nicht nur durch staatliche Regulierung geprägt sind, sondern dass angemessene und legitime Formen des Wettbewerbs kulturell vorgegeben sind und lokal variieren können. Auch die Prozesse der Kognition und Strategiebildung sind sozial eingebettet. Zudem wird der ambivalente Charakter sozialer Netzwerke erkennbar: Zum einen können enge Netzwerkbeziehungen Wettbewerb verhindern, zum anderen dienen sie aber der Orientierung und können als Ressource genutzt werden, um neue Märkte zu erschließen.

3. Die soziale Konstitution von Marktteilnehmerschaft

Die soziale Konstitution von Marktteilnehmerschaft als Rolle oder Identität ist für die Herausbildung von Märkten nicht minder wichtig wie die des Wettbewerbs, jedoch lässt der Forschungsstand hier noch zu wünschen übrig. Ökonomische Analysen setzen die Existenz von Akteuren, die in der Lage (und willens) sind, Entscheidungen auf der Grundlage von rationalen Kalkülen zu treffen, in der Regel einfach voraus. Die Fähigkeit zur Teilnahme am Markt kann jedoch nicht einfach unterstellt werden, da hier viele Fragen zunächst geklärt werden müssen. Weber betont die Besonderheiten des Markthandelns und hebt seinen „spezifisch sachlich[en], am Interesse an den Tauschgütern und nur an diesen“ (Weber 1988: 382 f.) orientierten Charakter hervor. Im Vordergrund stehen Fragen wie: Wer darf womit handeln (Regulation des Marktzugangs)? Von wem kann rationales Markthandeln erwartet werden und von/bei wem würde das als abstoßend wahrgenommen werden? Wie lernen neue Marktakteure, sich innerhalb der Marktbeziehungen zu organisieren? Unter welchen Bedingungen lernen sie, ihren Profitinteressen unbekümmert um das Wohl des Tauschpartners zu folgen?

Hinter dieser Problematik verbirgt sich die gesellschaftstheoretisch interessante Frage nach der Akteurskonstitution. Bereits Karl Marx und Max Weber haben gezeigt, dass Akteure nicht a-historisch zu denken sind, sondern als Produkt der gesellschaftlichen Verhältnisse betrachtet werden müssen. Dabei ist es zunächst unerheblich, ob der Blick, wie bei Weber, auf den kulturellen Prozess der okzidentalen Rationalisierung gerichtet wird, der den kapitalistischen Unternehmer hervorbringt, oder ob, wie bei Karl Marx, die kapitalistischen Produktionsverhältnisse gesellschaftliche Klassen entstehen lassen.⁹ Materialistische und kultursoziologische Erklärungsansätze stimmen darin überein, dass die Identitäten von Akteuren als gesellschaftlich konstituiert begriffen werden.

In der neueren Soziologie werden Akteure jedoch häufig vorausgesetzt. Eine wichtige Ausnahme hiervon bildet der Actor-Network-Ansatz, der von Bruno Latour entwickelt und von Michel Callon in den letzten Jahren auf die Analyse von Märkten übertragen worden ist (Callon 1999). Dieser Ansatz zeichnet sich durch eine radikale Offenheit und Indeterminiertheit des Akteurskonzepts aus. Weder über die physische, noch über die innere, motivationale und psychische Verfassung von Akteuren werden

⁹ Thompson (1963) greift die Frage nach der Entstehung der Arbeiterklasse in seiner kulturhistorischen Arbeit auf und stellt dabei die aktive Beteiligung der Arbeiter im Sinne einer Selbstartikulation heraus.

spezifische Annahmen formuliert. Dadurch kann gezeigt werden, wie Akteure in jeweils spezifischen Netzwerkkonstellationen ihre Identität finden und eine innere Prägung erfahren. Dabei geht es insbesondere um die performative Wirksamkeit der Ökonomie als derjenigen Wissenschaft, die ihre eigenen Subjekte hervorbringt, sowie um die Bedeutung von technisch-materiellen Artefakten für die Entstehung von hybriden Gebilden, die selbst den Status von „Akteuren“ gewinnen. Einen anderen Zugang bietet der makrophänomenologische Ansatz im soziologischen Neoinstitutionalismus, der die Diffusion von Akteursmodellen analysiert. Gezeigt wird hier, wie sich das Konzept des autonom und rational handelnden individuellen und kollektiven Akteurs als weltweit gültiges Modell durchsetzt (Meyer und Jepperson 2005; Krücken und Meier 2006). Einen besonderen Einfluss auf diesen Diffusionsprozess haben Instanzen der Beratung und des Theoretisierens (Strang und Meyer 1993), aber auch Professionen und quasi-professionelle Gruppen (Fogarty und Rogers 2005; Leicht und Fennell 2008). Immer geht es um die Verbreitung von standardisierten Handlungsweisen, Situationsdeutungen und Identitäten (Glynn 2008). Einen wiederum anderen Zugang zur Analyse der Herausbildung von Marktidentitäten bietet der bekannte Ansatz Pierre Bourdieus, der das Markthandeln auf die Formierung und Inkorporation eines spezifischen profit- und vorteilsorientierten „Habitus“ zurückführt (Bourdieu 2000; Diaz-Bone 2007).

Marktsoziologische Untersuchungen beziehen sich häufig explizit oder implizit auf die genannten theoretischen Positionen. Aber es wird kaum gesehen, dass mit der Einführung von neuen Märkten auch neue Akteure entstehen oder veränderte Identitäten ausgebildet werden. Holm und Nielsen erwähnen in ihrem bereits angeführten Beitrag über die norwegische Fischerei, dass die eher wertrationalen Fischer durch die Einführung des Quotensystems zu Quotenbesitzern wurden. Das hatte erhebliche Auswirkungen auf ihre Handlungsorientierung: „Instead of coastal custodians – visitors in an open commons – they became resource owners, and as such they became motivated to protect their private gains. We witnessed this by the change in the makeup of the Fishermen’s Association, transforming it from an institution dedicated to the values of coastal communities, into an instrument, a vessel for the vested interests of quota owners“ (Holm und Nielsen 2007: 191). In ähnlicher Weise analysiert Kalthoff in mehreren Beiträgen die bankwirtschaftlichen Praktiken, durch die, sozusagen als Nebeneffekt, auch die Bankkunden konstituiert werden. Das bezieht sich zum einen auf die Neu-Konstituierung von Unternehmen durch die bankwirtschaftliche Praxis der Risikobewertung (Kalthoff 2004: 167, 2005: 78), zum anderen auf die Konstitution des privaten Bankkunden als Akteur, der kompetent mit Transaktionstechnologien umgehen kann (Kalthoff 2004: 159). Auch in der Darstellung der Neugestaltung des Erdbeermarktes in Fontaines-en-Sologne wird die damit einhergehende Transformation des Status der Produzenten am Rande erwähnt. Eine bislang eher wenig entwickelte Region Frankreichs wurde durch den Erdbeermarkt allmählich in eine Erzeugerregion umgewandelt, wodurch sich der „Erdbeerproduzent“ als neue und sozial anerkannte Identität konstituierte (Garcia-Parpet 2007: 41, 45). In keiner der genannten Studien wird die These der sozialen Konstitution von Marktakteuren jedoch theoretisch oder empirisch vertieft.

Einige wenige Arbeiten greifen allerdings die semantisch-diskursive Konstitution von Marktteilnehmerschaft nicht nur als Randthema auf. Stäheli (2007) beispielsweise

untersucht, wie sich im Übergang zum 20. Jahrhundert in den Semantiken und Diskursen in Amerika eine Popularisierung der Börsenspekulation entwickelt. Die soziale Identität des Börsenspekulanten wird dadurch für breitere Bevölkerungsschichten nicht nur ökonomisch interessant, sondern auch moralisch und politisch akzeptabel (Stäheli 2007). Preda (2005) wiederum beschäftigt sich mit der Herausbildung der kulturellen Figur des Investors, der eine tragende Rolle für die Entwicklung des westlichen Kapitalismus spielt. Das theoretische Argument bezieht sich auf die Entstehung von sozial legitimierten Akteurstypen. Preda beschreibt in seiner Untersuchung, wie sich die Figur des Investors in einer Konfiguration von Diskursen, materiellen Arrangements und kognitiven Instrumenten herausbildet. Während im 18. Jahrhundert der Investor eher als Spieler interpretiert wird, wird er in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts zu einem wissenschaftlich agierenden, rational planenden *economic man* (Preda 2005: 157). Die Bedeutung von kognitiven Instrumenten wird auch in der Analyse der Entstehung von Finanzanalysten als einer spezifischen Statusgruppe herausgearbeitet. So zeigt Preda die wechselseitige Konstitution von Experten und den Nutzern der Expertise durch die Entwicklung der Chart-Technik. Die Experten schufen sich in ihrem Bemühen um eine eigenständige Marktposition einen eigenen Nutzertypus. Wie Preda formuliert: „... users are pre-configured in the body of expert knowledge they employ“ (Preda 2007: 47).

Neben diesen historisch orientierten Analysen liefern gerade Untersuchungen über neu geschaffene Märkte Einsichten darüber, wie sich Marktteilnehmer erst als solche konstituieren müssen. Engels, Knoll und Huth zeigen in einer aktuellen Studie zum europäischen Emissionshandel, wie sich Unternehmen in ganz unterschiedlicher Weise als Marktteilnehmer in dem 2005 verbindlich eingeführten Emissionshandelssystem definieren (Engels et al. 2008). Während einige Unternehmen die CO₂-Emissionsrechte als eine normale Handelsware wie jede andere betrachten und sich am Arbitrage-Handel mit Emissionsrechten beteiligen, nehmen andere den Emissionshandel gar nicht erst als Markt wahr und treffen daher auch keine Handelsentscheidungen. Engels, Knoll und Huth führen diese Unterschiede zum Teil auf spezifische institutionelle Einbettungen der Unternehmen zurück. Nationale Institutionenarrangements treffen hier auf Besonderheiten einzelner Unternehmen, beispielsweise auf den Zugang zu externer Beratung und zu spezialisierten Dienstleistungsindustrien und auf die unternehmensinterne Verortung der Entscheidungskompetenz zum Emissionshandel. Ob und wie sich Unternehmen im europäischen Emissionshandelssystem als Marktteilnehmer konstituieren, hängt dann u. a. davon ab, welche Abteilung innerhalb des Unternehmens für die Entscheidungen im Emissionshandel zuständig ist, denn hier kommen professionsbedingte Situationsdeutungen und Entscheidungsroutinen zum Tragen. Unterschiedliche Sichtweisen ergeben sich z. B. zwischen dem Portfoliomanagement und dem Umweltmanagement oder der Rechtsabteilung (Engels 2009). Gleiches gilt für die externe Beratung, die von den Unternehmen in Anspruch genommen wird: Banken sind in ihrer Beratungstätigkeit eher auf eine finanztechnische und damit marktorientierte Beratung festgelegt; Ingenieurbüros hingegen richten ihre Expertise eher auf technologische Lösungen für das Problem der Emissionsbegrenzung. Die Frage, ob sich ein Unternehmen überwiegend von dem jeweiligen Industrieverband oder von einem Finanzexperten beraten lässt, hat entscheidenden Einfluss darauf, wie es sich selbst als Marktteilnehmer im Europäischen Emissionshandel konstituiert.

Die erwähnten Arbeiten zur sozialen Konstitution von Marktteilnehmerschaft zeigen erneut, wie voraussetzungsreich Märkte sind. Gesellschaftstheoretisch interessant ist hieran nicht nur die Entstehung von Marktteilnehmerschaft, sondern auch, wie Marktakteure ihr Handeln legitimieren und wie ihre Identitäten selbst kulturell beziehungsweise durch technisch-materielle Artefakte geformt werden.

III. Die gesellschaftliche Bedeutung von Märkten in theoretischer Perspektive

Die neue Wirtschaftssoziologie liefert eine Fülle von Einsichten über die nicht-marktlichen gesellschaftlichen Voraussetzungen von Märkten. Dabei geraten so unterschiedliche Faktoren wie staatliche Regulierung, kulturelle Voraussetzungen, Beratungsinstanzen, technisch-materielle Artefakte, soziale Netzwerke und Machtbeziehungen in den Blick. Märkte müssen organisiert und aufrecht erhalten werden, und diese Notwendigkeit verursacht Kosten. Mit Bezug auf die eingangs erwähnte politische Diskussion über die Nützlichkeit von Märkten bieten diese Analysen vor allem eines: einen unaufgeregten Blick auf Märkte. Märkte haben keine magischen Eigenschaften und sie entstehen nicht aus dem Nichts. Ebenso wenig wie das *perpetuum mobile* jemals gebaut werden kann, wird es einen *mercatus per se ipsum* geben. Indem die Marktsoziologie die nicht-marktlichen Voraussetzungen des Marktes herausarbeitet, leistet sie damit einen wichtigen Beitrag zur Entzauberung von Märkten.

Der Überblick macht jedoch auch deutlich, dass die bisher überwiegend empirisch ausgerichteten Marktanalysen in der Zukunft wieder stärker theoretisch fundiert werden sollten (vgl. hierzu auch den Rezensionssessay von Schluchter 2007). Diese Weiterführung ist in zumindest drei Richtungen wünschenswert. *Erstens* sollte eine stärkere theoretische Reflexion der Formenvielfalt von Märkten erfolgen, die über eine kontextgebundene, ausschließlich empirische Beschreibung von spezifischen Märkten hinaus führt. Dazu gehört auch die Frage, inwiefern sich Märkte z. B. für handelbare Rechte oder Derivate grundsätzlich von Märkten für Erdbeeren u. ä. unterscheiden. Ergeben sich bei nicht-tangiblen Tauschobjekten spezifische Probleme, deren Lösung von neuartigen nicht-marktlichen Voraussetzungen abhängt? Entstehen für die Marktakteure in global strukturierten Märkten prinzipiell andere Formen von Unsicherheit als in lokal begrenzten Märkten? Und was folgt daraus für eine soziologische Theorie der Marktkonstitution? *Zweitens* sollten die Fragestellungen der soziologischen Klassiker zum Verhältnis von Wirtschaft und Gesellschaft wieder verstärkt aufgegriffen werden. Es stellt sich die Frage, wie zwingend Märkte und Kapitalismus assoziiert sind. Zum einen kann man historisch zeigen, dass Formen des Markttausches der Entstehung der kapitalistischen Wirtschaftsweise vorausgingen; zum anderen lassen die politischen Reaktionen auf die aktuelle Finanzmarktkrise das Verhältnis von Kapitalismus und Märkten zumindest als sehr variabel erscheinen. Welche Rolle spielen die Begriffe Markt und Kapitalismus also für die Analyse der Gegenwartsgesellschaft? Und welche gesellschaftlichen Folgen hat die zu beobachtende Expansion der Märkte und der Marktförmigkeit sozialen Handelns? Einerseits stößt sie zweifellos auf Grenzen, andererseits ist es auch denkbar, dass Märkte sich selbst „entwickeln“ und ihre gesellschaftliche Bedeutung sich wandelt (Stehr 2007). Schließlich hat der Beitrag auf die zentrale Bedeutung des Staates für die Schaffung und Erhaltung von Märkten hingewiesen. Es stellt sich jedoch

gleichwohl die Frage, inwiefern Märkte auch jenseits staatlich gesetzter Ordnungen möglich sind. *Drittens* verdient das Verhältnis der neuen Wirtschaftssoziologie zu ihren theoretischen Vorläufern neue Aufmerksamkeit. Die Vielzahl der empirischen Fallstudien erfordert eine strengere Überprüfung des Erkenntnisanspruchs und des Erkenntnisgewinns. Das erscheint vielversprechender als die häufig ritualisierte Abgrenzung gegenüber der als Strohmännchen präsentierten ökonomischen Theorie.

Literatur

- Andres, Fritz. 2004. Der Boden als Privileg und Kapitalgut. *Zeitschrift für Sozialökonomie* 140: 3-11.
- Appadurai, Arjun. 1986. *The social life of things: Commodities in cultural perspective*. Cambridge MA: Cambridge University Press.
- Beckert, Jens. 1997. *Grenzen des Marktes*. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Beckert, Jens. 2007. Die soziale Ordnung von Märkten. In *Märkte als soziale Strukturen*, Hrsg. Jens Beckert, Rainer Diaz-Bone, Heiner Ganßmann, 43-62. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Beckert, Jens, Rainer Diaz-Bone und Heiner Ganßmann, Hrsg. 2007. *Märkte als soziale Strukturen*. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Berger, Johannes. 2004. Expandierende Märkte, schrumpfende Solidarität? Anmerkungen zu einer aktuellen Debatte. In *Transnationale Solidarität. Chancen und Grenzen*, Hrsg. Jens Beckert, Julia Eckert, Martin Kohli, Wolfgang Streeck, 246-261. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Bourdieu, Pierre. 2000. *Die zwei Gesichter der Arbeit*. Konstanz: Universitätsverlag.
- Bowker, Geoffrey, und Susan Leigh Star. 1999. *Sorting things out: classification and its consequences*. Cambridge MA: MIT Press.
- Braun, Marcel. 2009. The evolution of emissions trading in the European Union – the role of policy networks, knowledge and policy entrepreneurs. *Accounting, Organizations and Society* 34: 469-487.
- Burt, Ronald S. 1992. *Structural holes. The social structure of competition*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Caliskan, Koray. 2007. Price as a market device: cotton trading in Izmir mercantile exchange. In *Market devices*, Hrsg. Michel Callon, Yuval Millo und Fabian Muniesa, 241-260. Oxford, UK: Blackwell Publishing.
- Callon, Michel, Hrsg. 1998. *The laws of the markets*. Oxford, UK: Blackwell Publishers.
- Callon, Michel. 1999. Actor-network theory – the market test. In *Actor network theory and after*, Hrsg. John Law, John Hassard, 181-195. Oxford, UK: Blackwell Publishers.
- Callon, Michel, Yuval Millo und Fabian Muniesa, Hrsg. 2007. *Market devices*. Malden, MA et al.: Blackwell Publishing.
- Carruthers, Bruce G., und Arthur L. Stinchcombe. 1999. The social structure of liquidity: flexibility, markets, and states. *Theory and Society* 28: 353-382.
- Czada, Roland, und Susanne Lütz, Hrsg. 2000. *Die politische Konstitution von Märkten*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Diaz-Bone, Rainer. 2007. Habitusformierung und Theorieeffekte: Zur sozialen Konstruktion von Märkten. In *Märkte als soziale Strukturen*, Hrsg. Jens Beckert, Rainer Diaz-Bone, Heiner Ganßmann, 253-266. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Djelic, Marie-Laure. 1998. *Exporting the American model. The postwar transformation of European business*. Oxford: Oxford University Press.
- Djelic, Marie-Laure, und Thibaut Kleiner. 2006. The international competition network: moving towards transnational governance. In *Transnational governance. Institutional dynamics of regulation*, Hrsg. Marie-Laure Djelic, Kerstin Sahlin-Andersson, 287-307. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dobbin, Frank. 1994. *Forging industrial policy. The United States, Britain, and France in the railway age*. Cambridge MA: Cambridge University Press.

- Engels, Anita. 2009. The EU emissions trading scheme: an exploratory study of how companies learn to account for carbon. *Accounting, Organizations and Society* 34: 488-498.
- Engels, Anita, Lisa Knoll und Martin Huth. 2008. Preparing for the ‚real‘ market: national patterns of institutional learning and company behaviour in the European Union Emissions Trading Scheme (EU ETS). *European Environment* 18: 276-297.
- Espelund, Wendy N., und Mitchell L. Stevens. 1998. Commensuration as a social process. *Annual Review of Sociology* 24: 313-343.
- European Bank for Reconstruction and Development (EBRD). 2002. *Transition report 2002: Agriculture and rural transition*. London: EBRD.
- Fligstein, Neil. 1990. *The transformation of corporate control*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Fligstein, Neil. 2001. *The architecture of markets. An economic sociology of twenty-first-century capitalist societies*. Princeton: Princeton University Press.
- Fligstein, Neil, und Luke Dauter. 2007. The sociology of markets. *Annual Review of Sociology* 33: 6.1-6.24.
- Fogarty, Timothy J., und Rodney K. Rogers. 2005. „Financial analysts“ reports: An extended institutional theory evaluation. *Accounting, Organizations and Society* 30 (4): 331-356.
- Fourcade, Marion. 2007. Theories of markets and theories of society. *American Behavioral Scientist* 50: 1015-1034.
- Gaßmann, Heiner. 2007. Doppelte Kontingenz und wirtschaftliches Handeln. In *Märkte als soziale Strukturen*, Hrsg. Jens Beckert, Rainer Diaz-Bone, Heiner Gaßmann, 63-77. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Garcia-Parpet, Marie-France. 2007. The social construction of a perfect market: the strawberry auction at Fontaines-en-Sologne. In *Do economists make markets? On the performativity of economics*, Hrsg. Donald MacKenzie, Fabian Muniesa, Lucia Siu, 20-53. Princeton: Princeton University Press.
- Gergs, Hans-Joachim. 2001. Wie etablieren sich Unternehmen auf Märkten? Eine soziologische Rekonstruktion des Markteintrittsprozesses ostdeutscher Unternehmer. *Soziale Welt* 52: 297-322.
- Gergs, Hans-Joachim. 2002. *Manager und Märkte. Eine soziologische Untersuchung der Markterschließungslogiken im ostdeutschen Management*. Soziologie des Managements und der betrieblichen Modernisierung. München, Mering: Rainer Hampp.
- Glynn, Marie Ann. 2008. Beyond constraint: how institutions enable identities. In *The SAGE handbook of organizational institutionalism*, Hrsg. Royston Greenwood, Christine Oliver, Kerstin Sahlin, Roy Suddaby, 413-430. Los Angeles et al.: Sage.
- Granovetter, Mark. 1974. *Getting a job: a study of contacts and careers*. Cambridge: Harvard University Press.
- Guler, Isin, Mauro Guillén und John M. Macpherson. 2002. Global competition, institutions, and the diffusion of organizational practice: the international spread of ISO 9000 quality certificates. *Administrative Science Quarterly* 47: 207-232.
- Hall, Peter A., und David Soskice, Hrsg. 2001. *Varieties of capitalism. The institutional foundations of comparative advantage*. Oxford: Oxford University Press.
- Hillebrand, Frank. 2007. Kaufen, Verkaufen, Schenken: Die Simultanität von Tauschpraktiken. In *Märkte als soziale Strukturen*, Hrsg. Jens Beckert, Rainer Diaz-Bone, Heiner Gaßmann, 281-295. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Hirschman, Albert O. 1993. *Entwicklung, Markt und Moral. Abweichende Betrachtungen*. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Hollingsworth, J. Rogers, und Robert Boyer, Hrsg. 1997. *Contemporary capitalism. The embeddedness of institutions*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jensen, Michael. 2003. The role of network resources in market entry: commercial banks' entry into investment banking, 1991-1997. *Administrative Science Quarterly* 48: 466-497.
- Kalthoff, Herbert. 2004. Finanzwirtschaftliche Praxis und Wirtschaftstheorie. Skizze einer Soziologie ökonomischen Wissens. *Zeitschrift für Soziologie* 33: 154-175.
- Kalthoff, Herbert. 2005. Practices of calculation. Economic representations and risk management. *Theory, Culture & Society* 22: 69-97.

- Knorr Cetina, Karin, und Alex Preda, Hrsg. 2005. *The sociology of financial markets*. Oxford: Oxford University Press.
- Krücken, Georg, und Frank Meier. 2006. Turning the university into an organizational actor. In *Globalization and organization. World society and organizational change*, Hrsg. Gili S. Drori, John W. Meyer, Hokyung Hwang, 241-257. Oxford: Oxford University Press.
- Lant, Theresa K., und Joel A. C. Baum. 1995. Cognitive sources of socially constructed competitive groups. Examples from the Manhattan hotel industry. In *The institutional construction of organizations: international and longitudinal studies*, Hrsg. Richard W. Scott, Søren Christensen, 15-38. Thousand Oaks et al.: Sage.
- Leicht, Kevin T., und Mary L. Fennell. 2008. Institutionalism and the professions. In *The SAGE handbook of organizational institutionalism*, Hrsg. Royston Greenwood, Christine Oliver, Kerstin Sahlin, Roy Suddaby, 431-448. Los Angeles et al.: Sage.
- Levin, Peter, und Wendy N. Espeland. 2002. Pollution futures: Commensuration, commodification, and the market for air. In *Organizations, policy, and the natural environment. Institutional and strategic perspectives*, Hrsg. Andrew J. Hoffman, Marc J. Ventresca, 119-147. Stanford: Stanford University Press.
- Lukes, Steven. 2005. Invasionen des Marktes. In *Welten des Kapitalismus. Institutionelle Alternativen in der globalisierten Ökonomie*, Hrsg. Max Miller, 357-385. Frankfurt a. M.: Campus.
- Lütz, Susanne, und Roland Czada. 2000. Marktconstitution als politische Aufgabe: Problemskizze und Theorieüberblick. In *Die politische Konstitution von Märkten*, Hrsg. Roland Czada, Susanne Lütz, 9-35. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- MacKenzie, Donald. 2006. *An engine, not a camera: how financial models shape markets*. Cambridge MA: MIT Press.
- MacKenzie, Donald. 2008. *Making things the same: gases, emission rights and the politics of carbon markets*. Edinburgh, Durham.
- MacKenzie, Donald, Fabian Muniesa und Lucia Siu, Hrsg. 2007. *Do economists make markets?* Princeton: Princeton University Press.
- Marwell, Gerald, und Ruth E. Ames. 1981. Economists free ride, does anyone else? *Journal of Public Economics* 15: 295-310.
- Meyer, John W., und Ronald L. Jepperson. 2005. Die „Akteure“ der modernen Gesellschaft: Die kulturelle Konstruktion sozialer Agentschaft. In *Ders.: Weltkultur. Wie die westlichen Prinzipien die Welt durchdringen*, Hrsg. Georg Krücken, 47-84. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Millo, Yuval. 2007. Making things deliverable: the origins of index-based derivatives. In *Market devices*, Hrsg. Michel Callon, Yuval Millo, Fabian Muniesa, 196-214. Oxford, UK: Blackwell Publishing.
- Owen-Smith, Jason, und Walter W. Powell. 2004. Knowledge networks as channels and conduits: The effects of spillovers in the Boston biotechnology community. *Organization Science* 15: 5-21.
- Owen-Smith, Jason, und Walter W. Powell. 2008. Networks and institutions. In *The SAGE handbook of organizational institutionalism*, Hrsg. Royston Greenwood, Christine Oliver, Kerstin Sahlin, Roy Suddaby, 596-623. Los Angeles et al.: Sage.
- Podolny, Joel M. 2001. Networks as the pipes and prisms of the market. *American Journal of Sociology* 107: 33-60.
- Polanyi, Karl. 1944. *The great transformation*. New York: Rinehart & Co.
- Preda, Alex. 2005. The investor as a cultural figure of global capitalism. In *The sociology of financial markets*, Hrsg. Karin Knorr Cetina, Alex Preda, 141-162. Oxford: Oxford University Press.
- Preda, Alex. 2007. Where do analysts come from? The case of financial chartism. In *Market devices*, Hrsg. Michel Callon, Yuval Millo, Fabian Muniesa, 40-64. Oxford, UK: Blackwell Publishing.
- Schluchter, Daniel. 2007. Soziologie der Märkte. Ein Literaturreisessay. *Berliner Debatte Initial* 18: 85-97.
- Stäheli, Urs. 2007. *Spektakuläre Spekulation. Das Populäre der Ökonomie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Stehr, Nico. 2007. *Die Moralisierung der Märkte*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Strang, David, und John W. Meyer. 1993. Institutional conditions for diffusion. *Theory and Society* 22: 487-511.

- Swedberg, Richard. 2007. Vorwort. In *Märkte als soziale Strukturen*, Hrsg. Jens Beckert, Rainer Diaz-Bone, Heiner Ganßmann, 11-18. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Thompson, Edward P. 1963. *The making of the english working class*. London: Victor Gollancz.
- Weber, Max. 1988. *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie I*. Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck).
- White, Harrison C. 1981. Where do markets come from? *American Journal of Sociology* 87: 517-547.
- White, Harrison C. 2002. *Markets from networks: Socioeconomic models of production*. Princeton: Princeton University Press.
- White, Harrison C., und Frédérik C. Godart. 2007. Märkte als soziale Formationen. In *Märkte als soziale Strukturen*, Hrsg. Jens Beckert, Rainer Diaz-Bone, Heiner Ganßmann, 197-215. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Zelizer, Viviana A. 1985. *Pricing the priceless child. The changing social value of children*. New York: Basic Books.

Korrespondenzanschrift: Prof. Dr. Anita Engels, Universität Hamburg, Institut für Soziologie, Al-
lende-Platz 1, 20146 Hamburg
E-Mail: anita.engels@uni-hamburg.de

KOORDINIERUNG VON MÄRKTEN DURCH NARRATIVEN WETTBEWERB*

Sophie Mützel

Zusammenfassung: Der Artikel untersucht, wie Handlungen von Akteuren auf einem Markt koordiniert sind, der gerade erst im Entstehen ist, bei dem nicht feststeht, welche Akteure daran teilhaben werden, welche Ressourcen zur Verfügung stehen und welche Produkte gehandelt werden. Dazu wird ein netzwerktheoretischer Ansatz der Marktsoziologie mit kultursoziologischen Einsichten zur zentralen Rolle von Geschichten für die Konstruktion von Identitäten verbunden. Die These ist, dass sich die Koordinierung zwischen Marktakteuren im narrativen Wettbewerb vollzieht, indem sie eine identitätsdefinierende Nische im Marktgefüge besetzen. Erzählungen von wirtschaftlichen Akteuren geben Auskunft darüber, wie sie ihre Situation und ihren Kontext einschätzen und dementsprechend handeln. Erzählte Geschichten etablieren zudem Interpretationen, die für die Akteure identitätsstabilisierend wirken. Durch die narrative Etablierung spezifischer Sichtweisen kann Wettbewerb ausgesetzt, Unsicherheit reduziert und können Finanzressourcen mobilisiert werden; dauerhaft strukturiert sich dadurch ein Markt. Empirisch wird dieses analytische Modell an einem seit Beginn der 1990er Jahre entstehenden Markt untersucht: dem Markt der innovativen Brustkrebstherapieforchung. Es zeigt sich, dass es sich hierbei um eine gemeinsam geschaffene Wettbewerbsstruktur handelt, in der Erwartungen über die Zukunft gehandelt werden und die beteiligten Akteure ihre eigene Identität ausbilden. Geschichten mobilisieren Ressourcen und führen zur Veränderung der Marktstruktur.

I. Einleitung

Als ein wichtiges Forschungsfeld untersucht die neue Wirtschaftssoziologie Entscheidungen in Situationen großer Unsicherheit. Dabei zeigt sich, dass soziale Beziehungen, institutionelle Rahmenbedingungen, Macht und routinisierte Praktiken zur Reduktion von Unsicherheit in Entscheidungsprozessen beitragen. Die soziale und institutionelle Einbettung der Akteure strukturiert die Erwartungen und das Handeln in Marktkontexten und ermöglicht dadurch Handlungskoordination. Klassischerweise beschäftigen sich die Analysen der Wirtschaftssoziologie mit bereits existierenden Märkten oder mit der Entstehung eines Marktes aus der *ex post*-Perspektive. Doch wie sind die Handlungen von Akteuren auf einem Markt koordiniert, der gerade erst im Entstehen ist, bei dem nicht feststeht, welche Akteure daran teilhaben werden, welche Ressourcen zur Verfügung stehen und welche Produkte gehandelt werden?

Erste Antworten auf diese Frage liefern Ansätze, die sich mit kulturellen Prozessen beschäftigen, die zur Bestimmung der interagierenden Akteure und deren Handlungs-

* Ich danke Hermann Kotthoff, Rainer Diaz-Bone, Klaus Eder, Herbert Kalthoff und den beiden Herausgebern für hilfreiche Kommentare.

koordination notwendig sind (vgl. Beckert 2008; DiMaggio 1997; Hutchins 1995; Kilduff und Tsai 2003). Anders als strukturalistische Ansätze, die in der Interaktion des Austauschens von Ressourcen wie Vertrauen, Geld oder Informationen bereits hinreichende Erklärungen für wirtschaftliches Handeln sehen, beschäftigen sich kognitiv-orientierte Ansätze mit der Rolle von Interpretationen, Zuschreibungen, Wertigkeitsordnungen und auch Bedeutungen der Beziehungen und der Produkte gleichermaßen. So ermöglichen kulturell spezifische Wertigkeitsordnungen Handlungskoordination auf der Grundlage von Konventionen (Boltanski und Thévenot 2007; Diaz-Bone 2009; Lamont und Thévenot 2000), Produkte erhalten Bedeutungszuschreibungen (Zelizer 1978) und werden im Wettbewerb klassifiziert (Callon et al. 2002), sogar die Finanzwirtschaft an sich beruht auf solchen Zuschreibungen und ihren Modifikationen (Callon 1998; MacKenzie und Millo 2003). Aus der wirtschaftssoziologischen Netzwerkforschung lassen sich ähnliche Prozesse der kognitiven Wahrnehmung anführen; hier dienen beobachtbare Beziehungsmuster von zwei Akteuren als Informationssignale, die es Dritten erlauben, Rückschlüsse über den Status der handelnden Akteure zu erhalten und darüber hinaus die Struktur des Marktes und ihren eigenen Status besser verstehen zu können (Aspers 2005, 2007; Podolny 2005).

Doch bleibt die Frage, was das fundamentale Element ist, das bei diesen kognitiven Wahrnehmungs- und Interpretationsaufgaben eine Reihe von heterogenen Akteuren verbindet und trennt – und damit koordinierend wirkt. Harrison Whites Modell von *Märkten aus Netzwerken*, das die neue Marktsoziologie entscheidend geprägt hat (z. B. Aspers und Beckert 2008; Beckert et al. 2007; Fligstein und Dauter 2007; Fourcade 2007; Swedberg 1994), liefert dazu weitere Hinweise. Kerngedanke ist, dass Produzenten durch Beobachtung einer kleinen Gruppe von vergleichbaren Konkurrenten Informationen über die Marktstruktur erlangen können. Die Bewertung dieser Strukturen erlaubt es ihnen, ihre eigene, noch unbesetzte Nische auf dem Markt zu finden. Aufgrund von kognitiven Wahrnehmungen und deren Interpretationen konstruieren Marktakteure gemeinsam mit ihrer Konkurrenz ihren Markt. Damit handelt es sich also um eine relationale Logik der Handlungskoordination.

Schlüsselement in Whites Marktmodell sowie seiner größeren theoretischen Argumentation sind erzählte *Geschichten (stories)* und damit verbunden die Schaffung von Bedeutung (White 1992, 2000, 2002b, 2008; White und Godart 2007b; White et al. 2007). Beim Erzählen von Geschichten nehmen Akteure Zuschreibungen von sozialen Beziehungen und von ihrer eigenen Position in diesen Beziehungen vor; die Beziehungen und die Akteure selbst werden wiederum von den erzählten Geschichten geprägt. Dies gilt für Akteure in wirtschaftlichen Kontexten gleichermaßen wie für andere soziale Akteure. Geschichten von wirtschaftlichen Akteuren, wie beispielsweise Pressemeldungen von Unternehmen, liefern der Konkurrenz informationsreiche Hinweise über die Wahrnehmung des Beziehungsgefüges und ermöglichen die eigene Präsentation. Auf der Grundlage von schriftlichen oder verbalen Erzählungen können sich wirtschaftliche Akteure mit der Konkurrenz vergleichen und ihre eigene Position im Marktgefüge besser einschätzen. Märkte entstehen somit aus gemeinsam konstruierten Bedeutungsnetzwerken, wobei die zwischen den beteiligten Akteuren erzählten Geschichten die Verbindungen bilden.

Der Artikel verfolgt zwei Ziele: Zum einem sollen das theoretische Fundament und die relationale Logik des Konzepts „narrativer Wettbewerb“ dargestellt, zum anderen

anhand des empirischen Beispiels illustriert werden, wie sich der narrative Wettbewerb auf entstehende Marktstrukturen auswirkt. Die leitende These ist, dass sich die Koordinierung zwischen Marktakteuren im narrativen Wettbewerb vollzieht, indem sie eine identitätsdefinierende Nische im Marktgefüge besetzen. Entsprechend ist *Abschnitt II* der Explikation des White'schen Marktmodells und seiner kulturoziologischen Erweiterung gewidmet und *Abschnitt III* dann dem empirischen Fall.

Als empirisches Untersuchungsbeispiel dient der entstehende Markt der innovativen Brustkrebstherapieforchung, die seit den 1990er Jahren als medizinisch wie ökonomisch aussichtsreich verfolgt wird. Im Fall dieses entstehenden Marktes werden keine verkaufsfähigen Produkte im üblichen Sinn gehandelt. Stattdessen ist es ein *Markt der Erwartungen*, genauer gesagt, eine Wettbewerbsstruktur, in der Erwartungen über die Zukunft gehandelt werden. Einblick in diese Erwartungen bieten wirtschaftliche Diskurse über die Forschungsstrategien, wie sie von Biotech-Unternehmen, Pharmaunternehmen, Finanzanalysten und wissenschaftlichen Analysten erzählt und bewertet werden. Die Erzählungen der involvierten Akteure geben Überzeugungen in Bezug auf vielversprechende Strategien zum Ausdruck, die sich in den Einschätzungen der Gegenwart begründen (vgl. Abbott 2007). Mit dem Erzählen von Erwartungen hinsichtlich zukünftiger Erfolgsaussichten positionieren sich die Akteure nicht nur gemeinsam in einer entstehenden Marktordnung, sondern mobilisieren dadurch auch notwendige finanzielle Ressourcen.

II. Netzwerke, Markt und Geschichten

1. Netzwerke und Marktmodelle

Seit der initiierten Frage „Where do markets come from?“ (White 1981) erforscht die neuere Marktsoziologie die nicht-ökonomischen Faktoren, die Märkte konstituieren. Theoretisch eng verbunden mit den Entwicklungen in der soziologischen Netzwerkanalyse (Convent und Heilbron 2007; Mützel 2008) geht die Wirtschaftssoziologie davon aus, dass Marktakteure in ein Beziehungsnetzwerk eingebettet sind. Jedoch gibt es divergierende Ansichten über die Art und Wirkungen dieser Netzwerkbeziehungen für Märkte.

Zum einen können Netzwerkverbindungen als Kanäle zwischen wirtschaftlichen Akteuren dienen (vgl. Podolny 2001). Nach dieser, in der Tradition der soziologischen Netzwerkanalyse klassischen Herangehensweise fließen durch diese Kanäle unterschiedliche Ressourcen wie Informationen, Geld oder Freundschaft (z. B. Baker 1990; Burt 1992; Granovetter 1985; Uzzi 1996, 1997). Netzwerke sind demnach stabilisierende soziale Strukturen, die als eigene Organisationsform den neoklassischen Markttausch unterstützen (z. B. Powell 1990). Eine zweite Herangehensweise versteht Märkte grundsätzlich als netzwerkartig organisiert, um die Koordination einer großen Anzahl heterogener Akteure (sowohl menschliche als auch technische) zu ermöglichen (Callon 1992, 2007). Eine dritte Herangehensweise versucht weder, die ökonomische Analyse von Märkten zu unterstützen, noch will sie zeigen, wie die Annahmen der ökonomischen Theorie die Ökonomie selber konstituieren. Ihr Anliegen ist es vielmehr, Märkte als ein Fallbeispiel einer größeren soziologischen Handlungstheorie zu verorten. Soziale

Strukturen, wie beispielsweise Märkte, entstehen aus Netzwerken der Beobachtung und der Bedeutungszuschreibung.

Angeführt von Harrison Whites Marktmodell (1981, 2002a) ist der Kerngedanke dieser dritten, für die weitere Analyse zentralen Herangehensweise, dass Produzenten durch Beobachtung einer kleinen Gruppe von vergleichbaren Konkurrenten Informationen über die Marktstruktur erlangen können, die es ihnen erlauben, ihre eigene, noch unbesetzte Nische¹ auf dem Markt zu finden. Aus den beobachteten Handlungen und weiteren Signalen der Konkurrenz hinsichtlich Handlungsabsichten, Produktqualität oder Unternehmenskompetenz, die die Konkurrenten ausgeben, beispielsweise in Mitteilungen über wirtschaftliche Ergebnisse, Werbeetats oder auch Personalentscheidungen, gewinnen Akteure Hinweise für das eigene Handeln und treffen Entscheidungen, basierend auf den Beobachtungen des bestehenden Marktes.² Die eigene Handlung, die nach Beobachtung der Konkurrenz und einer Evaluation erfolgt, liefert wiederum rekursiv Hinweise für die Konkurrenz (Leifer und White 1987). So dient die Marktstruktur selbst zur Orientierung der Beteiligten und ist Grundlage für anstehende Entscheidungen, womit infolge diese Struktur erneut reproduziert wird (Leifer 1985: 443). Produzenten versuchen in dieser Marktstruktur eine noch unbelegte Nische für sich auszumachen, um sich unverwechselbar zu positionieren und die eigene Identität gegenüber den Konkurrenten zu bewahren.

Nach White sind Märkte die strukturierten Resultate sozialer Interaktionen und Verkettungen einer verwickelten, selbstdefinierten Clique von Produzenten,³ deren netzwerkartige Verbindungen im zeitlichen Verlauf aus der Beobachtung von Signalen hergestellt werden. Mit anderen Worten: Märkte sind Ergebnisse von Netzwerkstrukturen, die einer relationalen Logik der Ko-Konstitution folgen und somit keine undifferenzierte Anzahl von Unternehmen, die um Konsumenten buhlen oder dyadische Austauschmuster zwischen wirtschaftlichen Akteuren. Reproduzierbarkeit des Marktes ist nur dadurch möglich, dass Produzenten der relationalen Logik folgend ihre Nische fin-

1 White nutzt hier die Idee der Nische, wie sie in der Organisationsökologie verwendet wird, in Verbindungen mit der netzwerktheoretischen Idee der sozialen Position. Die Marktnische entsteht im Wettbewerb und definiert die Identität des Unternehmens. Die Nischenfindung ermöglicht dann die Reproduktion der Marktstruktur.

2 Das Produzentenmarktmodell nimmt die für den Prozess der Nischenfindung primären Beobachtungspartner in den Blick, nämlich strukturell ähnliche und somit vergleichbare Konkurrenten. Die Beobachtung von Konsumenten erweist sich für Produzenten als zu ungenau, um danach weiteres Handeln auszurichten. Die Konsumentenbedürfnisse, die typischerweise durch Marktforschung und Marketingstrategien abgefragt und beeinflusst werden, bieten aufgrund ablaufender stochastischer Prozesse bei Konsumententscheidungen keine sichere Orientierungsbasis. Als aggregierte Käuferentscheidungen über die Qualität eines Produktes tragen sie jedoch zur Reproduktion der Marktaufstellung bei. Konsumenten können einzelne Produzenten und die Qualität ihrer Angebote unterscheiden, Produzenten hingegen können nicht ex ante individuelle Konsumentenpräferenzen beobachten. White bezeichnet dies als „einseitigen Spiegel“. Erst nachdem Produkte auf dem Markt sind und alle dazugehörigen Entscheidungen getroffen wurden, lässt sich an der Reaktion der Konsumenten ablesen, ob die richtige Strategie verfolgt wurde. Marktforschungsergebnisse werden in Whites Modell als endogene Faktoren gesehen, da sie Informationen über das Umfeld eines Anbieters geben können und somit wiederum Signale für die Nischenfindung geben. Marketing wird damit ein „Instrument für die Marktbeobachtung“ (White und Godart 2007a: 212).

3 „Markets are tangible cliques of producers observing each other“ (White 1981: 543).

den, erhalten und entwickeln können. So schützen sich Produzenten vor Wettbewerb und reduzieren Unsicherheit.

2. Soziale Strukturen aus Bedeutungsnetzwerken

Das Bild der verwickelten, selbstdefinierten Clique von Produzenten, die einander durch Vergleichbarkeit identifizieren und dabei ihre eigene Identität und ihr eigenes Profil entwickeln, hat seinen Ursprung in der von White maßgeblich mitentwickelten Idee der *strukturellen Äquivalenz*. Dieser Ansatz erklärt soziale Prozesse nicht aufgrund der unmittelbaren sozialen Verbundenheit von Akteuren, sondern aufgrund der Muster von Beziehungen, die die Position und die Rollenstruktur eines Akteurs relativ zu allen anderen Akteuren im Netzwerk definieren.⁴ Die grundlegenden Arbeiten zur algorithmischen Umsetzung dieser Äquivalenzidee in der Blockmodellanalyse fokussieren auf die strukturellen Muster der Beziehungstypen und klammern kulturelle Bedeutungen von Netzwerkverbindungen explizit aus (White et al. 1976: 734).

Durch diese Ausklammerung entsteht ein Problem für die Netzwerkforschung, die „all too often denies in practice that crucial notion that social structure, culture, and human agency presuppose one another“ (Emirbayer und Goodwin 1994: 1413). Seit den 1980er Jahre versuchen empirische Studien dieses „kulturelle Loch“ (Breiger 2007) der Netzwerkforschung zu füllen (z. B. Bearman und Stovel 2000; DiMaggio 1987; Fine und Kleinman 1983; Lizardo 2006; McLean 1998; Mische 2008; Mohr und Duquette 1997; Mohr und Lee 2000; Mützel 2002; Smith 2007; Yeung 2005). Netzwerke, so die generelle Erkenntnis, bestehen aus sozialen Beziehungen, die auf kulturellen Annahmen basieren und denen Akteure Bedeutungen zuschreiben.

Zentraler Bezugspunkt für diese Arbeiten ist Whites *Identity and Control* (1992, 2008). Darin entwickelt er eine allgemeine Netzwerktheorie, in der er konzeptionell den Ansatz der strukturellen Äquivalenz mit der Einsicht verbindet, dass Netzwerke auf sozialen Beziehungen basieren, die selbst wiederum auf kulturellen Annahmen und Interpretationen beruhen. In diesem Vorschlag zu einem „relationalen Konstruktivismus“ (Holzer 2006: 79) zeigt White auf, dass der vielgestaltige Charakter moderner sozialer Beziehungen geprägt wird durch die Fähigkeit von Akteuren über unterschiedliche soziale Kontexte hinweg, Verbindungen herzustellen und wieder zu lösen. Das strukturalistische Bild der Netzwerkforschung von Beziehungen als ermittel- und erfassbaren Verbindungen ohne Ziel- und Inhaltsambiguitäten wird damit grundsätzlich infrage gestellt (Leifer und Rajah 2000). In den Vordergrund rückt dafür die Frage, *wie* Bedeutungen im sozialen Kontext entstehen. Gleichmaßen geht es White um die soziologische Klärung der Frage, wie neue soziale Formationen oder *fresh action* entstehen können. Ausgehend von der soziologischen Einsicht, dass soziale Handlungen in Interaktion geschehen, dass sie Interpretationen hervorrufen und andauernde Beziehungen

⁴ In der ursprünglichen Version (Lorraine und White 1971) sind zwei Akteure strukturell äquivalent, wenn sie genau die gleichen Verbindungen zu und von anderen Mitgliedern des Netzwerks aufweisen. Dafür müssen sie nicht miteinander verbunden sein, sie müssen auch nicht der gleichen Clique angehören. Relevant ist vielmehr die Ähnlichkeit von Beziehungsmustern zu anderen Akteuren im Netzwerk.

aufbauen und dass Diskurs konstitutiv für soziale Beziehungen ist (Mische und White 1998), unterbreitet White einen Vorschlag, wie die Vermischung von sozialen Beziehungen und diskursiven, kommunikativ-interaktiven Prozessen analysiert werden kann.

Nach White sind Netzwerke fluide, mehrlagige Beziehungsstrukturen, die auf Bedeutungszuschreibungen basieren und selber Bedeutungen generieren. Eine elementare Rolle spielen Geschichten (*stories*), die Akteure über Ereignisse, Handlungen oder andere Akteure erzählen. In diesen *stories* nehmen sie Zuschreibungen von sozialen Beziehungen und ihrer eigenen Position in diesen Beziehungen vor, prägen damit wiederum die Beziehungen, andere Akteure und sich selbst. In dieser Interaktion von mehreren Beteiligten entsteht aus narrativen Prozessen die Identität eines Akteurs.

In jedem Beziehungsnetz entwickeln sich zudem Repertoires von Geschichten, die gemeinsam geteilte Bedeutungen ermöglichen. Erzählte Geschichten können, müssen aber nicht, einen temporalen Charakter haben, wesentlich für eine Geschichte jedoch ist deren Relationalität. Denn mit Geschichten werden Bedeutungen kommuniziert, die für Dritte eine Signalwirkung haben. Die Interpretation und die Auswirkungen dieser Signale können nicht von den Geschichtenerzählern kontrolliert werden, das tun die Empfänger der Geschichten. Diese mögliche Interpretationsdissonanz bleibt als Spannung bestehen, bis eine Handlung und die nächste Erzählung Aufschluss über die gemachte Interpretation geben kann. Bis sie das Gegenteil feststellen, unterstellen die Akteure zunächst einmal eine gemeinsam geteilte Bedeutung, die auf vorherigen Geschichten und Interpretationen im lokalen Gefüge beruht.

Verbindungen zwischen Akteuren sind damit nicht nur und nicht unbedingt klassische Elemente des Austauschs (wie Freundschaft, Ressourcen), sondern sie sind auch phänomenologische Konstrukte, die aus dem Erzählen von Geschichten entstehen (vgl. Beckert 2005; Fuhse 2008). Gleichzeitig konstruieren diese Geschichten, erzählt von einem selbst und von anderen, die Identitäten der beteiligten Akteure im jeweiligen Kontext. Theoretisch sind Netzwerke dann mehr als „spärliche soziale Strukturen“ (Fligstein 1996: 657), denn sie generieren und befördern Bedeutung.

3. Markt und Geschichten

Untersuchungen zu Geschichten und Narrativen sind mittlerweile fest in Organisationsanalysen etabliert (z. B. Boje 1991; Boje et al. 2004; Czarniawska 1997, 2007; Schreyögg und Koch 2005). Darüber hinaus wird das Erzählen von Geschichten in Unternehmen als ein strategisches Instrument des Managements eingesetzt (z. B. Denning 2005).⁵ Organisationale Geschichten werden insbesondere bei Veränderungsprozessen in Unternehmen oder bei technologischen Entwicklungsprozessen zur Analyse des Erfolgs oder des Scheiterns herangezogen (z. B. Deuten und Rip 2000). Fallstudien der letzten Jahrzehnte konnten überzeugend zeigen, dass organisationale Geschichten und Erzählungen einzelnen Mitarbeitern und auch ganzen Organisationen Wissen und Werte vermitteln und dadurch für die Beteiligten identitätsstiftend wirken.

⁵ Hierbei werden typischerweise Beschreibungen von Sachverhalten in Anlehnung an Hayden Whites Idee des *employment* (1987) zu Geschichten, wenn sie kausale, narrative Strukturen aufweisen, die Sachverhalte miteinander verbinden.

Untersuchungen zu Märkten haben ferner gezeigt, dass nach *außen* gerichtete Geschichten, die Unternehmen erzählen, eine wichtige Rolle für andere Marktteilnehmer spielen. Insbesondere die neuere Management- und Marketing-Forschung arbeitet mit Geschichten, die nach außen transportiert werden, und bezeichnet diese als sinnstiftende Rahmungen (z. B. Fiss und Hirsch 2005; Fiss und Kennedy 2007). Nach dieser Perspektive, die die Arbeiten zu Goffmans *frame analysis* und der sozialen Bewegungsforschung aufnimmt, wirken Medienberichte als Vermittler zwischen Ereignissen der sozialen Realität und deren möglichen Interpretationen, indem sie versuchen, diesen Ereignissen Sinn zu geben (während Medien gleichzeitig ebenfalls von dieser sozialen Realität geprägt werden). Klassischerweise liefern Medien in ihren Geschichten Rahmungen als organisierende Schemata, die Ereignissen Sinn geben und Handlungen anleiten, deren Bedeutungen aber in einem steten Konflikt mit konkurrierenden Rahmungen anderer Geschichten stehen. Eine andere Form von Geschichten spielt in der Analyse von Finanzmärkten eine herausragende Rolle: hier wirken vor allem computerisierte Unterhaltungen (*dealing conversations*) zwischen den global verteilten Händlern als verbindende Elemente, mit denen der Handel überhaupt erst möglich wird (z. B. Knorr Cetina 2007; Knorr Cetina und Bruegger 2005).

Whites netzwerktheoretische Überlegungen und seine kultursoziologischen Erweiterungen fokussieren hingegen auf die *relationale, kollaborative Logik des Geschichtenerzählens* für Wirtschaftsakteure: die These ist, dass Märkte aus narrativen Netzwerken entstehen. Allgemein versuchen Marktakteure Vergleichbarkeit mit der selbstidentifizierten Konkurrenz herzustellen. Dazu beobachten sie deren Handlungen. Die Handlungen der Konkurrenz mit ihren Austauschpartnern (z. B. Lieferanten, Kollaborationspartner) erlauben nicht nur Rückschlüsse über die Existenz dieser Verbindungen, sondern sie produzieren auch Geschichten, in denen Handlungen reflektiert und evaluiert werden. Diese Geschichten sind Signale für die Konkurrenten. Zudem etablieren die erzählten Geschichten Sichtweisen der Marktsituation und wirken so innerhalb des soziokulturellen Kontextes stabilisierend. Diese Verfestigungen erlauben wiederum den Marktakteuren temporäre Identitätsstabilisierung, Profilbildung sowie Nischenfindung und spielen insofern eine ähnliche Rolle wie institutionalisierte Konventionen in etablierten Märkten. Durch die narrative Etablierung spezifischer Sichtweisen kann Wettbewerb ausgesetzt, Unsicherheit reduziert und können Finanzressourcen mobilisiert werden; dauerhaft wird dadurch ein Markt strukturiert.

Trotz dieser Verfestigung von Geschichten über Beziehungen und deren Interpretation von anderen besteht generell Unsicherheit darüber, wie sich die Konkurrenz verhalten wird und wie die eigene Strategie aussehen sollte. Das liegt daran, dass Marktakteure Geschichten austauschen, im weitesten Sinne verstanden als adressierte und unadressierte Mitteilungen, deren Bedeutungen und Sinnzuschreibungen sie nicht kontrollieren können. Geschichten wirken als Signale, doch die Interpretation bleibt durch nicht kontrollierbare Zuschreibungen unsicher. Der narrative Wettbewerb um Bedeutungen bleibt bestehen (Mützel 2007). Dadurch können sich Märkte verändern und aufbrechen.

Empirische Überprüfungen von Whites Annahmen zeigen, dass Assoziationen in Geschichten, die in Medienberichten über Unternehmen vorgenommen werden, als konstitutives Moment in der Entstehung von Märkten wirken (Kennedy 2008). Journalisten oder auch Unternehmen selbst stellen in ihren (PR-)Berichten Verbindungen

zwischen Unternehmen her, die maßgeblich zur Vergleichbarkeit von Produkten und Produzenten beitragen. Die Reduktion von Unsicherheit erfolgt durch narrative Verknüpfungen, in denen Unternehmen sich explizit mit bereits existierenden Firmenidentitäten zu assoziieren versuchen. Die Perspektive, die im Folgenden vorgestellt wird, baut auf diesen Befunden auf. Untersucht wird eine größere, prozessuale Analyseeinheit: die Kommunikation im relationalen Gefüge über unternehmerische Strategien bezüglich einer ungewissen Zukunft.

III. Markt der innovativen Brustkrebstherapieforschung

Am folgenden Fallbeispiel soll die Koordinierung von Märkten durch narrativen Wettbewerb verdeutlicht werden. Es handelt sich hierbei um den entstehenden Markt der innovativen Brustkrebstherapieforschung, wie er sich weltweit seit Anfang der 1990er Jahre entwickelt. Brustkrebs ist die bei Frauen am häufigsten diagnostizierte Krebsart. Allein in Deutschland erkranken jährlich ca. 55000 Frauen neu an Brustkrebs; nach Lungenkrebs ist Brustkrebs weltweit die zweithäufigste Todesursache bei Frauen. Nach erfolgter Diagnose ist die Standardbehandlung die operative Entfernung der Tumorzellen, gefolgt von Chemo-, Bestrahlungs- und seit den 1990er Jahren auch Hormontherapie – je nach Stadium und Art des Tumorbefalls.

Spätestens seit der Entschlüsselung des menschlichen Genoms hat ein offensichtlicher Wandel in der Krebstherapieforschung stattgefunden. Die Pharmaindustrie konzentriert sich verstärkt auf sogenannte innovative Moleküle aus der mit gentechnologischen Mitteln arbeitenden Biotechnologie, da sie diese Moleküle als zukunftsweisend für gezielte Krebstherapien („targeted therapeutics“) einschätzt. Während die Standardtherapieformen die Symptome behandeln, widmen sich die innovativen Therapien den biochemischen Ursachen der Krebszellenentstehung. Obwohl der Enthusiasmus für genetisch manipulierte Moleküle bei Industrie und Finanzanalysten über die Jahre schwankt, weil neue, viel versprechende Arzneien häufig nicht den Kriterien der Zulassungsbehörden entsprechen, und obwohl die Arzneimittelentwicklung höchst kostenaufwendig (jedes neue Arzneimittel gegen Krebs kostet einige 100 Millionen Euro in der Entwicklung) und langwierig ist (es dauert durchschnittlich 12-15 Jahre von der Entwicklung zum Verkauf), gibt es eine industrieweite Bewegung hin zu innovativen Molekülen in Forschung und Entwicklung. Unterstützt wird diese Bewegung durch die ökonomischen Berechnungen der Finanzanalysten (vgl. Kalthoff 2007), die seit den späten 1990er Jahren den innovativen Wirkstoffen die größten Gewinnaussichten einräumen (z. B. Birch 2002).

Sowohl vonseiten der Industrie als auch der Patientinnen besteht große Hoffnung, dass mit Hilfe innovativer Forschungsstrategien in den nächsten fünf Jahren Therapieformen gefunden werden, die in der Lage sind, das Wachstum von Krebszellen gezielt und spezifisch einzudämmen, wenn nicht gar zu stoppen und somit Brustkrebs, ähnlich wie Diabetes, zu einer kontrollierbaren Krankheit werden zu lassen. Angesichts des großen Bedarfs und des damit verbundenen hohen finanziellen Gewinns befinden sich die forschenden Unternehmen in einem intensiven *high-risk-high-gain*-Wettbewerb miteinander. Bislang offen ist, wer diesen Wettbewerb mit welchem Produkt für sich entscheiden kann.

1. Daten und Methode

Datengrundlage meiner Analyse bilden Presseberichte von Unternehmen, Industrieanalysen, journalistische und wissenschaftliche Analysen zur Krebsforschung allgemein, den Forschungsstrategien und den forschenden Unternehmen im Besonderen. Dazu habe ich zunächst mit Hilfe der einschlägigen Publikationen von *Nature* und *Science* die wissenschaftliche Diskussion zur innovativen Krebstherapie seit Mitte der 1980er Jahre rekonstruiert und die unterschiedlichen biochemischen Forschungsansätze nach größeren Forschungsstrategien geordnet. Diese Sortierung erfolgte im Abgleich mit Experten und der onkologischen Fachliteratur.

Vier unterschiedliche Forschungsstrategien einer „zielgerichteten Brustkrebstherapie“, die sich auf die spezifischen Mechanismen biologischer Moleküle konzentrieren, haben sich dabei herauskristallisiert:

1. Eine Strategie ist der Angriff auf die *Umwelt der Krebszelle*. Forschungshypothesen dazu beschäftigen sich mit drei Mechanismen: der Lahmlegung der Blutversorgung zur Krebszelle, um weiteres Zellwachstum zu verhindern (Antiangiogenese); dem *Vascular Targeting* (Wirkstoffansprache der Gefäße), das den Aufbau der Blutversorgung von Tumorzellen bereits im Entstehen verhindert; und die Hemmung des Krebszellenwachstums durch Verhindern der Zellkommunikation.⁶ Biochemisch werden diese Mechanismen durch Kleinmolekülverbindungen oder monoklonale Antikörper ausgeführt.
2. Eine weitere Strategie beschäftigt sich mit der *Verbindung von der Krebszelle zur Umwelt*. Diese Forschungsstrategie konzentriert sich auf die Entwicklung von immuntherapeutischen Wirkstoffen: eine künstliche Aktivierung des zellulären Immunsystems soll Krebspatientinnen gegen die eigenen Krebszellen „impfen“ und diese dadurch bekämpfen.
3. Eine dritte Strategie geht das *Innere der Krebszellen* an. Zwei konkurrierende Hypothesen beschäftigen sich damit: das Protein p53 blockiert den innerzellulären Kreislauf, sogenannte Selbstmordgene zerstören die Zelle von innen.
4. Eine vierte Strategie verfolgt den Ansatz *mehrfacher Wirkziele*. Elemente aus den drei vorher genannten Strategien werden mit den klassischen Therapieformen Chemo- und Hormontherapie kombiniert.

In einem weiteren Schritt habe ich die seit Beginn der wissenschaftlichen Diskussion um innovative, molekulare Wirkweisen genannten Unternehmen identifiziert. Diese explorative Vorgehensweise sollte gewährleisten, dass auch Forschungsstrategien, die später verworfen wurden, und auch Unternehmen, die in späteren Jahren fusionierten oder sich auflösten, mit in die Analyse der Entwicklung des Marktes aufgenommen werden.

⁶ Der letztgenannte Mechanismus hat sich bereits als erfolgreich erwiesen: Herceptin (Wirkstoff Trastuzumab), ein monoklonaler Antikörper, der von Genentech (USA) entwickelt wurde und zu Teilen Roche gehört (Schweiz), ist seit 1998 in den USA und seit 2000 auch in Europa zugelassen. Herceptin blockiert ein Wachstumsprotein auf der Außenseite der Krebszelle und verhindert damit die weitere Zellteilung. Zirka 20-25 Prozent aller metastierenden Brustkrebsfälle weisen solch ein Protein auf.

Auf dieser Grundlage habe ich in einem dritten Schritt systematisch in Datenbanken nach Pressemitteilungen, Journalisten- und Analystenberichten über Unternehmen recherchiert, die an innovativen Wirkstoffen arbeiten.⁷ Dabei habe ich alle Unternehmen einbezogen, die von sich selbst behauptet haben, dass sie an einer molekularen Krebstherapie arbeiten, die auch bei Brusttumoren wirksam sein könnte, oder denen dies von Analysten zugeschrieben wurde.⁸ Die Daten wurden inhaltsanalytisch ausgewertet. Die sich ergebende Matrix aus Unternehmen und Forschungsstrategie im zeitlichen Verlauf bildet ein strukturelles Fundament des entstehenden Marktes, die dahinterliegenden Erzählungen sind Grundlage der Narrationsanalyse.

Die folgende Analyse rekonstruiert einen Aspekt der Marktformation der innovativen Brustkrebstherapieforschung, wie sie sich zwischen neun nordamerikanischen, britischen und deutschen Firmen Anfang der 1990er Jahre bis 1998 entwickelt hat. Besondere Aufmerksamkeit liegt dabei auf Mitteilungen der Biotech-Unternehmen selbst und deren Analysten sowie den Reaktionen der unterschiedlichen Marktteilnehmer darauf. Die Kommunikation über die unterschiedlichen Forschungsstrategien dient hier als heuristisches Mittel zum Verständnis der Positionierung auf dem Markt (vgl. Penan 1996). Die Erzählungen über die jeweils gewählte Forschungsstrategie und deren erwartbarer Erfolg fungieren als Signale, die die Konkurrenten interpretieren und als Orientierung für ihr eigenes Handeln nutzen. Auszüge aus diesen Erzählungen verdeutlichen die Positionierungsbestrebungen.

2. Beschreibung der Marktformation

Elementarer Wegbereiter der genetischen Krebstherapieentwicklung ist Genentech (gegründet 1976, Börsengang/IPO 1980, San Francisco), das bereits 1989 erfolgreich monoklonale Antikörper entwickelte, die das Gefäßwachstum von Zellen behindern und damit auch das Wachsen von Krebszellen. Genentech unternimmt dazu 1991 erste klinische Tests⁹ und erklärt (Business Wire 1991): „The preclinical data are very strong. We're hopeful that the human therapeutic effect of the HER-2 antibody's interference in tumor growth will be confirmed.“

Sugen (gegr. 1991, IPO 1995), ein weiteres Biotech-Unternehmen aus dem Silicon Valley, entdeckt in den frühen 1990er Jahren einen wichtigen Mechanismus zur Zell-signalblockade, ohne jedoch in klinische Studien einzusteigen. Die kanadische Firma Biomira (gegr. 1985, IPO 1988) beginnt zur gleichen Zeit die Entwicklung von Protei-

7 Die Recherche erfolgte in den Volltextdatenbanken LexisNexis, Factiva, Investext und Reuters Research on Demand.

8 1990 waren dies fünf, 2000 waren es rund 60 Unternehmen weltweit.

9 Klinische Tests der Zulassungsbehörden, allen voran der Food and Drug Administration (FDA), aber auch der European Medicines Agency (EMA), spielen bei diesen Erzählungen eine große Rolle. In Phase I werden Wirkstoffe an nur wenigen Menschen getestet, um die Sicherheit des Stoffes zu testen. Phase II testet die Wirkung und die Sicherheit an einer größeren Versuchsgruppe; diese Phase durchlaufen die wenigsten Krebsprodukte erfolgreich. Phase III ist die letzte Stufe vor der Zulassung; kontrollierte, doppelblinde Tests mit Placebos umfassen sehr große Patientengruppen an unterschiedlichen Orten.

nen, die Antigene zur therapeutischen Immunisierung in die Krebszelle transportieren. 1992 beginnt Biomira mit klinischen Tests der Phase II (PR Newswire 1992):

„Having treated 24 patients with our Theratope formulation we believe the Phase I studies show that the product is safe and stimulates their immune systems to respond against the cancer antigen.“

Anfang der 1990er Jahre folgen zunächst britische Biotechnologie-Unternehmen den nordamerikanischen Vorreitern in der Entwicklung.¹⁰ Die Firma British Biotech (Oxford, gegr. 1986, IPO 1992) arbeitet seit 1992 an einem neuen Enzymhemmstoff, der nach Aussagen des Unternehmens „das Zellwachstum von festen Tumoren, wie Brustkrebs, verhindern soll“ (Daily Mail 1992).¹¹ Als erstes Produkt dieses biochemischen Mechanismus überhaupt beendet Batimastat erfolgreich die Phase II der klinischen Tests. Die Forschungsstrategie folgt den Entwicklungen von Genentech (Angriff auf die Umwelt der Krebszellen). Nach Einschätzungen des Unternehmens ist Batimastat „ein potentieller Blockbuster“ (Skeel 1994). Auch Investmentbanker und andere Wirtschaftskommentatoren bewerten Batimastat sehr optimistisch (Lumsden 1994):

„If Batimastat proves helpful in treating ovarian cancer, it is also likely to be useful against a wide range of other cancers – and this is what has driven the share price to its current peak. With 6 million cancer sufferers in the US and Europe, the group could have a blockbuster.“

Finanzanalysten schätzen die möglichen Umsätze von Batimastat bis 2000 auf 250 Millionen US Dollar (Mccrone 1994) und mit diesen Einschätzungen steigen die Aktienpreise. Mit Beginn der Phase III-Tests für Batimastat im November 1994 kündigt British Biotech ein verbessertes Produkt an, das mit demselben Wirkstoff arbeitet, jedoch einfacher als Tablette geschluckt werden kann: Marimastat, das 1995 an Menschen getestet werden sollte.

Im Januar 1995 erklärt das Unternehmen Chiroscience (gegr. 1992, IPO 1994), dass es, den gleichen Wirkzielmechanismus verfolgend, ein effektiveres Mittel als Batimastat gemeinsam mit universitären Partnern entwickelt (Daily Mail 1995). British Biotech hingegen meldet starke Nebenwirkungen aus Batimastats klinischen Tests und unterbricht die laufende Testreihe, woraufhin die Aktienkurse stark fallen. Der Gründer von Chiroscience nutzt die Gelegenheit der schwächelnden Konkurrenz und meldet Anfang März 1995 in einer Pressemitteilung (Pharmaceutical Business News 1995): „We have the best pipeline of any emerging pharmaceutical company with a research programme that will give us the blockbuster drugs of the future.“

Doch British Biotech kontert prompt und beginnt im Mai 1995 Phase II für den weiterentwickelten Wirkstoff Marimastat. Positive Zwischenergebnisse aus den klini-

10 Mitte der 1990er Jahre gibt es 475 Biotech-Unternehmen in ganz Europa (größte Ansammlung in Großbritannien mit 140 und Deutschland mit 85 Unternehmen), 100 davon sind biopharmazeutische Unternehmen, die an der Entwicklung von neuen medizinischen Wirkstoffen arbeiten. Im Vergleich: von den 1300 US-amerikanischen Biotech-Unternehmen arbeiten 800 im biopharmazeutischen Bereich (Ernst & Young 1995). Die deutsche Forschung hatte in den 1990er Jahren bedeutend weniger Wirkstoffe in der klinischen Entwicklung als die britische Konkurrenz: 6 gegenüber 128 Stoffen (Müller und Rump 2002).

11 Übersetzungen aus dem englischen Original von SM.

schen Tests für Marimastat und die Aussicht auf weitere Testphasen lassen im November 1995 die Aktienkurse und die Erwartungen der Analysten wieder stark ansteigen (Alexander 1995):

„British Biotech, though it is not claiming anything as headlinish as a ‚breakthrough‘ in cancer treatment, made a presentation to City analysts about its drug Marimastat. It left some of them clawing the air. The shares rocketed from 1043p to 1548p. A breathless Ian White of Flemings [Investment banking] hastily penned a manuscript note for clients. It is the ‚opportunity of the decade‘, he scribbled. The last time he wrote what he calls a four-star note was just ahead of Glaxo’s launch of Zantac, which proved to be the world’s most profitable drug.“

In Anbetracht von erwarteten Jahresumsätzen von mehr als 600 Millionen Britischen Pfund für das fertig entwickelte Medikament befindet sich die Londoner Finanzwelt im Rausch (Stevenson und Wilkie 1995):

„The City has whipped itself into a frenzy in the belief that it can cash in on the holy grail of medical research – a cure for cancer. In their scramble not to miss out on the billions to be made from a cure, investors are brushing aside warnings from the medical establishment that it is too early to tell if a breakthrough has been made.“

Im April 1996 erklärt Chiroscience erneut, dass Tierversuche zeigen konnten, dass „unser Produkt besser ist als Marimastat“ (Extel Examiner 1996). Finanzanalysten empfehlen daraufhin den Kauf von Chiroscience-Aktien, deren Wert rapide ansteigt. Ebenfalls im April 1996 stellt der US-amerikanische Konkurrent Agouron Pharmaceuticals (La Jolla, IPO 1989) seine vorklinischen Studien vor, die zeigen, dass er, dem gleichen Wirkmechanismus folgend, an einem besseren Wirkstoff als Batimastat arbeitet (PR Newswire 1996).

Im Mai 1996 beginnen klinische Tests der Phase III für Marimastat. Finanzanalysten reagieren darauf sehr enthusiastisch: „We think it’s going to be a major cancer product“ (Davidson 1996). Die Aktienkurse steigen stark an, und British Biotech ist kurzzeitig als ein Unternehmen ohne Produkt 2,5 Milliarden US Dollar wert.

Die bislang von British Biotech präsentierten Studienergebnisse werden vonseiten der wissenschaftlichen Gemeinschaft jedoch scharf kritisiert: Sie basierten auf falsch erhobenen Daten, die die natürlichen Schwankungen im Hormonhaushalt messen würden, nicht jedoch einen Stopp des Tumorwachstums (Anonymous 1996). Finanzanalysten werfen British Biotech daraufhin Täuschung vor und trotz der Verteidigung von British Biotech – „We have been careful what we have said. We never claimed Marimastat is a cure for cancer, but we hope it will be a useful treatment“ (Blackstone 1996) – sinkt der Aktienkurs im Herbst 1996. British Biotech stellt im November 1996 die Entwicklung von Batimastat ein.

Zur gleichen Zeit versuchen drei weitere britische Biotech-Firmen, mit Hilfe ihrer Forschungshypothesen, ihre Nische auf dem entstehenden Brustkrebstherapiemarkt zu finden und zu sichern. Cyclacel (Dundee, gegr. 1996 mit Risikokapital von einem Gründer und Teilhaber von Chiroscience) verspricht mit „einem potentiell revolutionären Ansatz“, dem Protein p53, den Krebszellwuchs zu modifizieren und zu unterdrücken (The Times 1996). Oxford Biomedica (gegr. 1995, IPO 1996) verkündet eine weitere Tumorangriffsstrategie, nämlich mit Hilfe der Genterapie Tumorzellen von in-

nen zu zerstören. Antisoma (London, gegr. 1988, IPO 1997) hingegen arbeitet an einem Wirkstoff zur Immunisierung. Im Herbst 1996 beteiligt sich auch die deutsche Firma Medigene (Martinsried, gegr. 1994, IPO 2000) an diesem Markt und widmet sich der Immunstoffentwicklung.

Die aufwendigen klinischen Studien für Marimastat sind sehr zeitintensiv und die Ergebnisse nicht zufriedenstellend. Finanzanalysten schwanken zwischen hohen Erwartungen und Pessimismus. Dagegen meldet der US-amerikanische Konkurrent Genentech Ende 1997 in einer Pressemitteilung erfolgreiche Ergebnisse aus Phase III der klinischen Tests (Business Wire 1997):

„The anticancer activity of the investigational Herceptins monoclonal antibody may result in both slowing the progression of the cancer and increasing the percentage of women who experience tumor shrinkage. Although not a cure, these encouraging results in women with metastatic breast cancer suggest that better control of the disease may be possible.“

Chiroscience und Agouron beginnen 1998 mit Phase II der klinischen Tests für ihre Produkte; anders als bei British Biotech steigen bei ihnen frühzeitig große Pharmaunternehmen (Bristol-Myers Squibb und Roche) in die Entwicklung ein. Im April 1998 sehen Analysten Chiroscience bereits als das erfolgreichere Unternehmen (Manley 1998), dessen Krebstherapeutikum „weniger Nebenwirkungen und leichtere Dosierbarkeit“ aufweise. Der Druck auf British Biotech, gute Studienergebnisse zu liefern, erschüttert das Unternehmen: das Management trennt sich im Streit über die Publikationen von Ergebnissen, es gibt juristische Ermittlungen zu der Richtigkeit von Pressemitteilungen und zu Insider-Geschäften (Massod 1998). Damit hat British Biotech im Juli 1998 seine „Glaubwürdigkeit an der Börse verspielt“ (Frankfurter Allgemeine Zeitung 1998) und der Kurswert bricht vollends ein.

3. Analyse der Marktentstehung

Die Beschreibung der ersten Phase der Entstehung eines Marktes der innovativen Brustkrebstherapieforschung konnte zeigen, wie die involvierten Akteure, vermittelt über Pressemitteilungen, Massenmedien und Industrierichte, miteinander kommunizieren und welche Auswirkungen dies auf ihr Handeln hat. Gemeinsam verflochten in ihren Geschichten und Handlungen schaffen sie Strukturen des Wettbewerbs, in denen sie zueinander positioniert sind und eigene Identitäten ausbilden. Diese relational entstandenen Strukturen bestimmen die Strategien der involvierten Akteure und legen ferner ihre Möglichkeiten zur Erlangung von Ressourcen für den Forschungsprozess fest.

Der erste Entstehungszyklus ist mit der FDA-Zulassung von Herceptin im September 1998 abgeschlossen. In dieser Phase der Marktformation verfolgen Firmen vor allem zwei Forschungsstrategien (Antiangiogenese und Impfstoffentwicklung). Das etablierte, erfolgreiche Unternehmen Genentech im Auge habend, verfolgen britische Biotech-Unternehmen ihre eigenen Wirkzielmechanismen, nutzen jedoch gleichzeitig die Erwartungen, die die biochemischen Forschungen von Genentech zur Antiangiogenese ausgelöst haben, um sich zu positionieren. Zwei britische Unternehmen, British Biotech und Chiroscience, machen sich zudem direkt die Nische in der Marktaufstellung

streitig, indem sie beide am selben Wirkungsmechanismus arbeiten. Die verfestigte Geschichte um den enzymhemmenden Wirkungsmechanismus ermöglichte beiden Unternehmen eine temporäre Identitätsstabilisierung und Profilbildung. Die mediale Aufmerksamkeit um British Biotechs Studienergebnisse ließ die Aktienpreise steigen und schürte weitere Erwartungen auf finanzielle Gewinne und den medizinischen Durchbruch.¹² Beide Unternehmen nutzten die wachsenden Erwartungen zur Sicherung ihrer finanziellen Ressourcen.

Einige Geschichten in dieser Marktformation wurden von beteiligten Akteuren als Lügen entlarvt und von den Finanzanalysten sowie der wissenschaftlichen Gemeinschaft durch neue, negative Erzählungen ersetzt. Biotech-Unternehmen wie Chiroscience, die sich im Sinne einer Imitationsstrategie (Tarde 2003) ganz explizit, ähnlich wie erfolgreiche Konkurrenten in der biochemischen Wirkweise, aber doch ganz anders in der Unternehmung selbst, in ihren Erzählungen darstellten, konnten von ihrer Erzählstrategie profitieren. Andere Unternehmen, wie Antisoma oder Biomira, die auf die therapeutische Impfstoffentwicklung setzten, versuchten durch eine Strategie der Anti-Imitation, also der gegensätzlichen narrativen Positionierung im Wettbewerb, ihre Nische zu finden.

Neben den Erzählungen der Unternehmen und Analysten, die Erwartungen schürten und dadurch Finanzressourcen mobilisierten, wirkten die Erzählungen zu den Ergebnissen der klinischen Tests als Realitätsprüfung. Positive Testergebnisse wurden durch Finanzgewinne belohnt und riefen Imitatoren hervor. Negative Testergebnisse schreckten Finanzanalysten von den jeweiligen Unternehmen ab; sie wandten sich dann anderen Wirkzielen und Forschungshypothesen zu und wechselten damit die erzählbaren Geschichten. Dadurch hat sich die identitätsstiftende Nischenzuschreibung der Unternehmen gewandelt und infolgedessen die Marktstruktur. Der Markt der Erwartungen erwies sich in dieser Phase der Marktformation als wenig berechenbar.

Um Handlungsunsicherheit zu reduzieren, beobachteten die Unternehmen einander, sie imitierten explizit ihre Forschungsstrategien oder grenzten sich voneinander ab. Die allgemeine Unsicherheit über Produkt, Gewinn und beteiligte Akteure wurde von allen geteilt. Materielle Vorteile im Umgang mit dieser Unsicherheit existierten nur temporär durch finanzielle Kollaborationen zwischen Biotech-Unternehmen und Pharmafirmen oder durch ansteigende Aktienkurse aufgrund von positiven Studienergebnissen. Nach den positiven Meldungen zu Herceptin von dem bereits finanziell erfolgreichen Unternehmen Genentech kam es jedoch nur zu geringen Aktiengewinnen: Der Erfolg von Herceptin entsprach den Erwartungen der Analysten. Ebenfalls können einmal geschlossene, vermeintlich sichere Partnerschaften jeder Zeit auseinander brechen und die wirtschaftlichen Grundlagen von Pharmaunternehmen und ihr Forschungselbstverständnis verändern. Dies zeigt in der weiteren Entwicklung des Marktes das Pharmaunternehmen Bristol-Myers Squibb (BMS). Ende der 1990er Jahre noch die gewinnreichste Firma im Bereich der Krebsforschung (Marshall 2000), war BMS bereits Mitte der 2000er Jahre aufgrund ihrer primären Forschungsstrategie Chemotherapie aus der Gruppe der erfolgreichsten Firmen herausgefallen. Die Führungsposition im Markt der Krebsforschung hat dann Roche (gemeinsam mit Genentech) übernommen.

12 In ihrer Studie zum kausalen Verhältnis von journalistischer Berichterstattung und dem Aktienkurs von Biotech-Unternehmen, die sich auf die Krebstherapie-Forschung spezialisiert haben, können Huberman und Regev (2001) zeigen, dass ein direkter Zusammenhang besteht.

IV. Koordinierung von Märkten durch narrativen Wettbewerb

In ihren Forschungen zu einem „Wundermittel gegen Krebs“ verfolgen Biotech-Unternehmen unterschiedliche Forschungsstrategien, um die erfolgreichste Therapie gegen Tumorzellen zu finden. Die Wahl ihrer Forschungshypothesen hängt von unterschiedlichen Faktoren ab: finanzielle und personelle Ausstattung machen bestimmte Forschungsansätze unwahrscheinlich; Firmen erleben möglicherweise normative und kognitive Lock-Ins (Grabher 1993); das „Imprinting“ der Firmengründung (Stinchcombe 1965), eng verbunden mit der Ausbildung der wissenschaftlichen Gründer und des weiteren Personals, mag die Wahl beeinflussen.

Diese Entscheidungsprozesse, so das hier vorgebrachte Argument, finden nicht atomisiert und firmenintern statt, sondern folgen einer relationalen Logik. Firmen dieser Industrie sind nicht nur organisatorisch in Kooperationsnetzwerke und strategische Allianzen als Orte der Innovation eingebunden (z. B. Malerba und Orsenigo 2002; Orsenigo et al. 2001; Powell et al. 1996; Powell et al. 2005), für die weitere Forschungsentwicklung spielt auch die kognitive Wahrnehmung der Konkurrenz eine große Rolle. In ihren nach außen gerichteten Geschichten wie Pressemitteilungen erzählen Firmen anderen Akteuren, wo sie sich selbst und andere im Markt verorten. Erzählungen von wirtschaftlichen Akteuren geben Auskunft darüber, wie sie ihre Situation und ihren Kontext einschätzen und wie sie dementsprechend handeln.

Die Wirkungen von Erzählungen und wechselseitigen Beobachtungen lassen sich anschaulich an einem Markt zeigen, auf dem zukünftige Aussichten gehandelt werden, dessen fertiges Produkt es so noch gar nicht gibt. Wie die Entwicklung der innovativen Brustkrebstherapieforschung zeigen konnte, strukturieren die Geschichten selbst den Wettbewerb. Erzählte Geschichten liefern Bedeutungen, etablieren Sichtweisen der Situation und wirken so stabilisierend. Durch die narrative Etablierung spezifischer Sichtweisen kann Wettbewerb ausgesetzt, Unsicherheit reduziert und können Finanzressourcen mobilisiert werden – dauerhaft wird dadurch ein Markt strukturiert.

Erzählte Überzeugungen bezüglich vielversprechender Strategien erfahren durch die Studienergebnisse eine Überprüfung. So erzählen bei negativen Studienergebnissen innerhalb kürzester Zeit neue Akteure ihre Geschichten, kommunizieren neue Erwartungen, erreichen positive Reaktionen bei den Analysten und sichern sich somit finanzielle Ressourcen. Alle erzählenden Akteure gestalten dabei Erwartungen über die Zukunft als einen Teil der Gegenwart. Sie grenzen sich auf diese Weise gegen die ungewisse Zukunft ab und können miteinander koordiniert um die erfolgversprechendste Aussicht konkurrieren. Ändern sich die Geschichten aufgrund von neuen Akteuren oder Studienergebnissen, kommt es auch zu einer Veränderung der Marktstruktur.

Die Untersuchung zur Handlungskoordination auf einem entstehenden Markt hat gezeigt, dass sich Märkte nicht nur als Orte des Austauschs von fertigen Produkten verstehen lassen, sondern auch als Strukturen des Wettbewerbs um Erwartungen, die sich aus erzählten Geschichten ergeben.¹³ Eine solche Erweiterung von marktsoziologi-

13 Dabei wurden institutionell unterschiedliche Akteure auf der Ebene des narrativen Wettbewerbs als gleichberechtigt analysiert, da sie gemeinsam den Markt konstruieren. Studien, die sich mit kommunizierten Erwartungen zu technologischen Innovationen oder Veränderungen

schen Ansätzen um kultursoziologische Einsichten ermöglicht es, nicht-ökonomische Aspekte wie Kommunikation zwischen Marktakteuren in den analytischen Blick zu nehmen, um zu erklären, wie Märkte entstehen, wie sie bestehen bleiben und wie sie sich verändern.

Literatur

- Abbott, Andrew. 2007. Mechanisms and relations. *Sociologica* 2. <http://www.sociologica.mulino.it/doi/10.2383/24750> (letzter Zugriff: 08.06.2009).
- Alexander, Andrew. 1995. New cancer drug sends British biotech soaring. *Daily Mail*, 1. Dezember 1995.
- Anonymous. 1996. Letters to the editor. *The Lancet* 348: 263.
- Ansari, Shahzad, und Raghu Garud. 2009. Inter-generational transitions in socio-technical systems: The case of mobile communications. *Research Policy* 38: 382-392.
- Aspers, Patrik. 2005. *Markets in fashion*. Oxford: Routledge.
- Aspers, Patrik. 2007. Wissen und Bewertung auf Märkten. *Berliner Journal für Soziologie* 17: 431-449.
- Aspers, Patrik, und Jens Beckert. 2008. Märkte. In *Handbuch der Wirtschaftssoziologie*, Hrsg. Andrea Maurer, 225-246. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Baker, Wayne E. 1990. Market networks and corporate behavior. *American Journal of Sociology* 96: 589-625.
- Bearman, Peter, und Katherine Stovel. 2000. Becoming a Nazi: A model for narrative networks. *Poetics* 27: 69-90.
- Beckert, Jens. 2005. Soziologische Netzwerkanalyse. In *Aktuelle Theorien der Soziologie*, Hrsg. Dirk Kaesler, 286-312. München: C.H. Beck.
- Beckert, Jens. 2008. How do markets change? On the interrelations of institutions, networks and cognition in the development of markets. <http://www.mpi-fg-koeln.mpg.de/wirtschaftssoziologie-0802/papers/Beckert.pdf> (letzter Zugriff: 08.06.2009).
- Beckert, Jens, Rainer Diaz-Bone und Rainer Ganßmann, Hrsg. 2007. Märkte als soziale Strukturen. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Birch, Steve. 2002. *The Cancer Outlook to 2007*. Business Insights Ltd.
- Blackstone, Tim. 1996. Biotech star's testing time on cancer claim. *Mail on Sunday*, 13. Oktober 1996.
- Boje, David. 1991. The storytelling organization: a study of story performance in an office-supply firm. *Administrative Science Quarterly* 36: 106-216.
- Boje, David, Cliff Oswick und Jeffrey D. Ford. 2004. Language and organization: The doing of discourse. *Academy of Management Review* 29: 571-577.
- Boltanski, Luc, und Laurent Thévenot. 2007. *Über die Rechtfertigung. Eine Soziologie der kritischen Urteilskraft*. Hamburg: Hamburger Edition.
- Breiger, Ronald L. 2007. *Cultural holes: networks, meanings, and formal practices*. American Sociological Association annual meeting, Culture Section anniversary session. New York, NY.
- Burt, Ronald S. 1992. *Structural holes: the social structure of competition*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Business Wire. 1991. Genentech to test potential therapy for breast and ovarian cancers. *Business Wire*, April 1991.
- Business Wire. 1997. Genentech Announces Phase III Investigational Trial Results for HER2 Monoclonal Antibody in Metastatic Breast Cancer. *Business Wire*, 19. Dezember 1997.

beschäftigen, ohne dabei jedoch die Marktentstehung zu beachten, differenzieren hierbei stärker (z. B. Ansari und Garud 2009; Garud und Rappa 1994; van Merkerk und van Lente 2005).

- Callon, Michel. 1992. The dynamics of techno-economic networks. In *Technological change and company strategie*, Hrsg. Rod Coombs, Paolo Saviotti, Vivien Walsh, 72-102. London: Academic Press.
- Callon, Michel. 1998. Introduction: the embeddedness of economic markets in economics. In *The laws of the market*, ed. Michel Callon, 1-57. Oxford: Blackwell.
- Callon, Michel. 2007. An essay on the growing contribution of economic markets to the proliferation of the social. *Theory, Culture & Society* 24: 139-163.
- Callon, Michel, Cecile Meadel und Vololona Rabeharisoa. 2002. The economy of qualities. *Economy and Society* 31: 194-217.
- Convert, Bernard, und Johan Heilbron. 2007. Where did the new economic sociology come from? *Theory and Society* 36: 31-54.
- Czarniawska, Barbara. 1997. *Narrating the organization. Dramas of institutional identity*. Chicago: Chicago University Press.
- Czarniawska, Barbara. 2007. Narrative inquiry in and about organizations. In *Handbook of narrative inquiry: mapping a methodology*, ed. D. Jean Clandinin, 383-404. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Daily Mail. 1992. Breast cancer ‚wonder drug‘ on trial. *Daily Mail*, 16. Juni 1992.
- Daily Mail. 1995. Ex-biotech boffin a hit at Chiro. *Daily Mail*, 18. Januar 1995.
- Davidson, Sylvia. 1996. Is british biotech's marimastat a major cancer drug? *Nature Biotechnology* 14: 819-820.
- Denning, Stephen. 2005. *The leader's guide to storytelling: mastering the art and discipline of business narrative*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Deuten, J. Jasper, und Arie Rip. 2000. Narrative infrastructure in product creation processes. *Organization* 7: 69-93.
- Diaz-Bone, Rainer. 2009. Économie des conventions. In *Wirtschaftssoziologie*, Hrsg. Jens Becker, Christoph Deutschmann. Sonderheft 49 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- DiMaggio, Paul. 1987. Classification in art. *American Sociological Review* 52: 440-455.
- DiMaggio, Paul. 1997. Culture and cognition. *Annual Review of Sociology* 23: 263-287.
- Emirbayer, Mustafa, und Jeff Goodwin. 1994. Network analysis, culture, and the problem of agency. *American Journal of Sociology* 99: 1411-1454.
- Ernst & Young. 1995. *European biotech 95: gathering momentum*. Brüssel: Ernst & Young.
- Extel Examiner. 1996. Chiroscience says new cancer drug ‚better than British botech's mrimastat‘. *extel examiner*, 25. April 1996.
- Fine, Gary Alan, und Sherry Kleinman. 1983. Network and meaning: An interactionist approach to structure. *Symbolic Interaction* 6: 97-110.
- Fiss, Peer, und Paul M. Hirsch. 2005. The discourse of globalization: framing and sensemaking of an emerging concept. *American Sociological Review* 70: 29-52.
- Fiss, Peer, und Mark Kennedy. 2007. *Framing markets. Technology, innovation and institutions*. Working paper series. http://www.business.ualberta.ca/tcc/documents/TII_13_Fiss_Kennedy.pdf (letzter Zugriff: 08.06.2009).
- Fligstein, Neil. 1996. Markets as politics: A political-cultural approach to market institutions. *American Sociological Review* 61: 656-673.
- Fligstein, Neil, und Luke Dauter. 2007. The sociology of markets. *Annual Review of Sociology* 33: 105-128.
- Fourcade, Marion. 2007. Theories of markets and theories of society. *American Behavioral Scientist* 50: 1015-1034.
- Frankfurter Allgemeine Zeitung. 1998. Von Börsenträumen, Wundermitteln und waghalsigen Versprechungen. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 8. Juli 1998.
- Fuhse, Jan. 2008. Gibt es eine Phänomenologische Netzwerktheorie? Geschichte, Netzwerk und Identität. *Soziale Welt* 59: 31-52.
- Garud, Raghu, und Michael A. Rappa. 1994. A sociocognitive model of technology evolution – the case of cochlear implants. *Organization Science* 5: 344-362.
- Grabher, Gernot. 1993. The weakness of strong ties: The lock-ins of regional development in the Ruhr area. In *The embedded firm*, ed. Gernot Grabher, 265-277. London: Routledge.

- Granovetter, Mark. 1985. Economic action and social structure. The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology* 91: 481-510.
- Holzer, Boris. 2006. *Netzwerke*. Bielefeld: transcript.
- Huberman, Gur, und Tomer Regev. 2001. Contagious speculation and a cure for cancer: a nonevent that made stock prices soar. *The Journal of Finance* 56: 387-396.
- Hutchins, Edwin. 1995. *Cognition in the wild*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Kalthoff, Herbert. 2007. Ökonomisches Rechnen: Zur Konstitution bankwirtschaftlicher Objekte und Investitionen. In *Zahlenwerk. Kalkulation, Organisation und Gesellschaft*, Hrsg. Andrea Mennicken, Hendrik Vollmer, 143-164. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kennedy, Mark T. 2008. Getting counted: markets, media, and reality. *American Sociological Review* 73: 270-295.
- Kilduff, Martin, und Wenpin Tsai. 2003. *Social networks and organizations*. London: Sage.
- Knorr Cetina, Karin. 2007. Global markets as global conversations. *Text & Talk* 27: 705-734.
- Knorr Cetina, Karin, und Urs Bruegger. 2005. Globale Mikrostrukturen in der Weltgesellschaft. Die virtuellen Gemeinschaften von Finanzmärkten. In *Finanzmarkt-Kapitalismus*, Hrsg. Paul Windolf, 145-170. Sonderheft 45 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lamont, Michèle, und Laurent Thévenot. Hrsg. 2000. *Rethinking comparative cultural sociology: repertoires of evaluation in France and the United States*. Cambridge, UK, New York: Cambridge University Press.
- Leifer, Eric. 1985. Markets as mechanisms: using a role structure. *Social Forces* 64: 442-472.
- Leifer, Eric, und Harrison C. White. 1987. A structural approach to markets. In *Intercorporate relations*, eds. Mark Mizruchi, Michael Schwartz, 85-108. Cambridge: Cambridge University Press.
- Leifer, Eric, und Valli Rajah. 2000. Getting observations: strategic ambiguities in social interaction. *Soziale Systeme* 6: 251-267.
- Lizardo, Omar, 2006. How cultural tastes shape personal networks. *American Sociological Review* 71: 778-807.
- Lorraine, Francois, und Harrison C. White. 1971. Structural equivalence of individuals in social networks. *Journal of Mathematical Sociology* 1: 49-80.
- Lumsden, Quentin. 1994. Shares: risky flights in blue skies. *The Independent*, 23. Oktober 1994.
- MacKenzie, Donald, und Yuval Millo. 2003. Constructing a market, performing theory: the historical sociology of a financial derivatives exchange. *American Journal of Sociology* 109: 107-145.
- Malerba, Franco, und Luigi Orsenigo. 2002. Innovation and market structure in the dynamics of the pharmaceutical industry and biotechnology: towards a history-friendly model. *Industrial and Corporate Change* 11: 667-703.
- Manley, John. 1998. Chiroscience provides contrast in strategy with british biotech. *Extel Examiner*, 29. April 1998.
- Marshall, Lee, 2000. *The cancer outlook 2000*. Business Insights Ltd.
- Massod, Ehsan. 1998. UK biotech flagship meets stormy waters. *Nature* 392: 746.
- Mccrone, Angus. 1994. Biotech on trial for its future. *Evening Standard*, 10. November 1994.
- McLean, Paul. 1998. A frame analysis of favor seeking in the Renaissance: agency, networks, and political culture. *American Journal of Sociology* 104: 51-91.
- Mische, Ann. 2008. *Partisan publics. Communication and contention across Brazilian youth activist networks*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Mische, Ann, und Harrison C. White. 1998. Between conversation and situation: public switching dynamics across network domains. *Social Research* 65: 695-724.
- Mohr, John, und Vincent Duquenne. 1997. The duality of culture and practice: poverty relief in New York City, 1888-1917. *Theory & Society* 26: 305-356.
- Mohr, John, und Helene Lee. 2000. From affirmative action to outreach: discourse shifts at the University of California. *Poetics* 28: 47-71.
- Müller, Christian, und Armin Rump. 2002. Time for consolidation in Germany. *Nature Biotechnology* 20: 441-444.
- Mützel, Sophie. 2002. *Making meaning of the move of the german capital: networks, logics, and the emergence of capital city journalism*. Ann Arbor: UMI.

- Mützel, Sophie. 2007. Marktconstitution durch narrativen Wettbewerb. *Berliner Journal für Soziologie* 17: 451-464.
- Mützel, Sophie. 2008. Netzwerkperspektiven in der Wirtschaftssoziologie. In *Handbuch der Wirtschaftssoziologie*, Hrsg. Andrea Maurer, 185-206. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Orsenigo, Luigi, Fabio Pammolli und Massimo Riccaboni. 2001. Technological change and network dynamics. Lessons from the pharmaceutical industry. *Research Policy* 30: 485-508.
- Penan, Hervé. 1996. R & D strategy in a techno-economic network: Alzheimer's disease therapeutic strategies. *Research Policy* 25: 337-358.
- Pharmaceutical Business News. 1995. Chiroscience group reveals promising new product pipeline. *Pharmaceutical Business News*, 1. März 1995.
- Podolny, Joel M. 2001. Networks as the pipes and prisms of the market. *American Journal of Sociology* 107: 33-60.
- Podolny, Joel M. 2005. *Status signals: a sociological study of market competition*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Powell, Walter W. 1990. Neither market nor hierarchy: network forms of organization. *Research in Organizational Behavior* 12: 295-336.
- Powell, Walter W., Kenneth W. Koput und Laurel Smith-Doerr. 1996. Interorganizational collaboration and the locus of innovation: networks of learning in biotechnology. *Administrative Science Quarterly* 41: 116-145.
- Powell, Walter W., Douglas White, Kenneth Koput und Jason Owen-Smith. 2005. Network dynamics and field evolution: the growth of interorganizational collaboration in the life sciences. *American Journal of Sociology* 110: 1132-1205.
- PR Newswire. 1992. Biomira Inc. announces results of phase I clinical trials of its theratope products. *PR Newswire*, 23. Juli 1992.
- PR Newswire. 1996. Agouron pharmaceuticals reports recent results from testing of three anti-cancer drugs. *PR Newswire*, 22. April 1996.
- Schreyögg, Georg, und Jochen Koch. 2005. *Knowledge management and narratives*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Skeel, Shirley. 1994. Bio pins hopes on cancer drug. *Daily Mail*, 10. März 1994.
- Smith, Tammy. 2007. Narrative boundaries and the dynamics of ethnic conflict and conciliation. *Poetics* 35: 22-46.
- Stevenson, Tom, und Tom Wilkie. 1995. City frenzy over 'cure for cancer'. *The Independent*, Dezember 1995.
- Stinchcombe, Arthur. 1965. Social structures and organizations. In *Handbook of organizations*, Hrsg. James March, 142-193. Chicago: University of Chicago Press.
- Swedberg, Richard. 1994. Markets as social structures. In *The handbook of economic sociology*, eds. Neil Smelser, Richard Swedberg, 255-282. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Tarde, Gabriel. 2003. Die Gesetze der Nachahmung. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- The Times. 1996. Merlin Ventures. *The Times*, 5. November 1996.
- Uzzi, Brian. 1996. The sources and consequences of embeddedness for the economic performance of organizations: the network effect. *American Sociological Review* 61: 674-698.
- Uzzi, Brian. 1997. Social structure and competition in interfirm networks: the paradox of embeddedness. *Administrative Science Quarterly* 42: 35-67.
- van Merkerk, Rutger O., und Harro van Lente. 2005. Tracing emerging irreversibilities in emerging technologies: the case of nanotubes. *Technological Forecasting and Social Change* 72: 1094-1111.
- White, Harrison C. 1981. Where do markets come from? *American Journal of Sociology* 87: 517-547.
- White, Harrison C. 1992. *Identity and control: a structural theory of social action*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- White, Harrison C. 2000. Modeling discourse in and around markets. *Poetics* 27: 117-133.
- White, Harrison C. 2002a. *Markets from networks: socioeconomic models of production*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- White, Harrison C. 2002b. Cognition in social constructions: market rivalry profile versus cost schedule. In *Culture in mind*, ed. Karen A. Cerulo, 101-109. New York, NY: Routledge.

- White, Harrison C. 2008. *Identity and control: how social formations emerge*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- White, Harrison C., und Frédéric Godart. 2007a. Märkte als soziale Formationen. In *Märkte als soziale Strukturen*, Hrsg. Jens Beckert, Rainer Diaz-Bone, Heiner Ganßmann, 197-215. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- White, Harrison C., und Frédéric Godart. 2007b. Stories from identity and control. *Sociologica* 3. <http://www.sociologica.mulino.it/doi/10.2383/25960> (letzter Zugriff: 03.06.2009).
- White, Harrison C., Scott Boorman und Ronald L. Breiger. 1976 Social structure from multiple networks. I. Blockmodels of roles and positions. *American Journal of Sociology* 81: 730-779.
- White, Harrison C., Jan Fuhse, Matthias Thiemann und Larissa Buchholz. 2007. Networks and meaning: styles and switchings. *Soziale Systeme* 13: 514-526.
- White, Hayden. 1987. The value of narrativity in the representation of reality. In *The content of the form: narrative discourse and historical representation*, ed. Hayden White, 1-25. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Yeung, King-To. 2005. What does love mean? Exploring network culture in two network settings. *Social Forces* 84: 391-420.
- Zelizer, Viviana. 1978. Human values and the market: the case of life insurance and death in 19th-century America. *American Journal of Sociology* 84: 591-610.

Korrespondenzanschrift: Ph.D. Sophie Mützel, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, Reichpietschufer 50, 10785 Berlin
E-Mail: muetzel@wzb.eu

THE EUROPEANIZATION OF BUSINESS*

Neil Fligstein

Abstract: Most studies of European integration have focused narrowly on the political and legal processes in Brussels. This has caused scholars to miss how profoundly the European economy has been re-organized by the successive use of European rules to reorganize the economy. The European Union, member state Governments, and European corporations have worked to expand their activities on a European wide basis. This paper shows the degree to which the Single Market and other market opening projects have profoundly affected the European economy by creating new European wide markets and increased trade. The end point of this re-organization implies a European model of market construction where national firms become involved in European wide markets and engage in friendly mergers or joint ventures with firms from other countries.

1. Introduction

Most studies of European integration have focused narrowly on the political and legal processes in Brussels. This has caused scholars to miss how profoundly the European economy has been re-organized by the successive use of European rules to reorganize the economy. At the core of the European Union has been the creation of the “single market” across Western Europe. The EU has provided a common set of rules that make it difficult for governments to raise barriers to entry to foreign firms and markets for almost every good or service are open. Trade now accounts for about 40 percent of GDP across Europe. Over 70 percent of the exports from the countries that make up the EU are to other countries in the EU (Fligstein 2008: ch. 3).

Moreover as the EU has expanded, the largest European corporations have made most of their investments in the past 20 years in Europe. These investments have been made by engaging in mostly friendly mergers or joint ventures with companies in other European countries. This means that in many of the largest product markets across Europe, firms with different national identities face off to compete in product markets that instead of being national in orientation are now regional in scope (Fligstein 2008: ch. 3). The interlocking of the economies of Western Europe, as a result, has gone a great distance.

There are a couple of caveats to this. Most of the largest corporations remain national in their ownership. Only a few of the large mergers have produced true cross European ownership of firms (for example, EADS, the company that makes Airbus). The largest firms in the European economy remain resolutely British, German, French, Swedish or Italian in ownership and investment. The main reason for this persistence

* I would like to thank Christoph Deutschmann for comments on an earlier draft of this paper.

is that European governments have resisted creating a single market for property rights. As a result, it is difficult or impossible to engage in hostile takeovers of continental European firms. So when firms do decide to merge cross border, it is generally a friendly alliance that leaves in place national management.

A second caveat is the general British “exceptionalism” in Europe. Britain’s government has allowed hostile mergers to occur in their country and as such, many of the largest British firms have been bought up by their continental competitors. But, British firms are the least European in the sense that they distribute their economic activities more widely around the world, and in particular are big players in the U.S. They trade the least with Europe of all of the European countries and they are not as extensively invested in Europe.

This paper has three purposes. First, is to develop a conceptual framework based in the economic sociology literature that will allow readers to make sense of why the European economy looks the way it does. Second, I provide an overview of how the European economy has been “Europeanized” in line with what such a theory would suggest. Then, I take up a case study, re-organization of the telecommunications industry in Europe to illustrate how the market project has worked in one sector.

The telecommunications sector is a good place to understand the transformation of the European economy. Historically, the largest telecommunications firms were government owned bureaucracies. But beginning, in the 1980s, the member state governments, with prodding from large supplier firms and the EU, began to liberalize the industry. The EU governments agreed to extensive privatization and deregulation of the telecommunications industry. As the telecommunications industry became revolutionized by new products during the 1980s and 1990s, the governments sold off large shares of their national firms and opened their markets to competition. But, here again, it is possible to see the continued influence of governments. The German and French governments continue to own large (if minority) shares of their telecoms companies. The other governments have not wanted their national phone companies to fall into the hands of foreigners. It is only been a few of the small national phone companies which have been sold into larger firms. Instead, there has been the development of extensive alliances across countries whereby firms jointly own ventures particular for wireless telephones. Most of the smaller national firms have not disappeared, but instead entered into ownership alliances with the larger firms, particularly in the cell phone field. So while the telecommunications sector has been reorganized at the European level, governments still sit closely by to insure that citizens have access to phones that are provided by a nationally owned firm.

The usual way to understand the changes in the European economy is to view them through the lens of globalization. But I am arguing that this perspective fundamentally misunderstands what is going on in Europe. There has been much convergence across Europe in terms of markets emerging with participants from many societies and firms organizing production in similar ways. But this is not the result of the diffuse process of the global integration of trade. Instead, it is the outcome of the political project of the governments in Europe to create a single market and the use of a single currency (Rodriguez-Pose 2004). This has created new economic opportunities and European corporations have been quick to expand their operations across Europe. In turn, this has created more competition between European corporations. When Eu-

Europeans think they experience the threat of “globalization”, what they are really experiencing is the integration of the European market and the entry into their home markets by other European firms.

II. What is an integrated market economy?

A sociological view of markets argues that markets are fields that exist for the production and sale of some good or service. They are characterized by repeated exchange between buyers and sellers that rely on rules and social structures to guide and organize exchange. A given market becomes a stable field when the producers are able to produce a status hierarchy of firms whereby some of the largest firms dominate the market and smaller firms find niches (Fligstein 2001). Once such a structure has emerged, a market can be described as “self reproducing role structure” where incumbent and challenger firms reproduce their positions on a period to period basis (White 1981).

Governments are implicated in the building of market institutions by virtue of their claim to sovereignty in a given territory. Bureaucracies, courts, police forces, and armies are the organizations that represent the ability of a particular state to act. Governments create market rules to govern property rights (who owns what), competitive relationships between firms (what is called competition policy), and the exchange of goods and services. Some governments own firms and direct investment.

An integrated market economy will contain firms who can freely trade and invest with each other under a single system of rules that define property rights, sanction legal and illegal forms of competition, and produce rules to govern economic transactions between buyers and sellers. Some scholars might add that an integrated market economy requires a single currency and a single regulatory structure. It is obvious that most of the historical cases of integrated market economies merged in a defined geographic territory in reference to a single state.

III. The Problem of the Integration of European Markets

If one thinks about this definition in the context of the EU, one can see that the problem of creating a single market across Europe was formidable. In 1957 before the signing of the Treaty of Rome, each state in the EU had its own market rules (i. e. property rights, competition policy, and rules governing exchange). They also had their own currencies and regulatory structures in place. They had longstanding relationships with their organized economic elites who owned and in the case of state owned enterprises, managed the national firms. In the European social democracies, this commitment extended to workers as well. This predisposed governments to not undertake any actions that undermined either jobs or the privileges of national firms. Governments also worked hard to keep regulatory capacity under their control in order to maintain their legitimacy (not to mention the jobs of people who worked for them!).

Given these constraints, it is quite amazing that the EU governments peacefully agreed to create and complete a single market across Europe and one that eventually

also created a single currency for much of Europe. To accomplish the creation of the Single Market, the interests of governments, firms, workers, and consumers had to be balanced off. If it looked like too many people were going to be potentially hurt by the creation of market rules that would open markets to competitors from other countries, then those rules would never gain approval by the representatives of the member states in the Council of Ministers. While it was often possible for governments to make trade-offs, they still had to come out of whatever negotiation they entered believing that they were better off with the rules created than they were before.

In 1986, the EU set out to “completed the Single Market” by removing a whole variety of non-tariff trade barriers. The Single Market Program (hereafter SMP) mainly made it easier for firms who were already exporting to engage in trade across Europe (Fligstein and Mara-Drita 1996). It opened markets in industries that could be logically connected to the completion of the single market: transportation, financial services, and professional and business services. There was an effort to create a general European system of property rights, mostly pushed by the British. But, the French and German governments opposed that effort. This preserved the national domination of corporations and made it difficult to engage in hostile takeovers in all of Europe except Great Britain.

Since 1993, there have been significant openings in a number of other industries including telecommunications, utilities, airlines, and postal services. The logic of market opening in these industries has followed a similar pattern. Basically, governments have agreed to at least partially privatize their state owned firms and to stop subsidizing them with state aid. They have also agreed to allow firms from other countries compete with their national champions. In practice, these market opening projects have worked in a complex way on the ground. The largest corporations have spread out their activities by entering new markets. But they frequently partner with local firms either by setting up a joint venture or buying out smaller companies in friendly mergers. It is useful to examine how things have played out on the ground in a more systematic way.

IV. Market Structure in Europe

To demonstrate the degree to which Europe is a single trade zone, it is useful to consider its relationship to broader trading patterns in the world economy. *Table 1* shows the ultimate destination of trade in 1993 and 2005. One can clearly see that exports are divided into three regions: Asia (including Japan), Western Europe, and North America. These regions are often described as the “triad” (Ohmae 1985). The region that appears the most integrated in trade is Western Europe with 68,9 percent of trade beginning and ending in Europe in 1993 and expanding to 73,2 percent in 2005. 46,5 percent of Asia’s exports end up in Asia in 1993 and increases to 47,2 percent in 2005. 35,6 percent of North America’s exports end up in North America in 1993 and increases to 55,8 percent in 2005. Both the EU’s Single Market Program and subsequent market opening projects and the North American Free Trade Area (NAFTA) appear to have worked to increase the concentration of trade in the regions.

Table 1: Regional Structure of World Merchandise Trade in Exports, 1993 and 2005

	Regional Destination							
	North America		Western Europe		Asia		Rest of the World	
Regional Origin	1993	2005	1993	2005	1993	2005	1993	2005
North America	35,6	55,8	20,2	16,1	25,0	18,3	19,2	9,8
Western Europe	8,0	9,1	68,9	73,2	8,8	7,6	14,3	10,1
Asia (incl. Japan)	26,4	22,9	17,0	18,9	46,5	47,2	14,2	13,0

Note: Rows sum to 100 within years.

Source: World Trade Organization Annual Report 1996: Table II.1., 2006: Table II.1.

Table 2 presents data on the share of manufacturing exports from various EU countries that end up in other EU countries. Between 1970 and 1997, almost every country increased their share of their manufacturing exports that ended up in Europe. This is remarkable evidence that European manufacturers really saw Europe as their main market. The era where these numbers appeared to have increased the most was from 1980 until 1990. This was the period when the SMP was announced and implemented. This is evidence that European manufacturers were aided by the changes in EU rules in this period and responded to more trade opportunities by concentrating their sales on Europe.

Table 2: Percentage of total manufacturing trade of EU countries with others in the European Union

	1970	1980	1990	1997
Austria	53	65	79	78
Belgium	77	86	83	89
Finland	21	35	41	51
France	82	84	86	90
Germany	70	75	79	81
Ireland	27	61	54	42
Italy	70	61	67	70
Netherlands	68	69	77	77
Portugal	28	41	53	64
Spain	43	69	75	81
UK		40	56	55

Source: OECD Outlook #64, 1998: 154.

The countries with the fewest European manufacturing exports include Ireland, Finland, and Great Britain. Finland is a recent entry into the EU. It also exports many telecommunications products into international markets. Ireland is a platform for many multinationals that use it both as an entry to the EU but also a manufacturing base for their world activities. Great Britain is the least European focused of the large economies. This reflects its involvement with both former colonies and the U.S. market. The countries with over 80 percent of their manufacturing exports going to the EU include France, Germany, Belgium, and Spain while Austria, Italy, and the Netherlands have over 70 percent of their manufacturing exports ending up in the EU. France and Germany have been the traditional leaders of the EU, both because of the

relative size of their economies, but also because of their relative economic interdependence. These statistics show in an interesting way why some of the politics of the EU appear to ally France and Germany against Great Britain. The British depend the least on the EU for their trade while France and Germany are amongst the largest traders. It is not surprising that their governments have been the engine of pushing forward the European integration project and the British remain more skeptical.

Table 2 gives us an opportunity to see how the decision by a country to join the EU effects the orientation of its manufacturing exporters. Ireland joined the EU in 1973. In 1970, only 27 percent of its manufacturing exports ended up in the EU, but by 1980, this increased to 61 percent. Spain and Portugal joined in 1985 and their exports to the EU jumped during the decade. Finland joined in 1994 and during the 1990s, its share of manufacturing exports with the EU climbed sharply.

Table 3: Merchandise trade exports for Eastern Europe (without Russia), 1994–2003

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Total Trade (billions of \$)	150,1	175,8	173,4	176,7	168,9	169,7	187,6	275,3	302,1	400,1
% of World Trade	3,5	3,8	3,9	4	3,8	4	4,3	4,6	4,9	5,5
% of Trade within EU	33,7	36,4	38,9	41,2	46,5	47,2	52,6	54,6	56,6	56,8
% of Trade with Other Eastern European Countries	37,4	32,3	30,2	28,4	27,7	28,9	29,2	29,5	26,5	26,5
% Total Trade within EU	71,1	68,7	69,1	71,6	75,2	76,1	81,8	84,1	83,1	83,3

It is useful to explore how joining the EU affected the Eastern European countries that have just recently joined. *Table 3* shows how Eastern European trade changed. The top line of *Table 3* shows that trade slowly increased during the 1990s and began to accelerate from 1999 onwards as the Eastern European countries prepared to enter the EU. The second line of the table shows that the share of world trade in the region was 3,5 percent in 1994 and this grew slowly until 1999. Then Eastern Europe increased its share of world trade from 4,0 percent to 5,5 percent, an increase of over one-third.

The most interesting question is the destination of the trade from Eastern Europe. Beginning in 1994, as the Eastern European countries began to apply for EU membership, the share of their trade that went to the EU began at 33,7 percent and climbed steadily to 47,2 percent in 1999 and finally 56,8 percent in 2003. This shows that Eastern European countries began to re-direct their trade substantially to the EU. The next line of the Table shows how Eastern European trade with the rest of Eastern Europe declined over the period. In 1994, 37,4 percent of Eastern European trade ended up in Eastern Europe. In 2003, this had dropped to 26,5 percent of trade. The last line of the Table adds up the previous two lines. It shows that over the period, Eastern European trade was 71,1 percent with the EU and rose to 83,3 percent in 2003 even as intra-Eastern European trade dropped by a third. The Eastern European economies which began the 1990s in disarray and mainly focused on exporting to each other have now been firmly integrated into the EU trading zone.

It is useful to summarize the results of this section. The EU is the most integrated trade bloc in the world with over 73,2 percent of EU trade beginning and ending in the EU. The SMP and subsequent market opening projects had the effect of intensify-

ing EU trade. Data on the manufacturing sector shows that intra-EU trade in manufactures is high and increasing generally over time. Joining the EU had a big effect on the direction of a country's exports. Every country that joined the EU saw its share of manufacturing exports to the EU increase. Finally, the ascension of the 10 Eastern European countries to the EU has resulted in the revival of the exporting sectors of their economies. Their exports grew dramatically, particularly after 1999. The main shift in trade was from the other eastern European countries to the EU.

V. Europe and the Strategies of Large Firms

If trade across Europe has grown denser as a result of continued market integration, it is interesting to consider exactly what this means for corporations. To get a handle on how large corporations handle their investments, I consider data from a study of the world's largest multinational corporations in 1987 and 1997 (Stafford and Purkis 1989, 1999). This data set is unique in that it contains information on the world's largest 450 multinational corporations. It attempts to disaggregate where firms have their main investments and assesses their major markets. The data allow a comparison of how multinationals changed their activities over time. One of the good things about the data set, is that it captures some of the reaction of both European and non-European multinationals to the SMP. The SMP was announced in 1986, but it was not supposed to go into full effect until 1992. Multinational firms began planning their reaction to the SMP as soon as it was announced, but their redeployment of assets, sales, and jobs probably took place over a long period. Thus, the 1987 data probably contains the beginnings of the reaction to the opportunities presented by the SMP and the 1997 data certainly capture the change in firms' deployment of their resources. The data also allows us to compare the activities of European based multinationals to other firms of similar size and with similar aspirations. One can see the degree to which European firms are like or not like the multinational firms of other societies.

Table 4 presents data on investment of the world's largest multinationals. It is useful to begin by examining how EU firms changed their distribution of activities between 1987 and 1997. In 1987, EU based multinationals had about 64 percent of their assets in their home country. This decreased to about 57 percent by 1997. This was a statistically significant reduction in assets. There was an increase in the percentage of assets in Europe not in the home country from 17 percent to 25 percent over the period. There were similar statistically significant decreases in employment in the home country. In 1987, 53 percent of employees of European multinationals were in the home country and this dropped to 47 percent. At the same time the percentage of employees in other European countries increased from 25 percent to 32 percent. The shift in assets and employment was mirrored in sales figures. One can conclude that what changed in the decade, was that European multinationals spread out their assets, employment, and sales across Europe and thereby decreased their dependency on the home country while increasing their presence across Europe. In essence, they re-deployed their economic activities to take advantage of the integration of the single market.

Table 4: Comparison of the world's largest multinationals, 1987 and 1997

	EU Firms			Non-EU Firms		
	1987	1997	signifi- cance level	1987	1997	signifi- cance level
% of assets in home country	0,64 (28)	0,57 (42)	0,05	0,71 (160)	0,64 (176)	0,00
% of assets in Europe, not home country	0,17 (28)	0,25 (42)	0,05	0,2 (91)	0,24 (102)	0,01
% of employees in home coun- try	0,53 (43)	0,47 (50)	0,05			
% of employees in Europe, not home country	0,25 (23)	0,32 (31)	0,05			
% of sales in home country	0,42 (87)	0,35 (87)	0,02	0,7 (186)	0,62 (188)	0,00
% of sales in Europe, not home country	0,30 (69)	0,35 (80)	0,04	0,19 (102)	0,24 (109)	0,01
% of assets in Europe, total	0,81	0,82	n.s.	0,2	0,24	0,01
% of employees in Europe, total	0,78	0,79	n.s.			
% of sales in Europe, total	0,72	0,7	n.s.	0,19	0,24	0,01

Source: Stafford and Purkis 1989, 1997.

* Number of cases reported in parentheses; Significance level refers to the t-test between the means 1987 and 1997; t-value less than 0,05 is statistically significant, n,s, is t-value greater than 0,05.

It is interesting to compare European multinationals to the other large multinationals in the world. In 1987, non-EU multinationals had 71 percent of their sales in their home country and this decreased to 64 percent in 1997, a statistically significant reduction. They also decreased their dependence on home assets from 70 percent to 62 percent. Thus, non-EU multinationals became more “global” from, 1987 to 1997. One interesting question is how much of this redeployment was in Europe in response to the SMP. The last two rows of the Table show that non-EU multinationals increased their sales in Europe from 19 percent to 24 percent and increased their assets from 20 percent to 24 percent (both statistically significant). This shows that Europe was a huge focus of non-EU multinationals. Half of their shift in assets (4 percent of 8 percent) was towards the EU market during the decade 1987-1997. Even more impressive is that 71 percent (5 percent of 7 percent) of their shift in sales out of their home countries were accounted for by Europe. Non-EU multinationals may have been “globalizing”, but a majority of their globalizing in this period was accounted for by their move into Europe.

What can be concluded from these results? Large European multinationals responded to the opportunities created by market opening projects by expanding into other European countries. They were not “globalizing”, but “Europeanizing”. Multinationals from other parts of the world also perceived the new opportunities in Europe. They expanded across Europe as well.

VI. The Telecommunications Industry

So far, I have presented evidence of how the whole European economy has changed over time. In the wake of the Single Market Program and the continued attempts to open markets across Europe, trade has expanded, European firms have invested more across Europe, and sales and employment have increased as a result. It is useful to consider a case study of one industry to understand more clearly how these larger changes have played out on the ground. I have chosen to examine the telecommunications industry. In 1990, the telecommunications industry in Europe, with the exception of Great Britain, was owned and controlled by the government. Almost all of the business was in land lines that were used for telephones. Subsequently, the industry exploded in many ways: the emergence of new firms, the privatization of existing state champions, and the innovation of new products including the internet, the use of fixed lines for text and data, the creation of wireless telephones, and the use of wireless phones for text and data.

It is easy now to look back and see that this process seemed obvious. But in the late 1980s, both the governments in the EU and their national phone companies were trying to resist any changes. The telecommunications companies resisted new products, were concerned about losing their national monopolies, and governments worried about the jobs of the large workforces employed by telecommunications companies. Why did governments eventually decide to open these markets up? There were four key elements to making these changes: the Single Market initiative being negotiated in Brussels, the general perception amongst EU governments that their high technology industries were in danger of being shut out of world markets by virtue of their being behind in product innovation, the support and lobbying of large technology industries who wanted new and growing markets and found themselves in conflict with the government owned phone companies, and the European Commission which was able to begin the process of market deregulation in telecommunications and as it picked up steam to get governments to agree to privatize their telephone companies (Sandholtz 1993, 1998).

Beginning in the late 1970s, there was a great deal of technological change in the industry (Couhey 1990; Hart 1998; Hills 1986). The microelectronics revolution made possible a new range of telecommunications equipment. As computers became hooked up to the telecommunications network and new forms of transmission media evolved (microwave, satellite, fiber optics), the possibility grew for new services such as data communications, data processing, database sharing and storage, electronic mail, teleconferencing, and of course, wireless phones.

In Europe, producers and providers of these telecommunications technologies found themselves increasingly at the mercy of national phone companies. Producers of new technology found that national telephone companies used their proprietary technologies to make it difficult to connect to the existing phone system. And even if one could connect, national phone companies made equipment makers converge to national standards. This was made even more difficult for firms trying to work across national borders.

American firms leaped ahead during the 1980s in a more open environment. Even where European phone companies tried to incorporate new markets and products, cus-

tomers still had to face the problems of connectivity across countries. Different standards for sending voice and data across countries made costs high and the process difficult. Governments across Europe began to recognize that if such services were to be created and offered, national telephone companies would need to adjust. During the 1980s, the Thatcher government in Great Britain began the privatization of what became British Telecom. The government set up the firm in 1981 and sold a majority of the shares in 1984. It still protected the main business of local land line phone service but gradually opened up the other telecommunications markets. Vodaphone and Cable and Wireless pioneered the wireless phone industry in Great Britain. In 1989, the French government allowed firms other than France Telecom to participate in all markets except for land line telephones although it still made it somewhat difficult for them to do so. In 1989, Deutsche Telekom was separated from the postal service but maintained its monopoly over land lines (Sandholtz 1993). Italy, the Netherlands, Denmark, and Belgium followed suit to varying degrees.

In 1983, Etienne Davignon, the EC Commissioner gathered a group of business and government leaders together to form a group called the Senior Officials Group for Telecommunications (SOGT). The basic rationale was that Europe was falling behind high technology industries in the U.S. and Japan. The group agreed to a set of proposals that eventually became the official program of the EU. These proposals called for an open EU telecommunications market where there would be common standards for connectivity and the opening of public procurement (European Commission, 1983). They also agreed to introduce new networks and services and collaborate in producing new technologies.

In 1987, the Commission published a Green paper outlining its ideas for creating a standards setting organization to insure compatibility across Europe (EU 1987). Several directives were passed to induce more cooperation between the telephone companies and equipment producers to set new standards for products across Europe. The 1987 Green paper also called for market liberalization. They called for an end to public procurement policies that favored national champions and an end to phone company monopoly over services.

To push this along, the European Commission took unusual action. They invoked Article 90 of the Treaty of Rome to end the telephone company monopolies. They were able to put into effect directives that immediately opened up the modem, telex terminal, PABX, fax machine, mobile phone, and satellite markets to any firm. The French government tried to have the authority of the European Commission overturned and took them to the European Court of Justice. In 1991, the Court sided with the Commission. The governments agreed in 1991 to a directive that opened up all markets except for local land based telephone markets. As part of the Single Market Program, the Commission was able to push forward a directive that opened up equipment sales to competitive bidding in 1992.

The first wave of reform was partially met with welcoming and partially with resistance. The British government felt that their firms would do well in an open market and did not oppose the liberalization that the Commission was pushing. The German government generally sided with the British as their large telecommunications producers stood to gain in a deregulated market. They were concerned to preserve the national monopoly over line based phone lines but were willing to open other markets.

The French, Spanish, and Italian governments resisted liberalization the most and tried to preserve as much of the privilege of their local phone companies as possible.

By the 1990s, many of the technological breakthroughs began to create huge new market opportunities. It was ultimately the realization that these new markets were just going to be too big to ignore that brought the governments around to the position that the telecommunications market across Europe needed to be more integrated. The governments realized that continued support of their national telecommunications companies was a rear guard effort to defend the past. During the mid 1990s, they agreed to an even more ambitious market opening project. They agreed to privatize their national champions. They also agreed to allow firms to enter into joint ventures and alliances in order to exploit the new technologies. These changes were embedded in a series of directives that were to take effect on January 1, 1998.

Table 5: Privatization of European Telecommunications Companies

EU Country	Date of effective liberalization	National operator (former PTT)	Date and method of privatization of national operator
Austria	1998	Post & Telekom Austria	75 % state owned, 25 % owned by Telecom Italia
Belgium	1998	Belgacom	1995: Sale of strategic stake
Denmark	1996/97	Tele Danmark	1994: International offering. State retains 51 %
Ireland	1998 (December)	Telecom Eireann	1996: Sale of strategic stake
Finland	1994	Telecom Finland	Government sold 80 % in 1990s, Sold to Telia, 2003
France	1998	France Télécom	1997: International offering. State retains 80 %; 2003, State share 55 %
Germany	1998	Deutsche Telekom	1996: Public offering. State retains 74 %, 2003, State share in 2004 46 %
Greece	2001	OTE	1996 & 1997: 20 % of equity sold on Athens Stock Exchange over two offers
Italy	1998	Telecom Italia	1997: Privatization completed through second offering; sold to Olivetti, 2001
Luxembourg	1998 (July)	P&T Luxembourg	100 % state owned
Netherlands	1998	KPN	1994 & 1995: Public offerings
Portugal	2000	Telecom Portugal	1995, 1996 & 1997: Public offerings. State retains 25 Percent
Spain	1998 (December)	Telefonica	Privately owned. State's remaining 20 % equity sold in 1997
Sweden	1991	Telia	71 % state owned in 2004
UK	1991	BT	1984–93: fully privatized over three international public offerings

Source: Standard and Poor's Company Reports.

Table 5 shows how the privatizations were carried out. Many of the firms remain at least partially owned by their governments suggesting the governments still retain an interest in their success. This has meant that they are unlikely takeover targets unless government officials agree to sell their share. There has only been one merger of any consequence that combined former national champions and this was between the

Swedish and Finnish companies. The Italian government decided not to sell Telecom Italia to Deutsche Telekom and instead keep it national owned by selling it to Olivetti. There have been attempts to sell off some of other companies in the smaller states, like Austria (which sold a share of its state owned company to Telecom Italia), Portugal, Spain, and the Netherlands, but so far governments have balked over giving up their control over these firms.

While much of the structure of the national champions has been preserved, there has been a huge growth in the number of companies and players in the market for wireless phones and other services. Many of these new entrants are spin-offs or partially owned subsidiaries of the former national champions. *Table 6* shows some of the main subsidiaries of the largest firms. It can be seen that many of the subsidiaries are jointly held by more than one firm. British Telecom, Deutsche Telekom, Telia (Sweden) and France Telecom have been the most successful of the former national champions suggesting that their national governments were correct in supporting deregulation. But, the new market entrants from America and around Europe have been able to form alliances with the smaller firms in the other member states as well.

Firm entry into other European markets means either setting up a subsidiary in each country or else partnering with local firms. There are three layers of these developments that are worth describing. The new subsidiaries are mainly organized on the national market level. First, new entrants have emerged in the wireless, internet, and cable business. In Europe, firms like Cable and Wireless, Vodaphone, and Viag have prospered. Second, many of the phone companies have opened up subsidiaries in other countries that they wholly own. So, for example, Telia (the Swedish company) owned ventures in Denmark, Finland, and Eastern Europe. More frequently, there has been a proliferation of joint ventures between existing national phone companies and foreign companies, particularly in producing wireless companies. For example, Wind in Italy was owned by Deutsche Telekom and France Telecom. Third, these ventures often include firms from outside the telecommunications industry, like banks, or manufacturers. An example is the Italian company Albacom which was owned by British Telecom and two local partners BNL (a bank) and ENI (a government owned manufacturing conglomerate). This has created a plethora of new companies that produce services within and across national boundaries.

In 2004, the EU passed a set of directives (EU 2004a) that tried to provide a combined set of rules to govern telecommunications markets, mergers, market entry, and standardization of equipment. These directives are now the framework for the working out of industry alliances. It now appears as if the wireless market has matured in Europe where 87 percent of possible consumers have purchased phones. It remains to be seen if this complex structure of firms will survive a slowing market. As long as national governments hold shares in their telephone companies, any consolidation is unlikely to involve the biggest players. More likely, is the consolidation of subsidiaries or firms that are privately owned.

The evolution of the telecommunications market is a case where industry moved from being highly regulated with nationally owned and closed national markets to open markets that allowed participation of firms from other countries. The result has been to shift the players around, create larger firms, and complicate industry structure by producing a plethora of joint ventures and subsidiaries that operate across borders.

Table 6: Shareholdings of Main European Telecommunications Companies, circa 2003

Firm	Holdings In
Deutsche Telecom (Germany: land, wireless, internet)	<ul style="list-style-type: none"> • TMobil (Wireless, US, France, Great Britain, Germany) • Maxnmobil (Wireless, Austria) • Enel (Wireless, Italy) • Wind (Wireless, Italy) • Federa (Wireless, Netherlands) • Eurobell (Cable, Great Britain)
France Telecom (France: land, wireless, internet)	<ul style="list-style-type: none"> • Orange (Wireless, Belgium, Great Britain, US, Switzerland, Germany, Netherlands, France) • Mobistar (Wireless, Belgium) • Panafon (wireless, Greece) • Wind (Wireless, Italy) • Airtel (Land, Wireless, Spain) • Sonofon (Land, Denmark) • TeleDenmark (Land, Denmark)
British Telecom (UK: land, wireless, internet)	<ul style="list-style-type: none"> • 9 Com (Wireless, France) • Viag (Wireless, Germany) • Albacom (Wireless, Italy) • Telfort (Wireless, Netherlands) • Telenordia (Wireless, Norway, Sweden) • Europolitian (Sweden: fixed lines) • Airtel (Land, wireless, Spain)
Vodafone (UK: wireless, internet)	<ul style="list-style-type: none"> • Verizon (Wireless, US) • Belgacom (Wireless, Belgium) • Mannesman (Wireless, Germany) • 9 Com (Wireless, Italy) • Libertel (Wireless, Netherlands) • Panafon (Wireless-Greece) • E-plus (Land, Wireless, Germany) • Omnitel (Wireless, Italy) • Sonofon (Land, Denmark)
Telia (Sweden: land, wireless, internet)	<ul style="list-style-type: none"> • Sonofon (Wireless, Denmark) • Telia Denmark (Wireless, Denmark) • Telia (Wireless, Norway) • Sonera (Land, wireless, Finland) • Telecom Eireann (Land, Ireland)
Telecom Italia (Italy: land, wireless, internet)	<ul style="list-style-type: none"> • Telekom Austria (Land wireless, Austria) • Teletet (Wireless, Greece) • Retevision (Land, wireless, Spain)
KPN (Netherlands: land, wireless, internet)	<ul style="list-style-type: none"> • EPlus (Wireless, Germany) • Base (Wireless, Belgium) • Hutchison3G (Wireless, UK)

Sources: Standard and Poor's Company Reports.

While there has been some privatization of the industry, several of the largest players, France Telecom and Deutsche Telekom, remain partially government owned. National firms still exist and governments have been reluctant, with a few exceptions, to letting their national telecommunications companies be merged into larger competitors. Still, European telecommunications has been reorganized on a European basis. In the fastest growing market, wireless telephones, European firms have partnered to produce a European wide industry.

VII. Conclusion

Contemporary political rhetoric across Europe suggests voting publics are most fearful of globalization, neoliberalism, and immigration. All of these fears are tied up with European perceptions that national economies are being buffeted by new sources of competitive pressures that will not be mediated by government action. Globalization is thought of mostly as the increasing competitive pressure being brought by developing countries which have lower wage structures. Those who view these competitive forces as determinative argue that if firms from one society figure out the most efficient way to produce a set of products, then firms from all other societies will have to emulate those firms or fail (Strange 1996; Castells 1999).

Neoliberalism is the idea that the only thing governments can do in the face of the onslaught of a competitive world is to remove all forms of social protection, on trade, finance, and working conditions. Governments that persist in producing trade barriers, protecting workers, and engaging in too much taxation of firms, will over time lose firms and jobs to societies where firms have friendlier arrangements. This allegedly forces governments to dismantle worker protections, free up capital markets, and deregulate other markets (Crouch and Streeck 1997; Boyer and Drache 1996; Garrett 1995). This is thought to translate into a race to the bottom that will force the social welfare states of Europe into decline.

The problem with these plausible arguments, is that there is little evidence that globalization or neoliberalism are having these effects in Europe (Fligstein and Choo 2005; Pauly and Reich 1997; Wade 1996; Rodrik 1997, 2001; Hall and Soskice 2004). Indeed, the evidence that exists supports the view proposed here. The world economy contains three large trade zones: the EU, North America, and the Asian area. These zones have become more and not less economically integrated (for cogent arguments about why these projects have succeeded, see Mattli 1999 and Katzenstein 2005). Studies typically show that governments continue to sponsor a great number of policy interventions into capital and labor markets. There is little evidence that there has been a race to the bottom to undermine the protection of workers in advanced industrial societies. Indeed, what evidence exists suggests exactly the opposite: countries whose economies are more open to trade offer more, not less social protection to workers (Rodrik 2001).

So if it is not globalization and neoliberalism that are driving the transformation of the European welfare state driven economy, what is going on? I have demonstrated that the member state governments of the European Union have been engaged in a 50 year long market opening project that have allowed firms and corporations to create

new markets, implement new technologies, and expand on a European wide basis. European industries are increasingly becoming more organized at a European level. As a result of the Single Market and subsequent market opening initiatives, firms have shifted their attentions from controlling national markets to becoming increasingly focused on their competitors from other European countries.

European governments have proved quite willing to push their former national champions to transform themselves into larger players who would try and sell products across Europe given shifts in technology and opportunities for new business. While there was some resistance on the part of governments at different points in the process, the French, British, and German governments generally saw mostly advantages to “Europeanizing” their economies. Creating European wide markets has mostly meant the preservation of the identities of national firms. While there were extensive mergers and the creation of joint ventures across national borders, national firm identities were preserved. So, in the case discussed here, the three largest telecommunications companies before deregulation became European players by starting new companies as joint ventures and entering into partnerships across Europe with smaller phone companies. One can still recognize British Telecom, France Telecom, and Deutsche Telekom (and the latter two remained partially state owned).

The EU has played a fundamental part in all of these market changes. The European Court of Justice and the European Commission play an important role in adjudicating and acting to solve market governance problems. By and large, the member state governments have been the main agents who have pushed this agenda to produce European wide markets. The dynamics by which national firms became more oriented towards a European wide market occurred as opportunities emerged, governments changed policy, and the EU intervened to create new collective governance. One way to sum this up, is that as a result of the actions of European governments through their cooperation in the European Union, the European economy has not become globalized, but “Europeanized”.

This “Europeanization” of the formerly separate European economies can be understood best by using the perspective developed earlier to specify the relationship between states and markets. The traditional economic view of states is that they should stay out of regulating market activities in any way. The main rationale for this perspective is that governments will either act to further their own interests, what economists call “rent-seeking” or that such regulations will be captured by some set of businesses (what economists call “regulatory capture”). There is certainly evidence that governments can make bad economic choices and have that regulators have suffered regulatory capture. The telecommunications case discussed above offers examples of both of these “bad” economic effects.

But, governments can also play positive role in making markets work. The perspective outlined earlier suggests that governments work to constitute new markets by producing collective rules to govern market transaction that include guaranteeing property rights, regulating competition, and ensuring that market exchange can occur. The example of the telecommunications industry demonstrates how market opening was made possible through a series of measures that preserved consumer access to telephones at reasonable prices, but also allowed the emergence of new products and services. The partial privatizations of the telecommunications companies allowed them to

borrow money from financial markets and seek out new investments and markets across borders.

The theoretical punch line of this essay is that the right kinds of efforts by states can work to integrate and increase market activities within and across territories. The NAFTA and the SMP are two examples of government regulated trade opening projects that have worked to integrate and increase market activities. Indeed, without these efforts, trade across regions are likely to suffer. These efforts do not just include the creation of rules regarding market access, but also government investments in education, research, and infrastructure. So, for example, most scholars believe that the U.S. is a case where the government has not actively intervened into product markets. But this is not the case. The U.S. federal government has supported research and development in the computer and telecommunications sectors and worked to promote changes in the financial sector. The U.S. federal government is now playing an extensive role in the funding of the biotechnology and nanotechnology industries (Fligstein 2005). For better or worse, governments play constitutive roles in the production of markets. It should be the task of social science to try and understand more clearly when such actions have more positive effects on economic growth and when they work instead to allow rent seeking on the part of firms or governments.

It is useful to end this essay by asking the question of whether or not this market opening project has been a good or bad thing for average Europeans. A recent report by the EU (EU 2004b) argues that between 1993 and 2003, the Single Market Program directly created 2.5 million jobs across Europe. It was responsible for 877 billion Euros of additional economic activity in Europe a year, about 5700 Euros per household in Europe. These calculations are conservative in that they are the direct benefits of more trade. They do not include the lower prices for many things people in Europe consume all of the time such as phone calls (prices have dropped 50 percent) to airplane tickets (prices have dropped 41 percent). Nor do they include the stimulation of European creativity towards the production of new and novel technologies (such as the advances in wireless communication, many of which were invented in Europe).

Governments and firms have profoundly changed the way the economy works in Europe. The Europeanization of business has brought about more competition in Europe, but it has also increased economic opportunities and lowered prices for many of the goods and services Europeans consume. European citizens who see globalization and neoliberalism as the cause of their anxieties miss the real transformations brought on by governments and corporations that have increased their standards of living substantially. This positive story is not widely known outside of scholarly circles. It is ironic that the governments which have signed on to these policies rarely explain what has happened to their publics.

References

- Berger, S., and R. Dore. 1996. *National diversity and global capitalism*. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press.
- Boyer, R., and D. Drache. 1996. *States against markets*. London: Routledge.
- Breuilly, J. 1993. *Nationalism and the state*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Cable, V. 1995. The diminished nation state: a study in the loss of economic power. *Daedalus* 124: 27-56.
- Castells, M. 1996. *The rise of the network society*. Cambridge, Ma.: Blackwell.
- Cavillin, J. 2001. *European policies and regulation on media concentration*. Report produced by the Swedish Council for Pluralism in the Media. Stockholm: Ministry of Culture.
- Commission of the European Communities. 1983. *Communication from the commission to the council on telecommunications: lines of actio*. COM (1983) 573.
- Commission of the European Communities. 1987. *Green paper on the development of the common market for telecommunications services and equipment*. COM (1987) 290.
- Commission of the European Communities. 2004a. *Report on regulatory framework for electronic communication in the EU*.
- Commission of the European Communities. 2004b. *Report on the first ten years of the single market*. XXX: XXX.
- Cowhey, P. 1990. The international telecommunications regime. *International Organization* 44: 78-117.
- Crouch, C., and W. Streeck. 1997. *Political economy of modern capitalism*. London: Sage.
- Fligstein, N., and I. Mara-Drita. 1996. How to make a market. *American Journal of Sociology* 102:1-33.
- Fligstein, N. 2001. *The architecture of markets*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Fligstein, N. 2005. States, markets, and economic growth. In *The economic sociology of capitalism*, eds. V. Nee and R. Swedberg, 119-143. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Fligstein, N. 2008. *Euroclash: The EU, european identity, and the future of Europe*. Oxford: Oxford University Press.
- Fligstein, N., and J. Choo, 2005. *Corporate governance and economic performance*. *Annual Review of Law and Social Science*. Palo Alto, Ca.: Annual Reviews.
- Garrett, G. 1998. *Partisan politics in the global economy*. New York: Cambridge University Press.
- Hall, P., and D. Soskice. 2001. *Varieties of capitalism: the institutional foundations of comparative advantage*. Oxford: Oxford University Press.
- Hart, J. 1998. The politics of global competition in the telecommunications industry. *Information Society* 15: 283-302.
- Hills, J. 1986. *Deregulating telecoms*. London: Frances Pinter.
- Katzenstein, P. 2005. *A world of regions: Asia and Europe in the american imperium*. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press.
- Mattli, W. 1999. *The logic of regional integration*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ohmae, K. 1985. *Triad power*. St. Petersburg, Fla.: Seashellbooks.
- Pauly, L., and S. Reich. 1997. National structures and multinational corporation behavior. *International Organization* 51: 1-31.
- Rodrik, D. 1997. *Has globalization gone too far?* Washington, D.C.: Institute for International Economics.
- Rodrik, D. 2001. *Why do more open economies have bigger governments?* NBER working paper 5537. Cambridge, Ma.: NBER.
- Rodriguez-Pose, A. 2002. *The European Union: economy, society, and polity*. Oxford: Oxford University Press.
- Sandholtz, W. 1993. Institutions and collective action: the new telecommunications in Western Europe. *World Politics* 45: 242-70.
- Sandholtz, W. 1998. The emergence of a supranational telecommunications regime. In *European integration and supranational governanc*, eds. W. Sandholtz and A. Stone Sweet, 134-163. Oxford, UK.: Oxford University Press.

- Sandholtz, W., and J. Zysman. 1989. 1992: Recasting the european bargain. *World Politics* 42: 95-128.
- Stafford, D., and R. Purkis. 1989. *Directory of Multinationals*. London: MacMillan Press.
- Stafford, D., and R. Purkis. 1997. *Directory of Multinationals*, London, MacMillan Press.
- Wade, R. 1996. Globalization and its limits: reports of the death of the national economy are greatly exaggerated. In *National diversity and global capitalism*, eds. S. Berger and R. Dore, 60-88. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press.

Correspondence: Professor Neil Fligstein, University of California at Berkeley, Palo Alto, CA 94303, USA

E-Mail: fligst@berkeley.edu

“GLOBAL” MARKETS IN THEORY AND HISTORY:

Towards a Comparative Analysis*

Sigrid Quack

Abstract: This paper argues against the widely shared assumption that the coordination of markets depends primarily or exclusively on institutions at the level of the nation state. It shows instead that coordination problems of “global” markets can be addressed through a variety of governance mechanisms combining different forms of private and public authority. This is illustrated through an analysis of long-distance exchange networks and cross-border markets in late mediaeval Europe, which emerged and operated within a polycentric and multilayered transjurisdictional system long before the rise of the nation state. The paper concludes that a comparison of different historical forms of transnational markets can open new perspectives for analyzing the contemporary era of globalization.

1. Introduction

While there is wide acceptance that the globalisation of economic relations is an important feature of contemporary capitalism, the study of “global” markets has so far received relatively little systematic attention from economic sociologists. This is all the more astonishing since one of the basic premises of the new economic sociology is to regard economic action as a historically and spatially contingent form of social action (Swedberg and Granovetter 1992: 6-7; Beckert and Zafirovski 2006). While one might not be surprised to see economists denying the specificity of “global” markets, economic sociologists should have a genuine interest in exploring their cross-societal nature and the transnational institutions which coordinate exchange within them. This gap in the sociological study of “global” markets has been recently addressed by very interesting case studies which explore, for example, interactions among cross-border financial traders (Knorr Cetina and Brugger 2002; McKenzie 2004) or among a variety of public and private actors in transnational CO2 emission trading (Engels in this volume). There is, however, still a need for a historical and comparative approach which can help to situate case studies in a broader framework of analysis (Swedberg 2003: 131 ff.). This would allow economic sociology to provide a richer account of contin-

* Jens Beckert, Christoph Deutschmann, Leonhard Dobusch, Georg Krücken and participants of the workshop “Wirtschaftssoziologie” held at the Max Planck Institute for the Study of Societies in September 2008 have provided helpful comments on earlier versions of this paper. I am particularly grateful to Jonathan Zeitlin for his stimulating discussions and comments which helped to shape the final version of this article. Needless to say that all remaining mistakes are my own.

gency in the historical and spatial configuration of so-called “global” markets. This paper is a modest attempt to contribute to such a research agenda.

The paper starts from the proposition that there is no such thing as “a global market”, but that there are rather various historically contingent forms of transnational markets.¹ Building on the work of economic historians, the paper suggests a research agenda for the study of transnational markets which approaches them as socially and politically constructed and institutionalised phenomena originating from the struggle of historically and geopolitically situated actors over power in exchange relationships. While a full elaboration and demonstration of such a research agenda certainly exceeds the format of a journal article, the present contribution aims nevertheless to expose the benefits of such a comparative approach towards the analysis of cross-border markets by presenting illustrative examples from one historical period.

In principle, there are many historical examples of exchange networks and markets which transcended the borders of the political jurisdictions of the day, whether the nation state or some pre-modern form of political sovereignty. Therefore, one could look at long-distance trading and nascent or developed transborder markets in a whole series of periods and world regions, ranging from those in the Early Roman Empire (Temin 2001) and the mediaeval Mediterranean and Baltic (Braudel 1992a, 1992b) to the trading empires of the Dutch and English East India Company (Chaudhuri 1978; Ferrier 1973) and the globalised markets in the gold standard period in the late nineteenth and early twentieth century (Held et al. 1999).

This article focuses on the late mediaeval period during which, in the terminology of Braudel (1992b: 22), a European world economy emerged. This economy was characterised by exchange networks cutting across overlapping political jurisdictions within Europe together with expanding trade with other continents (Wallerstein 1974; Wolf 1997). The late mediaeval period is of particular interest because it was not only characterised by various rather sustained long-distance trading networks but also gave birth to the first pan-European markets in which “by the 12th century prices were fluctuating in unison” (Braudel 1992a: 228). The examples presented in this article are drawn from a variety of long-distance trading networks, some of them originating and expanding over foreign territory from specific city-states or cities. They are meant to provide a stimulating device for thinking further about a research agenda for the comparative analysis of “global” markets rather than providing an exhaustive treatment of the available historical evidence. As will be shown below, the analysis of the pre-nation-state period opens up new perspectives on contemporary “global” markets, not least by pointing to mechanisms which govern cross-border markets in the absence of a world state or world regulator.

The results of this illustrative excursion into mediaeval history highlight that “global” markets are by no means a recent phenomenon but already existed prior to the emergence of national markets. Furthermore, the findings indicate that national and “global” markets should not be regarded as distinct and opposed entities, but that in fact many “global” markets are in reality transnational markets, in the sense that ex-

¹ Below, the notion of “transnational” is used as interchangeable with transjurisdictional, transborder and cross-border, bearing in mind the different nature of political authority and state formation in mediaeval times to that of the period of the nation state.

change networks and market mechanisms operate across the borders of states but only rarely encompass all geographical areas or economic sectors of the world economy. These transnational markets are shaped by the interests, motivations and behaviour of market actors originating from different societies and by the institutionalised rules and standards which have historically emerged from previous struggles over control in these markets.

The paper is organised as follows. *Section II* sets out the conceptual framework and provides working definitions based on a brief review of economic and sociological approaches towards the study of markets. *Section III* provides illustrations of city-centred long-distance exchange and cross-border markets in mediaeval Europe which emerged and operated long before the rise of the nation state. Finally, drawing on the evidence of late mediaeval long-distance exchange, the paper concludes by discussing how historical comparison might open new perspectives for the analysis of contemporary transnational markets (*IV*).

II. What is a market?

The concept of the market in economic theory, which became dominant with the rise of the neoclassical school of the end of the nineteenth century and is still influential in contemporary economics, is highly abstract. Markets are primarily conceived as exchanges of goods between individuals differing in "endowments" and "tastes" but entering into symmetrical economic relations with each other. Under conditions of perfect competition, as elaborated by Walras (1974), the price mechanism should match supply and demand, and result in general equilibrium. This market model, however, is not only highly abstract but also very unrealistic. Cambridge economist Joan Robinson (1979: 153), for example, once stated that such a market would be only likely to come into being under the rather rare conditions of a prisoner-of-war camp. Similarly, French regulation theorist Robert Boyer (1996: 108) comes to the conclusion that "advances in microeconomic theory have weakened most of the conventional reasons for believing in the absolute efficiency of markets. They are self-regulating and deliver Pareto optima only under very restricted conditions."

Part of the criticism of the self-regulating efficient equilibrium model of markets has been incorporated by the new institutional economics and its focus on "social institutions which facilitate exchange" (Coase 1988; North 1990; Williamson 1975, 1996). Institutions such as private property rights and private contracts, a general medium of exchange, commercial law and some kind of enforcement mechanism have hence become regarded as the prerequisites of markets. While transaction cost analysis takes into account asymmetric information and uncertainty about the future, it still conceptualises market order from the starting point of atomistic market actors guided by rational self-interest, calculative models of action and incentive-based behaviour (for a critique of which, see Freeland 1999).

This paper suggests a different view, and starts from the assumption that market exchange, like all economic activity, is social activity (Beckert 2002; Beckert und Zafirovsky 2006; Swedberg 1994). Following Max Weber, *markets* are defined as arenas in which competition over opportunities of exchange between several potential parties

leads to exchange for a few actors (Weber 1978). Hence, markets and their prerequisites are analysed as socially and politically constructed rather than spontaneously emerging. It is the mutually interacting strategising of a variety of economic actors over opportunities of exchange, including producers, merchants/distributors, consumers, their collective interest associations as well as political and private authorities able to define and enforce rules and norms, which gives rise over time to the emergence and stabilisation of specific markets (Boyer 1996, 1997; Zeitlin 2002).

Markets in a broad sense can be conceptualised as *exchange networks* between buyers and sellers of goods in which both sides strive individually and/or collectively to obtain scarce resources by means of competition. Exchange networks can be confined to *marketplaces*. Historically, such localised bazaars, where goods were bought and sold in a specific marketplace, constituted early forms of markets (Swedberg 2003). The Athenian *agora* or the bazaar economy in Sefrou (Geertz et al. 1979) are examples. *Markets* in a more specific sense, as used in this paper, do coordinate impersonal exchanges over larger geographical distances in such a way that the prices of the same good tend to adjust and converge at the same time in all places of the market (Marshall 1952: 325). However, as Boyer (1997) rightly reminds us, price convergence in real markets exists at best as a tendency, and is continuously counterbalanced by the actors' ambition to achieve gains from price arbitrage. Any exchange network of this type requires the *institutionalisation of rules* which respond to its inherent coordination problems, highlighted and summarised by Beckert (2009) as the value problem, the problem of competition and the cooperation problem. Markets can therefore be seen as highly institutionalised exchange networks with specific social mechanisms and rules of conduct governing standardisation of products, value and price formation of goods, direct and indirect interactions of market actors, dispute resolution, the provision of public goods and a monetary regime (Boyer 1997).

The formation of markets is thus a social process and involves institution building (Djelic and Quack 2003). As part of this process, participants tend to develop shared cognitive-mental models, "control conceptions" in Fligstein's (2001) words, of what defines property rights and what forms of cooperation and competition are acceptable in a given market. Repeated interactions of market actors give rise to the emergence of formalised institutions such as commercial law, monetary regimes and third-party enforcement. Informal and formalised institutions in turn shape the strategising of the market actors at a given point in time. It is the interactions between historically contingent actors and their often contradictory strategies of controlling the market by means of rule setting and competing in the market over arbitrage opportunities that provide a dynamic dimension to the notion of the "social embeddedness" of markets (Deutschmann 2008). Ironically, only such institutionalised markets seem to be able to generate features that approximate to those attributed to the ideal type of price-clearing markets in neoclassical economic theory (Boyer 1997).

The notion of markets as a historically contingent construction allows for a multiplicity of market regimes with different types of social relations, strategising interactions, control conceptions and formal institutions. It can be applied to the analysis of markets in different time periods as well as to a variety of interconnected markets in a single time period. In particular, it can be employed to compare markets in the pre-modern and the modern period, thereby transgressing the watersheds defined by classi-

cal authors such as Marx (1974) in terms of the transition from feudal to capitalist modes of production and Polanyi (1957) as the (incomplete) capitalist transformation of fictitious goods into market commodities.

Starting from the coordination problems which market actors face under conditions of uncertainty (Beckert 2009), the approach suggested in this paper combines elements of the social network analysis of markets (Burt 1988; Granovetter 1985; White 2002), the political-cultural analysis of power relations in markets (Fligstein 1996, 2001) and the comparative study of market institutions (Campbell and Lindberg 1990; Whitley 1999). The former have highlighted the importance of social relations, mutual observation and interaction of competitors for the emergence of informal common understandings in exchange networks. They have found a close correlation between market structures and the control strategies of corporate actors (Baker 1984; Powell et al. 2005) and have also established the existence of hierarchies among market actors according to socially defined variables such as company status (Podolny and Philipps 1996; Podolny and Page 1998). The role of demand patterns and the influence of consumers and political authorities, though, have remained relatively neglected.

The political-cultural approach as proposed by Neil Fligstein (1996, 2001), in contrast, places the empirical study of exchange networks, and markets in particular, in a broader analytical framework which also considers power relationships and control mechanisms. For the purpose of this paper, the most relevant argument is that socially skilled actors strategise to shape the institutionalised rules of the exchange network in ways that increase their control over outcomes. One of the limitations of Fligstein's (2001) analysis, to which I return below, is its state-centredness and primary focus on the construction of national markets as part of the building of modern capitalist societies. The same applies to comparative institutionalist approaches to markets which, while highlighting the variety of existing institutional market arrangements and performance criteria (Hamilton and Biggart 1988; Quack et al. 2000) and the interconnectedness of markets and other forms of economic coordination (Campbell and Lindberg 1990; Whitley 1999), direct their attention almost exclusively to national markets.

"Global" markets, as historical or contemporary phenomenon, have been surprisingly neglected in all three accounts of the new economic sociology. While some of its ancestors, such as Sombart (1987) or Polanyi (1957), referred to the international interconnectedness of trade and exchange and saw national markets as being embedded in a wider international division of labour with repercussions for the development of national markets, proponents of the new economic sociology are remarkably silent on these issues. Either "global" markets are regarded as marginal at best – as exemplified by Fligstein's (2001: 189) statement that globalisation is likely to be overstated because there is little evidence for worldwide convergence in economic organisation due to "distinct institutional arrangements that outline the relations among investment, ownership, control and economic growth" – or critics of globalisation tend to perceive of "global" as a deterritorialised economic force unleashed from the institutionalised rules of nation states. This version of disembodied "global" markets, ironically, approximates to the abstract market mechanism presumed in neoclassical economics which the new economic sociology has set out to criticise as an unrealistic model of real-world market exchange.

Among the manifold reasons for the neglect of a more thorough sociological analysis of “global” markets, two seem particularly relevant and will be discussed below. The first reason is a strong and often exclusive focus on the nation state as a political authority; the second one is a preference for perceiving markets as unified social orders. In this paper, it is argued that with a revision of these limitations, economic sociology can be fruitfully applied to a comparative analysis of transnational markets in the past and present.

Firstly, the new economic sociology, much in line with Polanyi’s (1957) original argument, considers the construction of modern markets as intimately intertwined with the construction of nation states. If not mentioned explicitly, the nation state is at least implicitly considered as the exclusive framework within which modern markets develop. Historically, by means of legislation and policy making, nation states guaranteed property rights and shaped governance structures, rules of exchange and conceptions of control, at the same time as they became the addressees of market participants strategising to influence these rules and norms. In a reversal of this argument, markets in the period before or after the heyday of the nation state tend to be perceived as short on institutionalised mechanisms to deal with problems of coordination.

Equating political authority with the modern nation state, however, is historically inappropriate and theoretically misleading (Mann 1986). A more differentiated consideration of other types of political authority during historical and contemporary periods opens up a much broader spectrum of possible socially structured market constellations and provides tools for a sociological analysis of a variety of “transnational” markets. As the historical illustrations presented in the next section will show, urban and feudal authorities, princedoms and kingdoms come into play when analysing the constitution of long-distance exchange networks in mediaeval times.

Furthermore, it is necessary to incorporate private authority into the analysis of markets as arenas for contesting exchange opportunities. Fligstein’s (2001) argument that market actors search to control the rules of the market is also true for “global” markets. This brings to light a whole range of private business organisations, collective economic organisations and quasi-non governmental institutions which are involved in the setting and monitoring of the market rules (Boyer 1996: 100; Campbell and Lindberg 1990; Hollingsworth et al. 1994; Streeck 1992). Historically, private self-regulation worked through family and ethnic networks (Braudel 1992a), as well as international cartels in manufacturing industries (see, for example, Glimstedt 1999 on electrical engineering, and Lilja and Moen 2003 on markets for pulp and paper). Non-governmental organisations played an important role in the international regulation and co-ordination of communication and transport industries at the end of the nineteenth century (Murphy 1994). In contemporary “global” markets, private service intermediaries, such as law firms, consultancies and rating agencies, play a major part in the setting and monitoring of market behaviour rules (Strange 1996; Cutler et al. 1999; Quack 2007; Teubner 1997).

The second reason for the neglect of “global” markets is a preference for conceptualising markets unanimously as unified social orders in which actors share a homogeneous orientation towards common rules and norms, a tendency which is supported by the concentration of empirical work on single case studies. It is rarely fully acknowledged that producers, suppliers, consumers and political authorities are usually simulta-

neously involved in several markets with different rules and norms. Consequently, a given market, particularly if it is transnational, is likely to be populated by actors with heterogeneous cultural and institutional orientations.

In this paper, I therefore speak of *transnational* rather than "global" markets. Transnational markets involve regularised relationships of competition over exchange opportunities which interconnect a growing number of economic actors from multiple political jurisdictions across the world. In pre-modern times, these jurisdictions were governed by feudal and city-states, in modern times they are under the government of nation states, international organisations, and international and supranational regimes. In both periods, a multilayered system of partly overlapping political authority has effected markets that transcend jurisdictional borders. Actors in these markets are not footloose companions but are simultaneously embedded in local/national and worldwide networks of exchange and competition; they are often participants in different types of institutionalised markets with partly distinctive governance mechanism and rules (Djelic and Quack 2003; Djelic and Sahlin-Andersson 2006).

Most, if not all, of the producers, traders, intermediaries and consumers involved in transnational market exchanges are therefore what Sidney Tarrow (2005: 42) calls "rooted cosmopolitans"; as they "move cognitively and physically outside their spatial origin, they continue to be linked to place, to social networks that inhabit that space, and to the resources, experiences and opportunities that place provides them with". In return, local or national markets are populated by actors whose orientations vary on a scale between what Robert Merton (1957: 394 f.) distinguished as locals and cosmopolitans, and could be – drawing on Merton's argument – bound up with differences in the structure of social relations, the actors' past experiences and the utilisation of their status for the exercise of influence in exchange relations.

Rooted cosmopolitans do share their origins with the locals but are distinct from them in so far as they strategise on multiple levels. While rooted in local and national markets, at the same time they bridge into other markets with distinctive rules, norms and governance modes. Multiple actors from various jurisdictions are thus interrelated in a transnational layer of exchange networks and its institutionalised rules. My suggestion is that "global" markets should be empirically studied as interpenetrating networks of exchange and competition between jurisdictions rather than being completely disconnected from them, the latter being an empirical question rather than a presumption.

By presenting illustrations of long-distance exchange networks and cross-border markets in mediaeval Europe, the existence of which preceded the formation of the nation state by centuries, the following parts of the paper aim to underpin the claims made in this section. The presentation will consider their geographical and material scope, the nature of the key actors involved in economic exchange, and the ways in which the key coordination problems identified by Beckert (2009) are resolved: a) the need for mutually agreed classifications and valuations of goods in order to be able to trade them; b) the need for regulation of competition between actors with conflicting interests in gaining advantage over or blocking advantages of other market participants; and c) the need for institutions supporting a minimum of cooperation between market participants.

III. Long-distance exchange in mediaeval Europe

From the eleventh to the fourteenth century, Europe experienced a period of economic growth and development which was supported by the expansion of Mediterranean and European long-distance trade (Lopez 1976). The revitalisation of trade between different cities and regions within Europe was accompanied by an expansion of exchange with other continents. Major trade routes extended from the Mediterranean through Persia to China, India and South East Asia as well as into North Africa, and from the Baltic Sea into Northern Europe and Russia. Voyages such as those of the Venetian merchant Polo to Persia and China (1271-1295) were, as Wolf (1997: 24-29) explains, not just isolated events, but revealed how Europe entered into more encompassing relationships with other continents. Within Europe, two geographical zones stood out in terms of their rapid economic development (Braudel 1992b: 89 ff): a zone in Northern Italy, extending through sea trade to all the Mediterranean, including North Africa, the Levant, the Byzantine and later the Turkish Empire, as well as through the silk route into Asia and a northern region centred on the Low Countries, extended by the sea-borne commerce of the Hanseatic League in the Northern and Baltic Sea.

Long-distance trade in late mediaeval times was based to a large extent on merchant communities, which were organised according to place of origin, kinship and ethnicity (Greif et al. 1994; De Roover 1948). Such communities, like the Maghribis, Venetians, Genoese or the merchants of the Hanseatic League, typically concentrated on trade in certain products on specific trading routes and products. Merchants from Venice and Genoa, for example, competed for dominance in the trade of luxury goods (i. e. spices and silk) from the Levant, and the exchange of these products for cloth and iron goods from the North (Lane 1963). Merchants from the cities of the Hanseatic League traded wood, wax, fur, rye and wheat from the North and the East and exchanged it for cloth, salt and wine from the West and South (Dollinger 1998). This intercommunity trade constituted a primary layer of long-distance exchange in the late mediaeval period. On a secondary layer, cross-border exchange between these communities was organised in central marketplaces in leading merchant cities (Venice, Genoa, Lübeck) or in the large European fairs, the most prominent of which were the Champagne fairs, as well as in outposts of the trading networks where merchants of different trading communities exchanged with each other (Greif et al. 1994; Greif 2002).

Long-distance trade offered very high returns for those who were willing to engage in what was at these times a highly risky and uncertain business. Merchants had to invest in building and equipping ships for often month-long journeys; their goods could easily be lost through accidents and pirate attacks; distant trading partners might cheat over pricing or not pay at all for the goods if they had safely reached their destination; conflicts over contract compliance could give rise to violence between trading communities, collective retaliations and boycotts; foreign rulers of overseas marketplaces might curtail trading rights and confiscate merchandise; and intra-community exchange typically involved ambiguity about the interpretation of contracts and rules.

Historical research shows that, in face of these risks, the expansion of long-distance trade was made possible by the concomitant institutionalisation of rules and governance mechanisms that empowered merchants individually and collectively to engage in a sustained manner in arranging exchange opportunities between partly unknown

trading partners and distant marketplaces. A rich literature discussed below points to a variety of governance arrangements which addressed problems such as how to guarantee a minimum of security over physical integrity and property in foreign locations; how to evaluate jointly the quality and value of goods and to come to mutually shared terms of trade with other merchants and foreign merchant communities; how to protect the survival of the merchant community by regulating competition with others; how to safeguard cooperation between merchants under threat of opportunism; how to assure dispute resolution and third-party monitoring of legal rules, as well as how to provide a financial circuit which guaranteed liquidity and investment. The key actors involved were merchant guilds, city-states, feudal rulers and the populations of merchant cities.

One precondition for the re-emergence of long-distance trade within and from Europe was the provision of security. Merchant guilds,² which consisted of the traders originating from a common locality, played a central role in this respect. One of their goals was to provide collective protection abroad, and to assure the observance of their members' trading rights in foreign lands whose rulers could violate them by use of military force (De Roover 1965). Furthermore, as depicted by Greif et al. (1994: 754), it was common for merchant guilds to negotiate trading agreements with the feudal rulers of foreign jurisdictions, which subsequently gave rise to an expansion of trade. Genoese trade, for example, more than doubled after 1161, when the Genoese legate and the local ruler of North Africa signed a 15-year agreement securing the property rights of the Genoese in this area. Italian traders concluded similar agreements with the rulers of France concerning their participation in the Champagne fairs, and German merchants did so with authorities in Flanders, England and the Slavic East to trade in their lands (De Roover 1948, 1965; Dollinger 1998). If rulers violated these agreements, merchant guilds had the capacity to threaten boycotts of their marketplaces.

Trading communities, local merchant guilds in particular, played another very important role in establishing and evaluating norms for product quality, the value of goods and the terms of trade for business. Goods were often identified by the name of the place where they originated, and local merchant guilds were in charge of controlling the quality of these goods (Lanzalaco 2007: 303). When travelling abroad, guild members were required by the statutes of their association "to travel together, to store their goods ... in quarters that belonged to the guild, to examine the quality of each other's goods, and to witness each other's sales" (Greif et al. 1994: 755). Since merchants often acted as agents for the business of overseas merchants, information about the terms of trade circulated among the members of guilds, and their membership allowed them to threaten other merchants and their communities with punishment in the event of the terms being violated.

Merchant guilds were self-regulatory associative orders which existed in most mediaeval merchant cities and which possessed exclusive rights for trading in their home locality. Among other advantages, such as protection, information sharing and

² The term is used here in a broad sense, including merchant communities from the Italian city-states, which were closely intertwined with the government of the cities (see Greif et al. 1994: 762).

social bonding, the rents generated from these exclusive rights allowed merchant guilds to provide incentives for members to follow the rules of the guild whenever they traded outside of their home city. In consequence, the trading rules of merchant guilds from leading mediaeval merchant cities had extraterritorial self-enforcing validity within the trading community and were complied with even in distant trading posts. The effectiveness of the merchant guilds' activities in controlling product and trading standards and producing collective goods was often supported by interventions from the public authorities of their home towns, awarding for example staple rights or military protection.

The guilds were also instrumental in balancing cooperation and competition in mediaeval long-distance trade. While guilds admitted competition among their members, they regulated and limited competition from outside. As outlined above, local guilds were in charge of trade in mediaeval cities. Foreign merchants were usually assigned a compulsory segregated residence (as with the Fondaco dei Tedeschi for the German merchants in Venice), where they had to lodge, deposit their merchandise, sell it under the local guild's or local city government's supervision and use the proceeds to buy local goods. The success of the Hanseatic League was based on a similar combination of internal rules, fostering co-operation among the members, with external strategies of military and economic conquest, aimed at obtaining privileges for their trading posts "abroad" over competitors.

Another institutional feature of mediaeval long-distance exchange networks was the gradual emergence of an interregional financial circuit. Long-distance trade necessitated high investments to finance vessels and goods in advance of their long expeditions (Lane 1933; De Lara 2008), as well as a monetary system which would allow the merchants to balance and transfer payments over longer periods and larger distances. The Italian city-states and the Champagne fairs of the twelfth and thirteenth centuries already operated within a comparatively developed monetary system, which became more elaborated over the centuries that followed (Lane and Mueller 1985). In Venice, for example, "stock exchange" meetings on the Rialto fixed commodity prices and rates for maritime insurance (later also interest rates for public loans); book keeping was used to transfer payments between merchants without using cash and without having to wait for the fairs' infrequent contract settlement days (Lane 1945). Early forms of overdraft and credit notes were in circulation as well.

Padgett (2001) provides a detailed description of the invention of modern banking in renaissance Florence. Padgett and McLean (2006) show how the coexistence of international trading relations and local guild traditions also gave birth to the invention of a partnership system in Florence that provided for a better distribution of business risk. Other examples of emerging financial centres are the Champagne fairs and the fairs of St. Ives at which traders from all over Europe gathered in the twelfth and thirteenth centuries. They stood out not only for the great variety of goods on sale but also for their money markets and the credit available there. These money markets were largely controlled by Italian money changers and bankers who personally oversaw the balancing of payments for sales and purchases, the deferred payments between one fair and the next, loans to lords and princes, the settlement of bills of exchange which expired at the fair, and the making of new ones to last until the next fair. From these fairs developed the practice of creating artificial "fair currencies" as a means to reduce

currency rate risks (Fischer 1998). The functioning of the monetary systems in European mediaeval city-states and international fairs, though, relied largely on the fact that the leading merchants and moneylenders knew each other and met regularly in the same localities. The practice was limited to Europe, while merchants trading in the Near East or Asia used silver coins in order to settle their payments with trading partners from other "world economies" (Braudel 1992b).

Long-distance trade in mediaeval times took place within a "patchwork of overlapping and incomplete rights to government" (Strayer and Munro 1959: 115) in which, as Ruggie (1993: 150) sums up, "authority was personalized and parcelized within and across territorial formations". Accordingly, the legal rules and customs which governed economic and financial transactions in mediaeval long-distance exchange networks were of a similar pluricentric and overlapping nature. Mediaeval systems of rule were legitimated by common bodies of law, religion and custom, and the distinction between them was often not evident. In consequence, the trading activities of merchants in mediaeval towns were governed by formal laws issued by the city government and the feudal and/or ecclesiastical authority to which, despite its endeavours for autonomy, it might have still stood in service. The implementation of these rules, however, was intertwined with rules of customary law developed from local trading practices. The local "living law" and its enforcement by local courts, therefore, represented a blending of private and public rule making which is often mistakenly represented in the literature as private self-enforcing law on the part of the merchant community (Greif 2002) and public-order intervention on the part of city governments. As Sachs (2006: 708) argues, the rule setting or enforcement actions of a merchant community cannot be considered "private" or "voluntary" in the modern sense to "the extent that the merchant guild had been officially endowed with municipal jurisdiction" – which was in various degrees and forms the case in the Italian city-states and the cities of the Hanseatic League.

Given the variety of existing legal codes in mediaeval towns, long-distance trade was prone to be charged with "conflict of laws". Whether an unwritten contract was binding, a partnership had to be registered with the civil authorities or debts collected at a fair had to be documented by a sealed bond, the opinion differed largely between local jurisdictions across Europe (Sachs 2006: 790). While there also appears to have existed a certain degree of homogeneity in guiding principles, such as fairness and what was considered lawful or not, and in procedures of adjudication and enforcement across Europe, the unifying force of such a *lex mercatoria* appears to have been limited, as Sachs demonstrates in his study of the law and courts of mediaeval fairs in St. Ives.

This does not mean that law and legal enforcement were not important conditions for the expansion of long-distance trade. It does imply, however, that the commercial revolution took place in the context of a polycentric and transjurisdictional legal system. Commercial law and legal enforcement was polycentric because it developed from and consisted of various different local legal orders. With the expansion of long-distance trade, these local legal orders expanded beyond the walls of the city of origin of the merchants in question and interconnected across jurisdictional borders. Three developments are worth mentioning here: the extrajurisdictional expansion of domestic law for long-distance trade undertaken *within* a given merchant community; the emergence of specific local laws in pan-European trading places like the big Champagne

fairs, Bruges or the fair of St. Ives; the signing of inter-city agreements which guaranteed mutual jurisdiction in dispute resolution.

Personalised authority implied that merchants undertaking long-distance trade carried with them their legal responsibilities towards their city government and their feudal ruler wherever they went. This can be described as extra-border application of locally rooted legal systems: legal rules, dispute resolution and enforcement mechanisms of a merchant town were usually effective far beyond its city walls, since they were applied to contracts made by its merchant community in overseas places. Venetian law, for example, applied to contracts between Venetian merchants no matter whether they were concluded in Venice, Constantinople or Lisbon. Legal rights and obligations were, to a degree, deemed an integral part of membership of the community. Merchants thus carried the legal rules of their hometown with them to other lands when trading abroad. Conversely, cities in distant lands did not include the merchants in their community but permitted them to reside and to establish warehouses within their boundaries. Often, the government or guild of a merchant town negotiated privileges and special rights for their merchants with the government or guild of other trading places, and vice versa. Venetian merchants were granted their own quarters in Constantinople and Durazzo, where they could conduct their business according to their own rules (De Lara 2008). In northern Europe, the Hanseatic League obtained jurisdictional rights for its merchants abroad within the confines of the *Kontor* (Hammel-Kiesow 2008).

The large European fairs were places where traders from various regions came together. At the Champagne fairs in France or at the fairs of St. Ives in Britain one could find merchants from Italy as well as from the Northern European cities. These marketplaces had their own local law and jurisdiction attached to them. The character of law and its enforcement in these places is controversial. While Milgrom et al. (1990) assume that the Champagne fairs were governed by a private, self-reinforcing “law merchant”, which represented a more or less unified European customary practice, Boerner and Ritschl (2002) highlight that these fairs operated under privileges and charters conferred by the kings of France and within a dense network of treaties with rulers of adjacent territories, which empowered the fairs to establish and enforce its own law of the marketplace. Studying dispute resolution at another large European fair at St. Ives in Britain, Sachs (2006: 698) concludes that the law merchant used at this fair referred predominantly to local sources of law making, rather than to a unified law merchant.

Finally, Boerner and Ritschl (2002: 208) find a stable pattern across Europe which regulated individual and collective liability. A dense network of bilateral and multilateral agreements between mediaeval cities guaranteed the mutual recognition of legal claims and dispute resolutions. Usually, the jurisdiction was defined as in the hands of the debtor’s city court, but in some agreements it was also assigned to the court of the creditor or the court of the marketplace. In order to mobilise this system of mutual recognition, a formal procedure had to be followed, according to which the individual liability of the debtor had to be claimed and enforced before communal responsibility could be claimed and confiscation of goods at a collective place could occur. (For a different take on communal liability, see Greif 2002.) Mutual recognition of individual liability was supported by private contracts, laid down with a notary in the merchant’s hometown, as well as by city registers, which listed individual cases of debt and places

that had refused to protect creditors. Out of these treaties, multi-city alliances like the Italian city league and the Hanseatic League developed.

*IV. Concluding remarks: looking through the mediaeval lens
at contemporary world markets*

Clearly, there are many differences between contemporary and mediaeval "global" markets. Among them, there is, first of all, the rise of the nation state as a powerful and resourceful actor which shaped the global political economy of the twentieth and twenty-first century. While economic policies used by governments in the period after World War II to make their national economies benefit from internationalisation under the Bretton Woods regime ran increasingly into problems, there can be little doubt that national governments and government agencies have been powerful agents in shaping the formation and development of explicitly global institutions, such as the World Trade Organisation (WTO) or the Basle Committee of Banking Supervisors. Together with the rise of international organisations and supranational regimes, in particular the European Union, this has added a thick layer of national, international and supranational institutions which aim to govern "global" markets at the same time as an orientation toward the global has deeply penetrated the nation state (Braithwaite and Drahos 2000). Hence, in order to analyse transnational markets in the contemporary period one has to take into account what Sassen (2006: 18) refers to as a "different assemblage" of territory, authority and rights.

A second and related distinguishing feature of the contemporary period of globalisation is the expansion of multinational enterprises (Jones 2005) which have "internalised" a significant amount of international exchange as intra-firm trade (Held et al. 1999) at the same time as they have sourced many semi-manufactured goods from global production chains (Gereffi 1996; Herrigel and Zeitlin forthcoming). As a result, contemporary "global" markets are populated by resourceful and powerful organisations rather than individual merchants. Hence, the analysis of contemporary "global" market has to encompass distinctive forms of private authority and self-coordination, as well as the possibility of their absence, and the increasing role of service intermediaries in the informal and formal governance of transnational standard setting and rule setting (Cutler et al. 1999; Quack 2007).

These are just two of the many differences between mediaeval and contemporary transnational markets. Apart from such differences, however, the analysis also points to intriguing similarities. In particular, some of the institutional features of transjurisdictional mediaeval markets still seem highly topical for transnational markets in the post-nation-state period.

Firstly, the role of communities in regulating transnational business relations seems to be a pervading phenomenon in history, though the nature of the communities, their relative influence and their functions have changed over time. In mediaeval times, merchant communities of common origin, kinship or ethnicity were of outmost importance when it came to overcoming the coordination problems of value formation, competition and cooperation. A few of these kinds of communities have survived into modern times as relics. The Jewish merchant community in the diamond industry, for

example, has developed an elaborate set of internal rules and self-governing institutions for conflict resolution which operates outside the public law (Bernstein 1992). Worldwide migration has given rise to transnational communities which use common ethnic ties to facilitate cross-border trade, build up multinational corporations and foster economic development in their countries of origin (Dahles forthcoming; Saxenian 2002). Eder and Öz (forthcoming) describe an interesting case of cross-border trade among different ethnic groups of traders coming together in a localised marketplace in Istanbul. Saxenian and Hsu (2001) show how the dynamics of information technology centres in Silicon Valley and the Hsinchu-Taipei region of Taiwan have become increasingly interconnected through a technical community of US-educated Taiwanese engineers. Meanwhile, new transnational communities of profession, practice and discourse are participating in the regulation of “global markets” (Djelic and Quack forthcoming).

Secondly, the historical evidence shows that, as much as communities and guilds were essential for the governance of long-distance markets, their informal and self-reinforcing rules interacted in various ways with public authorities and legal systems which, while originating from specific political jurisdictions, were influential beyond their domain. It was the interaction between private self-coordination and public government that provided distinct capabilities of trade expansion and welfare production during the period of the mediaeval commercial revolution. In contemporary transnational markets, a similar blurring of the nature of agents and governance processes is observable: so-called “public” international organisations like the UN increasingly engage in market activities through the subcontracting of welfare services, while so-called “private” business associations like the International Council for Toy Industries engage in the production of public goods such as product, safety and health standards (Morgan 2001). Transnational commercial law making and international arbitration in contemporary “global” markets often arise from the interplay of private and public rule setting and enforcement (Lehmkuhl 2003; Quack 2007). Extraterritorial application of national law is another very familiar phenomenon of contemporary “global” trade regulation which parallels mediaeval regulation. From this follows a need to reflect on the usefulness of dichotomous categories of “private” and “public” for the analysis of institutional arrangements in contemporary transnational markets.

Thirdly, the analysis of mediaeval long-distance trading also raises the question of who nowadays produces the public goods which proved so beneficial for mediaeval economic expansion. The example of Venice illustrates how a mediaeval city-state was able by military, diplomatic and political intervention to generate and coordinate public goods which fostered a beneficial combination of long-distance trade and local economic development. While the question of public goods has been addressed in contemporary discussions on the role of migrant communities in cross-border technological upgrading (Saxenian and Hsu 2001; Saxenian 2002) and the global interconnectedness of industrial districts and regional clusters (Zeitlin 2007: 232), it certainly deserves additional attention in the analysis of “global markets”.

In conclusion, the historical evidence presented in this paper supports the view that, during the late mediaeval period, various governance arrangements existed which addressed in a more or less successful and sustainable way the typical problems of coordination arising from long-distance exchange in transjurisdictional markets. If that

was the case prior to the formation of the nation state, such polycentric and multilayered arrangements should also be possible in the contemporary era of globalisation. The insights gained from the historical analysis of this paper suggest that economic sociology could benefit considerably from a comparative analysis of different historical and product-specific types of transnational markets to sharpen its arguments and instruments.

References

- Baker, Wayne E. 1984. The social structure of a national securities market. *American Journal of Sociology* 4: 775-811.
- Beckert, Jens. 2002. *Beyond the market: the social foundations of economic efficiency*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Beckert, Jens. 2009. *The social order of markets. Theory and society*. Published online on January 27, 2009 DOI 10.1007/s11186-008-9082-0.
- Beckert, Jens, and Milan Zafirovski. 2006. *International encyclopedia of economic sociology*. London: Routledge.
- Bernstein, Lisa. 1992. Opting out of the legal system: extralegal contractual relations in the diamond industry. *Journal of Legal Studies* 21: 115-157.
- Boerner, Lars, and Albrecht Ritschl. 2002. Individual enforcement of collective liability in pre-modern Europe. *Journal of Institutional and Theoretical Economics* 158: 205-213.
- Boyer, Robert. 1996. State and market: a new engagement for the twenty-first century? In *States against markets. The limits of globalization*, eds. Robert Boyer, Daniel Drache, 84-116. London: Routledge.
- Boyer, Robert. 1997. The variety and unequal performance of really existing markets: farewell to doctor Pangloss? In *Contemporary capitalism. The embeddedness of institutions*, eds. J. Rogers Hollingsworth, Robert Boyer, 55-93. Cambridge: Cambridge University Press.
- Braithwaite, John, and Peter Drahos. 2000. *Global business regulation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Braudel, Fernand. 1992a. *The wheels of commerce* (1979). Berkeley: University of California Press.
- Braudel, Fernand. 1992b. *The perspectives of the world* (1979). Berkeley: University of California Press.
- Burt, Ronald S. 1988. The stability of american markets. *American Journal of Sociology* 94: 356-95.
- Campbell, John, and Leon Lindberg. 1990. Property rights and the organization of economic activity by the state. *American Sociological Review* 55: 634-47.
- Chaudhuri, Kirti N. 1978. *The trading world of Asia and the English East India Company 1660-1760*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Coase, R. H. 1988. The firm, the market and the law. In *The firm, the market and the law*, ed. R. H. Coase, 1-31. Chicago: University of Chicago Press.
- Cutler, A. Claire, Virginia Haufler, and Tony Porter. 1999. *Private authority and international affairs*. Albany, New York: Sunny Press.
- Dahles, Heidi. The multiple layers of transnational ‘Imagined community’. A critical exploration of the notion and reality of the ethnic chinese business community. In *Transnational communities and the regulation of business*, eds. Marie-Laure Djelic, Sigrid Quack. Cambridge: Cambridge University Press (forthcoming).
- Deutschmann, Christoph. 2008. *Kapitalistische Dynamik: Eine gesellschaftstheoretische Perspektive*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- De Lara, Yadira González. 2008. The secret of venetian success: a public-order reputation-based institution. *European Review of Economic History* 12: 247-285.
- De Roover, Raymond. 1948. *Money, banking and credit in mediaeval bruges: italian merchant-bankers, lombards and money-changers*. Cambridge, MA: Mediaeval Acad. America.

- De Roover, Raymond. 1965. The organization of trade. In *Cambridge economic history of Europe*, vol. 3: *Economic policies in the Middle Ages*, eds. M. Michael Postan, E. E. Rich, Edward Miller, 42-118. Cambridge: Cambridge University Press.
- Djelic, Marie-Laure, and Sigrid Quack. 2003. *Globalization and institutions. Redefining the rules of the economic game*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Djelic, Marie-Laure, and Sigrid Quack. *Transnational communities and the regulation of business*. Cambridge: Cambridge University Press (forthcoming).
- Djelic, Marie-Laure, and Kerstin Sahlin-Andersson. 2006. *Transnational governance: institutional dynamics of regulation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dollinger, Philippe. 1998. *Die Hanse* (1966). Stuttgart: Kröner.
- Eder, Mine, and Özlem Öz. From cross-border exchange networks to transnational trading practices. The case of shuttle traders in Laleli, Istanbul. In *Transnational communities and their regulation of business*, eds. Marie-Laure Djelic, Sigrid Quack. Cambridge: Cambridge University Press (forthcoming).
- Ferrier, R. W. 1973. The Armenians and the East India Company in Persia in the seventeenth and early eighteenth centuries. *Economic History Review* 26: 38-62.
- Fischer, Wolfram. 1998. *Expansion, integration, globalisierung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Fligstein, Neil. 1996. Markets as politics: a political-cultural approach to market institutions. *American Sociological Review* 61: 656-673.
- Fligstein, Neil. 2001. *The architecture of markets*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Freeland, Robert F. 1999. Book review of the mechanisms of governance. Oliver E. Williamson. *American Science Quarterly* March: 189-192.
- Geertz, Clifford, Hildred Geertz, and Lawrence Rosen. 1979. *Meaning and order in moroccan society: three essays in cultural analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gereffi, Gary. 1996. Global commodity chains: new forms of coordination and control among nations and firms in international industries. *Competition and Change* 4: 427-439.
- Glimstedt, Henrik. 1999. *Between national and international governance. Sector coordination and geopolitics in electrical engineering before 1960*. Paper presented at the ESRI Workshop in Copenhagen.
- Granovetter, Mark. 1985. Economic action and social structure. *American Journal of Sociology* 91: 481-510.
- Granovetter, Mark, and Richard Swedberg. 2001. *The sociology of economic life*. Boulder, Colorado: Westview Press.
- Greif, Arvner. 1991. The organization of long-distance trade: reputation and coalitions in the Geniza documents and Genoa during the eleventh and twelfth centuries. *Journal of Economic History* 51: 459-462.
- Greif, Arvner. 2002. Institutions and impersonal exchange: from communal to individual responsibility. *Journal of Institutional and Theoretical Economics* 158: 168-204.
- Greif, Arvner, Paul Milgrom, and Barry R. Weingast. 1994. Coordination, commitment and enforcement: the case of the merchant guild. *Journal of Political Economy* 102: 745-776.
- Hammel-Kiesow, Rolf. 2000. *Die Hanse*. München: C.H. Beck.
- Herrigel, Gerry, and Jonathan Zeitlin. Inter-firm relations in global manufacturing: disintegrated production and its globalization. In *The Oxford handbook of comparative institutional analysis*, eds. Glenn Morgan, John Campbell, Colin Crouch, Hull Kristensen, Ove Kai Pedersen, Richard Whitley. Oxford: Oxford University Press (forthcoming).
- Hollingsworth, Rogers J., Philippe C. Schmitter, and Wolfgang Streeck. 1994. *Governing capitalist economies. Performance and control of economic sectors*. Oxford: Oxford University Press.
- Hamilton, Gary, and Nicole Biggart. 1988. Market, culture, and authority: a comparative analysis of management and organization in the Far East. *American Journal of Sociology* (Supplement) 94: 52-94.
- Held, David, Anthony McGrew, David Goldblatt, and Jonathan Perraton. 1999. *Global transformations. politics, economics and culture*. Stanford: Stanford University Press.
- Jones, Geoffrey. 2005. *Multinationals and global capitalism. From the nineteenth to the twenty first century*. Oxford: Oxford University Press.

- Knorr-Cetina, Karin, and Urs Bruegger. 2002. Global microstructures: the virtual societies of financial markets. *American Journal of Sociology* 107: 905-950.
- Lane, Frederic. 1933. Venetian shipping during the commercial revolution. *American Historical Review* 38: 219-239.
- Lane, Frederic. 1945. Venture accounting in mediaeval business management. *Bulletin of the Business Historical Society* 19: 164-173.
- Lane, Frederic. 1963. Venetian merchant galleys, 1300-1334: Private and communal operation. *Speculum* 38: 179-205.
- Lane, Frederic Chapin, and Reinhold C. Mueller. 1985. *Money and banking in mediaeval and Renaissance Venice*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Lanzalaco, Luca. 2008. Business interest associations. In *The Oxford handbook of business history*, eds. Geoffrey Jones, Jonathan Zeitlin, 293-315. Oxford: Oxford University Press.
- Lehmkuhl, Dirk. 2003. Structuring dispute resolution in transnational trade: competition and co-evolution of public and private institutions. In *Globalization and institutions*, eds. Marie-Laure Djelic, Sigrid Quack, 278-301. Cheltenham: Edward Elgar.
- Lopez, Robert Sabatino. 1976. Commercial revolution of the Middle Ages, 950-1350. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lilja, Kari, and Eli Moen. 2003. Coordinating transnational competition: changing patterns in the european pulp and paper industry. In *Globalization and institutions*, eds. Marie-Laure Djelic, Sigrid Quack, 137-160. Cheltenham: Edward Elgar.
- Mann, Michael. 1986. *The sources of social power*, vol. I: *A history of power from the beginning to AD 1760*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Marshall, Alfred. 1952. *Principles of economics* (1890). London: MacMillan.
- Marx, Karl. 1974. *Grundrisse der Kritik der Politischen Ökonomie* (1857). Berlin: Dietz Verlag.
- McKenzie, Donald. 2006. *An engine, not a camera: how financial models shape markets*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Merton, Robert. 1957. *Social theory and social structure* (1949). New York: Free Press.
- Morgan, Glenn. 2001. The development of transnational standards and regulations and their impacts on firms. In *The multinational firm*, eds. Glenn Morgan, Peer Kristensen, Richard Whitley, 229-251. Oxford: Oxford University Press.
- Murphy, Craig N. 1994. *International organization and industrial change. Global governance since 1850*. Cambridge: Polity Press.
- North, Douglas. 1990. *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Padgett, John. 2001. Organizational genesis, identity and control: the transformation of banking in Renaissance Florence. In *Markets and networks*, eds. A. Cassella, J. Rauch, 211-257. New York: Russell Sage Foundation.
- Padgett, John F., and Paul D. McLean. 2006. Organizational invention and elite transformation: the birth of partnership systems in Renaissance Florenc. *American Journal of Sociology* 111: 1463-1568.
- Podolny, Joel M., and Damon J. Philipps. 1996. The dynamics of organizational status. *Industrial and Corporate Change* 5: 453-471.
- Podolny, Joel M., and Karen L. Page. 1998. Network forms of organization. *Annual Review of Sociology* 24: 57-76.
- Polanyi, Karl, 1957. *The great transformation* (1944). Boston: Beacon Press.
- Powell, Walter W., Douglas R. White, Kenneth W. Koput, and Jason Owen-Smith. 2005. Network dynamics and field evolution: the growth of interorganizational collaboration in the life sciences. *American Journal of Sociology* 110: 1132-1205.
- Quack, Sigrid. 2007. Legal professionals and transnational law-making: a case of distributed agency. *Organization* 14: 643-666.
- Quack, Sigrid, Glenn Morgan, and Richard Whitley. 2000. *National capitalisms, global competition and economic performance*. Amsterdam: Benjamins.
- Robinson, Joan. 1979. Markets. In *Collected economic papers*, vol. 5, ed. Joan Robinson, 146-167. Oxford: Basil Blackwell.

- Ruggie, Gerard. 1993. Territoriality and beyond: problematizing modernity in international relations. *International Organization* 47: 139-174.
- Saxenian, Annalee, and Jinn-Yuh Hsu. 2001. The Silicon Valley-Hsinchu connection: technical communities and industrial upgrading. *Industrial and Corporate Change* 10: 893-920.
- Saxenian, AnnaLee. 2002. Silicon Valley's new immigrant high-growth entrepreneurs. *Economic Development Quarterly* 16: 20-31.
- Sassen, Saskia. 1996. *Loosing control? Sovereignty in an age of globalization*. New York: Columbia University Press.
- Sassen, Saskia. 2006. *Territory, authority, rights*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Sombardt, Werner. 1987. *Der moderne Kapitalismus* (1916), 3 Bände. München: dtv.
- Strange, Susan. 1996. *The retreat of the state: the diffusion of power in the world economy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Strayer, Joseph R., and Dana C. Munro. 1959. *The Middle Ages*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Streeck, Wolfgang. 1992. *Social institutions and economic performance. Studies of industrial relations in advanced capitalist economies*. London: Sage.
- Swedberg, Richard. 1994. Markets as social structures. In *The handbook of economic sociology*, eds. Neil J. Smelser, Richard Swedberg, 255-282. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Swedberg, Richard. 2003. *Principles of economic sociology*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Temin, Peter. 2001. A market economy in the early roman empire. *Journal of Roman Studies* 91: 169-181.
- Tarrow, Sidney. 2005. *The new transnational activism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Teubner, Gunther. 1997. 'Global Bukowina': legal pluralism in the world society. In *Global law without a state*, ed. Gunther Teubner, 3-28. Aldershot: Dartmouth.
- Walras, Léon. 1954. *Elements of pure economics* (1877). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Wallerstein, Emmanuel. 1974. *The modern world-system*, vol. 1: *capitalist agriculture and the origins of the european world-economy in the sixteenth century*. New York, London: Academic Press.
- Weber, Max. 1978. *Economy and society: an outline of interpretative sociology* (1922), 2 vols. Berkeley: University of California Press.
- White, Harrison C. 2002. *Markets from networks: socioeconomic models of production*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Whitley, Richard. 1999. *Divergent capitalisms*. Oxford: Oxford University Press.
- Williamson, Oliver. 1975. *Markets and hierarchies: analysis and antitrust implications*. New York: Free Press.
- Williamson, Oliver. 1996. *The mechanisms of governance*. Oxford: Oxford University Press.
- Wolf, Eric R. 1997. *Europe and the people without history* (1982). Berkeley: University of California Press.
- Zeitlin, Jonathan. 2002. *Introductory presentation to the conference on 'constructing markets, shaping production: the historical construction of product markets in Europe and America'*. Idöborg, Sweden, July 5-6, 2002.
- Zeitlin, Jonathan. 2007. Industrial districts and regional clusters. In *The Oxford handbook of business history*, eds. Geoffrey Jones, Jonathan Zeitlin, 219-243. Oxford: Oxford University Press.

Correspondence: Prof. Dr. Sigrid Quack, Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung, Paulstr. 3, 50676 Köln
E-Mail: quack@mpifg.de

II. Die Einbettung der Wirtschaft: Handeln, Institutionen, Konventionen

ACTION THEORETIC FOUNDATIONS OF ECONOMIC SOCIOLOGY

Jack Barbalet

Abstract: Structural, institutional and action theoretic foundations of economic sociology are distinguished. Action theoretic approaches do not have general relevance but relate to situations of transition or innovation, in which structures and institutions undergo crisis of various kinds. The relevance of action to innovation draws attention to the limitations of rationalist accounts and their assumptions concerning preferences and the selection of means. Because action occurs through time and promotes change assumptions concerning the stability of self interest and also the continuous identity of the actor cannot be sustained. Indeed, the distinction between self-interested and other-interested action becomes unclear when the relevance of time to action is properly understood.

I. Introduction

The component parts of modern economies include the following: markets for goods, services and labour; production units; means of transaction (money and credit) and financial institutions; information and communications media; ownership rights and property relations; and finally, politico-legal frameworks. As with any descriptive statement the list of items mentioned here could be contracted or extended, depending on the purpose of investigation or the level of analysis. Theoretical examination of these empirical elements will typically resolve them into their structural or institutional or behavioural characteristics. The structural form can be understood as having a *sui generis* presence, relatively uninfluenced in its operations by either regulatory rules or the actions of particular individuals. Such things as demographic factors, cultural inheritance, patterns of inequality and scientific technologies are generally regarded as largely structural forces in economies. The institutional form, on the other hand, exists by virtue of socially current rules and standards. Transaction relations, property rights and governance procedures can be regarded as predominantly institutional in the sense indicated here. The operations of institutions are without the relative independence of structural forms because they are instead dependent on the shared perceptions of those subjected to them. Finally, the behavioural form includes the action prerogatives of in-

dividuals or groups of individuals. It exists in terms of the choices between alternative courses of possible action taken by persons animated by their subjective intentions.

Any given theoretical account of economic phenomena may render its subject in relation to the relevant previously mentioned forms, or some combination of them. Explanatory theories of labour markets, for instance, may emphasize structural, institutional or behavioural aspects depending on what is to be accounted for and also the intellectual tradition upon which the account draws. Theoretical accounts, then, tend to function in terms of one of the three possible forms serving as an *explanans*, in which case one or other of the remaining forms thus appears as an *explanandum*, as when an economic structure, for instance, is used to explain a pattern or incidence of behaviour, say, or a particular institution. The selection of explanatory forms in economic sociology, however, has not been so open ended. No doubt because it has fashioned itself in contrast to neo-classical economic theory, in which individual preference animates exchange between market actors, economic sociology tends to provide either structural or institutional, but seldom behavioural explanation. If this brief statement is correct, then a double error can be revealed. First, the characterization of neo-classical economic science, as action theoretic, is inaccurate insofar as the choices of *homo economicus* are in its own terms chimerical because specification of a utility function and identification of its constraints are sufficient to determine efficient behaviour. In other words, the putative choices and actions of *homo economicus* are not choices and actions in any meaningful sense. More will be said of this below. Second, only an action theoretic explanation but never a structural or institutional framework can provide an account of economic dynamism and innovation.

The last statement above encourages a digression in intellectual history. Commentators have characterized as structural Marx's account of capitalist dynamic. Marx explained that the progress of capitalist economies occurs through a developmental contradiction between the relations and forces of production. He held that during the period of their initial growth the forces of capitalist production (scientific technologies and the industrial organization of labour and management) were entirely compatible with the relations of production contained in private ownership of the productive means and the associated class-based distribution of income. As the capacity of the productive forces expands, however, through their inherent logic, the given relations of production are unable to absorb the increased output of the productive forces. The ensuing crisis and the processes generative of it are fully explicable in structural terms. Marx went on to insist, however, that the dynamic process of this structural contradiction could only be realized and resolved by the actions of persons, not by structures, even though the situation is structurally framed. Indeed, the actual direction of change, according to Marx, is determined by which category of persons successfully act within the crisis situation and by the correlative actions they engage: the revolutionary actions of organized workers will direct the economy in a different direction than the entrepreneurially innovative actions of owners and their agents under the same structural conditions. Actors and their actions, then, are indispensable in the resolution and reorganization of structures of capitalist development, according to Marx.

There are two general conclusions to be drawn from this well known but not always properly understood formulation of a leading nineteenth-century economic sociologist. First, it should not be assumed that an action theoretic approach has general

relevance. Emergence of the structural contradictions of capitalism indicated by Marx do not require an action theoretic explanation: the behaviour of persons implicated in the contradiction between the forces and relations of production are at this level of analysis “locked in” and without choice or independent purpose and for this reason are frequently described as “bearers of structures”. Institutional economists have similarly indicated that the actions of individuals within stable institutions can be explained in terms of overarching norms or values that animate behaviour at the individual level. In such a situation volitional choices of persons and consciously selected purposes of behaviour, essential in action theoretic accounts, are unnecessary in structural or institutional explanation and can heuristically be regarded as “absent”. More shall be said about this issue below. The second point to make, though, which also comes out of the Marxian account above, is that structural contradiction disburdens persons from the weight of structural determination: structural imperatives lose their compulsion under these conditions and situations are therefore generated in which actors have no alternative but to choose between emergent opportunities and in doing so are responsible for ensuing change. Such transitions can only be accounted for in action theoretic terms. Crises of institutions promote the same considerations. This too shall be elaborated below.

There are additional issues to be treated in the present discussion. The action theoretic approaches that are best known in economic sociology tend to assume that action is rationally responsive, that action is predicated on goals, purposes, values and preferences that actors bring to the situations in which they act and that means are recruited to ends via considerations of efficient application. There is a connected supposition in standard action theoretic approaches, namely that an actor’s goals, etc that are connected with a present action designed to realize some future good or interest, will remain the same when that future good or interest is achieved. This is the assumption that a person is more or less the same at the end of an action as she was at the beginning, that time is irrelevant in the identity, purposes, tastes and preferences of actors, that any given actor will possess a continuous identity on which the outcome of their actions will have no consequence. It will be shown in the discussion to follow that a consistent action theoretic foundation of economic sociology must also challenge and reject both of these conventional and widely held notions concerning preferences and instrumental rationality on the one hand and continuous identity on the other.

II. Behaviour as habit and action

Parallel to Marx’s account of capitalist structural contradiction, which indicates the indispensability of the action theoretic approach to an understanding of capitalist dynamic, consideration of institutional change similarly reveals the relevance of action and its theorization to an understanding of innovation. But before turning to institutional change it is necessary to indicate the individual-level mechanisms that sustain institutions in the economy, which previous writers have identified as habit or skill, and to show the relationship between habit on the one hand and action on the other in situations of economic transition and innovation. Institutions imply rule governed and established patterns of behaviour which provide participants with firm expecta-

tions. It follows, then, that the activities of persons within institutions will have the regularity of appropriately coordinated and stable habits (Hodgson 2003, 2004). The importance of habit to economic institutions was noted by Thorstein Veblen, among others, who acknowledged William James' account of habit as his source (Veblen 1946). As James' discussion continues to provide the clearest account of habit, it shall be the basis of its brief representation here.

According to James, habit "economizes" on the expenditure of "nervous and muscular energy" by simplifying "the movements required to achieve a given result", and in doing so it reduces fatigue and enhances accuracy (James 1931: 112-3). The economizing characteristics of habit have a basis that sets habit clearly apart from action insofar as the latter requires conscious selection of a course of conduct from among a number of options or choices, whereas habit, on the other hand, occurs "without reference to the conscious will" (James 1931: 114). Indeed, even the most complicated sequence of behaviour can be achieved through habit without involvement of the "upper regions of the brain" (James 1931: 115-6). By avoiding reliance on consciousness and volitional choice habit is not only more economical than deliberative action but also under specifiable conditions more accurate. The accuracy and efficiency of habitual behaviour are each achieved by the sequencing of appropriate options or "choices" within the framework of learned responses. Inaccurate and inefficient options are selected to be not taken by a preceding phase of learning through which habits become established. No doubt because of the accuracy and efficiency that can be provided by habitual behaviour Richard Nelson and Sidney Winter use the term "skill" in this context, rather than "habit". Nelson and Winter say that "individual skills are the analogue of organizational routines" and that by skill is meant "a capability for a smooth sequence of coordinated behaviour that is ordinarily effective relative to its objectives", and which involves, first, sequenced successive steps, second, tacit knowledge embedded in the performance, and, third, that choices are inherent in the skill and do not require "awareness that a choice is being made" (Nelson and Winter 1982: 73).

It is clear in the accounts of James and also Nelson and Winter that habit/skill on the one hand and volitional action on the other are quite distinct behavioural practices in so far as choice is internal to the established sequence of coordination embedded in the habitual or skilled capacity whereas choice is a matter of explicit deliberation and conscious consideration in action (James 1931: 115; Nelson and Winter 1982: 82, 84). This distinction, together with recognition of the prevalence of institutional behaviour in economies, in which habit/skill is central, suggests that the assumption of hyper-deliberativeness found in mainstream statements of action theory, and especially its rationalist variants, is somewhat overstated. This is not to say that deliberative choice does not occur even within institutional contexts, but it does not ordinarily occur and, most importantly, the circumstances in which it is appropriate or required must be specified. As intimated above, for instance, in the learning of habits or skills deliberative choice is necessary. As Nelson and Winter acknowledge, "it is the novice who really *chooses*" (Nelson and Winter 1982: 83; emphasis in original). An original specification of action, then, *vis-à-vis* habit, is in the learning cycle when actors must deliberately choose between possible options prior to behavioural sequences becoming learned or habitual. Putting this in a more economy-wide and less individual context, situations in which actors must choose between behaviour sequences typically

arise when new sets of practices must be initiated. This is likely to occur when established institutional norms and procedures are found wanting either because of changes in the organizational or economic environment or through destabilizing internal developments within institutions, possibly associated with such things as generational change, phasal technological developments and so on.

The flexibility and adaptability that is offered to behaviour by deliberative action is necessarily at a much higher level than that which could be generated by habit or skill, the advantage of which is, rather, stability, focus and durability. Relatedly, the costs of non-embedded choices in action are higher than the costs of established coordinated sequencing because the required efforts and the possibility of behavioural interruption through error are higher. Nevertheless, under certain circumstances the costs of engaging habits that have become inappropriate, irrelevant or even dysfunctional under conditions of institutional debility or default may be much higher than the acknowledged high costs of deliberately selecting alternative behaviour sequences that are felt necessary to initiate new practices in order to replace older and failing institutional patterns. Action, involving explicit decisions and choices made and taken by self-conscious actors, is required when developing new learning sequences that will give rise to new institutional habits and skills. Thus innovation, or change in routine (Nelson and Winter 1982: 128), is a situation in which action displaces existing habit or skill in order to generate new and newly appropriate habit and skill. Any reference to innovation, therefore, calls up the action theoretic foundations of economic sociology, for innovation specifically requires the discretionary choice of attention to non-routine and newly appropriate purposes that generate alternate futures.

The characterisation of action, in terms of explicit choices between alternative possibilities orientated to future outcomes, is entirely non-controversial insofar as it corresponds with key aspects of well known formulations in both economics and sociology (e. g., Keynes 1981: 153-163; Parsons 1968: 43-48). It is, nevertheless, significantly unlike some recent statements which emphasize not choice but the precondition of choice in "skill" and not orientation to a future outcome but a capacity of action "to attain cooperation with others" (Fligstein 2001: 107). The centring of such contingent possible aspects of action to necessary core attributes, however, in this later revisionist understanding of action, is unsatisfactory for a number of reasons. First, in ignoring or downplaying the integral relation between a present action and its future outcome, the revisionist notion of action focuses on current socially cumulative and associative prospects that are neither general nor necessary aspects of social or economic action. Both cooperation and involvement with other persons are conditional on the specific future outcome anticipated or intended by the actor, which could instead have an object that is indifferent to or even opposed to either one or both of these. Indeed, even in action involving others there is an unavoidable tension between the actors implicated in joint activities. Why this is so is implicit in the second reason for the unsatisfactory nature of the revisionist concept of action.

Second, sociological antipathy to methodological individualism erroneously leads to the view that action must be sociologically understood as cooperative or collective (Fligstein 2001: 106). But a statistically significant proportion of social action is undertaken by individual persons in ambiguous or multifaceted and possibly antagonistic relationships with others, and sociological explanations of such configurations cannot

proceed if it is assumed that only collective action is sociologically meaningful or relevant. Indeed, the so-called principal-agent problem exemplifies situations in which the structure of relationships tends to encourage an outlook in participants which causes reflection on their own best interests in contradistinction to those of others. As a large proportion of social and economic action is undertaken on behalf of others – that is, has the form of an agent of a principal – this problem deserves particular attention. Action undertaken in families, voluntary organizations, employment and even in social movements frequently gives rise to principal-agent considerations in which one acts on behalf of another and in doing so faces consideration of heterogeneous and possibly diverging interests and therefore the possibility of subjection from the other of self-interested monitoring, a situation which is only exacerbated by the asymmetry of information between the parties involved which is a further chronic feature of principal-agent relations. While discussion of this problem of agency in the economics literature often focuses on ameliorating compensation and incentive arrangements, the sociologically significant issues have been identified by Kenneth Arrow when he observed that even in (employment) market contexts “the variable to be determined is not a price but a complicated functional relationship” (Arrow 1985: 44).

Third, while the revisionist notion of action appropriately connects action and institutional innovation or the construction of “fields”, it pays insufficient attention to the distinction, drawn by David Lockwood, for instance, between “system integration” in which the articulation of the parts or elements of the system prefigure or determine social relations, on the one hand, and “social integration”, on the other hand, in which the actions of persons predominate (Lockwood 1992). It has been indicated in the discussion above that the achievement of structural and institutional change through action is conditional on the generation of possibilities of choice within the relations between the structures and institutions themselves and that action cannot create its own efficacious preconditions. It is true that “possibilities of choice” are partly the result of the interpretations of the actors involved, but such interpretation is itself conditional on structurally given opportunities and resources. While action is in a significant sense *ipso facto* innovative, it always requires appropriate structural and institutional conditions.

III. Innovation and action

The special relevance of the action theoretic perspective to an understanding of innovation draws attention to a number of issues associated with conventional models of action in economic sociology. The basic assumptions of theories of rational action are, firstly, that behaviour is directed toward attaining goals chosen by the actor who, secondly, selects what she believes to be the most efficient available means which will achieve her purpose. The elaboration and supplementation of these minimum rationalist assumptions can be found in a large and growing literature, but it is necessary here to only draw out the implications of these axiomatic claims of “choice of goal” and “efficiency of means”. It will be shown that innovative action diverges significantly from these necessary assumptions of rational action, and in doing so raises general questions concerning the meaningfulness of rationalist theories of action and more

clearly specifies the conditions of the action theoretic foundations of economic sociology.

It is widely assumed that a commitment to rational action is a commitment to self-interested or maximizing behaviour. While accounts based on assumptions of self interest and maximization are usually variants of rationalist approaches to action it is not required that rational action is necessarily self interested. Other-interested actions and even self-sacrificing actions may be rational under appropriate conditions. On the basis of the two minimum assumptions mentioned in the preceding paragraph, if one chooses to support a charity, say, and selects appropriate means, then the corresponding action may be rational even though it leads to a net reduction in the actor's disposable income. It might be asked whether the prior choice to support a charity were itself rational. If the choice were freely made and did not constitute a failure of will or volitional incontinence but was consistent with some instrumental purpose or held values, then such a choice would meet the prevailing understanding of rationalist preconditions. The maximizing tendency of rationalist accounts of action follows less from a requirement that the choice of action be self interested and more from the purported efficient relationship between the means and ends of an action. This requirement guarantees the maximized satisfaction of whatever purpose any action sets out to achieve. The means-ends axiom of rationalist accounts of action is conditional, however, on the factual specification of the ends of the action in question at the time that the means are selected. The difficulty, of course, is that by its nature innovative action has an end that cannot be known at the outset of the action, which is when the means are selected. Indeed, it will be argued here that in general terms the ends of any action cannot reasonably be known until the action is concluded.

The notion of "the ends" of an action is an umbrella category that can cover a range of distinct phenomena. An action can be understood as a behavioural effort to produce a certain future event. All action is predicated on a purpose of will which in a sense prefigures an action through a number of related discriminations or choices concerning the intended outcome of the action. The actor's preferences, motives, purposes, goals, and other appellations of intention can all be mentioned as members of a family of action-initiating orientations. The salient point here, however, is that action is necessarily directed to a future state of affairs and the initiating orientation and intention of the actor is only one of a number of possible determinants of the future which, by its nature, must remain unknown at the time that the action proceeds. The issue of uncertainty is therefore central for economic sociology (Beckert 1996) even though a related term, "risk", reflecting a probabilistic level of prospective knowledge, is favoured in general sociology. The uncertainty associated with the future, however, is fundamental. In sociological terms the future is necessarily uncertain because, as the outcome of any one action changes the conditions for all subsequent actions, and as no actor can control the behaviour of all other actors, no given actor can acquire knowledge indicating the outcome of any action including their own. The future will remain unknown even with the passage of time. Under these conditions, then, of fundamental uncertainty, the intended end of an action and its actual outcome will be empirically indifferent to each other. The preceding discussion indicates how the two minimal assumptions of theories of rational action cannot be readily satisfied: The selection of efficient means to action is disrupted when the ends of the action cannot be known, and it is

therefore not possible to know what means is more efficient than another; and the choice of a goal of an action, while arguably necessary for the initiation of the action, is inconclusive for the outcome of the action. There are various corollaries of the basic assumptions of rational action mentioned above that are similarly weakened by the uncertainty of the future.

While the postulate of fundamental uncertainty was classically developed in economics by Frank Knight (1971) and John Maynard Keynes (1981), the vast body of current economic writing rejects this postulate by shifting the focus of analysis from profit and investment as paradigm cases of objects of economic theorizing to consumer behaviour. Whereas profit and investment – and innovation – are achieved by future-oriented actions, consumer behaviour in mass retail markets is typically directed to actions with almost immediate conclusion. Although not generally treated in this context the objectivist and behavioural turn in neo-classical economic theory completed the removal of appreciation of the significance of uncertainty. Paul Samuelson is generally credited with the move away from subjective utility, and therefore the psychological mechanisms involved in individual consumers making choices, by introducing the concept of “revealed preference” which addresses only their observable behaviour (Samuelson 1938). This development formalizes a trend that began, however, at least with Alfred Marshall’s discussion of measurable desires indicated by observable actions as opposed to the inaccessible psychological feelings of utilitarian pleasures and pains (Marshall 1952: 13-19). Marshall’s approach inspired Philip Wicksteed’s more thorough de-psychologisation of the foundations of economic theory (Wicksteed 1910). Anything approaching variation between individuals and therefore the discretionary choices persons might make was in parallel fashion eliminated from economic theory with the Stigler-Becker proposition in which consumer preferences are assumed to be invariant and indifferent between persons in the determination of price (Stigler and Becker 1977). The culmination of these developments in economic theory, in which the subject is constructed in terms of purely observable, determinate and therefore predictable behaviour, performs the double feat of eliminating choice and therefore action from the actor and uncertainty from the economy.

IV. Action, the discovery of goals and rationality

The concepts of revealed and invariant preferences, and the implications they generate for understanding economic behaviour, have not gone unchallenged even within economics. They are mentioned here to indicate the intellectual apparatus that removes critical consideration of the relationship between an individual actor’s (subjective) goals or preferences and the outcome of their actions. An entirely different relationship between goals and outcomes of action than the one typically underlying neo-classical economic theory informs consistent action theory. Independently of the argument concerning the future’s fundamental uncertainty, but not in tension with it, is the fact that persons discover their goals, purposes and preferences through their actions. This proposition is central to the action theoretic perspective and informs a more meaningful conception of rationality than the one associated with conventional economic theory.

A common-sense assumption of many theories of action is that prior motives, goals, tastes, values or preferences, under given constraints, lead to or animate actions, that they determine the quality as well as the outcome of action. This assumption is required in rationalist accounts, for instance, insofar as they hold that at the outset of an action the actor or someone who observes that actor can know whether her action will meet the conditions of rationality. Such an account raises a number of fundamental questions concerning such things as the social sources of the actor's goals or preferences, the opportunity structure in which the action takes place and the resources at the actor's disposal, all of which may encourage or even engender the choices actors make. Such questions can be readily answered by conventional sociological approaches and, to the extent that they are prepared to pay attention to the context in which an action occurs and how it might be characterized, also by economic researchers. A second type of question, however, concerning how the phases of action – where and when a given action begins and ends – is likely to be more difficult for conventional approaches in both disciplines to answer. Conventionally, actions are understood as discrete event sets, proceeding from a knowable starting point – the actor's expressed preference – and concluding with an outcome which, while not necessarily realizing the actor's purpose, is to some degree regarded as a consequence of it. But such an approach fails to realistically address the mutuality, discursivity and cybernetic or self-informing nature of action. Actions do not exist in isolation from each other and cannot adequately be conceived as discrete nor even serial events. Neither are the outcomes of actions to be confined to a product that leaves the elements of the action, including its context and the actor herself, unchanged (s. Veblen 1990: 74-75). In what remains of this section consideration will be given to the question of the relationship between an actor's preferences and the outcome of her actions, and in the following section the issue of the actor's changing identity will be examined.

The actions of any given actor occur in arenas of action, such as market places, in which a number of other actors are also engaged. Even if the limiting assumption of an absence of interaction is accepted, namely that actors do not relate to each other but only the objects, say, of market exchange, then the action of any given actor will be affected by the actions of the other actors. In neo-classical terms, the constraints of demand and supply influence any given market action. But the provision of goods in markets is necessarily by contract (implicit or formal) if possession or ownership and stable exchange between owners is to be achieved, and such exchange relationships are always potentially subject to failure, including the exploitation of one party by the other, through involvement of possibly guilefully self-interested actors. When it is acknowledged, then, that actors relate not only to goods or commodities but also to each other through their actions, and that the experience of action is one in which learning might occur, then the relationship between any given actor's purposes or preferences and the outcome of their action must be seen in a rather different light than the one projected by conventional approaches. In summary, in the course of any given action and especially when its consequences are experienced, then the actor in question is in a position to form an understanding of the action they have engaged, and in doing so find some meaning in it and take some value from it. It is at this point that an actor may discover what her preferences might be and how they differ from what they were at an earlier phase of the action. While these new preferences may be at play at the be-

ginning of a subsequent action, the outcome of that action will also include not only a discernable product but this action's impact on the actions of others and the effects of other's actions on it, and also what the actor has "learned" through the whole experience. This is to say at least that a person's actions and the outcome of those actions influence the actor's future preferences.

If an actor's future preferences are a consequence of their present actions, then it is likely that actions may be chosen not as a result of the actor's preferences but in order to generate or achieve them. Indeed, the attainment of competence, for instance, requires a selection of actions that the actor believes will have consequences on their future abilities and associated preferences. More generally, as indicated above, persons may use present actions to uncover currently obscure or construct new and future preferences. It is likely that this prospect is reasonably typical as it represents the general form of curiosity-driven behaviour. Learning about new situations and opportunities is exploration for new preferences. The implications of these propositions for an understanding of rationality are highly significant and subversive of convention, for it follows from the above that it is rational to be strategic about preferences, to specify goals different from the outcomes an actor would wish to achieve. As James March puts it: "we consider the choice of preferences as part of an infinite game with ourselves in which we attempt to deal with our propensities for acting badly by anticipating them and outsmarting ourselves. We use deadlines and make commitments" (March 1978: 597). This is the strategic corollary of the idea indicated above that actors are able to make sense of their actions only after the consequences of those actions become apparent. In this sense, then, preferences are the outcomes not the basis of actions and acquire clarity subsequent to and as a consequence of action.

While the future consequences of a present action are necessarily uncertain, an individual's preferences for those unknown consequences of present action will also be uncertain. Thus, against the expectation of rationalist theories of action, the stability of preferences and also their precision will necessarily be imperfectly achievable. In terms of the experience of economic actors this means that preferences cannot be pre-given and unaffected by time but are achieved through engagement, discovered in the meaning that actions acquire in terms of their consequences, and constructed through curiosity and the acquisition of various competences. Indeed, it would therefore be irrational for an actor to base their actions on their prior preferences. This is contrary to the typical understanding of rational action in which it is held that an actor's preferences, if they are to select a course of action that satisfy the actor's self interest, must be consistent, stable and prior to the action undertaken. But this latter conceptualization of rationality derives from a formulization of technique at the expense of substance. The historical core of rationality has not been calculative reason or preference realization. When the concept of rationality first became important, in sixteenth- and seventeenth-century Europe, humans – or rather Christians – were distinguished by possession of a rational soul while vegetative and animal souls were had in common with other forms of life. The rational soul facilitated moral virtue and through its faculties correct or appropriate moral choices were made. The vegetative and animal souls, on the other hand, gave growth and movement respectively (s. Burton 1941; Wright 1971). The historically enduring quality of rationality is ability or propensity to choose appropriately, to make reasonable decisions. In the movement from a theological to a commer-

cial world the earlier moral focus of rationality has shifted to a concern with efficient means to achieve mundane ends. In each case there is requirement of choosing between alternatives. The concept of rationality in rationalist accounts is abstracted from their understanding of the substance of economic action and has no independent basis of authority or accomplishment. A different appreciation of the relationship between actions and preferences, as indicated above, need not be burdened with the inappropriate attenuation and direction of the concept of rationality found in what we might now describe as “so-called rationalist” theories.

V. Time and identity

Action occurs through time and promotes change. This change is not simply in the realization of a purpose or interest, but more fundamentally there is inherent in the process of action a capacity to change the very (self) interest to which the action relates and therefore also to change the actor. This element of the dynamism of action is almost universally ignored in both economic and sociological thought but essential to a consistent action theoretic perspective. Although it was just mentioned that these questions of time and identity are absent from the relevant literatures some highly suggestive indications of the issue are to be found in the writings of particular economists. It should be mentioned, however, that the instances of insight related below are not only unusual but deviant in the context of mainstream economic thought, and they are not taken up or developed further by the writers who make them.

Alfred Marshall, for instance, after stating that the marginal utility of a thing diminishes as the amount held by a person increases, notes its principal limiting condition, namely “that we do not suppose time to be allowed for any alteration in the character or tastes of the man himself”, which is to say that the law of marginal utility assumes timelessness and the absence of change in a person’s character (Marshall 1952: 79). He goes on to indicate some specific contrary cases, including that “the more good music a man hears, the stronger is his taste for it likely to become”, and in such cases, he continues, “our observations range over some period of time; and the man is not the same at the beginning as at the end of it” (Marshall 1952: 79). Perhaps even more remarkable is Marshall’s discussion in the immediately preceding chapter of *Principles*, “Wants in Relation to Activities”, in which he argues that consumption is not the end of economic activity and approvingly quotes McCulloch that “The gratification of a want or a desire is merely a step to some new pursuit. In every stage of his progress he is destined to contrive and invent, to engage in new undertakings; and when these are accomplished to enter with fresh energy upon others” (Marshall 1952: 76). Although this revelatory pronouncement is not fully developed in *Principles*, or elsewhere in Marshall’s work as far as I am aware, the claim in it, that the ends of market activity are not the consumption of a good or service but the process of activity itself and therefore the changes that activity provides, simply undermines the notion of a stable utility function on which modern economic theory depends. The conclusions of Marshall’s antithetic propositions described here are totally transformative of neo-classical conceptualizations and concerns, and instead point in the direction of a consistent action theoretic perspective sketched in the present paper.

More recently, and from the other side of the fence of economic theory, as it were, Amartya Sen has attempted to go beyond the notion of maximizing self interest, core to *homo economicus*, by distinguishing between sympathy and commitment (Sen 1977). This distinction is necessary, according to Sen, because while sympathy for another may be seen as an alternative to self interest it is in fact experienced in terms of a person's own satisfaction and therefore ultimately their self welfare. Through this route the apparent other-interestedness of sympathy returns to a consolidation of the primacy of self interest. Commitment, however, may lead a person to choose "an act that he believes will yield a lower level of personal welfare to him than an alternative that is also available to him" (Sen 1977: 327). The significance of the concept of commitment for Sen, therefore, is that unlike sympathy it "drives a wedge between welfare and choice" (Sen 1977: 329). It is relevant for our discussion here to recognize that Sen's distinction between sympathy and commitment assumes distinct functionalities within a market actor. Sympathy, like self interest, relates directly to utilities and the satisfactions of interest they afford. Commitment, on the other hand, concerns a person's relations with rules of conduct, principles of action, preference-ordering protocols or some similar characterization of decision making and its mechanisms. Commitment, then, is about how to proceed rather than what to achieve. In each case the actor is constant and unchanging even though possibly divided between these two distinct functionalities which nevertheless leave the integrity of the actor intact.

In developing his argument concerning the distinction between sympathy and commitment, and the behavioural foundations of economic theory in general, Sen raises a very different consideration which relates to a different order of an actor's being than the ones he treats, mentioned above. Sen observes that in standard economic models it "is possible to define a person's interests in such a way that no matter what he does he can be seen as furthering his own interests in every isolated act of choice" (Sen 1977: 322). The problem with this notion, Sen records in a footnote, is that:

"If a person's actions today affect his well-being in the future, then under this approach his future interests must be defined in terms of the way they are *assessed today*. In general, there is no reason to presume that the future interests as assessed today will coincide with those interests as assessed in the future" (Sen 1977: 322, note 9; emphasis in original).

It is acknowledged that this consideration "adds an additional dimension to the problem", but Sen does not say what that dimension is nor what its significance might be. In effect this footnote correctly indicates that all current actions are directed to future outcomes and that the actor's interests will be different in the sequential phases of the action. It follows that the actor herself will therefore have changed – be different – at the end of the action from what she was at the beginning. This is indeed a very different consideration than the distinct functionalities of an unchanging actor, and one that is outside of Sen's concerns and discussion.

The issues raised in the passages from Marshall and Sen indicated above are fundamental for an understanding of action but unexplored in mainstream economic and sociological theories, no doubt because they are subversive of those theories. In simple terms the Marshall-Sen insights remind us that action necessarily occurs through time and that this is because action is necessarily and inherently productive of change. This

latter claim could never be made of structures or institutions, which by their nature serve to generate the conditions of stability, and therefore to constrain action and contain or at least manage change. While structures and institutions exist in time, they do not operate through time in which alternate futures are apprehended and in so being close the horizon of a given present to become a no longer existing but only recorded or remembered past. Because of the future-oriented trajectory of all action, these considerations are consonant with the discussion above concerning uncertainty, but they add a new dimension to those earlier comments in so far as key elements of the mechanism of uncertainty, including changes in an actor's interests through the course of a given action, and therefore changes in the actor herself, are acknowledged and given substance. Marshall, as shown above, is aware that through time learning may occur which will change the actor's tastes or preferences in such a way as to render invalid the law of marginal utility. Marshall also acknowledged, again as indicated above, that market actions may not terminate with consumption but that each such action operates merely as a stage in an unfolding quest for invention, novelty and, to use the term again, change. In this way the basis of stable utility functions in market explanation become redundant. Sociological theory, in this regards similar to mainstream economic theory, is ill-disposed to incorporate the full weight of the change-through-action notion in its conceptualizations. Sociological theories of power, for instance, typically see power as a means of realizing an interest and fail to appreciate that the exercise of power itself transforms the interests of those who exercise it and not only those who are subjected to it. Sen's remarks above regarding the likelihood of a difference between an actor's present interests and their future interests alert us to a quite different prospect in which action incidentally transforms the identity of the actor, whereas sociologically it is assumed that action serves to realize and consolidate an actor's given and stable identity.

There is a further aspect of the futurity of action which comes out of these reflections that is integral to an action theoretic perspective and essential for the development of economic sociology but which can be adumbrated only at the expense of axiomatic propositions in mainstream economics and sociology. The individualism of *homo economicus* is captured most efficiently in the notion of the essential nature of self-interested action. The set-piece sociological rejoinder has been to point to the social context of self interest, its prior ontological or causal determination by collective factors, and its structural and interactional preconditions and temporizing influences summarized in such concepts as "embeddedness" (Granovetter 1985). It has been shown, however, that such accounts step over rather than provide an alternative to those premised on self-interested action and fail to provide an adequate examination and critique of the latter: indeed, they tend to leave the question of action itself in doubt (Beckert 2003). The action theoretic approach, though, does not require treatment of the social structural context of individual action nor of the unavoidable nexus between persons and the networks of associations in which they are located, nor a supplementation of self interest with trust and compliance (Granovetter 2003). It can proceed, rather, from the temporality of action in which orientation to future outcomes is germane, and the variable experience of self and identity through action. Sociality inheres in the action theoretic foundations of economic sociology through the demonstration that the future self of any social actor bears the same relation to her

present self as it does to any other self and that in a significant sense self-interested and other-interested actions are indistinguishable.

While a market actor's present interests are known to them by sensation from the objects of their satisfaction, objects of their future interests can only be apprehended by imagining them. Thus there is a fundamental distinction within the category of self interest that does not simply relate to temporality – the distinction between present and future interests – but also the means through which an actor knows their interests. There are suggestions of this in Keynes' discussion of future-orientated action in terms of confidence and an urge to act, of projection from the known present to an unknown future (Keynes 1981: 145-149., 151 ff., 162 f.). Less well-known but even more clearly Frank Knight shows that the objects that provide future satisfaction, attained by present action, are "more an imaginative construct than [known through] a direct communication from the nerve terminal organs" (Knight 1971: 202). The significance of the apprehension of future objects of self interest through imagination is that this is the same means by which an actor apprehends another person's interests, by imaginative construction in sympathy. From the perspective of action theory, therefore, the distinction between self-interested and other-interested action is less conclusive because of the prior distinction between an actor's present and future interests. The significance of this breach in the distinction between self-interested and other-interested action, a distinction fundamental to economic thought and inherent in the architecture of sociological explanation, is large and warrants close attention though it has attracted none (but s. Barbalet 2009). It is, however, a necessary implication of the action theoretic foundation of economic sociology.

VI. Conclusion

The sketch above of a consistent action theoretic foundation for economic sociology presents an unconventional picture from the standpoint of established approaches. The limiting conditions of application for action theory are institutional innovation and structural change. Rather than compete with institutional and structural accounts action theory complements them and indicates to what they might appropriately be applied. The postulate of uncertainty, and of the actor's discovery of her preferences through action, implies the need to radically rethink the received notion of rationality. A consistent action theoretic perspective offers some direction here as well. By focusing on change and through its sensitivity to questions of uncertainty an action theoretic approach has important things to say concerning the interconnectedness of actions, the significance of learning and imagination in action, and the discontinuities in an actor's identity through action. Not only do these issues have present currency in economic sociology, they also open it to a range of new possibilities both for theoretical and empirical investigation.

References

- Arrow, Kenneth J. 1985. The economics of agency. In *Principals and agents: The structure of business*, eds. John W. Pratt, Richard J. Zeckhauser, 37-51. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Barbalet, Jack. 2009. Disinterestedness and self formation: William Hazlitt's principles of action. *European Journal of Social Theory* 12: 195-211.
- Beckert, Jens. 1996. What is sociological about economic sociology? Uncertainty and the embeddedness of economic action. *Theory and Society* 25: 803-840.
- Beckert, Jens. 2003. Economic sociology and embeddedness: How shall we conceptualize economic action. *Journal of Economic Issues* 37: 769-787.
- Burton, Robert. 1941. *The anatomy of melancholy* (1621), ed. Floyd Dell, Paul Jordan-Smith. New York: Tudor.
- Fligstein, Neil. 2001. Social skill and the theory of fields. *Sociological Theory* 19: 105-125.
- Granovetter, Mark. 1985. Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology* 91: 481-510.
- Granovetter, Mark. 2003. A theoretical agenda for economic sociology. In *The New Economic Sociology*, eds. Mauro F. Guillén, Randall Collins, Paula England, Marshall Meyer, 35-60. New York: Russell Sage Foundation.
- Hodgson, Geoffrey M. 2003. The hidden persuaders: institutions and individuals in economic theory. *Cambridge Journal of Economics* 27: 159-175.
- Hodgson, Geoffrey M. 2004. Reclaiming habit for institutional economics. *Journal of Economic Psychology* 25: 651-660.
- James, William. 1931. *Principles of psychology*, Vol. 1. New York: Henry Holt and Company.
- Keynes, John Maynard. 1981. *The general theory of employment, interest and money*. London: Macmillan.
- Knight, Frank H. 1971. *Risk, uncertainty and profit*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lockwood, David. 1992. Social integration and system integration. In *Solidarity and Schism*, David Lockwood, 399-412. Oxford: Oxford University Press.
- March, James G. 1978. Bounded rationality, ambiguity, and the engineering of choice. *Bell Journal of Economics* 9: 587-608.
- Marshall, Alfred. 1952. *Principles of economics*. London: Macmillan.
- Nelson, Richard, and Sidney Winter. 1982. *An evolutionary theory of economic change*. Chicago: University of Chicago Press.
- Parsons, Talcott. 1968. *The structure of social action*. New York: The Free Press.
- Samuelson, Paul A. 1938. A note on the pure theory of consumer behavior. *Economica* 5: 61-71.
- Sen, Amartya. 1977. Rational fools: A critique of the behavioural foundations of economic theory. *Philosophy and Public Affairs* 6: 317-344.
- Stigler, George J., and Gary S. Becker. 1977. De gustibus non et disputandum. *American Economic Review* 67: 76-90.
- Veblen, Thorstein. 1946. *The instinct of workmanship and the state of the industrial arts*. New York: The Viking Press.
- Veblen, Thorstein. 1990. Why is economics not an evolutionary science? In *The place of science in modern civilization and other essays in our changing order*, ed. Warren J. Samuels, 56-81. New Brunswick: Transaction.
- Wicksteed, Philip. 1910. *The common sense of political economy*. London: Macmillan.
- Wright, Thomas. 1971. *The passions of the minde in generall* (1604). Facsimile reprint, introduced by Thomas O. Sloan. Urbana: University of Illinois Press.

Correspondence: Jack Barbalet, School of Social Sciences, Bankstown Campus, University of Western Sydney, PO Box 1797, Au-Penrith Sth DC, NSW 1797, Australia
E-Mail: j.barbalet@uws.edu.au

WIRTSCHAFTSSOZIOLOGIE UND ÖKONOMISCHE THEORIE

Heiner Ganßmann

Zusammenfassung: Im Gegensatz zur Wirtschaftssoziologie verfügt die ökonomische Theorie nicht über eine begriffliche Ausstattung zur Erfassung der sozialen Dimension wirtschaftlichen Handelns. Das gilt zumindest, wenn man die neoklassische Orthodoxie mit ihrem Zentrum in der allgemeinen Gleichgewichtstheorie als repräsentativ für die ökonomische Theorie insgesamt ansieht. Unter deren heterodoxen Varianten hat insbesondere die Theorie strategischer Spiele den Vorteil, von der Interaktion rationaler Akteure als Grundproblem auszugehen. Eine Gegenüberstellung mit soziologischen Überlegungen, ausgehend vom Problem der doppelten Kontingenz, zeigt jedoch, dass auch die Spieltheorie implizit soziale Konstrukte voraussetzt, die nicht einfach als Randbedingungen wirtschaftlichen Handelns exogen gehalten werden können. Eine soziologische Analyse von Grundformen wirtschaftlicher Interaktion ergibt, dass der begriffliche Schritt von Tausch zu Kauf und Verkauf die Fähigkeit der Akteure verlangt, sich in die Rolle des Gegenübers zu versetzen und in dieser Perspektive die eigenen Handlungsmöglichkeiten zu bestimmen. Ohne einen Einbau dieser sozialen Dimension des wirtschaftlichen Handelns in ihre Grundbegriffe und -theoreme bleibt die ökonomische Theorie unvollständig und angewiesen auf die Wirtschaftssoziologie zur Aufschlüsselung ihres Gegenstands.

I. Die Arbeitsteilung zwischen Ökonomie und Soziologie

Wenn man Allgemeines zum Verhältnis von Wirtschaftssoziologie und ökonomischer Theorie sagen will, steht man zunächst der empirischen Vielfalt dessen gegenüber, was Ökonomen und Soziologen im Wissenschaftsbetrieb tun. Wie kann man angesichts dieser Vielfalt zu verallgemeinernden Aussagen kommen? Man muss, jedenfalls in der Wirtschaftstheorie, zwischen Ortho- und Heterodoxie, zwischen Mainstream und abweichenden Ansätzen unterscheiden. Für die Soziologie gilt das nicht, weil es, vielleicht abgesehen von einer kurzen Periode, in der die Parsons'sche strukturell-funktionale Theorie den Ton angab, keine Orthodoxie gibt. In der Wirtschaftstheorie dominiert hingegen seit der „marginal revolution“ um 1870 die Neoklassik, auch wenn es immer wieder Ausbruchsversuche aus dieser Orthodoxie in Form von Institutionalismus, Keynesianismus, Spieltheorie, behavioral economics usw. gegeben hat. Verallgemeinernde Aussagen zum Kern der Wirtschaftstheorie beziehen sich im Folgenden auf die Neoklassik. Diese Aussagen sind auf zwei Ebenen angesiedelt, insoweit die Arbeitsteilung zwischen den Sozialwissenschaften das Thema ist: Zum einen geht es um die Architektur des Wissenschaftssystems, zum anderen um die faktische Ausfüllung der von dieser Architektur systematisch vorgesehenen Positionen durch die jeweilige Disziplin.

Die Gegenstände von Ökonomie und Soziologie sind soziale Tatsachen. Die Soziologie macht bei der Bestimmung ihres Gegenstands keine weiteren Einschränkungen. Im Gegensatz dazu beschränkt sich die ökonomische Theorie auf wirtschaftliche Sach-

verhalte. Von daher ist die Anordnung der Disziplinen im Prinzip klar: Die Wirtschaftswissenschaft hat eine Teilmenge der sozialen Tatsachen zum Gegenstand, die Soziologie dagegen die Menge aller sozialen Tatsachen. Es ist deshalb erwartbar, dass die Soziologie eine Art Klammer und in diesem Sinne die Oberdisziplin aller spezialisierten Sozialwissenschaften wie Wirtschafts-, Politikwissenschaft, Ethnologie, Sozialpsychologie, Kommunikationswissenschaft usw. darstellt. Diese Rolle wird der Soziologie allerdings in den anderen Sozialwissenschaften nicht ohne weiteres zugestanden. Franz Oppenheimer gelang dazu in den 1920er Jahren der passende vorsichtige Ausdruck. Er bezeichnete die Soziologie als „werdende Universalität der Sozialwissenschaften“ (1964: 133 f.).

Das Verhältnis von Wirtschaftswissenschaft und Soziologie ist lange im Sinne dieser Anordnung verstanden worden, in der deutschsprachigen Tradition von so gegensätzlichen Autoren wie Oppenheimer und Mises.¹ Nach der Konsolidierung der Arbeitsteilung zwischen den Sozialwissenschaften in den 1930er Jahren wurde jedoch der Anspruch der Soziologie, die Funktionen der Definitionsmacht, Rahmensetzung und Grenzregulierung auszuüben, von Seiten der Soziologen bestenfalls mit großer Zurückhaltung formuliert und von Seiten der anderen Sozialwissenschaftler, wenn nicht zurückgewiesen, dann weitgehend ignoriert. Ausnahmen bilden insbesondere die „grand theories“, zunächst der Syntheseversuch von Parsons (1937)², später die systemtheoretischen Ansätze von Parsons (1951), Luhmann (1984) oder die Fortsetzung der „kritischen Theorie“ durch Habermas (1981). Wirtschaftstheorie ist dort ausdrücklich die Theorie eines gesellschaftlichen Teilsystems. Soziologie als Theorie der Gesellschaft befasst sich hingegen mit dem ganzen Zusammenhang der Teilsysteme.

Aus der Sicht der Wirtschaftstheorie ergibt sich allerdings eine Einbruchsstelle in diese Systematik, die verständlich macht, warum, zunächst vor allem in der österreichischen Variante der Neoklassik, die Klammerfunktion für die Sozialwissenschaften nicht der Soziologie als Gesellschaftstheorie, sondern einer allgemeinen Handlungstheorie zugewiesen wird. Die Überzeugung, dass auch ein isoliertes Individuum wirtschaftlich handeln könne, wirtschaftliches Handeln also nicht per se soziales Handeln sei, gehört zur ökonomischen Grundausrüstung. Von der Mikroebene individuellen Handelns aus gesehen finden nicht nur die Sozialwissenschaften, sondern auch die Psychologie und insbesondere der Teil der ökonomischen Theorie, der sich auf die Analyse der Handlungen des „isolierten Wirts“³ bezieht, einen gemeinsamen Bezugsrahmen in einer all-

1 Mises betrachtete noch Ende der 1920er Jahre die Wirtschaftstheorie als „jenes Teilgebiet der Soziologie, das bis nun am besten ausgebaut wurde und die höchste systematische Geschlossenheit erreicht hat“ (Mises 1929: 467). Wenig später wurde Mises zum Vorläufer des ökonomischen Imperialismus. Die Nationalökonomie mauserte sich vom „Teilgebiet der Soziologie“ zum am weitesten entwickelten Teil der „Praxeologie“, der „allgemeinen Lehre vom menschlichen Handeln“ (Mises 1940: 3), wobei Mises die Position vertrat, dass Handeln immer und ausschließlich rational sei.

2 „Parsons' action frame of reference“ soll den systematischen Zusammenhang der Sozialwissenschaften gewährleisten, auch wenn er diesen Bezugsrahmen nicht „Soziologie“ nennt.

3 Gelegentlich gab es Versuche, die „*economia pura*“ in dieser Perspektive zu definieren, die dann um die „Theorie der gesellschaftlichen Wirtschaft“ (von Wieser, im ersten Band des von Weber konzipierten „Grundrisses der Sozialökonomie“, 1914 erschienen) oder die politische Ökonomie ergänzt werden muss. Für Soziologen ist befremdlich zu sehen, welche wirtschaftlichen Institutionen der „isolierte Wirt“ ohne sozialen Kontakt zustande bringen können soll.

gemeinen Handlungstheorie. Während also von der Makroebene der Gesellschaft her die Wirtschaft ein Teilsystem darstellt und eine von daher bestimmte Systematik der Sozialwissenschaften die Wirtschaftstheorie der Gesellschaftstheorie unterordnet, gehört von der Mikroebene des Handelns her die Wirtschaftswissenschaft nicht einfach zu den Sozial-, sondern allgemeiner zu den Handlungswissenschaften.

Wegen dieser Spannungen in der Zuordnung ihrer Gegenstände ist die wissenschaftssystematisch vorgegebene Arbeitsteilung zwischen Ökonomie und Soziologie ambivalent geblieben. Verstärkt wurde diese Ambivalenz aus drei, für die Wissenschaftssystematik äußerlichen, Gründen:

Erstens hängt die Position von Einzelwissenschaften in der empirisch vorfindlichen Wissenschaftslandschaft nicht nur von einer häufig von kulturellen Traditionen eingefärbten Wissenschaftssystematik ab, sondern auch von der praktischen Bedeutung der Probleme, die sie bearbeiten. Ob jemand z. B. die *Ursachen* von Arbeitslosigkeit untersucht oder Vorschläge zur Linderung ihrer sozialen oder psychischen *Folgen* macht, hat Folgen für Status und Rang und damit für die Ressourcenausstattung der jeweiligen Disziplinen. Dass die Wirtschaft in vieler Hinsicht das entwicklungsleitende Teilsystem moderner Gesellschaften ist, impliziert einen relativ hohen potenziellen Status der Wirtschaftswissenschaftler.

Zweitens folgen wissenschaftliche Disziplinen in ihrer Entwicklung häufig einer Eigenlogik. Dass die Soziologie eine übergeordnete Rolle nicht spielen darf oder kann, hängt mit der unterschiedlichen Entwicklung der sozialwissenschaftlichen Einzeldisziplinen zusammen. Bezogen auf Soziologie und Ökonomie lässt sich unschwer zeigen, dass der wirtschaftswissenschaftliche Mainstream sich seit den 1930er Jahren an einer Theorie orientiert, die auf der Handlungsebene eine allgemeine Entscheidungslogik, auf der Systemebene ein gesamtwirtschaftliches Gleichgewichtsmodell anzielt. Wie vielfach gezeigt wurde (Lowe 1965; Albert 1967; Gäfgen 1974; Hahn 1973), liefert diese Theorie kein Gerüst für eine empirische Sozialwissenschaft. Sie verhandelt vielmehr die Implikationen einiger weniger Grundannahmen über das wirtschaftliche Handeln in meist formalisierten Modellen, deren Formulierung mit den Natur- und Ingenieurwissenschaften entlehnten Mitteln (Mirowski 1989) der Disziplin die Reputation als „härteste“ unter den ansonsten „weichen“ Sozialwissenschaften verschafft haben. Diese Reputation stützte den ökonomischen Imperialismus⁴ der 1980er Jahre, dem sich die Prominenz von Rational-Choice-Ansätzen in der Soziologie verdankt (Coleman 1990). In starkem Kontrast zur disziplinären Geschlossenheit der Wirtschaftstheorie, die durch immer wieder deutlich nachgezogene Grenzen zwischen Ortho- und Heterodoxie hergestellt wird, verfügt die Soziologie weder fachintern über einen einigermaßen einheitlichen Theorierahmen noch kann sie gegenüber den anderen Sozialwissenschaften ein breit akzeptiertes Ordnungsangebot in Form einer begründeten Systematik der sozial-

4 Hirshleifer (1985: 53) hat die zugrunde liegende Überzeugung beispielgebend formuliert: „There is only one science. What gives economics its imperialist invasive power is that our analytical categories – scarcity, cost, preferences, opportunities, etc. – are truly universal in application. Even more important is the structured organization of these concepts into the distinct yet intertwined processes of optimization on the individual decision level and equilibrium on the social level of analysis. Thus economics really does constitute the universal grammar of social science.“

wissenschaftlichen Arbeitsteilung anbieten. „Sociology is useless“, entfuhr es einem ökonomischen Modellbauer kürzlich auf einer der Verständigung zwischen den Disziplinen dienenden Konferenz.

Wenn man das, was Soziologen machen, aus einer gewissen Distanz beobachtet, hinterlässt die Soziologie im Vergleich zur Ökonomie einen chaotischen Eindruck. Die Vielfalt der Theorieangebote, der Gegenstandsbereiche, der angewandten Methoden, der Forschungsinteressen spiegelt zwar vielleicht die Buntheit und Offenheit der gesellschaftlichen Verhältnisse wieder, ist aber für Freunde der Ordnung, des disziplinierten Denkens und wissenschaftlichen Arbeitens nur schwer mit dem Anspruch auf Wissenschaftlichkeit zu vereinbaren. Die Anerkennung der Soziologie als Wissenschaft ist deshalb nach wie vor prekär. Demgegenüber muss man einigermaßen tief in das ökonomische Denken einsteigen, um zu sehen, dass dessen äußere Geschlossenheit auf einem sehr flachen Problembewusstsein bezüglich der Aufgaben einer Sozialwissenschaft beruht.

Was meine ich damit? Zunächst einfach die Merkwürdigkeit, dass sich viele Wirtschaftswissenschaftler gar nicht als Sozialwissenschaftler verstehen und deshalb allenfalls intuitiv verstehen können, was die Eigenarten ihres Erkenntnisobjekts sind, vor allem, wie sich soziale Tatsachen von anderen Tatsachen unterscheiden (dazu grundlegend: Searle 1995). Sodann die oft diagnostizierte Diskrepanz zwischen der Form der Theoriebildung und dem empirischen Erklärungsanspruch. Die Theorie ist normativ in dem Sinne, dass sie die Implikationen der Rationalitätsannahme ausbuchstabiert und damit, zumindest indirekt, vorgibt, wie zu handeln hat, wer rational sein will. Die aus einer deterministisch angesetzten Theorie⁵ abgeleiteten Aussagen über empirische wirtschaftliche Verhältnisse sind wegen des breiten Einsatzes der *ceteris-paribus*-Klausel meist nicht falsifizierbar.⁶ Trotzdem haben Ökonomen keine Scheu, sich als wissenschaftliche Sachverständige für wirtschaftspolitische Entscheidungen anzubieten. Der Effekt ihres Modellplatonismus (Albert 1967) ist eine gewisse Weltfremdheit bezüglich der magischen Rolle von Märkten in der Herstellung des Gemeinwohls, die wohl nur deshalb nicht auf allgemeines öffentliches Befremden stößt, weil sie sich mit starken außerwissenschaftlichen Interessen paart.

Mit anderen Worten: Wenn man sich den Zustand der Wirtschaftstheorie genauer ansieht, kann man unschwer eine mögliche Rolle für alternative wissenschaftliche Zugänge zu wirtschaftlichen Tatsachen, also auch für die Wirtschaftssoziologie, ausmachen. Die Frage ist dann: geht es um Alternativen als Ergänzung zu oder als Ersatz für neoklassische Theorie?

Drittens wird die Wirtschaftstheorieentwicklung seit dem Zweiten Weltkrieg eindeutig von Wissenschaftlern angloamerikanischer Herkunft dominiert. In deren Sprachgebrauch hat sich die Differenz zwischen Verhalten und Handeln offenbar nie so recht eingebürgert. Zum Beispiel lautete das Thema der erwähnten Tagung von amerikanischen und deutschen Ökonomen und Soziologen: „Contextualizing economic behavior“. Von der nicht unzweckmäßigen begrifflichen Grundlegung der Soziologie bei

⁵ Zur Kritik am sozialwissenschaftlichen Determinismus s. Hardin (2003).

⁶ „Behavioral economics“ stellt mit dem Einsatz von Experimenten einen Ausbruchsversuch aus der kryptonormativen Orthodoxie dar.

Max Weber, aber auch von zeitgenössischen Handlungstheorien in der sprachanalytischen Philosophie her gesehen ist „economic behavior“ ein Unding. Was immer „Wirtschaften“ heißen soll, lässt sich nur über seine spezifische Intentionalität, also als Handeln bestimmen und von anderen Handlungsformen abgrenzen. Aber die Zuschreibung von Intentionen ist unabdingbar auf eine mögliche sprachliche Verständigung zwischen Beobachter und Handelndem angewiesen. Die Redeweise von „economic behavior“, z. B. im Titel der berühmten Grundlegung der Spieltheorie durch von Neumann und Morgenstern: *Theory of Games and Economic Behavior*, überspielt diese Problematik der Zuschreibung von Intentionen. Vermutlich würde der Gedanke, dass sich die Wirtschaftstheorie in ihrer Grundlegung auf Handeln beziehen und damit auf das „weiche“ Verfahren des Verstehens stützen muss, die szientistische Orientierung gefährden, aus der Modell bauende oder axiomatisch-deduktiv verfahrenende Ökonomen ihre Distinktionsgewinne gegenüber dem Rest der Sozialwissenschaften beziehen.

Ich will im Folgenden zeigen, warum es für das jeweilige Selbstverständnis von Soziologen und Ökonomen und für deren Verständigung untereinander wichtig ist, die Gemeinsamkeit als Handlungswissenschaften bewusst zu halten. Ob Ökonomen sich darüber hinaus als Sozialwissenschaftler verstehen lernen, entscheidet über die Zukunft der Wirtschaftssoziologie. Insoweit sie das nicht tun, kann und soll die Wirtschaftssoziologie einen eigenständigen Beitrag zum Verständnis wichtiger Kerngegenstände der Wirtschaftswissenschaft leisten. Falls sie es tun, rutscht die Wirtschaftssoziologie in die im Parsons'schen Kompromiss (Parsons 1937; Deutschmann 2007; Beckert et al. 2007: 23) vorgesehene Nebenrolle zurück und liefert traditionelle „embeddedness“-Erklärungen: Sie thematisiert den Einfluss der nichtwirtschaftlichen sozialen Randbedingungen auf wirtschaftliches Handeln oder umgekehrt, den Einfluss des wirtschaftlichen Handelns auf seine sozialen Randbedingungen, überlässt aber die Analyse wirtschaftlichen Handelns und der damit geformten Institutionen der Wirtschaftstheorie.

Die Frage ist also, ob sich eine sozialwissenschaftliche Reorientierung in der Wirtschaftstheorie erwarten lässt. Inhaltlich müsste sie sich als Revision einiger Grundbegriffe einstellen. Dafür gibt es trotz entsprechender Vorstöße in heterodoxen Ansätzen keine ermutigenden Anzeichen.

II. *Wirtschaftswissenschaft als behavioral science?*

Man soll nicht um bloße Worte streiten, aber die Wirtschaftswissenschaft ist keine „behavioral science“. Sie hat ihren Gegenstand im wirtschaftlichen Handeln und den daraus entstehenden Institutionen. Es ist ein Selbstmissverständnis, wenn Wirtschaftstheoretiker zwischen Verhalten und Handeln nicht unterscheiden, z. B. in Robbins kanonisch gewordener Definition der Wirtschaftswissenschaft als: „the science which studies human behaviour as a relationship between ends and scarce means which have alternative uses“ (Robbins 1946: 16).

Dass ein beobachtetes Verhalten mit einer „Beziehung zwischen Zielen und knappen Mitteln“ verbunden ist, kann nur behauptet werden, wenn man dem Organismus, der sich verhält, Intentionen zuschreibt. Die behavioristische Frage ist hingegen: Wie reagiert ein Organismus auf einen Stimulus? Aus dem Verhalten als solchem lassen sich

allenfalls in einem sehr eingeschränkten Sinn Intentionen ableiten, auch wenn „behavioral scientists“ diese Einschränkung häufig missachten. Wenn wir ein Verhalten mit einer Intention assoziieren, interpretieren wir es als Handeln. Einem Rudel Wölfe, das bei der Jagd mit verteilten Rollen operiert, kann man nicht nur zielorientiertes Verhalten, sondern sogar eine gewisse Optimierungsfähigkeit zuschreiben. Ein ordentlicher Behaviorist kann aber das Wolfsverhalten nur beschreiben, „als ob“ die Wölfe als Kollektiv Beute machen wollten und deshalb bei der Verfolgung eines Beuteobjekts ausschwärmten. Da wir die Wölfe nicht fragen können, kann die Zuschreibung von Intentionen allenfalls nach dem Schema laufen, das Ökonomen bei ihrer Doktrin der „revealed preferences“ anwenden. Die Intention wird, analog zu einer Präferenz, dann zugeschrieben, wenn sich mit hinreichender Regelmäßigkeit ein damit konsistentes Verhalten beobachten lässt. Wenn man dann aber daran geht, das Verhältnis von aus dem Verhaltensergebnis abgeleiteter Intention (Präferenz) und Verhalten *kausal* zu interpretieren: „Die Wölfe jagen mit verteilten Rollen, *weil* sie gern Rentier essen“, verletzt man die elementare Regel kausaler Zuschreibung, wonach die Ursache eines Ereignisses zeitlich vor und unabhängig von dem Ereignis beobachtbar sein muss. Um von „*economic behavior*“ sinnvoll zu reden, müssten wir einem beobachteten sprachlosen Organismus die Fähigkeiten zur Wahl zwischen Zielen, zur Wahl der passenden Mittel und zur Unterscheidung zwischen knappen und nicht knappen Mitteln zuschreiben können. Die Beobachtung von Verhaltensregelmäßigkeiten allein liefert jedoch keine zureichende Grundlage für eine solche Zuschreibung von Intentionen im Kontext kausaler Erklärungen, weil sehr verschiedene Intentionen zu ein und demselben Verhalten führen können. Die Interpretation eines Verhaltens als eine durch Intentionalität gestiftete Einheit, als Handlung, erfordert normalerweise die Möglichkeit sprachlicher Verständigung mit dem Handelnden. Intentionen als akteursabhängige Sinngebungen zu bestimmen und auf diesem Wege die aus den Intentionen folgenden Handlungen zu erklären, erfordert „Verstehen“.

Man kann deshalb Max Webers soziologische Kategorienlehre nicht nur als Gründungsdokument der Wirtschaftssoziologie, sondern auch als Grundlage einer sozialwissenschaftlichen Wirtschaftstheorie lesen (Swedberg 1998). Weber hat in „Wirtschaft und Gesellschaft“, also zeitlich vor der Konsolidierung der disziplinären Trennungen zwischen den Sozialwissenschaften, einen entsprechenden Begriff des wirtschaftlichen Handelns in mehreren Abstufungen bis zur reinen Form eines friedlichen, planvollen Wirtschaftens formuliert:

„Wirtschaftlich orientiert‘ soll ein Handeln insoweit heißen, als es seinem gemeinten Sinne nach an der Fürsorge für einen Begehr nach Nutzleistungen orientiert ist. ‚Wirtschaften‘ soll eine *friedliche* Ausübung von Verfügungsgewalt heißen, welche *primär*, ‚rationales Wirtschaften‘ eine solche, welche zweckrational, also *planvoll*, wirtschaftlich orientiert ist“ (Weber 1956: 31).

Wirtschaftliches Handeln unterscheidet sich demnach von anderem Handeln durch die Intention der „Fürsorge für einen Begehr nach Nutzleistungen“, wobei „Begehr“ auf einen bedürftigen Akteur und das Erfordernis der „Fürsorge“ auf einen zeitlichen Horizont und darauf verweist, dass die Verfügbarkeit vieler Nutzleistungen begrenzt ist. Wären sie immer unbegrenzt verfügbar, bedürfte es keiner Fürsorge. Eine soziale Dimension des wirtschaftlichen Handelns erwähnt auch Weber nur implizit, indem er auf

das Merkmal der Friedlichkeit hinweist. Als eine „friedliche“ Angelegenheit unterliegt das „Wirtschaften“ von vornherein sozialen Normen. Damit ist „wirtschaftlich orientierte“ Fürsorge durch Gewaltgebrauch nicht ausgeschlossen. Schließlich unterstreicht Weber – im impliziten Gegensatz zu Pareto⁷ – dass sich das wirtschaftliche Handeln auf verschiedenen Rationalitätsniveaus abspielen kann.

Die behavioristische Ignoranz gegenüber dem Verstehensproblem ist häufig gepaart mit dem Versuch, subjektive oder soziale Tatsachen als Naturtatsachen zu interpretieren. So findet sich am Anfang der Wirtschaftstheorie häufig eine naturalistische Lesart der Knappheitsbedingung. Früher, als man noch emphatischer formulierte, sollte der Erstsemesterstudent der Wirtschaftswissenschaften lernen, damit zu „rechnen, dass das Leben der Menschen auf der Erde stets unter dem kalten Stern der Knappheit stehen wird“ (Schneider 1967:13). Weniger emphatisch, aber nach wie vor unbeirrt missverstehen Wirtschaftstheoretiker sozial erzeugte Knappheit als naturgegebene Knappheit. Tatsächlich sind Mittel *knapp* in Bezug auf subjektiv gesetzte, häufig sozial verallgemeinerte Handlungsziele, nicht von Natur aus (Luhmann 1972). Knappheit ist eine beobachterrelative Tatsache. Dass begriffliche Verwirrungen dieser Art nach wie vor gang und gäbe sind, lässt sich leicht bestätigen, wenn man nachliest, wie prominente zeitgenössische Wirtschaftstheoretiker ihre Modelle konstruieren und beschreiben:

„It is somewhat standard to describe a model in two parts. One part is the *physical* environment – people and their preferences, resources and the technology, and the information structure. The other part is the equilibrium concept – the rules governing interactions among people“ (Wallace 1998).

„People and their preferences“ gehören zur physischen Umgebung? Das klingt nicht nur befremdlich, sondern ist nach allen Regeln vernünftigen Redens einfach falsch. Wir kennen kein physisches Korrelat von Präferenzen, auch wenn Neurophysiologen experimentell herausgefunden haben, dass bei Geldverlust im Gehirn die gleichen Zonen feuern wie bei Elektroschocks. Man könnte diese Redeweise von „physical environment“ als harmlosen Jargon abtun, aber dahinter steckt die in der Allgemeinen Gleichgewichtstheorie kanonisierte Überzeugung, dass sich ein ökonomisches System in der Form einer Abbildung im n -dimensionalen Raum der als n physische Objekte beschriebenen Güter modellieren lässt. Akteure lassen sich gemäß ihrer Erstausrüstung als Punkte in diesem Güterraum darstellen. Von den Präferenzen der Akteure gesteuertes Handeln in Tausch oder Produktion führt zu entsprechenden Veränderungen der Position der betroffenen Akteure im Güterraum. Man kann zwar weder die Akteure noch ihre Präferenzen noch ihre Handlungen im Modell „sehen“, aber man kann ihre Spuren im Güterraum verfolgen. Das sollte ursprünglich reichen (Kempski 1954), aber inzwischen hat sich, wohl unter dem Einfluss der Spieltheorie, zusätzlich die Einsicht durchgesetzt, dass die adäquate Modellierung einer Ökonomie nicht ohne die Berücksichtigung der „interactions among people“ auskommt. Das führt zum Thema wirtschaftliches Handeln als soziales Handeln, wobei ich auch auf die Frage zurückkomme,

7 Bei Pareto (1966 [1909]: 41, 145) hat es die Ökonomie rein mit dem Handlungstyp der Zweckrationalität („actions logiques“), die Soziologie mit dem Rest („actions non-logiques“) zu tun.

warum diese Interaktionen, wie bei Wallace, von vornherein durch die Brille des Gleichgewichtskonzepts gesehen werden.

III. Wirtschaftliches Handeln als soziales Handeln?

Frank Knight hat die Ausblendung der sozialen Dimension wirtschaftlichen Handelns treffend beschrieben:

„The social organization dealt with in economic theory is best pictured as a number of Crusoes interacting through the markets exclusively. To the economic individual, exchange is ... a mode of using private resources to realize private ends. The ‚second party‘ has a shadowy existence, as a detail in the individual's use of his own resources to satisfy his own wants. ... The relation is neither one of cooperation nor one of mutual exploitation, but is completely non-moral, non-human“ (Knight 1951 [1935]: 182 f.).

Wie die Wirtschaftstheorie dazu kam, die soziale Dimension des wirtschaftlichen Handelns auszublenden, erläuterte Mises nicht ohne professionellen Stolz:

„Den geschichtlichen Ausgangspunkt der Überlegungen, die zur Ausbildung der nationalökonomischen Theorie geführt haben, bildeten Untersuchungen über die Geldpreise der Güter und Dienstleistungen. Der erste Schritt, der diesen Forschungen den Weg zum Erfolge eröffnete, war die Einsicht, dass das Geld ‚nur‘ eine Vermittlerrolle spielt, dass durch seine Vermittlung in letzter Linie Waren und Dienste gegen Waren und Dienste ausgetauscht werden, und dass man daher logisch vor die Theorie des durch Geld vermittelten mittelbaren Tausches ... die Theorie des direkten Tausches zu stellen habe, die mit der Fiktion arbeitet, dass alle Tauschhandlungen ohne Dazwischentreten eines Tauschvermittlers durchgeführt werden. Noch weitere Erkenntnismöglichkeiten wurden erschlossen, als man begriffen hatte, dass die Tauschhandlungen zwischen wirtschaftenden Individuen dem Wesen nach von dem, was der Einzelne auch ohne Hinausgreifen in die gesellschaftliche Sphäre in seinem Haushalte an Veränderungen vornimmt, nicht verschieden sind, dass also jede Verfügung über Güter – auch die in den Produktionsprozessen – ein Tauschen ist, und dass man somit das Grundgesetz des wirtschaftlichen Handelns schon an dem Verfahren des isolierten Wirts zu erfassen vermag“ (Mises 1931: 75).

Genau die Abstraktionsschritte, die Mises herausstreicht, haben die ökonomische Theorie in ihre problematische heutige Lage gebracht. Der erste Schritt, die Abstraktion vom Geldgebrauch, führte weg von der Empirie wirtschaftlicher Beziehungen; der zweite Schritt, die Abstraktion von Interaktion, führte zur Vernachlässigung der sozialen Dimension des Wirtschaftens und zu einem nicht mehr nur methodologischen Individualismus. Er ist mit der Überzeugung verbunden, dass sich für Interaktionskonstellationen keine prinzipiell anderen Erklärungsprobleme ergeben als aus der Konstellation von Individuum und Natur.

Die Frage ist: Kommt die ökonomische Theorie wieder zurück in den Kreis der Sozialwissenschaften? Sind die von Mises geschilderten Abstraktionsschritte (ich behaupte, sie sind typisch für die neoklassische Tradition insgesamt) rückgängig zu machen? Wenn nein, ergibt sich ohne Zweifel eine wichtige Rolle für die Wirtschaftssoziologie; wenn ja, wird die Wirtschaftstheorie bewusst und beabsichtigt zu einer Sozialwissenschaft und in dem oben erläuterten Sinn zu einem Teilgebiet der Soziologie.

Es gibt wenigstens zwei Indizien dafür, dass sie wieder zurückkommen könnte: *Ers-* *tens* steht die in jüngster Zeit immer wichtigere experimentelle Ökonomie für den Versuch einer empirischen Überprüfung wirtschaftstheoretischer Hypothesen, also für die Abwendung von einem auf das Rationalitätspostulat gestützten präskriptiven Gestus. Allerdings verstehen sich experimentelle Ökonomen als „behavioral scientists“. Das ist ein Selbstmissverständnis, das – wie oben bemerkt – entweder auf einer Verkenning der Intentionalität wirtschaftlicher Tatsachen oder auf der Versuchung zu problematischen Schlüssen vom Verhalten auf Intentionen beruht. *Zweitens* hat die Spieltheorie mit ihrem Kern einer Analyse von strategischer Interaktion eine genuin sozialwissenschaftliche Perspektive geöffnet. Die Frage an die Spieltheorie lautet deshalb nicht, ob sie soziales Handeln, sondern wie sie es thematisiert.

IV. Soziales Handeln, doppelte Kontingenz und Unsicherheit

Um sich klar zu machen, welche Folgen die Voraussetzung von wirtschaftlichem Handeln als sozialem Handeln für die Theorie hat, greift man am besten auf das Theorem der „doppelten Kontingenz“ zurück (Parsons und Shils 1951: 16; vgl. Gansmann 2007). Mit „doppelter Kontingenz“ ist die Eigenschaft einer Konstellation bezeichnet, in der zwei Akteure nicht nur jeweils von sich selbst denken, dass sie ihre Handlungen frei wählen können, so dass das, was sie tun, kontingent ist, sondern in der sie auch ihrem Gegenüber die gleiche Wahlfreiheit zuschreiben (müssen), so dass beide um diese doppelte Offenheit der Handlungsmöglichkeiten wissen. Um die volle Tragweite von doppelter oder multipler Kontingenz in Interaktionssituationen zu verstehen, kann man mit Knight (1921) zwischen Risiko und Unsicherheit unterscheiden. Demnach sind Risiken kalkulierbar, weil es genügend Erfahrungswerte gibt, mit Hilfe derer man die Wahrscheinlichkeit eines interessierenden Ereignisses abschätzen kann. Der Begriff Unsicherheit bezieht sich demgegenüber auf Ereignisse, deren Eintrittswahrscheinlichkeit nicht berechenbar ist. Man kann auch sagen: Solche Ereignisse sind kontingent. Sie können, können aber auch nicht stattfinden – wir wissen nicht, ob sie stattfinden werden. Kontingenz und Unsicherheit gehören zusammen: Kontingenz der möglichen Ereignisse aufgrund von nicht vorhersehbaren Entscheidungen des oder der Anderen generiert Unsicherheit auf Seiten der Akteure. Mit dem Theorem der doppelten Kontingenz wird also behauptet, dass Unsicherheit eine prinzipielle Hintergrundbedingung von Interaktionen ist. Daraus folgt wiederum, dass Handlungskoordination und darauf beruhende und bezogene Strukturbildung nur gelingen kann, wenn es den Akteuren gelingt, diese Unsicherheit hinreichend einzuschränken. Das kann auf sehr verschiedenen Wegen geschehen; die Soziologie beachtet vorzugsweise den über Normen und Werte, die eine wichtige Teilmenge von Handlungsmöglichkeiten (Gewalt, Betrug, Opportunismus ...) tendenziell ausschließen.

1. Unsicherheitsabsorption 1: Neoklassik

Die traditionelle neoklassische Wirtschaftstheorie besteht angesichts des Problems der doppelten Kontingenz implizit, da sie das Problem als solches nicht anerkennt, aus

dem Versuch, die Breite der Handlungsmöglichkeiten durch folgende Annahmen einzuschränken:

Utilitarismus (U): die Akteure sind rein am Nutzen von Handlungsergebnissen orientiert. Ihre als gegeben angenommenen Präferenzen erlauben ihnen, die Welt der Güter danach zu beobachten, welche Güterbündel sie welchen alternativen Güterbündeln vorziehen bzw. zwischen welchen sie indifferent bleiben.

Rationalismus (R): Die Akteure können ihre Situation exakt beobachten und Ziele und Mittel konsistent aufeinander beziehen, so dass sie optimale Handlungsergebnisse erreichen können.

Individualismus (I): Die Akteure sind Individuen. In Kombination mit *U* und *R* bedeutet *I*: Individuelle Akteure maximieren ihren individuellen Nutzen, der durch eine mit jedem Akteur assoziierte Nutzenfunktion beschrieben werden kann. Kollektive Akteure müssen in ihrem Zustandekommen aus individuellen Nützlichkeitsabwägungen erklärt werden.

Gleichgewicht (G): Als rationale Nutzenmaximierer schöpfen die Akteure ihre Handlungsmöglichkeiten vollständig aus, so lange sie einen Nutzenzuwachs erzielen können. Da die Beteiligung an Transaktionen freiwillig ist, sind, falls Kooperation erforderlich ist, die individuellen Handlungsmöglichkeiten durch die Bedingung begrenzt, dass sich die Lage der anderen Beteiligten nicht verschlechtern darf, wenn sich die eigene verbessern soll (Pareto-Regel). Bei Ausschöpfung aller entsprechenden Möglichkeiten entsteht ein (Pareto-)effizientes Gleichgewicht.⁸ Im Gleichgewicht hat kein Akteur ein Interesse, den entstandenen Zustand zu verändern, solange das andere Akteure ebenfalls nicht tun.

Mit Hilfe des durch diese Annahmen gebildeten begrifflichen Werkzeugkastens sollen nicht nur individuelle wirtschaftliche Handlungen, sondern auch deren systemische Folgen erklärt werden, insbesondere entlang der Frage, ob und wie *URI*-Handlungen auf der Mikroebene zu einem gesamtwirtschaftlichen Gleichgewicht führen können. Die schon von Adam Smith behaupteten wohlfahrtssichernden Eigenschaften sich selbst regulierender Marktsysteme sollen so streng nachgewiesen werden. Trotz problematischer Zusatzannahmen, die Unsicherheit eliminieren⁹, ist das der allgemeinen Gleichgewichtstheorie nicht gelungen. Von den drei selbst gestellten Aufgaben, die Existenz, die Eindeutigkeit und die Stabilität des Gleichgewichts eines Marktsystems nachzuweisen, hat sie nur die erste gelöst (Debreu 1976). Wie seit den 1970er Jahren

⁸ In diesem Kontext wird verständlich, warum Wallace (1998, s. o.) „the equilibrium concept“ mit „the rules governing interactions among people“ gleichsetzt: Die Pareto-Regel formuliert eine Einschränkung der je individuellen Handlungsmöglichkeiten, die durch das Angewiesensein auf die Zustimmung Anderer zustande kommt. Von einem tieferen Theorieverständnis her hätte man die „rules governing interactions“ gern endogenisiert und die Möglichkeit eingebaut, dass kein Gleichgewicht erreichbar ist.

⁹ Unter dem Titel „Unsicherheit“ wird in der Allgemeinen Gleichgewichtstheorie die Annahme vollständiger Information der Marktakteure ersetzt durch die Annahme vollständiger Zukunftsmärkte und das Wissen um alle möglichen künftigen Naturzustände. Wir wissen zwar nicht, ob es heute in 30 Jahren regnen wird oder nicht, aber wir können schon jetzt für den Fall, dass es regnen sollte, einen Kaufvertrag für einen Schirm abschließen.

bekannt ist, ist sie am Nachweis der Stabilität des Gleichgewichts bei dezentralisierten Entscheidungen gescheitert (Sonnenschein 1972; Saari und Simon 1978). Das ist deshalb dramatisch, weil die Stabilitätseigenschaft die Selbstregulierungsfähigkeit einer Marktökonomie ausmacht – wenn sie sich nicht nachweisen lässt, bleibt das Programm eines strengen Beweises der Smith'schen Behauptung sich selbst regulierender und Wohlfahrt sichernder Märkte uneinlösbar.

2. Unsicherheitsabsorption 2: Spieltheorie

Von Neumann und Morgenstern (1953) haben ihre Theorie strategischer Spiele genau damit von der Neoklassik abgegrenzt, dass sie vom Problem der simultanen Maximierung durch mehrere Akteure und der dadurch erzeugten Unsicherheit ausgingen. Am Anfang ihrer Argumentation stand die Überlegung, dass Wirtschaftsakteure in Situationen strategischer Interaktion operieren. Sie sind weder Robinson Crusoes in einer nicht-sozialen Umwelt noch bloße Preisnehmer in einer Welt der „vollständigen Konkurrenz“, die handeln, als ob sie sich einer zweiten Natur gegenüber fänden. Im einfachsten Fall eines Zwei-Personen-Spiels müssen sie ein doppeltes Maximierungsproblem lösen. Der spieltheoretische Apparat, den von Neumann und Morgenstern entwickeln, baut also auf der Einsicht in die multiple Kontingenz einer Konstellation mit mehreren in ihren Handlungsmöglichkeiten zunächst nicht eingeschränkten, aber voneinander abhängigen Akteuren auf. Von Neumann und Morgenstern gehen nun andere Wege, um die resultierende Kontingenz zu reduzieren, als die zu Paradoxien führende Annahme allseits vollkommener Information in der walrasianischen Tradition. Auch die Akteure der Spieltheorie handeln im *URI*-Sinn. Ihre Präferenzenordnungen sind vollständig und konsistent; und sie versuchen ihren Nutzen zu maximieren. Da ihr mögliches eigenes Handlungsergebnis von den Handlungen der anderen Spieler mitbestimmt wird, können sie nicht einfach eine für sie optimale Handlungsoption auswählen. Sie sind jedoch im Unterschied zum alten homo oeconomicus fähig, sich in die Lage ihrer Mitspieler und Opponenten zu versetzen. *Was* diese tun werden, können sie zwar unter der Bedingung multipler Kontingenz nicht vorhersehen. Aber die Spieltheorie zeigt trotzdem Möglichkeiten rationaler Wahl auf und kann das, weil die Offenheit der Handlungssituation durch mehrere¹⁰ Voraussetzungen eingeschränkt wird. Vor allem wird angenommen, dass die Akteure die möglichen Spielergebnisse kennen. Diese werden als Auszahlungsmatrix dargestellt, die im einfachsten Fall bei zwei Akteuren je einem Paar von Handlungsoptionen je ein Paar von Auszahlungen zuordnet. Dabei muss die Bewertung der Auszahlungen durch die Akteure gleichsinnig erfolgen, wenn sie eine Strategie dadurch bilden können sollen, dass sie den Anderen Nutzenmaximierung unterstellen. Bei der schlichten Alternative Gewinnen und Verlieren ist eine solche Annahme gleichsinniger Bewertung unproblematisch. Sobald es aber um mehr oder weniger geht und die Spieler gleichsinnig auf mehr oder weniger reagieren sollen, sieht das, was da ausgezahlt wird, sehr wie Geld aus.¹¹

¹⁰ Wie in der Neoklassik gilt eine Einschränkung immer, bleibt aber meist implizit: Gewaltgebrauch ist ausgeschlossen. Jede Teilnahme an einer Transaktion ist freiwillig.

¹¹ Daher ursprünglich die Annahme „that the aim of all participants in the economic system,

„The very concept of, say, a zero-sum game makes sense only if my payoff and yours can be combined to yield a total of zero. This requires both a zero point for each of our scales and also interpersonal comparability“ (Hardin 2003: 141 f.).

Kontingenz wird also durch ein implizites soziales Konstrukt eingeschränkt, sodass die Spieler ihr Wissen um die möglichen Handlungsergebnisse und ihre Übereinstimmung in deren Bewertung für ihre Strategiebildung benutzen können. Nur unter dieser Voraussetzung konnten von Neumann und Morgenstern Entscheidungsregeln ableiten, die für die Akteure relativ zu dem, was ihre Opponenten tun können, optimale Ergebnisse sichern.

Die Spieltheorie baut also zwar Interaktion ein, geht aber mit dem Grundproblem der Kontingenz: Wie kann man soziales Handeln unter der Bedingung von – selbst erzeugter – Unsicherheit erklären? letztlich nicht angemessen um, weil sie sehr voraussetzungsvolle soziale Prägungen der Spieler und ihrer Orientierung unterstellt und erst auf dieser Grundlage ihre Entscheidungen ableitet. Schalten wir also einen Gang zurück. Gibt es Möglichkeiten, die Offenheit von Handlungssituationen anzuerkennen und sie dennoch erfolgversprechend zu analysieren?

V. Offene Handlungssituationen: Das Beispiel von Tausch und Geld

Bleiben wir zunächst im *URI*-Rahmen und gehen wir aus von Edgeworth und seinem „katallaktischen Atom“ (1881) als Beschreibung der *sozialen* wirtschaftlichen Elementarkonstellation in der Neoklassik. Zwei Akteure, im Besitz von unterschiedlichen Gütern, treffen sich und prüfen die Möglichkeit, ob sie durch Tausch ein ihrer Anfangsausstattung vorzuziehendes Güterbündel aneignen können. Die Möglichkeit zu tauschen beruht zunächst, wie wir gesehen haben, auf dem Einverständnis, auf Gewalt zu verzichten und der Möglichkeit, die entsprechenden Intentionen zu kommunizieren.¹² Die neoklassische Analyse des bilateralen Tauschs setzt weiter voraus, dass die Akteure den Objekten, die sie tauschen wollen, die Funktion von „Gütern“ zugewiesen haben. Sie werden im Hinblick auf ihre Relevanz für die eigene Bedürfnisbefriedigung gemäß den jeweils individuell gegebenen Präferenzordnungen verglichen. Getauscht wird unter Einhaltung der Pareto-Regel, d. h. wenn und solange sich durch Tausch wenigstens für einen der beiden Akteure ein besseres Güterbündel aneignen lässt, ohne dass sich die Situation des anderen verschlechtert. Im Fall der Indifferenz lässt man also

consumers as well as entrepreneurs, is money, or equivalently a single monetary commodity. This is supposed to be unrestrictedly divisible and substitutable, freely transferable and identical, even in the quantitative sense, with whatever ‚satisfaction‘ or ‚utility‘ is desired by each participant“ (Neumann und Morgenstern 1953: 8, 556n).

12 Dazu muss man nicht sprechen: „In den Wäldern von Ceylon gibt es ein handeltreibendes Volk, das sein Eigentum hinlegt, und ruhig erwartet, bis Andere kommen, das Ihrige dagegen zu setzen: hier ist die stumme Erklärung des Willens von der Leistung nicht verschieden“ (Hegel (1955 § 78, Zusatz). Hegel weist auf diese Praxis als eine Vorform des Tauschs „bei gebildeten Völkern“ hin: Der Tausch beginnt mit der Absicht zu tauschen, führt nach Aushandlung zur „Übereinkunft, die sich in einem Zeichen manifestiert“, einer gemeinsamen Erklärung des Willens zum Eigentumswechsel, und schließt mit den entsprechenden Leistungen, dem realen Besitzwechsel der Güter, ab.

Tausch zu, bleibt aber passiv, im Fall der Präferenz handelt man. Diese Regel garantiert, als Systemeffekt, Effizienz im Sinne der Ausschöpfung aller nutzenmaximierenden Handlungsmöglichkeiten: die Tauschenden stellen ein Gleichgewicht her. Allerdings ist, wie schon früh in der Entwicklung der Neoklassik gesehen wurde, dieses Gleichgewicht nur eines unter vielen möglichen; es ist nicht eindeutig. Wir können, unter den gegebenen Voraussetzungen, nicht wissen, welche Mengen zu welchen „Preisen“ (besser: Tauschraten) getauscht werden.

Wenn man diese Analyse aus soziologischer Perspektive liest, wird deutlich, dass es dabei um ein Wechselspiel von individuellen und kollektiven Intentionen und entsprechenden Funktionszuschreibungen geht, das nicht nur grob vereinfacht dargestellt, sondern ab einer bestimmten Stufe in seiner inneren Logik nicht weiter rekonstruiert wird, nämlich genau dann, wenn die Beteiligten ihr Handeln dadurch zu koordinieren suchen, dass sie sich mental in die Lage des Anderen versetzen.

Noch einmal: Die individuelle Absicht zu tauschen beruht auf der Erwartung, dass das auch die Absicht des anderen ist. Den Objekten, die getauscht werden sollen, wird von beiden Akteuren übereinstimmend die Funktion von „Gütern“ zugewiesen, sodass beide ihre, voneinander abweichenden, Nutzenabwägungen gegenüberstellen und mit Rücksicht darauf nach der „do ut des“-Regel einen Tausch aushandeln können. Soweit so gut, oder schlecht. Aber der Prozess des Aushandelns verweist die Akteure auf die Möglichkeit einer emergenten Funktion: Das eigene Objekt wird nicht mehr nur als „Gut“ gesehen, sondern es dient als Tauschmittel. Diese Funktionszuweisung kann bei wiederholtem Tausch oder insbesondere bei Produktion für den Tausch dominant werden, so dass sich die Funktion „Nutzen“ nur noch auf antizipierten Nutzen *für den Anderen* beschränkt. Ein eigenes Gut funktioniert um so besser als Hebel zur Aneignung eines fremden Gutes, je höher sein Nutzen für den Anderen ist. Da beide „Tauschkontrahenten“ das lernen und versuchen, den Anderen genau auf seine Präferenzen hin zu beobachten, wissen sie in der Folge, dass das Verbergen der eigenen Präferenzen das Aushandlungsergebnis verbessern kann. Wie günstig das Tauschergebnis für einen Akteur – zu Lasten des Anderen – ausfällt, hängt von der eigenen Geschicklichkeit im Umgang mit den Erwartungen des Anderen ab. Obwohl die Situation zu Finten und Täuschungsmanövern animiert, also Misstrauen generiert, kann das Feilschen zu einer Übereinkunft führen: Eine von beiden akzeptierte Tauschrelation wird gefunden und, unter Umständen förmlich in einem Vertrag, vereinbart. An dieser Stelle der Transaktion suspendieren die Beteiligten ihr Misstrauen und schalten auf eine kollektive Intention um. „Wir stimmen überein: Wir tauschen X_i gegen X_j “. Nun kann der Besitzwechsel der Güter in den vereinbarten Mengen folgen. Die Akteure ziehen sich zu deren Gebrauch zurück. Wenn sich dabei die antizipierte Qualität der Güter bestätigt, also keine Reklamation stattfindet, ist ihre soziale Beziehung als Tauschende im Prinzip beendet.

Diese gegenüber dem neoklassischen Modell des bilateralen Tauschs soziologisch vertiefte Analyse verbleibt im *URI*-Rahmen, macht aber aufmerksam auf normative Rahmenbedingungen des Tauschs und fügt als entscheidend neues Element die Möglichkeit für die Akteure ein, sich mental in die Rolle des Anderen zu versetzen. Dadurch bleibt, wie in der Spieltheorie, der reduktionistische Individualismus à la Mises auf der Strecke. Als, um im Jargon zu bleiben, heuristische Opportunitätskosten fallen

der Verzicht auf Gleichgewichtslösungen und auf den damit angezielten quantitativen Determinismus an.

Warum sind diese Überlegungen zum Elementarfall des bilateralen Tauschs allgemein für das Verhältnis von Wirtschaftssoziologie und ökonomischer Theorie interessant? Die Form der Modellbildung wird nicht verlassen, lässt sich aber systematisch anreichern und ausbauen in Richtung einer Erklärung zusehends komplexerer wirtschaftlicher Institutionen. *Erstens* dadurch, dass man die dem Modell des bilateralen Tauschs zugrunde liegende Bedingung einer doppelten Koinzidenz der Bedürfnisse lockert: Was passiert, wenn Ego über ein Gut verfügt, das Alter begehrt, aber Alter nichts hat, was Ego begehrt? In einer derartigen Situation kann Alter eine spätere Gegenleistung versprechen und, im Fall der Zustimmung, Egos Gut jetzt in Besitz nehmen. Oder Ego kann einen indirekten Tausch vorschlagen: Alter soll bei einem Dritten etwas eintauschen, was Ego haben will. *Zweitens* dadurch, dass man von wiederholten Tauschakten zwischen den Beteiligten ausgeht: Der Tausch wird zur Routine, einmal ausgehandelte Bedingungen werden beibehalten, Fehlverhalten kann durch Abbruch der Tauschbeziehung sanktioniert werden. *Drittens* dadurch, dass man das „katallaktische Atom“ in Richtung eines Konkurrenzmarkts aufbläht: Das eher zufällige Tauschergebnis zwischen zwei sich zufällig begegnenden Individuen wird sozial „gehärtet“ durch einen Marktprozess, indem Anbieter sich unter- und Nachfrager sich überbieten, bis es zu einer für den gegebenen Markt gültigen, allgemein bekannten Tauschrelation kommt. Man hält sich daran, solange sich wichtige Bedingungen nicht ändern, was natürlich jederzeit geschehen kann. Man muss sich daran halten, weil jeder Versuch, eine für die eigene Marktseite günstigere Tauschrelation auszuhandeln, mit dem Verweis auf die Möglichkeit, mit dritten Anbietern oder Nachfragern ins Geschäft zu kommen, gekontert werden kann.

Kurz, die Tauschanalyse lässt sich, ausgehend vom „katallaktischen Atom“, durch dessen *sachliche, zeitliche und soziale Expansion* ausbauen: Mehr Güter, eine komplexere Zeitstruktur, mehr Akteure kommen ins Spiel. Indirekter Tausch, Kreditbeziehungen, Konkurrenz und Arbitrage lassen sich so als Antworten auf Koordinationsprobleme einführen, die, in einem nächsten Schritt, mehr Gewicht bekommen, sobald die Produktion für den Tausch¹³ zur Normalität wird. Vor diesem Hintergrund lassen sich als wichtiger Schritt systematisch die Bedingungen der Einführung von Geld klären: Wenn alle Markthandelnden in Bezug auf die von ihnen angebotenen Güter die Tauschmittelfunktion von der Nutzleistungsfunktion trennen und alle Operationen in Form von Tauschrelationen mit ihrem Gut abbilden, sind sie zumindest kognitiv vorbereitet auf die Einführung eines „allgemeinen Äquivalents“ (Marx).

Dessen Einführung lässt sich allerdings, wie wir aus der Geschichte der Geldtheorie wissen, schwer erklären – und daran ändern auch soziologische Theorieelemente wenig.

13 Mead unterstreicht die „interrelationship of communication in which the individual in his own process of production is identifying himself with the individual who has something to exchange with him. He has to put himself in the place of the other or he could not produce that which the other wants. If he starts off on that process he is, of course, identifying himself with any possible customer, any possible producer; and if this mechanism is of this very abstract sort, then the web of commerce can go anywhere and the form of society may take in anybody who is willing to enter in this process of communication. Such an attitude in society does tend to build up the structure of a universal social organism“ (Mead 1962: 291 f.).

Die Einführung des Geldes ist ein kreativer Entwicklungsschritt, der eine kollektive Intention voraussetzt¹⁴, eine gemeinsame Funktionszuweisung, die man mit Searles Formel: „X zählt als Y in C“ (Searle 1995) beschreiben kann: Mit grüner Farbe, Zahlen, Präsidentenportraits und merkwürdigen Symbolen bedruckte Papierzettel zählen als Dollarscheine in den USA. Wer zählt, weist also eine Funktion zu? Alle Geldbenutzer. Wie kommt es zu der Übereinkunft? Wir können gemeinsame Interessen an einem Geldsystem unterstellen, das durch die Ermöglichung weitergehender Arbeitsteilung durch routinemäßige Produktion für den Austausch mehr Wohlstand verspricht, wissen aber nicht, wie sich solche Interessen in einer Konvergenz bei der Wahl eines einheitlichen Preisausdrucks-, Tausch- und Zahlungsmittels niederschlagen sollen. Aber immerhin können wir versuchen, die Bedingungen des Geldgebrauchs, im Sinne seiner kognitiven und sozialen Voraussetzungen, zu klären.

Gemäß der „chartalistischen“ Erklärung in der Tradition der „Staatlichen Theorie des Geldes“ (Knapp 1905) setzt der Staat „von oben“ eine Recheneinheit und ein Zahlungsmittel ein. Dabei bleibt unklar, wie und wieso staatliche Akteure ein derartiges Medium konzipieren konnten. Gegen eine solche kreative Rolle des Staates spricht, dass eine öffentliche Autorität den Privaten in ihrem Wirtschaftsverkehr nicht einfach die Formen des Geldverkehrs aufdrängen kann. Viel mehr verspricht es, in systematischer Anknüpfung an das Problem der doppelten Kontingenz Geld als ein Mittel der Unsicherheitsabsorption einzuführen, das allerdings selbst wiederum Unsicherheiten generiert. Der Staat kann zum Abbau dieser Unsicherheiten beitragen. So wie Geld im Normalfall genutzt wird, soll es als eine Art Anker der Invarianz im alltäglichen Durcheinander veränderlicher Wirtschaftsobjekte und -größen dienen. Jede Preiskalkulation muss sich auf Stabilitätsannahmen bezüglich des Geldes stützen. Damit wird dem Geld als sozialem Konstrukt viel, und periodisch zu viel, zugemutet. Wie von einer unsichtbaren Hand gesteuert, demontieren die Geldbenutzer¹⁵ selbst dessen Invarianz, so dass die Funktion der Unsicherheitsabsorption zyklisch überrollt wird und immer wieder hergestellt werden muss.

Wie dem auch sei, kehren wir von diesem Ausblick im Anschluss an die skizzierte soziologisch angereicherte Tauschanalyse abschließend zu der Frage zurück, welche Rolle die Wirtschaftssoziologie angesichts der Theorieangebote des neoklassischen Mainstreams spielen kann.

VI. Schluss

Die traditionell bestimmte Arbeitsteilung zwischen Ökonomie und Soziologie folgt dem Parsons'schen Kompromiss, wonach die Ökonomen die Domäne des zweckrationalen, die Soziologen die des wertorientierten Handelns untersuchen. Schon allein, weil für wirtschaftliches Handeln und wirtschaftliche Institutionen normative Beschränkungen des Handelns konstitutiv sind, muss man der „new economic sociology“ folgen, die diesen Kompromiss aufkündigt. Dennoch ist der *URI*-Rahmen in bestimm-

¹⁴ Historisch erhellend und geldtheoretisch sehr differenziert Seaford (2004).

¹⁵ In alten Zeiten allen voran die Fürsten mit ihrem Finanzbedarf für Kriege.

ter Hinsicht akzeptabel als Werkzeugkasten für die Analyse wirtschaftlicher Sachverhalte.

Utilitarismus: Individuelles Vorteilsstreben ist im Kontext der Wirtschaft unproblematisch unterstellbar, ohne dass man sich auf das Programm des alten Utilitarismus festlegen muss, *alle* Handlungen instrumentell mit Bezug auf Bedürfnisse der Akteure zu erklären. Was wird dabei ausgeblendet? Vor allem: Eigentum und Eigentumsrecht, die wechselseitige Anerkennung als Rechtspersonen und der damit verbundene Verzicht auf Gewalt. Das sind konstitutive Regeln, von denen die Existenz des Wirtschaftssystems in seiner modernen Gestalt insgesamt abhängt. Wenn man das einsieht, kann man weder die Beschränkung der Wirtschaftssoziologie für „embeddedness“-Erklärungen noch den Agnostizismus der Ökonomen bezüglich Normen und Werten so recht ernst nehmen.

Rationales Handeln: Heuristisch fungiert rationales Handeln als benchmark, empirisch-hypothetisch kann man intendierte Rationalität im Kontext der Wirtschaft problemlos unterstellen.

Individualismus: Der neoklassische Individualismus à la Mises ist reduktionistisch und exzessiv, weil für die Akteure die Möglichkeit, die Perspektive des Anderen einzunehmen, nicht in die Theorie eingebaut wird. Methodologischer Individualismus sollte lediglich besagen, dass man in Handlungserklärungen keine von individuellen Intentionen unabhängigen Kollektivsubjekte voraussetzen darf.

Gleichgewicht: Problematischer ist die vierte Säule der neoklassischen Wirtschaftstheorie, der Gleichgewichtsbegriff. Er steht für eine deterministisch konzipierte Ordnung, die aus dem Zusammenspiel mehrerer Akteure spontan und ohne darauf gerichtete gemeinsame Intention entstehen soll. In der Neoklassik hat das Programm, ein solches marktgeneriertes Gleichgewicht nachzuweisen, dazu geführt, die angenommenen Eigenschaften der Akteure ohne Rücksicht auf Konsistenz und ganz zu schweigen von empirischer Triftigkeit so zu modifizieren, dass sie ein solches Gleichgewicht herstellen. Trotz dieser Rücksichtslosigkeit ist das Programm, wie oben angedeutet, gescheitert. Dennoch sollte man sich von der Soziologie aus davor hüten, Gleichgewichtsbegriffe pauschal zurückzuweisen. Schließlich geht es auch in der Soziologie um die Frage, wie soziale Ordnung möglich ist.

Zusammenfassend: Wenn man sich vor Augen hält, was alle möglichen Ökonomen und Soziologen tun, kann man kaum prinzipielle Defizite der einen oder anderen Disziplin in dem Sinne behaupten, dass bestimmte Gegenstände, Perspektiven oder Methoden ausgeschlossen wären, etwa als Verschärfung der These, dass die drei Grundprobleme Unsicherheit, Kooperation und Innovation (Beckert 1997) von Soziologen zureichender bearbeitet werden können als von Ökonomen. Triftiger wird eine solche Kritik nur, wenn man mit einer Differenz von Mainstream und Heterodoxie operiert. Am neoklassischen Mainstream lassen sich solche konzeptionelle Beschränktheiten relativ einfach nachweisen. Dagegen ist an den Rändern der Disziplinen (oder in ihren „underworlds“, wie Keynes sagte) alles möglich, die Grenzen zwischen den Disziplinen im Sinne je eigener Problemdefinitionen und -zugänge verwischen sich hier stark. Man muss darüber hinaus gegenüber dem Mainstream auf einer systematischen Theoriekon-

struktion beharren, in der die Eigenarten sozialwissenschaftlicher Gegenstände nicht nur gelegentlich berücksichtigt, sondern durchgängig ernst genommen werden. Das bedeutet inhaltlich, dass man in angemessen handlungstheoretisch fundierten Sozialwissenschaften von vornherein von Unsicherheit, Kontingenz und Unbestimmtheit ausgehen muss, sich also von dem Ehrgeiz, deterministische Theorien zu entwickeln, nicht blind machen lässt.

Angesichts des Beharrungsvermögens des neoklassischen Mainstreams, das wohl auf seiner Wahlverwandtschaft mit Interessen an einer ungebremsten Marktwirtschaft beruht, bleibt allerdings große Skepsis angesagt, was die Akzeptanz einer solchen Theorieprogrammatik angeht. Deshalb wird es wohl auf absehbare Zeit die Rolle von Wirtschaftssoziologen im Verein mit heterodoxen Ökonomen bleiben, an einem derartigen Programm zu arbeiten.

Literatur

- Albert, Hans. 1967. *Marktsoziologie und Entscheidungslogik*. Neuwied: Luchterhand.
- Beckert, Jens. 1996. Was ist soziologisch an der Wirtschaftssoziologie? Ungewissheit und die Einbettung wirtschaftlichen Handelns. *Zeitschrift für Soziologie* 25: 125-146.
- Beckert, Jens. 1997. *Grenzen des Marktes: Die sozialen Grundlagen wirtschaftlicher Effizienz*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Beckert, Jens., Rainer Diaz-Bone und Heiner Ganßmann, Hrsg. 2007. *Märkte als soziale Strukturen*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Coleman, James S. 1990. *Foundations of social theory*. Cambridge, MA: Belknap.
- Debreu, Gérard. 1976. *The theory of value* (1959). New Haven: Yale University Press.
- Deutschmann, Christoph. 2007. Unsicherheit und soziale Einbettung: Konzeptionelle Probleme der Wirtschaftssoziologie. In *Märkte als soziale Strukturen*, Hrsg. Jens Beckert, Rainer Diaz-Bone, Heiner Ganßmann, 79-93. Frankfurt a. M.: Campus.
- Edgeworth, Francis Ysidro. 1881. *Mathematical psychics*. London: Kegan Paul.
- Gäpfgen, Gérard. 1974. *Theorie der wirtschaftlichen Entscheidung. Untersuchungen zur Logik und Bedeutung des rationalen Handelns*. Tübingen: Mohr.
- Ganßmann, Heiner. 2007. Doppelte Kontingenz und wirtschaftliches Handeln. In *Märkte als soziale Strukturen*, Hrsg. Jens Beckert, Rainer Diaz-Bone, Heiner Ganßmann, 63-77. Frankfurt a. M.: Campus.
- Habermas, Jürgen. 1981. *Theorie des kommunikativen Handelns*, 2 Bde. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Hahn, Frank. 1973. *On the notion of equilibrium in economics*. Cambridge: CUP.
- Hardin, Russell. 2003. *Indeterminacy and society*. Princeton: Princeton UP.
- Hegel, Georg Wilhelm Friedrich. 1955. *Grundlinien der Philosophie des Rechts* (1821). Hamburg: Meiner.
- Hirshleifer, Jack. 1985. The expanding domain of economics. *American Economic Review* 75: 53-68.
- Kempski, Jürgen von 1954. Handlung, Maxime und Situation. In *Recht und Politik*, Schriften 2 (1992), Jürgen von Kempski, 405-422. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Knapp, Georg Friedrich. 1905. *Staatliche Theorie des Geldes*, 4. Aufl. München: Duncker & Humblot.
- Knight, Frank H. 1921. *Risk, uncertainty and profits*. Boston: Houghton Mifflin.
- Knight, Frank H. 1951. *The ethics of competition* (1935). New York: Kelley.
- Lowe, A. 1965. *On economic knowledge*. New York: Harper & Row.
- Luhmann, Niklas. 1972. Knappheit, Geld und die bürgerliche Gesellschaft. *Jahrbuch f. Sozialwissenschaft* 23/2: 186-210.
- Luhmann, Niklas. 1984. *Soziale Systeme*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Mead, George Herbert. 1962. *Mind, self, and society*. Chicago: University of Chicago Press.

- Mirowski, Philip. 1989. *More heat than light: economics as social physics*. New York: Cambridge University Press.
- Mises, Ludwig von. 1929. Soziologie und Geschichte. *Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik* 61: 465-512.
- Mises, Ludwig von. 1931. Vom Weg der subjektivistischen Wertlehre. In *Probleme der Wertlehre*, Teil I. Schriften des Vereins für Sozialpolitik 183, Hrsg. Ludwig von Mises, A. Spiethoff, 73-93. München, Leipzig: Duncker & Humblot.
- Mises, Ludwig von. 1940. *Nationalökonomie. Theorie des Handelns und Wirtschaftens*. Genf: Union.
- Neumann, John von, und Oskar Morgenstern. 1953. *Theory of games and economic behavior*. Princeton: Princeton University Press.
- Oppenheimer, Franz. 1964. *System der Soziologie* (1926). Bd. 1/1: Allgemeine Soziologie, 1. Teil: Grundlegung. Stuttgart: Fischer.
- Pareto, Vilfredo. 1966. *Manuel d'économie politique* (1909). Genf: Librairie Droz.
- Parsons, Talcott. 1937. *The structure of social action*. New York: McGraw-Hill.
- Parsons, Talcott, und Edward Shils, eds. 1951. *Toward a general theory of action*. Cambridge: Harvard University Press.
- Robbins, Lionel. 1946. *An essay on the nature and significance of economic science* (1932). London: Macmillan.
- Saari, Donald, und Carl Simon. 1978. Effective price mechanisms. *Econometrica* 46: 1097-1125.
- Schneider, Erich. 1967. *Einführung in die Wirtschaftstheorie* 1. Tübingen: Mohr.
- Seaford, Richard. 2004. *Money and the early greek mind: Homer, philosophy, tragedy*. Cambridge: Cambridge UP.
- Searle, John. 1995. The construction of social reality. (Deutsche Übersetzung: Die Konstruktion der gesellschaftlichen Wirklichkeit, 1997. Reinbeck: Rowohlt).
- Sonnenschein, Hugo. 1972. Market excess demand functions. *Econometrica* 40: 549-63.
- Swedberg, Richard. 1998. *Max Weber and the idea of economic sociology*. Princeton: Princeton UP.
- Wallace, Neil. 1998 A dictum for monetary theory. *Federal Reserve Bank of Minneapolis Quarterly Review* 22: 20-26.
- Weber, Max. 1956. *Wirtschaft und Gesellschaft* (1922). Tübingen: Mohr.
- Wieser, Friedrich von. 1914. Theorie der gesellschaftlichen Wirtschaft. In *Grundriß der Sozialökonomik* I: 125-444. Tübingen: Mohr.

Korrespondenzanschrift: Prof. Dr. Heiner Ganßmann, Freie Universität Berlin, Institut für Soziologie (WE 2), Garystraße 55, 14195 Berlin, Deutschland
E-Mail: ganssman@zedat.fu-berlin.de

ÉCONOMIE DES CONVENTIONS

Rainer Diaz-Bone

Zusammenfassung: Der Beitrag stellt den französischen Ansatz der *Économie des conventions* (EC) systematisch vor. Die EC stellt derzeit den einflussreichsten Ansatz in der französischen Wirtschaftssoziologie dar. Darüber hinaus ist die EC ein zentraler Bestandteil der neuen französischen Soziologie. Der Beitrag führt das namensgebende Konzept der Konvention ein und er erläutert die Annahme der Pluralität von Konventionen in realen ökonomischen Situationen und Institutionen. Akteuren wird in diesem Ansatz eine interpretative Handlungskompetenz zuerkannt, pragmatisch und in problemlösender Weise Unsicherheit bewältigen und Qualitätsdefinitionen konstruieren zu können. Die EC stellt eine Theorie der Organisation und des Unternehmens zur Verfügung, sie beinhaltet zugleich einen neuen institutionentheoretischen Zugang für die Wirtschaftssoziologie.

I. Einleitung

Sowohl in der französischen als auch in der deutschen Soziologie beziehen die Begründer des Faches die Ökonomie von Beginn an in den Gegenstandsbereich der Disziplin mit ein. Seitdem haben im Laufe der Zeit in beiden Ländern wirtschaftssoziologische Fragestellungen und Forschungsbeiträge unterschiedliche Konjunkturen erfahren. Im deutschsprachigen Raum sind heute zwar die wirtschaftssoziologischen Beiträge der französischen Klassiker (insbesondere derjenigen Durkheims) präsent und es wird auch die wirtschaftssoziologische Bedeutung der Arbeiten Pierre Bourdieus zunehmend diskutiert (Florian und Hillebrandt 2006). Dennoch kann man nicht davon sprechen, dass diejenigen zeitgenössischen französischen Paradigmen und Strömungen hierzulande präsent wären, die die soziologische Analyse der Ökonomie in innovativer und zunehmend auch interdisziplinärer Weise unternehmen. In Frankreich stellt die so genannte „*Économie des conventions*“ (im Folgenden kurz: EC) den gegenwärtig einflussreichsten Ansatz dar, der dort an den Schnittstellen zwischen Wirtschaftswissenschaften, Wirtschafts- und Sozialstatistik sowie Soziologie in den letzten drei Jahrzehnten entstanden ist und mittlerweile eine umfangreiche Agenda sowie eine Vielzahl von Beiträgen vorweisen kann (Diaz-Bone 2006, 2007).¹ Dieser Ansatz greift in integrierender Weise wirtschaftssoziologische Fragestellungen auf, geht aber über die Perspekti-

¹ Die wichtigsten Publikationen sind Eymard-Duvernay (2006a, 2006b), Orléan (2004), Favereau und Lazega (2002), Batifoulier (2001), Salais et al. (1998) sowie Storper und Salais (1997). Als das „Gründungsdokument“ gilt die Ausgabe der *Revue économique* 40 (2) von 1989 mit Beiträgen der wichtigsten Vertreter: François Eymard-Duvernay, Olivier Favereau, André Orléan, Robert Salais und Laurent Thévenot. Siehe weiter die einführenden Artikel von Thévenot (2006), Jagd (2007) und Salais (2007). Eine deutschsprachige Monografie ist in Vorbereitung (Diaz-Bone).

ve einer Bindestrichsoziologie weit hinaus. Denn die EC ist Teil der so genannten „neuen Soziologien“ in Frankreich (Corcuff 2007), die eine Repragmatisierung der Soziologie anstreben (Dosse 1999; Nachi 2006) und die, auf einer französischen praxeologischen Tradition aufbauend, die Opposition zwischen methodologischem Individualismus und methodologischem Holismus überwinden wollen (Defalvard 1992). Damit trägt die EC zu einer Renaissance der zentralen Bedeutung wirtschaftssoziologischer Forschung für die Soziologie insgesamt bei (Dosse 1999; Diaz-Bone 2006, 2007). Der folgende Beitrag versucht zunächst einige der Grundkonzepte der EC einzuführen. Von diesen ist dasjenige der Konvention das namensgebende, auf das ein Netzwerk weiterer Grundkonzepte bezogen ist.

II. Konventionen

Im Gegensatz zur Verwendung durch die soziologischen Klassiker (Weber 1972), sind Konventionen in der EC nicht einfach Bräuche, Traditionen oder etablierte Vorstellungen in einem Kollektiv.² Sie sind auch keine Resultate von spontanen Aushandlungsprozessen zwischen rationalen Individuen in Spielsituationen (Lewis 1969).³ Konventionen sind in der EC eher als Handlungslogiken zu denken, die die Bewältigung von Unsicherheit (über die Erwartungen und das Verhalten anderer) in Situationen ermöglichen. Konventionen sind hier Sinnschemata, welche Sinnformen für ökonomische Handlungsabläufe, für die Einschätzung von zukünftigen Ereignissen und für die kollektive Bewältigung von Koordinationsproblemen zur Verfügung stellen. Sie ermöglichen Akteuren *praktisch* die Koordination zu bewerkstelligen, zum Beispiel in der Ausrichtung einer intentionalen Koordination der Produktion von Gütern innerhalb eines Unternehmens. Als Schemata stellen sie dann auch den Rahmen dar für die Bewertung von Qualitäten und Wertigkeiten. Das Konzept der Konvention ist damit in der EC von Beginn an auf drei Zentralprobleme der Wirtschaftssoziologie bezogen: (1) die Unsicherheit über das Handeln und Erwarten anderer, (2) die gelingende Koordination in der Produktion und (3) die Qualitätsdefinition ökonomischer Güter und Dienstleistungen (Eymard-Duvernay et al. 2006). Das Konzept der Konvention ist insofern ein komplexes oder multiples Konzept, da es aus Sicht der EC verschiedene Eigenschaften des kollektiven Handelns erfassen können soll. In sozialhistorischer Sicht entstehen Konventionen zunächst als situative Handlungslogiken, die sich für ein Koordinationsproblem erfolgreich bewährt haben, die sich durch Wiederholung und Inkorporierung (Routinisierung) auf Dauer stellen können und die dann Teil des Sinninventars eines Kollektivs werden können. Für diese Verfestigung und Stabilisierung von Konventionen spielen Objekte eine wichtige Rolle, die mit Handlungspraktiken verwoben sind, auf die sich der „testende“ Bezug von Aussagen und Qualitätszuschreibungen stützt.

2 „Eine Ordnung soll heißen ... Konvention, wenn ihre Geltung äußerlich garantiert ist durch die Chance, bei Abweichung innerhalb eines angebbaren Menschenkreises auf eine (relativ) allgemeine und praktische Mißbilligung zu stoßen“ (Weber 1972: 17).

3 Die Arbeit von Lewis ist zwar eine Referenz der EC, aber an dem Konventionenkonzept bei Lewis gibt es doch auch Kritik, da hier die Konventionen „automatisch“ zu entstehen scheinen (Storper und Salais 1997: 17 f.); vgl. auch Thévenot (2006: 111).

Die Theoretisierung der pragmatischen Bedeutung von Objekten erfolgt seit den 1980er Jahren in der Zusammenarbeit der Vertreter der Actor-network-theory (Bruno Latour, Michel Callon) und den Vertretern der EC. Konventionen erhalten dann auch durch diesen Objektbezug eine situationsübergreifende Realität und sind im soziologischen Sinn dann „Struktur“. Sie stellen aus Sicht der Akteure so etwas wie Hypothesen dar für die Interpretation von weiteren Situationen sowie von Erwartungen und Handlungen Dritter. Als Hypothesen müssen sie zum einen im kollektiven Handeln jeweils erst gehandhabt, d. h. angepasst und umgesetzt werden, zum anderen müssen sie sich bewähren, d. h. sie müssen die Ziel-/Mitteldefinition und die kollektive Zielerreichung in Situationen leisten, so dass Konventionen nur im Bezug auf diese „agency“ eine Wirkmächtigkeit als sinnhafter Handlungskontext (sowohl als constraint als auch als Sinnressource/Rahmen) haben. Denn sie werden in Situationen durch die Akteure bereits als existent unterstellt, damit Koordination gelingen kann, zugleich werden sie aber in den damit ermöglichten Koordinationen performativ vollzogen, so dass die Handlungskoordination das Nadelöhr für Konventionen ist (die nie von einem Akteur allein „perform“ werden kann). Konventionen, die sich erfolgreich auf Dauer stellen, können dann Regelcharakter und den Status von Institutionen erhalten, wobei das Verhältnis zwischen diesen drei Konzepten komplexer ist, wie noch auszuführen ist. Worauf es zunächst ankommt, ist, dass Konventionen situative und pragmatische Problemlösungen sind, die je nach Bewährungsleistung in unterschiedlicher Weise Dauerhaftigkeit erlangen können.

„Conventions resemble ‚hypotheses‘ formulated by persons with respect to the relationship between their actions and the actions of those on whom they must depend to realize a goal. When interactions are reproduced again and again in similar situations, and when particular courses of action have proved successful, they become incorporated in routines and we then tend to forget their initially hypothetical character. Conventions thus become an intimate part of the history incorporated in behaviors. ... Thus convention refers to the simultaneous presence of these three dimensions: (a) rules of spontaneous individual action, (b) constructing agreements between persons, and (c) institutions in situations of collective action; each has a different spatio-temporal extent, and they overlap in complex ways at a given moment in any given situation. In practice, it is only by initially *assuming* the existence of a common context and by formulating expectations with respect to the actions of others that it is possible to engage in coordinated collective action: these are the dimensions of inherited, *longue durée* conventions, some of which take the form of formal institutions and rules. But at any given moment, the context is evaluated and re-evaluated, reinterpreted, by the individual who must choose to practice or not practice according to a given convention“ (Storper und Salais 1997: 16 f., Herv. i. Orig.).

Konventionen sind als praktische Handlungslogiken auch Sinnordnungen. Sie sind Weisen der Welterzeugung (Goodman 1984) – dies insofern als sie Personen, Objekte und Begriffe wechselseitig aufeinander beziehen, legitimieren und so Identitäten, Qualitäten und zugeschriebene Bedeutungen herstellen. Konventionen können damit als fundierende Tiefenstrukturen verstanden werden, die wie die Rahmen bei Goffman (1977) für die beteiligten Akteure in Situationen und zugehörigen Geltungsbereichen zum einen nicht nur die Weisen angemessenen Handelns und Interpretierens vorzeichnen. Zum anderen organisieren sie fundamentaler (für die handelnden Akteure) die Wahrnehmung der Ordnung ihrer Sozialwelt (Sozio-Kognition). Konventionen beinhalten darüber hinaus als Handlungslogiken auch Vorgaben, wie Sinnelemente erklärend und

rechtfertigend miteinander verknüpft werden. Das heißt konkret: wie Legitimation organisiert werden muss. Denn das Konzept der Konvention wird weniger im Sinn von Weber (also als gesellschaftlich etablierte Vorstellung oder Gewohnheit) gebraucht, sondern vielmehr im Sinn einer alltagspraktischen Legitimations- und Rechtfertigungsordnung, wie sie Luc Boltanski und Laurent Thévenot mit ihrer Theorie der Rechtfertigungsordnungen erarbeitet haben, die für die EC zur einflussreichen Theoriegrundlage geworden ist. Boltanski und Thévenot (2007) haben in *Über die Rechtfertigung* verschiedene „Welten“ im Zuge einer Analyse klassischer Texte der westlichen Theorietradition identifiziert, die als idealtypische kulturelle Muster in westlichen Gesellschaften für die Begründung von „Qualität“ und „Angemessenheit“ des Handelns zur Verfügung stehen. Boltanski und Thévenot sprechen auch von „Grammatiken des Handelns“, die in ihrem Geltungsbereich die Sinnadäquanz des Handelns, der Koordination und der Evaluation ermöglichen. Idealtypisch können diese Grammatiken, allerdings in einem von Weber abweichenden Sinne, genannt werden, insofern sie bereits den Alltagsakteuren als ideale Sinnhorizonte zur Verfügung stehen, und nicht erst idealtypische Konstrukte der sozialwissenschaftlichen Analyse sind. Die Neuerung des Konventionenkonzepts bei Boltanski und Thévenot besteht darin, dass damit in der EC *Sinnordnungen* bezeichnet werden, wohingegen das Konventionenkonzept in der klassischen soziologischen Tradition lediglich die Eigenschaft der sozialen Etablierung einer Vorstellung betont, wo sie sich als „constraint“ für das Handeln auswirkt (Weber).

III. Qualitätskonventionen

Die konventionenbasierte Vernetzung von Handlungen, Objekten und Konzepten schreibt Sachverhalten ökonomische Qualität und ökonomisch relevante Wertigkeit zu. Diese Zuschreibung betrifft sowohl die Qualität von Akteuren als auch diejenige von Gütern und Dienstleistungen. Das Defizit, die Wertfrage in der Wirtschaftssoziologie zu vernachlässigen, ist früh von Boltanski und Thévenot, aber spät in der Wirtschaftssoziologie thematisiert worden (Stark 2000; Beckert 2007). François Eymard-Duvernay (1989) bezieht das Konzept der Konvention nicht nur auf die Prozesse der Qualitätszuschreibung, sondern auf die Koordination der auf die Produktion bezogenen Handlungen und Evaluationen insgesamt. In Unternehmen müssen zwar verschiedene Konventionen vermittelt werden (was eine Aufgabe des Managements ist), aber für die Ausrichtung der „intentionalen Kooperation“ (Favereau 1989: 276) auf die Produktion im Unternehmen bildet typischerweise *nur eine* Konvention das „Produktionsregime“.⁴ Mit dieser Konvention müssen die anderen Konventionen Kompromisse eingehen, das heißt, das Management muss in der Praxis der Unternehmensführung einen Kompromiss herstellen zwischen der dominierenden und den weiteren Koordinationslogiken. Qualitätskonventionen werden zu Prinzipien, die als kollektive „Handlungslogik“ für die Produktion Handlungen, Objekte und Konzepte aufeinander beziehen und vernetzen. Ausgehend von den Qualitätskonventionen haben Thévenot (1989, 2001) und vor

⁴ Eymard-Duvernay (1989: 348) verwendet für diese Konvention auch den Begriff des „Unternehmensmodells“ (modèle d'entreprise).

allem Eymard-Duvernay (1989, 2004) für die EC eine „Theorie des Unternehmens“ ausgearbeitet (Ughetto 2000). Den Qualitätskonventionen unterliegen sowohl die Prinzipien der Unternehmensführung als auch die elementaren Praktiken, die unmittelbar am Arbeitsplatz auf die Produktion bezogen sind. Sie integrieren unternehmensübergreifend die Koordination zwischen Unternehmen über verschiedene Produktionsstufen hinweg. Qualitätskonventionen integrieren Segmente von Märkten (allgemeiner: Branchen) upstream wie downstream.⁵ *Upstream* reglementiert einmal die Konvention Einstellung von Mitarbeitern. Denn die Qualitätszuschreibung erfolgt auch in Bezug auf Personen daraufhin, wie deren Eigenschaften mit den Erfordernissen des Produktionsprozesses in Einklang gebracht werden können (Eymard-Duvernay und Marchal 1996). Dann erfolgt upstream die Qualitätsbewertung von Vorprodukten, die Herstellung der Kohärenz ihrer Eigenschaften mit der unterliegenden Qualitätskonvention. *Downstream* wirkt sich die Qualitätskonvention in der Distribution aus: die Wertigkeit der Produkte korrespondiert mit den Vertriebsformen, den Verpackungen, den Qualitätssiegeln, den Kategorien ihrer Bewertung für die Abnehmer (Konsumenten). Anhand des Camembert-Marktes haben Boisard und Letablier (1987, 1989) die Kohärenz der Produktions- und Distributionskette vergleichend für die handwerkliche und die industrielle Produktion verdeutlicht, die sich an der handwerklichen Konvention bzw. der industriellen Konvention ausrichten. Der Camembert, der in kleinen Familienbetrieben in Handarbeit und unter dem Produktionsregime der handwerklichen Konvention hergestellt wird, unterliegt der geschützten Regionen-Bezeichnung (appellation d'origine contrôlée), die hier eine Marke ist. Er wird in Fachgeschäften von qualifizierten Verkäufern verkauft und unterliegt Qualitätskriterien wie der „Naturbelassenheit“ der Vorprodukte und der „Tradition“ der Herstellungsweise. Handwerkliche und personengebundene Erfahrung sind hier Qualitätskriterien für die Herstellung. Der Camembert, der in Fabriken maschinell mit homogener und pasteurisierter Milch hergestellt wird, unterliegt in Produktion und Distribution der industriellen Konvention als Produktionsregime. Er wird in großen Supermärkten vertrieben. Die industrielle Produktionsplanung, Standardisierung und lebensmitteltechnologische „Kontrolle“ sind hier Qualitätskriterien, denen er unterliegt. Verschiedene Qualitätskonventionen differenzieren Märkte und Branchen in Segmente, in denen je unterschiedliche Produktionsregimes prägend sind. Sie vernetzen Interaktionen und Situationen unternehmensintern und unternehmensübergreifend. Damit sind Konventionen in der Ökonomie auf verschiedenen Ebenen koordinierende und Unsicherheit bewältigende Prinzipien: Ereignisse, Handlungen, Individuen und Objekte werden in *Interaktionen* (Situationen), *Organisationen* (Unternehmen) und Segmenten von *Märkten* bzw. *Branchen* bewertet und aufeinander bezogen.

IV. Die konventionelle Konstruktion der Ökonomie

Die EC nimmt als einer der wenigen zeitgenössischen Ansätze in der Wirtschaftssoziologie die Analyse sozialer Konstruktionen methodologisch ernst anstatt sie nur zu kon-

⁵ Die Differenzierung upstream und downstream wird in Anlehnung an White und Godart (2007) verwendet.

statieren. Denn die ökonomischen Sachverhalte haben keine Ontologie, die ihnen als „vorsozialer Sachverhalt“ zukäme. Ihre Realität wird durch den pragmatischen Bezug auf Konventionen erst möglich. Und diese kollektive Konstruktionsleistung ist wiederum Voraussetzung für die Koordination.

„The precondition of coordination is that participants agree as to the qualities of products bought or sold. In the absence of such an agreement, the exchange cannot take place. By ‚qualities‘ we do not mean ‚good‘ or ‚bad‘ quality, but the fact that any exchange presupposes an agreement about what the product is“ (Storper und Salais 1997: 38).

Orléan (2003, 2005, 2006) hat dies beispielhaft für das Geld, für wirtschaftliche Güter und Preise vertreten. Er argumentiert, dass deren Realitäten und Objektivitäten erst durch Bezug auf die institutionellen Prozesse fundiert werden, die selber wiederum auf Konventionen bezogen sind. Auch die Analyse von Eymard-Duvernay und Marchal (1996) zu Einstellungspraktiken von Unternehmen zeigt, dass die Qualitäten von Personen (einzustellenden Mitarbeitern) nicht einfach „vorab“ definiert sind. Sie werden in den Prozessen der „Rekrutierung“ und den hier eingesetzten Formaten der Evaluation erst praktisch zugeschrieben, um aus Unternehmenssicht die „Qualität“ von Personen „festzustellen“. Die Analyse der Einstellungspraktiken durch Eymard-Duvernay und Marchal denaturalisiert die Idee der gegebenen Kompetenz einer einzustellenden Person. Stattdessen wird die Beziehung zwischen dem Einstellenden (bzw. des Auswählenden) und dem Bewerber daraufhin betrachtet, wie sie die Kompetenz aufgrund einer unterlegten Konvention „konstruieren“.⁶

In ähnlicher Weise haben Salais, Baverez und Reynaud (1986) gezeigt, wie die amtliche Kategorie der Arbeitslosigkeit die Wertigkeit von Akteuren in der Wirtschaft in den letzten hundert Jahren auf unterschiedlichen Konventionen fundiert hat. Die französische amtliche Statistik erfasst zum ersten Mal Ende des neunzehnten Jahrhunderts (1896) die Arbeitslosen (les chômeurs) als eigene Kategorie. Bis dahin waren sie Teil der Kategorie der „sans-professions“, der sie gemeinsam mit „Gauklern“, „Bohemiens“, „Vagabunden“ und „Prostituierten“ zugeordnet wurden (Salais et al. 1986: 27 f.). Es sind die Statistiker, die die Arbeitslosen in diesem Sinne erst zu „Subjekten“ machen, indem sie sie klassifizierbar werden lassen. Als „arbeitslos“ kann für die Statistik zu dieser Zeit nur gelten, wer einen Beruf angibt und unter Anweisung anderer Personen (Patrons) gearbeitet hat. Dennoch bleibt die später evidente Trennlinie zwischen Arbeitgebern und Lohnarbeitern in den nächsten Jahrzehnten unscharf. Damit hängt zusammen, dass die statistische Kategorie der Arbeitslosen sich noch nicht im sozialen Raum etabliert hat und Befragte im Rahmen der Volkszählungen bis in die 1930er Jahre hinsichtlich der Zugehörigkeit zu dieser Kategorie unsicher sind. In den 1960er Jahren wird das industrielle Großunternehmen zum dominierenden Organisationsmodell der Produktion. In Frankreich entsteht nach dem Zweiten Weltkrieg ein System

⁶ „Il n'a pas une compétence existant préalablement au jugement et qu'il s'agirait de découvrir: le jugement contribue à la formation de la compétence. Suivant une expression un peu galvaudée on pourrait dire que la compétence est une ‚construction sociale‘. Plus précisément, nous parlerons de la compétence comme résultant d'une convention, c'est-à-dire d'un accord sur ce qu'est la compétence. ... Cette démarche conduit à un déplacement de l'analyse: des compétences, on passe à la relation de jugement“ (Eymard-Duvernay und Marchal 1996: 12).

der Arbeitslosenversicherung, der Arbeitsmarkt ist weitgehend staatlich reguliert. Die Kategorie der Arbeitslosen ist nun sozial etabliert. Arbeit und Arbeitslosigkeit werden durch außerbetriebliche Einrichtungen und durch umfassende gesetzliche Bestimmungen reglementiert. Salais, Baverez und Reynaud (1986: 92 f.) argumentieren, dass für die tayloristische Arbeitsorganisation (und die damit verbundene neue Identität der Lohnarbeiter) die staatlichen Absicherungen eine „externe institutionelle Bedingung“ (1986: 92) für die Etablierung der Kategorie der Arbeitslosigkeit als sozialer Repräsentation sind. Die Trennlinie zwischen „arbeiten“ und „nicht arbeiten“ wird durch die neue industrielle Arbeitsorganisation klar etabliert und für beides eine Zuständigkeit institutionalisiert. Die Entstehung der modernen Kategorie der Arbeitslosigkeit ist also untrennbar mit der institutionellen Verstaatlichung der Arbeitsorganisation verbunden.

Für Orléan eröffnet das Konventionenkonzept von Keynes (2006) die Möglichkeit, die „epistemologische“ Grundlage der Wirtschaftswissenschaften in Frage zu stellen.⁷ Diese beruht Orléan zufolge darauf, dass die Wirtschaftswissenschaftler für ihre Disziplin beanspruchen, ihr Gegenstand sei objektiv gegeben. Die Modelle der Finanzwissenschaften versuchen, Preisentwicklungen als probabilistische und als objektive Prozesse zu modellieren. Damit wird angenommen, so Orléan, dass die Zukunft objektiv gegeben sei. Aus Sicht der Finanzwissenschaft sind Finanzmärkte dann effizient, wenn sie alle preisrelevanten Informationen im Preis „absorbieren“ (informational efficiency). Für Orléan ist aber die *Interpretation* der Zukunft und der Preise *durch die Akteure* (auf dem Finanzmarkt) der zentrale Vorgang, der erklärlich werden lässt, warum Unsicherheit subjektiv und nicht objektiv begründet ist. „Wahre Werte“ (etwa für Wertpapiere oder Derivate) gibt es demnach nicht und sie können auch nicht geschätzt werden (Orléan 2006: 3). Stattdessen werden auf dem Finanzmarkt Preise auf Meinungen und Erwartungen bezogen und so als Konventionen konstruiert (Keynes). Der Finanzmarkt ist eine „kognitive Maschine“, die Referenzerwartungen (reference opinions) in Form von Preisen generiert.

„... the financial market is seen as a cognitive machine whose function is to produce a reference opinion, perceived by all the operators, not as an expression of ‚what the market thinks‘. This is because of the self-referential nature of speculation, where each individual makes his/her mind up according to what he/she anticipates the majority opinion to be. ... It follows that the price can be considered as a convention“ (Orléan 2006: 3).

Die Deutung von Orléan schließt hier direkt an Keynes an. Dieser Anschluss ermöglicht es, die Lösung für das Unsicherheitsproblem (wie ökonomische Werte zu bestimmen sind) in der Ökonomie in der pragmatisch-konventionellen Fundierung der Koordination (von Handlungen und Erwartungen) zu sehen.⁸

7 Dieses wird im Vierten Buch, Kapitel 12 IV der *Allgemeinen Theorie* (Keynes 2006: 125 ff.) eingeführt, aber bei Orléan mit einer etwas veränderten Bedeutung gehandhabt (Orléan 2006). Zur Differenzierung des Konventionenkonzepts innerhalb der EC siehe Salais (2007).

8 „Surmonter cette incertitude passe par la construction conventionnelle des produits, des services et des anticipations ...“ (Eymard-Duvernay et al. 2006: 29).

V. Reflexivität und interpretative Rationalität

Die pragmatische Handlungstheorie der EC geht einher mit einem Akteurmodell, das Akteuren reflexive und interpretative Kompetenzen zuerkennt, die sie in Situationen einbringen müssen, um Konventionen einzuführen und anzuwenden (Lazega und Favereau 2002; Eymard-Duvernay et al. 2006). Zu den Kompetenzen der Akteure gehört „das Verfügen über Konventionen“ als Grundlage dafür, dass sich die Akteure angemessen in Situationen verhalten können. Darüber hinaus sind Akteure aber in der Lage, Konventionen reflexiv zu bewerten, ihre Angemessenheit infrage zu stellen oder diese anzupassen und sie situativ zu wechseln, wenn dies aus ihrer Sicht erforderlich ist. Reale Situationen sind häufig durch eine Pluralität von in sie „hineinreichenden“ Konventionen gekennzeichnet. Akteure müssen hier dann Konflikte mit Bezug auf unterschiedliche Konventionen austragen und Kompromissformen zwischen den Konventionen herstellen, wenn Koordinationsformen erfolgreich auf Dauer gestellt werden sollen. Akteure nehmen interpretativ eine „Innensicht“ der Situation ein und stellen praktisch von dieser Warte und mit Bezug auf verschiedene Konventionen eine Koordination mit anderen Akteuren und Dingen her. Die Analyseeinheit der EC ist damit insgesamt nicht einfach die Transaktion (wie im wirtschaftswissenschaftlichen Neoinstitutionalismus; Williamson 1985), sondern eine *Situation*, in der Akteure Konventionen interpretieren und handhaben (Boltanski und Thévenot 2007: 11).

„... [D]ie elementare Beobachtungseinheit der EC [ist ...] die Situation, in der sich Koordination ereignet. Die EC versucht also, soweit es geht, *von innen* zu begreifen, wie jeder Akteur in einer Situation die diversen Koordinationsprobleme löst, mit denen er in jedem Moment und an verschiedenen Orten konfrontiert ist. ... Ein umfassender Ansatz macht das Gerüst jener Konventionen sichtbar, die für jeden von uns das wirtschaftliche und soziale Leben sowohl praktikierbar als auch verstehbar machen. Diese reichen von sehr lokalen Konventionen wie denjenigen, die in der Intimität zwischen Nahestehenden, bei der Arbeit oder in der Familie entstehen und gelten, bis zu ganz allgemeinen und instrumentellen Konventionen wie denjenigen, die Austauschakte bestimmen, das Vertrauen in das Geld stützen, die Qualitätsstandards von Gütern oder die Lohnstufen definieren. Konventionen sind mögliche Lösungen eines jeweils gegebenen Koordinationsproblems. ... Indem sie eine Konvention mobilisieren, verfolgen die Akteure die Perspektive – und erzielen meistens das Ergebnis – einen Rahmen des Wissens und Handelns zu setzen, eine Welt, von der sie in diesem Stadium der Handlung annehmen können, dass die anderen sie kennen. In einer solchen Welt kann dann jeder in einer Weise handeln, die mit den anderen koordiniert ist. Die Unsicherheit, die in der Einzigartigkeit der Situation steckt, kann überwunden werden, Anhaltspunkte entstehen, die Handlungen bekommen einen Sinn, die Zukunft der Koordination kann antizipiert, das gemeinsame Ziel gesucht und im Normalfall erreicht werden. Die Mobilisierung öffnet einen Interpretationsraum gemäß einer Dynamik der Konventionen. Diese Konzeption beruht nicht auf einem Apriori, weder instrumentell noch normativ. Sie bezieht sich vor allem auf eine praktische Rationalität“ (Salais 2007: 96 f.; Herv. i. Orig.).

Die pragmatische Perspektive der EC wählt einen verstehenden und performativitätstheoretischen Zugang zur Analyse der Ökonomie, wenn sie die „Kreativität des Handelns“ (Joas 1992) in der situativen Koordinationsleistung verortet. Denn dies folgt unweigerlich aus dem Akteurmodell. *Indem* Akteure eine Welt setzen, mit anderen situativ eine gelingende Koordination anstreben und erreichen, führen sie Konventionen ein. Der Anspruch der EC ist, die Dichotomie zwischen methodologischem Individu-

alismus und methodologischen Holismus durch diese Dualität von Struktur und Handeln zu überwinden (Storper und Salais 1997).⁹

Die EC steht in Nähe zur Performativitätstheorie (Callon 1998; MacKenzie 2006). Konventionen werden in der EC einmal als kulturell etablierte Schemata der Evaluation und Koordination angesehen – hier ist die theoretische Fundierung die Theorie der Rechtfertigungsordnungen von Boltanski und Thévenot (2007). Andererseits werden Konventionen auf die situative Lösung von Koordinationsproblemen bezogen – hier ist die theoretische Fundierung die Arbeit von Lewis (1969). Im Unterschied zum Konventionenkonzept von David Lewis lässt sich das pragmatische Konventionenkonzept der EC nicht auf eine Regel reduzieren (hier wirkt sich die Nähe zur Performativitätstheorie aus). Konventionen haben einen multiplen Charakter, sie sind *auch* Regeln (wenn sie sich zu „Regelmäßigkeiten des Handelns“ verfestigen); zugleich müssen, zusammen mit den interpretativen Kompetenzen, Regeln auch vorausgehen, da Regeln in der EC als unvollständig gedacht werden, deren Handhabung situativ interpretiert werden muss (eben mit Bezug auf Konventionen), sodass sie praktisch vervollständigt werden können (Storper und Salais 1997: 16 f.).

Die EC legt mit der „interpretativen Rationalität“ ein erweitertes Rationalitätskonzept vor.¹⁰ Die interpretative Rationalität liegt auf der Seite der Akteure nicht nur als Kompetenz vor, sich situativ auf die angemessenen Konventionen zu beziehen. Sie ist auch eine je nach Konvention unterschiedliche ethisch-normative Rationalität, die Akteuren ermöglicht, sich situativ als Teil eines Kollektivs (in Bezug auf seine Normen und die hier unterliegenden Prinzipien) angemessen zu verhalten (Eymard-Duvernay et al. 2006: 26).

Die Folge ist, dass sich für Handelnde verschiedene ökonomische Rationalitäten ergeben, je nach herangezogener Konvention. Die Rationalität des homo oeconomicus ist hierbei nur eine unter vielen, die nur dann die angemessene Verhaltensform ist, wenn von den Akteuren die Marktkonvention als für eine Situation angemessen betrachtet wird.

VI. Die Pluralität der Konventionen

Ein Ausgangsmoment der EC ist die Kritik an den wirtschaftswissenschaftlichen „Reparaturen“ der neoklassischen Theorie, die erfolgt sind, um auch solche Situationen modellieren zu können, die von der „idealen“ Marktsituation abweichen. Dazu zählt prominent der Neoinstitutionalismus von Williamson (1985). Der Ausgangspunkt der EC besteht darin, die neoklassische Theorie auf eine spezifische Konvention zu beziehen, um nachzuweisen, dass auch eine vermeintlich rein positiv fundierte Wirtschaftswissenschaft auf einer spezifisch politischen Metaphysik beruht, die eine Handlungsmoral für die Akteure vorsieht und den homo oeconomicus als moralisches Wesen auffasst.

⁹ Siehe auch Dupuy et al. (1989: 143), Boltanski und Thévenot (2007: 45 ff.) sowie kritisch dazu Defalvard (1992) und Postel (1998).

¹⁰ Hier gibt es innerhalb der EC für das Rationalitätsmodell etwas variierende Bezeichnungen, Orléan (2002) spricht von kognitiver Rationalität.

„Uns geht es dagegen um den Nachweis, dass die Wirtschaftswissenschaften auf eine Konstruktion des Gegenstandes angewiesen sind, die dem Akteur Ansprüche auferlegt und so aus ihm ein moralisches Wesen macht. Dabei verstehen wir ‚Moral‘ im Gegensatz zu manchen Ansätzen des Liberalismus nicht im eingeschränkten Sinne einer Veranlagung zu guten Taten, die interessengetriebenen Egoismus ausgleicht. Wir wollen zeigen, dass eine moralische Kapazität den Kern einer auf marktförmigen Austausch zwischen Personen beruhenden Ordnung ausmacht. Diese müssen in der Lage sein, von ihren eigenen Besonderheiten abzusehen, um hinsichtlich äußerer Güter, deren Definition allgemeingültig ist, Verständigung zu erzielen. Der Umstand, dass der Gebrauch dieser Güter exklusiv ist, hindert uns oft daran, die Annahme eines allgemein geteilten Wissens, welches die Universalität ihrer Definition impliziert, zu erkennen. Diese Konvention ist die Voraussetzung dafür, dass Besitzwünsche miteinander konkurrieren und sich aufeinander abstimmen können, sie bleibt jedoch in der Wirtschaftstheorie zumeist implizit (natürlich)“ (Boltanski und Thévenot 2007: 48).

Aus Sicht der EC werden die Reparaturen der neoklassischen Theorie unternommen, um die eine Konvention des Marktes der neoklassischen Theorie auf Situationen anzuwenden, in denen empirisch eigentlich eine Vielzahl von Konventionen vorliegt. Dabei wird aber die Marktkonvention mitsamt ihrem Akteurmodell als valide Handlungslogik auch für solche ökonomischen Situationen unterstellt, in denen die Akteure *andere* Konventionen für ihr Handeln, für die Qualitätsdefinition und für die Koordination heranziehen. Die unterschiedlichen konventionellen Grundlagen für institutionelle Arrangements (Organisation oder Markt) werden hierbei übersehen (Eymard-Duvernay 1989). Damit ein kohärentes ökonomisches Handeln möglich ist, muss eine von vielen möglichen Konventionen als kollektive Metaphysik vorausgehen. Aber diese sind eben nicht als je defizitäre Abweichung von der Marktkonvention als einzig ökonomischer Handlungslogik zu sehen. Denn es sind verschiedene originäre pragmatische Lösungen für die ökonomische Koordination denkbar und nicht nur diejenige, die die Neoklassik als theoretischen Idealtyp vorsieht. Tatsächlich ist auch die Sphäre der Ökonomie durch eine Pluralität von hier anzutreffenden Konventionen charakterisiert (Eymard-Duvernay 1989; Boltanski und Thévenot 1999, 2007). Nachdem Boltanski und Thévenot zunächst sechs verschiedene Konventionen benannt haben, werden derzeit in der EC mehr als ein Dutzend verschiedene Konventionen unterschieden. Auch wenn letztlich jede Konvention in der Sphäre der Ökonomie anzutreffen ist, sind einige Konventionen in der Ökonomie einflussreicher. Neben der Konvention des Marktes (market convention) zählen die industrielle (industrial convention) und die handwerkliche Konvention (domestic convention) zu den wichtigen Konventionen in der Ökonomie (Eymard-Duvernay 1989, 2004). Insbesondere für die Konsumgüterproduktion hat sich in den letzten Jahrzehnten die ökologische Konvention (green convention) etabliert (Thévenot und Lafaye 1993; Thévenot et al. 2000). *Tabelle 1* stellt diese vier Konventionen systematisch vergleichend vor.

Tabelle 1: Vergleich wichtiger Konventionen in der Ökonomie

	Marktkonvention (market convention)	Handwerkliche Konvention (domestic convention)	Industrielle Konvention (industrial convention)	Ökologische Konvention (green convention)
Wertigkeit	Nachfrageorientierung und freier Tausch	Tradition und Handarbeit	Planung und Standardisierung	Ökologie und deren Integrität
Bewertungskriterium	Preis	Anerkennung, Reputation	Effizienz	Umweltverträglichkeit
Format der relevanten Information	Geldeinheiten	mündliche Überlieferung, Beispiele	messbare wissenschaftliche Daten, Statistiken	Einbettung in ökologischen Diskurs/ Berücksichtigung ökologischer Aspekte
Qualifikation von Personen	Bedürfnisse und Kaufkraft	Autorität und Flexibilität	professionell-wissenschaftliche Kompetenz	Kenntnis ökologischer Zusammenhänge und Respektierung der ökologischen Integrität
Art der Beziehung zwischen Akteuren ist geprägt durch Logik des Tausches	... des Vertrauens	... der Funktionalität	... des Vertrauens und der Verantwortlichkeit gegenüber Umwelt
Produktqualität	Produktqualität ist instabil, weil nachfrageabhängig und besteht in der Leistung, diese Nachfrage aktuell zu befriedigen	Produkt wurde individuell für Kunden hergestellt und besteht aus der in das Produkt eingegangenen Expertise des Herstellers, Qualität ist dauerhaft	Produkt wurde kostengünstig und effizient produziert, Qualität besteht in der Angemessenheit von technischen Standards für den Massenkonsum	Produkt wurde hergestellt und konsumiert, ohne dass die Umwelt oder die Gesundheit beeinträchtigt wurden
Produktion erfolgt	arbeitsteilig in Unternehmen, die viele Vorprodukte einkaufen	geringe Arbeitsteilung, eher kleine Unternehmen	hochgradig arbeitsteilig im großen Unternehmen	geringe Arbeitsteilung, eher kleine Unternehmen
Prüfung erfolgt anhand	Wettbewerbsfähigkeit	Vertrauenswürdigkeit	Stabilität und Kompetenz	Nachhaltigkeit und Erneuerbarkeit
Zeithorizont	kurzfristig, an aktueller Preisentwicklung ausgerichtet	mittelfristig und an Tradition orientiert	eher langfristig, Planung	sehr langfristig

VII. Forminvestitionen und kollektive kognitive Dispositive

Damit entsprechend einer Qualitätskonvention koordiniert gehandelt werden kann, ist eine sozio-kognitive „Instrumentierung“ für die konventionenbasierte Koordination erforderlich. Diese Instrumentierung korrespondiert in verschiedener Weise mit Qualitätskonventionen und erst mit dieser Instrumentierung werden Organisationen (bzw. spezifischer: Unternehmen) und Märkte zu einem sozialen Kollektiv (Eymard-Duvernay 2004). Die Instrumentierung besteht wesentlich aus kognitiven Formen (Formaten) für die Evaluation und Rechtfertigung. Ausgangspunkt für das Konzept der „Form“ sind die Untersuchungen zu den Formen des statistischen Kodierens am INSEE (Institut National de la Statistique et des Études Économiques) aus den 1980er Jahren, die zu den Gründungsarbeiten der EC zählen (Desrosières und Thévenot 2002). Hier wurde in der soziologischen Analyse der Prinzipien des statistischen Kodierens „entdeckt“, dass statistischen Formen wie den Codes und Kategorien von Berufsklassifikationen Konventionen unterliegen, die sowohl in der Konstruktion der Kategorien als auch in der Praxis des Kodierens als kollektive mentale Repräsentationen die Handhabung der Codes und Kategorien reglementieren (Boltanski und Thévenot 1983; Desrosières und Thévenot 2002; Thévenot 1983). Thévenot hat die „Theorie der Formen“ auch in der Analyse der Produktionsorganisation in Unternehmen angewandt. Hier erhalten Formen den Charakter von Dispositiven für die Evaluation und Koordination. Thévenot (1984) zeigt, dass ein Unternehmen nicht nur in die materielle Instrumentierung (wie Maschinen) für die koordinierte Produktion investieren muss, sondern insbesondere in Formen als Investition in die immaterielle Instrumentierung.

Thévenot hat dies beispielhaft anhand der tayloristischen Arbeitsorganisation veranschaulicht. Frederick W. Taylors Hauptwerk *Prinzipien des wissenschaftlichen Managements* beinhaltet ein ganzes Repertoire an formgebenden Strategien, die sorgsam im Unternehmen implementiert und aufeinander abgestimmt werden müssen. Dazu zählen die Techniken und Methoden der Erfassung und Zergliederung von Arbeitsabläufen, der Normierung der zugehörigen Zeiteinheiten, die damit mögliche Bewertung von Arbeitsleistung und insbesondere das Spektrum der schriftlichen Fixierungen (wie Anweisungen), der zugehörigen sprachlichen Formen (wie Definitionen) und grafischen Darstellung der Arbeitsabläufe, Einheiten und Leistungsstände. Wissen wird so auf der Ebene des Unternehmens „formatiert“ und zu „In-Formation“, es ist damit nicht im Besitz einzelner Akteure. Zu der Investition in Formen gehören aber auch die Prinzipien der räumlichen Anordnung von Maschinen und Materialien (Vor- und Zwischenprodukte). Damit wird die Anordnung der Objekte und die (auch räumliche) Zuordnung der auf diese abgestimmten Handlungsabläufe selbst ein kollektives kognitives Dispositiv der Produktion: sie strukturieren die Wahrnehmung der kollektiven Produktion und sie stabilisieren die konventionelle Praxis in der Organisation. Thévenot spricht von Forminvestition als Praxis der „formgebenden Aktivitäten“, also von der Einfassung und der Vernetzung der Handlungspraxis in der Produktion anhand von Formen. Er zeigt, wie die Forminvestition als „Formierung der Produktion“ nicht nur alle Stationen der Produktion übergreift und integriert, sondern wie sie sich in den Anweisungen für die Qualifizierung, Bewertung und Standardisierung der Ausbildung (von Arbeitern im Taylorismus) und der Produkte selber in kohärenter Weise in der Konstruktion von Wertigkeiten niederschlägt. Die interpretative Rationalität der Ak-

teure wird durch die Investition in diese Formen der Produktion auf der Ebene des Unternehmens nicht nur unterstützt, sondern selber mit formiert. Von hier aus setzt sich die EC gegenüber dem Konzept der „bounded rationality“ von Herbert Simon (1947) ab, denn die Entscheidungsprozesse im Unternehmen werden nicht durch „kognitive Unzulänglichkeiten“ von Individuen erklärlich und Simons Analyse setzt aus Sicht der EC zudem falsch an, wenn individuelles Verhalten und individuelle Interessen zum Ausgangspunkt genommen werden. Vielmehr erfolgt Entscheiden mit Bezug auf Konventionen und den durch diese formierten Arbeitssituationen, in denen eine „situierete Kognition“ (Laville 2000) durch Dispositive möglich wird, die sowohl in den Interaktionen der Akteure untereinander als auch in der Interaktion der Akteure mit ihrer materiellen und immateriellen (den Formen) Umwelt entsteht. Die Kognition erfolgt also nicht „im“ Individuum (wie bei Simon). Die Ebene der Kognition ist die Organisation, denn diese wird mit ihren Techniken und Formen insgesamt zur kognitiven Ausrüstung eines Kollektivs. Formen werden so zu „kollektiven kognitiven Dispositiven“ (Favereau 1989), sie mobilisieren im Unternehmen eine kollektive Wahrnehmung, sie repräsentieren und organisieren ein kollektives Wissen.

VIII. Die konventionelle Fundierung von Institutionen

Eine klassische Festlegung institutioneller Realität ist die von Institutionen als Regeln (North 1990, 1991). Die Gleichsetzung von Regeln und Institution ist aus Sicht der EC aber problematisch. Die institutionellen Arrangements „Organisation“ und „Markt“, wie sie von Williamson (1985, 2000) im Rahmen der Neuen Institutionenökonomik (Richter und Furubotn 2003) unterschieden worden sind, zu kritisieren, ist ein Gründungsmoment der EC (Eymard-Duvernay 1989; Favereau 1989; Thévenot 1989). Die EC hat von Beginn an institutionentheoretische Fragestellungen aufgegriffen und die Unvollständigkeit von Institutionen, seien sie als Regeln (North) oder als institutionelle Arrangements (Williamson) begriffen, ins Zentrum ihrer pragmatischen Analyse des institutionenbildenden Handelns gestellt (Salais et al. 1998; Bessy und Favereau 2003). Institutionen werden daraufhin betrachtet, wie sie durch kompetente Akteure nicht nur „ausgeführt“ werden, sondern wie sie durch die Handhabung „perfornt“ und hervorgebracht werden (das ist letztlich der pragmatische Beitrag der EC). Salais kritisiert, dass Institutionenkonzepte entweder deterministisch angelegt sind oder nach dem funktionalen Beitrag von Institutionen für die Lösung von anderweitig definierten Problemen fragen (Diaz-Bone 2008: 18), ohne ihren Beitrag für den Handlungssinn der Akteure einzubeziehen, die Institutionen für die Koordination einsetzen. Stattdessen ist die Relevanz des Institutionenkonzepts aus Sicht der EC erst dann gegeben, wenn Institutionen für das *praktische Handeln* der Akteure *eine Bedeutung* haben. Auch Salais führt Institutionen als Regeln ein. Sie sind selbstverständlich betrachtete „Rahmen“ der Koordination, die mit Bezug auf Konventionen ins Werk gesetzt werden müssen.

„Rules are either written or incorporated (into technical objects for instance) references that help to build a frame for interpreting what is going on into the situation and to adjust to its course ... But only conventions allow achieving in situ the workable (hence right) interpretation as ... the

in-process mechanism of mutual adjustment. Institutions are sets of procedural and substantive rules, which pose the general framework for the coordination. In situations where coordination develops without ‚accidents‘, they are ignored by the participants, hence not existing in some way for them. I would nonetheless say that institutions are always present in situations of coordination, at least at their horizon. Institutions ‚act‘ as common knowledge (CK) devices of last resort. When entering a situation, people know in advance that, if some accident or conflict occurs during the course of their coordination, there are procedures and resources available to set the issue and find a fair solution. ... Institutions are decisive as horizon to the coordination, but they are not playing the game by themselves. Coordination only occurs through the active (and sometimes innovative) mediation of conventions and interpretation. ... to take institutions as practices means that one should be aware that institutions are always embedded into processes of implementation, interpretation and revision which develop through social practices. One must distinguish between the ‚text‘ of an institution (its declared intentions and goals, its formal rules as written into law, regulations and so on) and its practical meaning when at work in a situation of coordination“ (Salais 2008: 18 f.).

Die Unterscheidung zwischen Institutionen und Konventionen ist von zentraler Bedeutung, um zu vermeiden, dass Institutionen gleichgesetzt werden mit ihrem handlungspraktischen Vollzug. Denn die performative Realität von Regeln ist aus Sicht der EC nicht einfach ihre Realisierung („Ausführung“), sondern ihre Handhabung (Favereau 1989; Batifoulier und Thévenon 2001). Und diese Handhabung von Regeln muss reflexiv werden, wenn Institutionen nicht an Situationen angepasst sind oder wenn Institutionen krisenhaft werden. Die EC eröffnet ein Forschungsfeld für institutionentheoretische Analysen zu dieser Differenz zwischen Realisierung und Handhabung von Institutionen (Salais et al. 1998). Dabei zieht sich die EC nicht auf mikrosoziologische Fragestellungen zurück. Die Arbeiten von Robert Salais zur Theorie des Staates machen dies deutlich. Für Salais ist der Staat keine Institution, sondern eine Konvention. Damit ist das Staatsdenken und das Staatshandeln eine pragmatische Ressource für das Handhaben von Institutionen (Storper und Salais 1997: Kap. 10; Salais 2007). Das Primat kommt aus Sicht der EC insgesamt (Salais 1998; Bessy und Favereau 2003) der Konvention zu, denn erst diese ermöglicht Problem lösendes Verhalten und gegebenenfalls ein die Institution veränderndes, aussetzendes oder ein Institutionen erfindendes Handeln.

IX. Resümee

Die EC stellt einen soziologischen Ansatz dar, der die Integration verschiedener Forschungsbereiche der Wirtschaftssoziologie auf Grundlage einer soziologischen Handlungstheorie ermöglicht. Denn die theoretischen und empirischen Arbeiten der Vertreter dieses Ansatzes verknüpfen eine pragmatische Handlungstheorie mit einer soziokognitivistischen und institutionalistischen Interpretation des Konzepts der Konvention. Damit werden die Koordinationsleistungen von kontingent Handelnden auf verschiedenen Ebenen modellierbar: in wirtschaftlichen Situationen, in Unternehmen, in Märkten und auf der Ebene des Staatshandelns. Die konventionenbasierte kollektive Konstruktion ökonomischer Wertigkeiten von Objekten und Praktiken sowie des ökonomischen Handlungssinns werden so in genuin soziologischer Weise erschlossen. Die EC steht heute im Zentrum der neuen französischen Soziologien, in der seit den

1980er Jahren ein Wiedererstarken pragmatischer und mikrosoziologischer Theorieansätze erfolgt ist (Dosse 1999; Corcuff 2007). Von Beginn an hat die EC wirtschaftswissenschaftliche Problematiken, wie die Unsicherheit der Bewertung ökonomischen Handelns, die Unsicherheit über gelingende Koordination sowie die Kritik an neoklassischen Rationalitätsmodellen, aufgegriffen und dafür innovative Lösungen entworfen. Akteure sind aus Sicht der EC mit interpretativen Kompetenzen ausgestattet, die es ihnen ermöglichen, unter der Bedingung einer Pluralität von Konventionen die Angemessenheit von Deutungen und von Koordinationsangeboten zu beurteilen, diese zu begründen und praktisch zu realisieren. Auf diese Weise bringt die EC eine Pluralität von ökonomischen Rationalitäten in die Analyse des wirtschaftlichen Handelns ein, die sich letztlich aus der Pluralität der Konventionen und der Handlungskompetenzen der Akteure ergibt. Eine solche Integration institutionalistischer, kultursociologischer, wirtschaftswissenschaftlicher und zugleich für die pragmatische Handlungstheorie grundlegender Konzepte kann derzeit kein anderer Ansatz in der deutschen Wirtschaftssoziologie aufweisen.

Während die Renaissance der Wirtschaftssoziologie gemeinhin mit der aus den USA stammenden „new economic sociology“ verbunden wird, zeigen die Arbeiten der EC, dass es ebenfalls eine französische neue Wirtschaftssoziologie gibt. Bislang steht eine breitere und systematische Rezeption in der deutschsprachigen Soziologie noch aus, wohingegen sie international in der englischsprachigen Wirtschaftssoziologie bereits eingesetzt hat (Wagner 1994; Wilkinson 1997; Dosse 1999; Biggart und Beamish 2003; Jagd 2004, 2007). Neben dem Problem, dass französischsprachige Arbeiten erst mit einer deutlichen Zeitverzögerung im deutschsprachigen Raum zur Kenntnis genommen werden, stellt die Tatsache, dass die EC nicht um eine einzelne Person organisiert ist, sicherlich ein weiteres Rezeptionshindernis dar (Diaz-Bone 2006). Dem Ansatz der EC lassen sich heute mehr als zwei Dutzend Vertreter zuordnen, die mehrheitlich an verschiedenen Institutionen im Großraum Paris arbeiten. Auch wenn eine Reihe von französischen Konferenzen und Sammelbänden (zuletzt Eymard-Duvernay 2006a, 2006b) die Beiträge der EC zugänglich gemacht haben, so trägt die institutionelle Verstreutheit und die eher netzwerkartige Organisation um die sechs Herausgeber des Schwerpunktheftes der *Revue économique* aus dem Jahre 1989 dazu bei, dass der Ansatz außerhalb Frankreichs nicht in seinem Zusammenhang wahrgenommen wird. Hinzu kommt, dass nach über zwanzig Jahren das thematische Anwendungsspektrum der EC sehr differenziert ist und sich auch interne Differenzierungsprozesse auf die Auslegungen des zentralen Konzepts der Konvention auswirken (Salais 2007). Die EC gewinnt zwar ihre theoretische Kohärenz immer noch durch die Annahme des pragmatischen Handlungsbezugs von kompetenten Akteuren auf Konventionen in ökonomischen Situationen und Institutionen. Darüber hinaus ist dieser Ansatz aber von Beginn an interdisziplinär angelegt und weist eine thematische Offenheit auf, die einer engen paradigmatischen Geschlossenheit im Wege steht. Die EC kann am ehesten als eine theoretische Bewegung aufgefasst werden. Diese Bewegung ist derzeit im Begriff, sich zu internationalisieren, wozu die deutsche Wirtschaftssoziologie selbst beitragen kann und wodurch sie institutionen- und handlungstheoretische Impulse erhalten kann, die es ihr ermöglichen, den Status einer Bindestrichsoziologie hinter sich zu lassen.

Literatur

- Batifoulier, Philippe, Hrsg. 2001. *Théorie des conventions*. Paris: Économica.
- Batifoulier, Philippe, und Olivier Thévenot. 2001. Interprétation et fondement conventionnel des règles. In *Théorie des conventions*, Hrsg. Philippe Batifoulier, 219-252. Paris: Économica.
- Beckert, Jens. 2007. Die soziale Ordnung von Märkten. In *Märkte als soziale Strukturen*, Hrsg. Jens Beckert, Rainer Diaz-Bone, Heiner Ganßmann, 43-62. Frankfurt a. M.: Campus.
- Berger, Peter, und Thomas Luckmann. 1969. *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit*. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Bessy, Christian, und Olivier Favereau. 2003. Institutions et économie des conventions. *Cahiers d'économie politique* 44: 119-164.
- Biggart, Nicole Woolsey, und Thomas D. Beamish. 2003. The economic sociology of conventions: Habit, custom, practice, and routine in market order. *Annual Review of Sociology* 29: 443-464.
- Boisard, Pierre, und Marie-Thérèse Letablier. 1987. Le camembert: normand ou normé. Deux modèles de production de l'industrie fromagère. In *Entreprises et produits*, Cahiers du centre de l'étude de l'emploi 30, Hrsg. François Eymard-Duvernay, 1-30. Paris: PUF.
- Boisard, Pierre, und Marie-Thérèse Letablier. 1989. Un compromis d'innovation entre tradition et standardisation dans l'industrie laitière. In *Justesse et justice dans le travail*, Cahiers du centre d'études de l'emploi 33, Hrsg. Luc Boltanski, Laurent Thévenot, 209-219. Paris: PUF.
- Boltanski, Luc, und Laurent Thévenot. 1983. Finding one's way in social space: a study based on games. *Social Science Information* 22: 631-680.
- Boltanski, Luc, und Laurent Thévenot. 1999. The sociology of critical capacity. *European Journal of Social Theory* 2: 359-377.
- Boltanski, Luc, und Laurent Thévenot. 2007. *Über die Rechtfertigung. Eine Soziologie der kritischen Urteilskraft*. Hamburg: Hamburger Edition.
- Callon, Michel. 1998. Introduction: The embeddedness of economic markets in economics. In *The laws of the markets*, Hrsg. Michel Callon, 1-57. Oxford: Blackwell.
- Corcuff, Philippe. 2007. *Les nouvelles sociologies. Entre le collectif et l'individuel*. 2. Aufl. Paris: Armand Colin.
- Defalvard, Hervé. 1992. Critique de l'individualisme méthodologique revu par l'économie des conventions. *Revue économique* 43: 127-143.
- Desrosières, Alain, und Laurent Thévenot. 2002. *Les catégories socioprofessionnelles*. 5. Aufl. Paris: La Découverte.
- Diaz-Bone, Rainer. 2006. Wirtschaftssoziologische Perspektiven nach Bourdieu in Frankreich. In *Pierre Bourdieu: Neue Perspektiven für die Soziologie der Wirtschaft*, Hrsg. Michael Florian, Frank Hillebrandt, 43-71. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Diaz-Bone, Rainer. 2007. Qualitätskonventionen in ökonomischen Feldern. Perspektiven für die Soziologie des Marktes nach Bourdieu. *Berliner Journal für Soziologie* 17: 489-509.
- Diaz-Bone, Rainer (in Vorbereitung). *Economics of convention – Économie des conventions*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Dosse, François. 1999. *The empire of meaning. The humanization of the social sciences*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Dupuy, Jean-Pierre, François Eymard-Duvernay, Olivier Favereau, André Orléan, Robert Salais und Laurent Thévenot. 1989. Introduction. *Revue économique* 40: 141-145.
- Eymard-Duvernay, François. 1989. Conventions de qualité et formes de coordination. *Revue économique* 40: 329-359.
- Eymard-Duvernay, François. 2004. *Économie politique de l'entreprise*. Paris: La Découverte.
- Eymard-Duvernay, François, und Emmanuelle Marchal. 1996. *Façons de recruter. Le jugement des compétences sur le marché du travail*. Paris: Métailié.
- Eymard-Duvernay, François, Hrsg. 2006a. *L'économie des conventions. Méthodes et résultats*, Band 1: *Débats*. Paris: La Découverte.
- Eymard-Duvernay, François, Hrsg. 2006b. *L'économie des conventions. Méthodes et résultats*, Band 2: *Développements*. Paris: La Découverte.
- Favereau, Olivier. 1989. Marchés internes, marchés externes. *Revue économique* 40: 273-328.

- Favereau, Olivier, und Emmanuel Lazega, Hrsg. 2002. *Conventions and structures in economic organization*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Florian, Michael, und Frank Hillebrandt, Hrsg. 2006. *Pierre Bourdieu: Neue Perspektiven für die Soziologie der Wirtschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Goffman, Erving. 1977. *Rahmenanalyse*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Goodman, Nelson. 1984. *Weisen der Welterzeugung*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Jagd, Søren. 2004. Laurent Thévenot and the French Convention School. A short introduction by Søren Jagd. *Economic Sociology. European Electronic Newsletter* 5: 2-9. <http://econsoc.mpifg.de/archive/esjune04.pdf> (letzter Zugriff: 31.01.2009).
- Jagd, Søren. 2007. Economics of convention and new economic sociology: Mutual inspiration and dialogue. *Current Sociology* 55: 75-91.
- Joas, Hans. 1992. *Die Kreativität des Handelns*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Keynes, John M. 2006. *Allgemeine Theorie der Beschäftigung, des Zinses und des Geldes*. 10., verb. Aufl. Berlin: Duncker & Humblot.
- Lafaye, Claudette, und Laurent Thévenot. 1993. Une justification écologique? Conflits dans l'aménagement de la nature. *Revue française de sociologie* 34: 495-524.
- Laville, Frédéric. 2000. La cognition située. *Revue économique* 51: 1301-1331.
- Lazega, Emmanuel, und Olivier Favereau. 2002. Introduction. In *Conventions and structures in economic organization*, Hrsg. Olivier Favereau, Emmanuel Lazega, 1-28. Cheltenham: Edward Elgar.
- Lewis, David. 1969. *Convention: a philosophical study*. Cambridge: Harvard University Press.
- MacKenzie, Donald. 2006. *An engine, not a camera. How financial models shape markets*. Cambridge: MIT Press.
- Nachi, Mohamed. 2006. *Introduction à la sociologie pragmatique*. Paris: Armand Colin.
- North, Douglass C. 1990. *Institutions, institutional change, and economic performance*. New York: Cambridge University Press.
- North, Douglass C. 1991. Institutions. *Journal of Economic Perspectives* 5: 97-112.
- Orléan, André. 2002. Le tournant cognitif en économie: croyances sociales et conventions. *Revue d'économie politique* 112: 717-738.
- Orléan, André. 2003. Réflexion sur le fondements institutionnels de l'objectivité marchand. *Cahiers d'économie politique* 44: 181-196.
- Orléan, André. 2005. Réflexions sur l'hypothèse d'objectivité de la valeur fondamentale dans la théorie financière moderne. In *Croyances, représentations collectives et conventions en finance*, Hrsg. David Bourghelle, Olivier Brandouy, Olivier Gillet, André Orléan, 19-42. Paris: Économica.
- Orléan, André. 2006. *Knowledge in finance: Objective value versus convention*, working paper. Paris: CEPREAP. <http://www.pse.ens.fr/orlean/depot/publi/knowledge0606.pdf> (letzter Zugriff: 31.01.2009).
- Orléan, André, Hrsg. 2004. *Analyse économique des conventions*. 2. erw. Aufl. Paris: PUF.
- Postel, Nicolas. 1998. L'économie des conventions. Une approche instrumentale de la rationalité individuelle? *Revue économique* 49: 1473-1495.
- Richter, Rudolf, und Eirik G. Furubotn. 2003. *Neue Institutionenökonomik: Eine Einführung und kritische Würdigung*. 3. Aufl. Tübingen: Mohr.
- Salais, Robert. 1998. A la recherche du fondement conventionnel des institutions. In *Institution et conventions. La réflexivité de l'action économique*, Raisons Pratiques 9, Hrsg. Robert Salais, Élisabeth Chatel, Dorothee Rivaud-Danset, 255-291. Paris: EHESS.
- Salais, Robert. 2007. Die „Ökonomie der Konventionen“: Eine Einführung mit Anwendung auf die Arbeitswelt. In *Märkte als soziale Strukturen*, Hrsg. Jens Beckert, Rainer Diaz-Bone, Heiner Ganßmann, 95-112. Frankfurt a. M.: Campus.
- Salais, Robert. 2008. Economics of convention – it's origins, contributions and transdisciplinary perspectives. Robert Salais interviewed by Rainer Diaz-Bone in Berlin. *Economic Sociology – European Electronic Newsletter* 9: 16-23. http://econsoc.mpifg.de/archive/econ_soc_09-2.pdf (letzter Zugriff: 31.01.2009).
- Salais, Robert, Nicolas Baverz und Bénédicte Reynaud. 1986. *L'invention du chômage. Histoire et transformations d'une catégorie en France des années 1890 aux années 1980*. Paris: PUF.

- Salais, Robert, Élisabeth Chatel und Dorothee Rivaud-Danset, Hrsg. 1998. *Institution et conventions. La réflexivité de l'action économique*, Raisons Pratiques 9. Paris: EHESS.
- Simon, Herbert A. 1947. *Administrative behavior. A study of decision-making processes in administrative organization*. New York: Macmillan.
- Stark, David. 2000. *For a sociology of worth. Center on organizational innovation*, working paper. New York: Columbia University.
- Steiner, Philippe. 2005. *La sociologie économique*. Nouvelle édition. Paris: La Découverte.
- Storper, Michael, und Robert Salais. 1997. *Worlds of production. The action framework of the economy*. Cambridge: Harvard University Press.
- Thévenot, Laurent. 1983. L'économie du codage social. *Critiques de l'économie politique* 23/24: 188-222.
- Thévenot, Laurent. 1984. Rules and implements: investments in forms. *Social Science Information* 23: 1-45.
- Thévenot, Laurent. 1989. Équilibre et rationalité dans une univers complexe. *Revue économique* 40: 147-197.
- Thévenot, Laurent. 2001. Organized complexity. Conventions of coordination and the composition of economic arrangements. *European Journal of Social Theory* 4: 405-425.
- Thévenot, Laurent. 2006. Convention school. In *International encyclopedia of economic sociology*, Hrsg. Jens Beckert, Milan Zafirovsky, 111-115. London: Routledge.
- Thévenot, Laurent, Michael Moody und Claudette Lafaye. 2000. Forms of valuing nature: arguments and modes of justification in French and American environmental disputes, In *Rethinking comparative cultural sociology lamont*, Hrsg. Michèle Moody, Laurent Thévenot, 229-272. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ughetto, Pascal. 2000. L'entreprise dans l'économie des conventions. *Revue économique* 51: 51-73.
- Weber, Max. 1972. *Wirtschaft und Gesellschaft*. 5. Aufl. Tübingen: J.C.B. Mohr.
- Wagner, Peter. 1994. Dispute, uncertainty and institutions in recent French debates. *Journal of Political Philosophy* 2: 270-289.
- White, Harrison C., und Frédéric C. Godart, 2007. Märkte als soziale Formationen. In *Märkte als soziale Strukturen*, Hrsg. Jens Beckert, Rainer Diaz-Bone, Heiner Ganßmann, 197-215. Frankfurt a. M.: Campus.
- Wilkinson, John. 1997. A new paradigm for economic analysis? Recent convergences in French social science and an exploration of the convention theory approach with a consideration of its application to the analysis of the agrofood system. *Economy and Society* 26: 305-339.
- Williamson, Oliver E. 1985. *The economic institutions of capitalism*. New York: Free Press.
- Williamson, Oliver E. 2000. The new institutional economics: taking stock looking ahead. *Journal of Economic Literature* 38: 595-613.

Korrespondenzanschrift: Prof. Dr. Rainer Diaz-Bone, Soziologisches Seminar Universität Luzern,
Postfach 7455, 6000 Luzern 7, Schweiz
E-Mail: rainer.diazbone@unilu.ch

NEO-INSTITUTIONALISTISCHE WIRTSCHAFTSSOZIOLOGIE

Raimund Hasse und Georg Krücken

Zusammenfassung: Der Beitrag behandelt Grundannahmen und neuere Entwicklungen der neo-institutionalistischen Wirtschaftssoziologie. Klassische Beiträge betonten vor allem, dass Unternehmen sich weniger am Kriterium der wirtschaftlichen Effizienz als vielmehr an dem der gesellschaftlichen Legitimität orientieren. Diese These wurde in zahlreichen Studien empirisch belegt. Darüber hinaus wurde gezeigt, dass das Wettbewerbsverhalten von Unternehmen ebenfalls durch gesellschaftliche Einbettungen und mimetisches Verhalten der Marktteilnehmer geprägt ist. Neuere Arbeiten konzentrieren sich auf das dem Neo-Institutionalismus zugrunde liegende Akteursmodell. Während die einen die Akteure selbst als gesellschaftlich konstruiert begreifen, heben die anderen die Rolle von Akteuren als „institutional entrepreneurs“ hervor. Beide Positionen liefern interessante theoretische Perspektiven für die Weiterentwicklung der Wirtschaftssoziologie.

I. Einleitung

In der Soziologie hat institutionalistisches Denken eine lange Tradition. Sie reicht zurück bis zu Émile Durkheims *Regeln der soziologischen Methode*, einem Werk, in dem das noch junge Fach als „Wissenschaft von den Institutionen“ bezeichnet wird (Durkheim 1980: 100). Die in der Institutionentheorie grundlegend geteilte Annahme besteht darin, dass individuelles und kollektives Handeln nur durch übergeordnete gesellschaftliche Regelwerke, die Institutionen, erklärbar ist (vgl. für Überblicke Schüle 1987; Jepperson 2002; Hasse und Krücken 2008a). Diese Regelwerke können sowohl formaler als auch informaler Natur sein. Je nach Formalisierungsgrad rücken sie damit entweder in die Richtung rechtlicher Normen (wie Verbote) oder allgemein-gesellschaftlicher Konventionen (wie Zeremonien). Unabhängig vom Formalisierungsgrad wird jedoch unterstellt, dass man im gesellschaftlichen Miteinander weiß, wie man sich zu verhalten hat. Institutionen lassen sich demnach soziologisch als gesellschaftliche Erwartungsstrukturen definieren, die darüber bestimmen, was angemessenes Handeln und Entscheiden ist.

Diese Grundannahme ganz unterschiedlicher Spielarten der soziologischen Institutionentheorie wird auch vom soziologischen Neo-Institutionalismus geteilt, der dem Kontext der amerikanischen Soziologie entstammt. Im Unterschied zu seinen theoriegeschichtlichen Vorläufern spricht der Neo-Institutionalismus Prozessen der Internalisierung von Werten und Normen, deren Einhaltung durch Sanktionen gesichert wird, allerdings einen eher geringen Stellenwert zu. So heißt es bei Paul DiMaggio und Walter Powell (1991: 15): „Nicht Werte und Normen, sondern nicht-hinterfragte ‚scripts‘, Regeln und Klassifikationen sind der Stoff, aus dem Institutionen gemacht sind.“ Damit greift der Neo-Institutionalismus primär solche Ansätze in der Soziologie auf, die

sich insbesondere im Gefolge von Berger und Luckmann (1967) auf die Entstehung und Durchsetzung nicht hinterfragter Handlungsmuster in der gesellschaftlichen Konstruktion der Wirklichkeit beziehen.

Der soziologische Neo-Institutionalismus entwickelte sich in den 1980er und 1990er Jahren. Beteiligt war eine Handvoll AutorInnen von Fachzeitschriftenbeiträgen (Scott 1987; Zucker 1987), Sammelwerken (Powell und DiMaggio 1991; Scott und Christensen 1995), Übersichtsartikeln (Tolbert und Zucker 1996; Dobbin 1994; Walgenbach 1995) und Einführungen (Scott 1995; Hasse und Krücken 1999). Diesen Beiträgen war gemeinsam, dass sie die Ursprünge eines spezifisch soziologischen Neo-Institutionalismus in lediglich drei Aufsätzen verorteten, die ca. 10-15 Jahre zuvor im *American Journal of Sociology* oder in der *American Sociological Review* erschienen waren. Diese drei Beiträge (Zucker 1977; Meyer und Rowan 1977; DiMaggio und Powell 1983) deckten ein breites Spektrum an Themen und Theoriebezügen ab. Ebenso waren die Positionen und Ergebnisse alles andere als konsistent. Dennoch kann man zwei Gemeinsamkeiten hervorheben: Erstens bezogen sich die drei Beiträge allesamt auf organisatorische Kontexte und thematisierten in diesem Zusammenhang Erscheinungsformen und Folgen von Institutionen. Dabei standen insbesondere die aus Institutionen resultierenden Prozesse der Strukturangleichung im Vordergrund der Analyse. Zweitens sparten diese Beiträge die zu jener Zeit vorherrschenden Frontstellungen der Theoriediskussion aus, d. h. sie bezogen sich weder auf funktionalistische Erklärungen, die untrennbar mit der Theorie von Talcott Parsons verbunden waren, noch auf ökonomische Theorien rationaler Wahl. Stattdessen wagte man eine Rückbesinnung auf soziologische Klassiker und bezog sich darüber hinaus auf ein breites Spektrum theoretischer Alternativen zu Strukturfunktionalismus und Rational Choice.

Im Folgenden stellen wir zunächst die auf die Wirtschaftssoziologie bezogenen empirischen Schwerpunkte des Neo-Institutionalismus vor (*Abschnitt II*). Wir unterscheiden dabei zwischen spezifisch organisationssoziologischen Untersuchungen einerseits und andererseits solchen Studien, die die institutionelle Prägung von Wettbewerbsstrukturen und -dynamiken untersucht haben. Im Anschluss hieran beziehen wir uns auf die theoretischen Grundlagen und deren Weiterentwicklungen (*III*). Dabei wird ein stärker kulturtheoretisch und makrosoziologisch gedachter Institutionalismus von einer primär akteurstheoretischen, an „institutional entrepreneurs“ ansetzenden Perspektive unterschieden. Der Beitrag endet mit einer knappen Zusammenfassung und Diskussion, in der Hinweise auf sich hieraus ergebende Forschungsperspektiven stichwortartig benannt werden (*IV*).

II. Wirtschaftssoziologische Untersuchungen

1. Analysen zum Wandel von Wirtschaftsorganisationen

Für Unternehmen wird allgemein angenommen, dass sie durch spezifisch wirtschaftliche Erwartungen wie Gewinn, Umsatz und Marktentwicklung geprägt sind. Darüber hinaus können sie jedoch mit anderen wie z. B. ökologischen, sozialpolitischen oder innovationsstrategischen Anliegen konfrontiert werden. Die an ein Unternehmen adressierten Erwartungen können deshalb miteinander in Konflikt geraten. Für die Beant-

wortung der Frage, wie der Erwartungsüberschuss abgearbeitet wird, ist es wichtig zu berücksichtigen, dass im soziologischen Neo-Institutionalismus keine den Erwartungszusammenhängen vorgeschalteten oder nicht zugänglichen Kernbereiche angenommen werden. Die Stabilisierung und Nicht-Hinterfragung organisatorischer Grundüberzeugungen ist vielmehr selbst das Resultat institutioneller Prägungen. Die Wirtschaft gilt hierdurch als ein hochgradig vergesellschafteter Bereich, wobei es sogar vorkommen kann, dass Unternehmen sich weit von Normen wirtschaftlicher Rationalität entfernen. Allen Beiträgen ist gemeinsam, sich von der in den Wirtschaftswissenschaften angenommenen Orientierung von Unternehmen am Kriterium der Effizienz abzugrenzen. Demgegenüber wird die gesellschaftliche Einbettung von Unternehmen betont, die vor allem zur Orientierung am Kriterium der Legitimität führt.

Einen wegweisenden Beitrag zu dieser Perspektive haben Marshall Meyer und Lynne G. Zucker (1989) Ende der 1980er Jahre zur Diskussion gestellt. Auf der Grundlage mehrerer Fallstudien behandeln sie die Frage, wie es Unternehmen, die über einen längeren Zeitraum und für alle Beteiligten vorhersehbar das Gewinnziel verfehlen, dennoch gelingt zu überleben. Die Antwort lautet: Die Akquisition von Ressourcen ist im Falle dauerhaft scheiternder Organisationen möglich, weil diese Unternehmen einen besonderen Rückhalt oder eine besondere Förderungswürdigkeit erfahren. Insofern handelt es sich um Organisationen, für die Legitimität wichtiger ist als Leistungsfähigkeit. Zumindest indirekt ist der dabei angesprochene Zusammenhang zwischen Überlebensfähigkeit und Ineffizienz gut belegt. Nicht zuletzt haben empirische Untersuchungen der Populationsökologie deutliche Hinweise in diese Richtung geliefert. DiMaggio (1989) zufolge bestand die Leistung der Studie von Meyer und Zucker deshalb in der „Verbindung von zwei bekannten Beobachtungen zu einer fesselnden Einsicht. Erstens nimmt organisatorische Mortalität mit zunehmendem Alter ab. Zweitens verbessert sich die Leistungsfähigkeit von Organisationen nicht mit zunehmendem Alter. Aus diesen beiden gut belegten Forschungsergebnissen leiten die Autoren eine subversive Schlussfolgerung ab: Effizienz ist nur eine, und nicht notwendigerweise die wichtigste Determinante der Überlebensfähigkeit von Organisationen“ (DiMaggio 1989: 9).

Auch Neil Fligsteins mittlerweile klassische Studie zur Ausbreitung des Managerkapitalismus in der US-Industrie war gegen eine Überbetonung von Effizienzargumenten gerichtet. Fligstein knüpfte thematisch an die viel beachteten Arbeiten des Wirtschaftshistorikers Alfred D. Chandler (1962, 1977) an und kam zu dem Ergebnis, dass der Anfang des 20. Jahrhunderts einsetzende Strukturwandel der amerikanischen Industrieunternehmen in Richtung Grossunternehmen und einer Überbetonung sogenannten „economies of scale“ einen überaus homogenen Prozess darstellte. Seinen Ausgangspunkt beschreibt er wie folgt: „Die ökonomische Theorie besagt, dass eine Firma so lange produziert, bis sie keine Profite mehr macht. Unglücklicherweise ... führen Firmen jedoch auch jenseits des Punktes einer Null-Profitabilität fort, weiter zu produzieren“ (Fligstein 1990: 21). Als Ursachen verweist er mit Bezug auf den grundlegenden neo-institutionalistischen Beitrag von DiMaggio und Powell (1983) auf veränderte staatliche Rahmenbedingungen (insbesondere die Anti-Trust-Gesetze) und auf Prozesse mimetischer Isomorphie innerhalb organisatorischer Felder: „Die Existenz organisationaler Felder verdankt sich der wechselseitigen Anerkennung einer Interdependenz zwischen Akteuren in verschiedenen Firmen. Diese Akteure sind durch ähnliche Konzeptionen legitimen Handelns und durch eine ähnliche Einschätzung der Position jeder

einzelnen Organisation in diesem Feld miteinander verbunden. ... Durch wechselseitige Beobachtung konstruieren Manager Handlungsvarianten und finden für sich selbst Marktnischen. Das Problem ist zu entscheiden, an wem man sich orientiert und wie deren Handlungen zu interpretieren sind“ (Fligstein 1990: 5 f.).

Die Studie Fligsteins hat im Laufe der Jahre selbst den Status eines Modells erworben und zahlreiche Folgestudien angeleitet. Vorwiegend geht es dabei um die Inkorporierung neuartiger Organisationsstrukturen und -verfahren wie z. B. Ausbildungsideale und -programme (Scott und Meyer 1994b; Monahan et al. 1994); interne Arbeitsmärkte und Aufstiegschancen (Dobbin et al. 1994); Personalentwicklungssysteme (Baron et al. 1986); Techniken der Wirtschaftsprüfung und Buchführung (Mezias 1990, 1995; Han 1994) etc. Den derzeitigen Schwerpunkt dieses Forschungsprogramms bilden Studien zur Durchsetzung neuer ökonomischer Ideale wie der sogenannten Shareholder-value-Orientierung (Meyer 2004; Fiss und Zajac 2004) sowie zu neuen Formen der gesellschaftlichen Verantwortungsübernahme in Form einer sogenannten Corporate Social Responsibility (Hiss 2006). Es wird betont, dass die Diffusion neuartiger Strukturen und Verfahren sowie die Möglichkeiten und Grenzen ihrer Umsetzung in Wirtschaftsorganisationen primär durch übergreifende gesellschaftliche Erwartungen an angemessenes Verhalten und weniger durch ökonomische Zweck/Mittel-Rationalität bestimmt werden.

2. Wettbewerbsstrukturen und -strategien

Märkte werden im Neo-Institutionalismus als anspruchsvolle und voraussetzungsreiche Strukturen konzipiert; keinesfalls gelten sie als ein norm- und regelfreier Naturzustand. Anknüpfungspunkte für diese Perspektive bieten insbesondere Durkheims Hinweise auf die „vorvertraglichen Voraussetzungen des Vertrages“ (vgl. zusammenfassend Hodgson 1988). Zugleich wird betont, dass es nicht ausreicht, einmal die Entstehung des Marktes zu ermöglichen und diesen dann sich selbst zu überantworten, weil Märkte zur Selbstauflösung in Richtung Kartellbildung und Monopolisierung tendieren. Ein zweiter Aspekt, der für ein neo-institutionalistisches Verständnis der Funktionsweise wirtschaftlichen Wettbewerbs von zentraler Bedeutung ist, bezieht sich auf die strategischen Orientierungen der Anbieter von Gütern und Dienstleistungen. Diese strategischen Überlegungen laufen im Kern darauf hinaus, „direkten Wettbewerb zu vermeiden“ (Fligstein 1996: 662).

Möglichkeiten der Wettbewerbsvermeidung ergeben sich, wenn es gelingt, die Anzahl der Konkurrenten überschaubar zu halten, sich mit wenigen Konkurrenten abzustimmen und jeweils spezifische Nischen zu besetzen. Bestehende Märkte tendieren Fligstein zufolge deshalb zu folgender Struktur: Eine überschaubare Anzahl definitionsmächtiger Trendsetter im Zentrum kontrolliert ihre Rahmenbedingungen und orientiert sich aneinander, um Nischen zu finden und einem direkten Wettbewerb zu entgehen (s. a. Powell 2001: 51). Dem „Quasi-Oligopol“ im Zentrum stehen „newcomer“ gegenüber, die versuchen, in dieses Feld einzudringen, indem sie sich an bereits vorgegebene Rahmenbedingungen anzupassen versuchen. Durch Veränderungen des Marktes, wie sie sich insbesondere im Zusammenhang mit Globalisierungsprozessen beob-

achten lassen, aber auch durch grundlegende Innovationen, wie sie aus technologischen Durchbrüchen resultieren können, spielt sich diese Struktur neu ein.

Das neo-institutionalistische Verständnis von Wettbewerbsstrukturen ist darüber hinaus sehr stark durch Studien der kanadischen Organisationsforscher Joel Baum und Theresa Lant geprägt worden (Lant und Baum 1995; Baum und Lant 2003). In ihnen wird die Frage, „... wie Gruppen von Firmen gemeinsame Überzeugungen, Strukturen, Praktiken und Beziehungsnetze entwickeln ... [mit der Idee beantwortet, die Verf.], dass die Kognitionen und Interaktionen von Organisationsmitgliedern eine wichtige Ursache für Isomorphie sein können“ (Lant und Baum 1995: 16). Forschungsleitend ist die Überlegung, dass Konkurrenz Ähnlichkeiten sowohl voraussetzt als auch vorantreibt. Bezogen auf den Gegenstandsbereich ihrer Untersuchung, der Hotelindustrie Manhattans, identifizieren sie drei Schlüsselvariablen, anhand derer Unternehmensleistungen Ähnlichkeiten beurteilen: Größe, Preis und Standort. Schlüsselvariablen dieser Art bestimmen Lant und Baum zufolge die Zugehörigkeit zu sogenannten Wettbewerbs-Sets. Anhand ihrer Fallstudie können die Autoren sehr gut illustrieren, dass die Nachfrageseite in diesem Zusammenhang nur wenig Information bereitstellt und deshalb kaum beachtet wird. Hotelgäste reagieren, wenn überhaupt, nur sehr träge auf Veränderungen im Preis-Leistungs-Verhältnis und im Serviceangebot. Die Orientierung an anderen Anbietern ist deshalb aus strategischen Gründen naheliegend. Sie dient als Vergewisserungsstrategie für Wettbewerbsverhalten in einer unsicheren und undurchschaubaren gesellschaftlichen Umwelt.

Mit Analysen zum wirtschaftlichen Wettbewerbsverhalten ist der Neo-Institutionalismus bis weit in den Kernbereich des Wirtschaftslebens vorgedrungen. Es geht nicht mehr darum, was Wirtschaftsorganisationen jenseits marktwirtschaftlicher Orientierungen berücksichtigen, sondern um eine institutionalistische Analyse realen Marktverhaltens. Dabei bestehen einerseits Parallelen zu populationsökologischen Studien (Hannan und Freeman 1977; Carroll 1985) und den marktsoziologischen Arbeiten von Harrison White (2002), denen zufolge marktwirtschaftliches Verhalten vor allem durch die Vermeidung von Wettbewerb gekennzeichnet ist. Andererseits stellen die Arbeiten von Baum und Lant eine wirtschaftssoziologisch relevante Erweiterung des klassischen neo-institutionalistischen Beitrags von DiMaggio und Powell (1983) zu Strukturangleichungsprozessen in organisationalen Feldern dar, indem sie ihren organisationssoziologischen Bezugsrahmen zur Analyse des Wettbewerbsverhaltens von Wirtschaftsorganisationen weiterentwickeln. Im Ergebnis bestehen auch hier wiederum deutliche Berührungspunkte zu White, der in seinem Aufsatz *Where do markets come from?* (White 1981) den Markt als einen Spiegel bezeichnet hat, hinter dem die Nachfrageseite verborgen bleibt, der es den einzelnen Wettbewerbern jedoch erlaubt, sich wechselseitig wahrzunehmen und hierauf bezogene Strategien zu entwickeln.

III. Neuere Theorieentwicklungen

Wie einleitend erwähnt, war das Feld des Neo-Institutionalismus in seinen Ursprüngen durch wenige Aufsätze und heterogene Theorieinflüsse geprägt. Hieraus resultierte eine Fülle empirischer Studien, deren gemeinsames Band im Bereich der Wirtschaftssoziologie die Zurückweisung enger Rationalitätsannahmen darstellt. Die theoretisch-

konzeptionelle Entwicklung des Ansatzes weist eine deutliche Dynamik auf, die über die ursprünglichen Prämissen hinausreicht. Dies wird deutlich, wenn man die beiden wichtigsten Sammelbände miteinander vergleicht. Der 1991 von Walter Powell und Paul DiMaggio herausgegebene Sammelband *The New Institutionalism in Organizational Analysis* umfasst klassische Beiträge ebenso wie empirische Anwendungen und theoretische Weiterentwicklungen, die sich innerhalb des primär organisationssoziologischen Bezugsrahmens bewegen. Das kürzlich erschienene *Handbook of Organizational Institutionalism* (Greenwood et al. 2008) belegt demgegenüber die seit den 1990er Jahren einsetzende Öffnung und Pluralisierung des Ansatzes, die sich aus der verstärkten Rezeption anderer Theorieansätze (u. a. Kritische Theorie, Netzwerktheorie, Praxistheorie, Theorien sozialer Bewegungen) ergibt. Ebenso deutlich spielt hier die kritische Reflexion des eigenen Tuns, seiner epistemologischen Grundlagen und politischen Implikationen eine weitaus stärkere Rolle als zuvor. In theoretischer Hinsicht halten wir vor allem die Auseinandersetzung zwischen makrosoziologisch-kulturtheoretischen und akteurstheoretischen („institutional entrepreneurs“) Perspektiven, in der es um den Status von Akteuren im Neo-Institutionalismus geht, für fruchtbar.

1. Actorhood: Der makrosoziologisch-kulturtheoretische Bezugsrahmen

Wenngleich Organisationen besondere Möglichkeiten der empirischen Forschung bieten, ist für eine theoretische Diskussion wichtig hervorzuheben, dass Organisationen und deren gleichförmiger Wandel nur einen von mehreren Untersuchungsbereichen des Neo-Institutionalismus darstellen. Vor allem die makrosoziologisch ausgerichteten und kultursoziologisch fundierten Arbeiten von John Meyer gehen weit darüber hinaus (vgl. Meyer 2005a; Krücken und Drori 2009). Hier wurde z. B. aufgezeigt, dass auch Vorstellungen individueller Lebensführung (z. B. gesundheitsbewusste Verhaltensweisen oder lebenslanges Lernen) und Konzepte einzelner Lebensabschnitte (z. B. Kindheit als geschützte Lebensphase, sogenannte Neue Alte als aktiv partizipierende Gesellschaftsmitglieder etc.) institutionell geprägt sind, woraus massive Angleichungen resultieren (für die Bezugnahme auf Muster moderner Individualität s. Meyer 1986, 1990; Frank et al. 1995). Ähnliches lässt sich zu den an Staaten und deren Politik gerichteten Erwartungen formulieren, was insbesondere durch Untersuchungen im Bereich des Umweltschutzes, der Sozialpolitik oder der Bildung belegt werden konnte (zur kulturellen Prägung moderner Staaten s. Meyer 1980, 2000).

Doch welche übergeordneten Einflüsse sind hier ausschlaggebend? Hauptsächlich geht es nach neo-institutionalistischer Auffassung um Prozesse der Rationalisierung, die bereits von Max Weber (1920, 1972) als ein umfassendes Projekt der Modernisierung beschrieben worden sind (Meyer et al. 1994). Organisationen, Individuen und Staaten haben demnach gemeinsam, dass sie sich als rationale Akteure verhalten, und dass genau dies von ihnen erwartet wird (Meyer und Jepperson 2000). Neben Rationalisierung erachtet die auf Meyer zurückgehende Variante des Neo-Institutionalismus zudem die Universalisierung von Fairness-Idealen als zentralen Bestandteil des kulturellen Rahmens. Dabei ist vor allem an Ansprüche der Demokratisierung oder der Stärkung partizipativer Elemente zu denken, an die Durchsetzung von Prinzipien der Chancengleichheit sowie an die Festigung und Weiterentwicklung der Gewährung von Schutz-

und Minderheitenrechten (für einen Überblick s. Boli und Thomas 1997). Wichtig ist, dass auch die gesellschaftliche Auseinandersetzung um Fairness-Ideale nicht ohne Akteursbezüge funktioniert und insofern zur Konstituierung individueller oder kollektiver Akteure beiträgt. So werden Individuen, die den zentralen Bezugspunkt der weltweiten Menschenrechtspolitik darstellen, erst durch ein universalistisches Konzept „individueller Rechte“ als handlungsfähige und voll verantwortliche Akteure konstituiert.

Da Handlungsfähigkeit aus Sicht dieser Variante des Neo-Institutionalismus nur im Rahmen eines übergreifenden kulturellen Deutungssystems zu verstehen ist, steht die Konstitution von Akteuren im Zentrum zahlreicher theoretischer und empirischer Analysen (grundlegend Meyer und Jepperson 2000). Es sind nicht Akteure und ihre Interessen, die die Gesellschaft konstituieren („bottom up“), sondern es verhält sich umgekehrt: In fortwährenden Rationalisierungsprozessen erzeugt die Gesellschaft, die sich aus den kulturellen Grundprinzipien der westlichen Moderne zusammensetzt, die sie bevölkernden Akteure („top down“). Man geht von drei Typen von Akteuren aus (Nationalstaaten, Organisationen, Individuen), die sich als zentrale Handlungsträger der Moderne herauskristallisieren und gegenüber anderen Formen der Organisation von Handlungsfähigkeit (Clans, Familien, Gruppen etc.) an Bedeutung gewinnen. Der Nationalstaat, die formale Organisation und das rationale Individuum sind also nicht als fixe und vorgegebene Einheiten vorauszusetzen, sondern das Ergebnis weltkultureller Rationalisierungsprozesse. Vor allem mit der These der Konstitution des Individuums in fortwährenden Rationalisierungsprozessen wird der Gegenstandsbereich institutionalistischer Analysen in der Soziologie erweitert. Institutionen sind nach dieser Lesart weit mehr als lediglich „Spielregeln“ für Akteure, so die berühmte institutionenökonomische Definition von Douglass North (1990), die auch von soziologischer Seite häufig übernommen wird (Brinton und Nee 1998). Aus der gesellschaftstheoretischen Perspektive des Neo-Institutionalismus heißt es vielmehr: „[So] hat die moderne Gesellschaft die Identität von Bürgern und Bürgerinnen, Konsumenten und Konsumentinnen, Arbeitern und Arbeiterinnen, Kindern, Ehepartnern usw. institutionell transformiert. In jedem einzelnen Fall haben sich mehr Dinge geändert als lediglich die Spielregeln – die Spieler selbst sind nun andere, mit anderen Werten, Wissensgrundlagen, Zielen und Interessen“ (Meyer 2005b: 10).

Das Potenzial dieser allgemeinen Annahmen für die Wirtschaftssoziologie wurde bislang nur begrenzt ausgeschöpft. In den unter II.1. benannten Arbeiten zu Wirtschaftsorganisationen findet man zwar die empirische Rekonstruktion wirtschaftlicher Akteure, deren gesellschaftliche Anerkennung sich durch die Übernahme allgemein anerkannter „scripts“ vollzieht; die darüber hinausgehenden theoretischen Überlegungen zur Akteurskonstitution werden jedoch kaum berücksichtigt. Die Konstitution individueller und staatlicher Wirtschaftsakteure stellt noch weitgehend eine Leerstelle innerhalb des an John Meyer anschließenden Neo-Institutionalismus dar. Im Hinblick auf individuelle Akteure könnte man zum Beispiel an institutionelle Neuerungen in Wohlfahrts- und Entwicklungsstaaten denken, durch die das aktive, rationale und eigenverantwortliche Individuum an die Stelle des eher passiven Leistungsempfängers tritt (Hasse 2003). Ebenso werden Studierende zunehmend als individuell-zweckrationale Akteure konstituiert, deren Wahlverhalten nicht primär durch die räumliche Nähe zum Heimatort (im Hinblick auf den Studienort) oder durch intrinsische Motivation (im Hinblick auf das Studienfach) geprägt ist, sondern sich am erwarteten „return on

investmest“ orientiert (Krücken 2008: 170 f.). In beiden genannten Beispielen sind staatliche Akteure von besonderer Bedeutung und ebenso wie für individuelle Akteure gilt auch hier, dass ihre Ziele und Präferenzen vielfältigen gesellschaftlichen Einflüssen unterworfen sind.

2. Agenten institutionellen Wandels: Entrepreneurship

In kritischer Anlehnung an das Konzept organisatorischer Felder haben einige Neo-Institutionalisten in den 1990er Jahren damit begonnen, die aktive Beteiligung von Organisationen an Institutionalisierungsprozessen hervorzuheben (ausführlicher hierzu: Hasse und Krücken 2008b). Die für frühe neoinstitutionalistische Arbeiten charakteristische (und oft kritisierte) Vorstellung einer Umweltdeterminierung von Organisationen wird hier durch kontextualistische (oder netzwerkbezogene) Konzepte ersetzt. Durch diese Ersetzung wird zum Ausdruck gebracht, dass eine fokale Organisation integraler Bestandteil des sie umgebenden Settings ist und dass Organisationen danach trachten, dieses Setting mit zu gestalten. Greenwood, Oliver, Sahlin und Suddaby (2002) haben im Anschluss hieran allerdings erhebliche Machtasymmetrien hervorgehoben, die die Möglichkeiten der Beeinflussung von Rahmenbedingungen betreffen (s. a. Fligstein 1996): Während einige Organisationen ihren Feldkontext als vorgegeben und außerhalb ihrer Kontrolle liegend erfahren, verfügen andere Organisationen über Möglichkeiten eines institutionellen Engineering. Darüber hinaus hat die auf Fragen von entrepreneurship bezogene Forschung bereits früh hervorgehoben, dass Organisationen (und heroische Individuen) nicht die einzigen „institutional entrepreneurs“ sind (Thornton 1999; Greenwood et al. 2002). Vielmehr engagieren sich oftmals Professionen und Standardisierungsinstanzen (Hwang und Powell 2005; Brunsson und Jacobsson 2000) sowie soziale Bewegungen (Rao et al. 2003) für institutionelle Veränderungen.

Die Auseinandersetzung mit Fragen der Gestaltbarkeit institutioneller Kontexte hat Ende der 1990er Jahre zu einer Wiederentdeckung der Figur des aktiven Agenten geführt (DiMaggio 1988; Beckert 1999). Das Konzept der Agentschaft ist allerdings nicht ökonomischen Ansätzen vom Typus rational choice oder principal/agency theory verpflichtet. Stattdessen haben sich Neo-Institutionalisten hier vor allem auf Praxistheorien bezogen, so wie sie im späten 20. Jahrhundert im Rahmen der europäischen Soziologie entwickelt worden sind (Bourdieu 1977, 1990; Giddens 1984; Joas 1996). Agentschaft schließt dann die Fähigkeit zu aktivem Entscheidungsverhalten und zu reflexiver Selbstbeobachtung mit ein, ohne dass unterstellt wird, Entscheidungen seien durch fixe Präferenzen bestimmt (Feldman und Pentland 2003: 95 f.; Child 1997).

Das Konzept aktiver Agentschaft hat zudem dazu geführt, sich mit der gesamten Bandbreite kognitiver, sozialer und materieller Ressourcen zu beschäftigen, die für eine zielstrebige Intervention in institutionelle Bedingungen genutzt werden können (Rao 1998; Lounsbury 2001). Sie hat auch die Suche nach Kontingenzfaktoren stimuliert, von denen angenommen wird, dass sie Gestaltungsmöglichkeiten determinieren. Darüber hinaus sind in diesem Diskussionszusammenhang Bezüge auf Theoriediskussionen der 1960er Jahre erkennbar. Während einige Autoren sich auf die klassischen Vertreter des soziologischen Institutionalismus (Selznick 1949; Stinchcombe 1965) rückbeson-

nen haben, um Konflikt- und Machtthemen anzusprechen (Greenwood und Hinings 1996: 103 f.), haben andere die Arbeiten von S. N. Eisenstadt (1964, 1965) wieder entdeckt, in denen Eliten und Leitungsrollen als Trägerinstanzen institutionellen Unternehmertums identifiziert wurden (Dorado 2005). Für Eisenstadt stellen die Möglichkeit der Bezugnahme auf andere Institutionen und die Fähigkeit der Eliten zur Mobilisierung von Ressourcen Vorbedingungen für gezielten institutionellen Wandel dar. Es ist jedoch eine offene Frage, ob die gegenwärtigen Diskussionen über diese Einschätzung substanziell hinausführen können. Gleichwohl bilden Fragen zum institutionellen Unternehmertum derzeit einen Schwerpunkt der internen theoretischen Debatten (für einen aktuellen Überblick vgl. Hardy und Maguire 2008). Einige Neo-Institutionalisten sind davon überzeugt, dass „der Diskurs um das institutionelle Unternehmertum geholfen hat, neo-institutionalistische Analysen in sinnvoller Weise auf die Bedeutung von Akteuren und ihre Rolle als Katalysatoren institutionellen Wandels zu richten“ (Lounsbury 2005: 30). Diese Position möchte nicht nur eine Erklärung für den dynamischen Charakter institutioneller Bedingungen liefern (Greenwood und Hinings 1996). Vielmehr werden auch forschungsstrategische Erwägungen ins Feld geführt, die gerade auch für die Weiterentwicklung der Wirtschaftssoziologie von Relevanz sind. So wird das Potenzial zur Überwindung quasi-paradigmatischer Frontstellungen gegenüber klassischen Institutionalisten, gegenüber der institutionellen Ökonomie sowie gegenüber allen Sozialtheorien, die stärker voluntaristischen Handlungskonzepten und rationalem Entscheidungsverhalten verpflichtet sind (Blom-Hansen 1997; Abbell 1995), hervorgehoben. Darüber hinaus werden sogar nicht-wissenschaftliche Vorzüge genannt, die darin bestehen, dass die Betonung aktiven Unternehmertums bessere Anwendungsperspektiven für Entscheidungsträger und für Berater eröffnet (Sahlin-Andersson und Engvall 2002). Dieses Argument läuft im Kern darauf hinaus, dass, verglichen mit makrosoziologisch-kulturtheoretischen Positionen, für akteurstheoretische Programmatiken ein höheres Maß an gesellschaftlicher Unterstützung und Legitimität erwartet werden kann. Aber ironischerweise würde dies exakt dem entsprechen, was John Meyer und andere radikal makrosoziologisch-kulturtheoretisch ausgerichteten Vertreter des Neo-Institutionalismus ohnehin hervorheben (s. Hwang und Powell 2005: 182 für die Entwicklung eines ähnlichen Arguments).

IV. Zusammenfassung und Diskussion

Kein Zweifel, neo-institutionalistische Arbeiten leisten einen wichtigen Beitrag zur gegenwärtigen Wirtschaftssoziologie. Die Selbstkritik eines der Hauptprotagonisten aus dem Jahr 1991, „Ein großer Teil der empirischen Forschung hat sich bislang auf ‚non-profit‘-Organisationen und öffentliche Einrichtungen (Schulen, Psychiatrie, Gesundheitswesen, kulturelle Institutionen etc.) gerichtet“ (Powell 1991: 183), entspricht schon seit einiger Zeit nicht mehr dem Stand der Forschung. Der Großteil der neo-institutionalistischen Empirie ist heutzutage auf den Wirtschaftsbereich bezogen, wie zum Beispiel die in Walgenbach und Meyer (2008) vorgestellten Studien eindrucksvoll belegen. Zudem stellt der Neo-Institutionalismus einen theoretischen Bezugsrahmen dar, der nicht nur in der Wirtschaftssoziologie, sondern auch im hybriden und transdisziplinären Bereich der Managementforschung von sehr hoher Bedeutung ist. So ist

der Neo-Institutionalismus, folgt man dem Sprecher der Sektion „Organisations- und Managementtheorie“ der renommierten amerikanischen „Academy of Management“, der mit Abstand am meisten verwendete theoretische Ansatz bei den dort eingereichten Arbeiten im Jahr 2005 (Davis 2006: 114 f.). Generell gilt, dass die bereits früh formulierte Kritik starker Effizienzannahmen nach wie vor die Grundlage des neo-institutionalistischen Beitrags zur Wirtschaftssoziologie und Managementforschung darstellt, wengleich hiervon ausgehend einzelne Autoren verstärkt nach Verbindungen zu ökonomischen Ansätzen suchen (Fligstein und Dauter 2007: 6, 16 ff.).

Auf einer allgemeinen Ebene erscheint uns gegenwärtig die Diskussion des Status von Akteuren in der neo-institutionalistischen Theorie als besonders weitreichend. Hier stehen sich das von Meyer und anderen vertretene Konzept der gesellschaftlichen Akteurskonstitution sowie das in Forschungen zu „institutional entrepreneurs“ vertretene Konzept aktiver Agenten institutionellen Wandels auf den ersten Blick diametral gegenüber. Bei näherer Betrachtung lassen sich jedoch durchaus Komplementaritäten und Berührungspunkte identifizieren. So lassen sich aus der makrosoziologisch-kulturtheoretischen Perspektive die grundlegenden Konstitutionsbedingungen moderner Akteure rekonstruieren, deren Identität sich durch die Übernahme kulturell legitimer Modelle aktiver Agentschaft auszeichnet. Damit wird ein Akteursmodell gezeichnet, dessen Implikationen sich in Studien über „institutional entrepreneurs“ ausleuchten lassen. Umgekehrt wird Rationalität im letztgenannten Ansatz nicht auf Zweckrationalität verkürzt, sondern durchaus breiter im Sinne von Meyer und anderen gefasst. Ebenso gewinnen institutionelle Unternehmer ihre Bedeutung erst durch ihre Position in institutionalisierten Kontexten und nicht aufgrund spezifischer Persönlichkeitsmerkmale. Ohnehin verleitet der Begriff des Unternehmers zu einer zu starken Fokussierung auf individuelle Akteure, während es in den meisten Studien um die aktive Agentschaft von Organisationen in Prozessen institutionellen Wandels sowie um die Rolle der von ihnen ausgehenden Deutungsmuster geht.

Wengleich wir hinsichtlich einer theoretisch-konzeptionellen Integration beider Perspektiven eher skeptisch sind, weist der zuletzt genannte Punkt auf eine Gemeinsamkeit hin, die gerade für die Wirtschaftssoziologie zu beachten ist. Beide Varianten der neo-institutionalistischen Akteurstheorie stellen in besonderer Weise die Rolle allgemeiner Deutungsmuster heraus, sei es im Prozess der Akteurskonstituierung, sei es im Prozess der Institutionalisierung von Handlungsmustern durch institutionelle Unternehmer. Damit werden zugleich deutungsmächtige Akteure wie Professionen, Wissenschaftler und Beratungseinrichtungen, die Beiträge zur Theoretisierung der sozialen Welt leisten und diesbezügliche Modelle entwickeln und verbreiten, aus beiden Perspektiven in den Blick genommen. Mit dieser Ausrichtung kann ein Beitrag zu aktuellen wirtschaftssoziologischen Diskussionen zur „Performativität“ von Expertendiskursen (vgl. MacKenzie et al. 2007) in der sozialen Wirklichkeitskonstruktion des Wirtschaftslebens geleistet werden. Darüber hinaus erhält die neo-institutionalistische Forschung hierdurch eine reflexive Komponente, die ihr bislang noch weitgehend fehlte.

Literatur

- Abbell, Peter. 1995. The new institutionalism and rational choice theory. In *The institutional construction of organizations*, eds. W. Richard Scott, Soren Christensen, 3-14. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Baron, John, Frank Dobbin und P. Deveraux Jennings. 1986. War and peace: the evolution of modern personal administration in U.S. industry. *American Journal of Sociology* 92: 350-383.
- Baum, Joel A. C., und Theresa K. Lant. 2003. Hits and misses: managers' (mis)categorization of competitors in the manhattan hotel industry. In *Geography and strategy. Advances in strategic management* 20, eds. Joel A. C. Baum, Olav Sorenson, 119-156. Oxford: JAI Press/Elsevier.
- Beckert, Jens. 1999. Agency, entrepreneurs, and institutional change. The role of strategic choice and institutionalized practices in organizations. *Organization Studies* 20: 777-799.
- Berger, Peter L., und Thomas Luckmann. 1967. *The social construction of reality*. New York, NY: Doubleday.
- Blom-Hanson, Jens. 1997. A 'new institutional' perspective on policy networks. *Public Administration* 75: 669-693.
- Boli, John, und George M. Thomas. 1997. World culture in the world polity: a century of international non-governmental organization. *American Sociological Review* 62: 171-190.
- Bourdieu, Pierre. 1977. *Outline of a theory of practice*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Bourdieu, Pierre. 1990. *The logic of practice*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Brinton, Mary, und Victor Nee, eds. 1998. *The new institutionalism in sociology*. New York, NY: Russell Sage Foundation.
- Brunsson, Nils, und Bengt Jacobsson, eds. 2000. *A world of standards*. Oxford: Oxford University Press.
- Carroll, Glenn R. 1985. Concentration and specialization. Dynamics of niche width in populations of organizations. *American Journal of Sociology* 90: 1262-1283.
- Chandler, Alfred D. 1962. *Strategy and structure: chapters in the history of the american industrial enterprise*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Chandler, Alfred D. 1977. *The visible hand. The managerial revolution in american business*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Child, John 1997. Strategic choice in the analysis of action, structure, organizations and environment: retrospect and prospect. *Organization Studies* 18: 43-76.
- Davis, Gerald F. 2006. Mechanisms and the theory of organizations. *Journal of Management Inquiry* 15: 114-118.
- DiMaggio, Paul J. 1988. Interest and agency in institutional theory. In *Institutional patterns and organizations: culture and environment*, ed. Lynne G. Zucker, 3-21. Cambridge, MA: Ballinger.
- DiMaggio, Paul J. 1989. Foreword. In *Permanently failing organizations*, Marshall W. Meyer, Lynne G. Zucker, 7-11. Newbury Park, CA: Sage.
- DiMaggio, Paul J., und Walter W. Powell. 1983. The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review* 48: 147-160.
- DiMaggio, Paul J., und Walter W. Powell. 1991. Introduction. In *The new institutionalism in organizational analysis*, eds. Walter W. Powell, Paul J. DiMaggio, 1-38. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Dobbin, Frank R. 1994. Cultural models of organization: the social construction of rational organizing principles. In *The Sociology of Culture*, ed. Diana Crane, 117-142. Oxford: Blackwell.
- Dobbin, Frank R., John R. Sutton, John W. Meyer und W. Richard Scott. 1994. Equal opportunity law and the construction of internal labor markets. In *Institutional environments and organizations. Structural complexity and individualism*, eds. W. Richard Scott, John W. Meyer, 272-300. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dorado, Silvia. 2005. Institutional entrepreneurship, partaking, and convening. *Organization Studies* 26: 385-414.
- Durkheim, Émile. 1980. *Die Regeln der soziologischen Methode*, herausgegeben und eingeleitet von René König. Darmstadt, Neuwid: Luchterhand.

- Eisenstadt, Shmuel N. 1964. Social change, differentiation, and evolution. *American Sociological Review* 29: 235-247.
- Eisenstadt, Shmuel N. 1965. *Essays on comparative institutions*. New York, NY: John Wiley.
- Feldman, Martha S., und Brian T. Pentland. 2003. Reconceptualizing organizational routines as a source of flexibility and change. *Administrative Science Quarterly* 48: 94-118.
- Fiss, Peer C., und Edward J. Zajac. 2004. The diffusion of ideas over contested terrain: the (non)adoption of shareholder value orientation among german firms. *Administrative Science Quarterly* 49: 501-534.
- Fligstein, Neil. 1990. *The transformation of corporate control*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Fligstein, Neil. 1996. Markets as politics. A political and cultural approach to market institutions. *American Sociological Review* 61: 656-673.
- Fligstein, Neil, und Luke Dauter. 2007. The sociology of markets. *Annual Review of Sociology* 33: 6.1.-6.24.
- Frank, David J., John W. Meyer und David Miyahara. 1995. The individualist polity and the centrality of professionalized psychology. *American Sociological Review* 60: 360-37.
- Giddens, Anthony. 1984. *The constitution of society*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Greenwood, Royston, und C. R. Hinings. 1996. Understanding radical organizational change: bringing together the old and the new institutionalism. *Academy of Management Review* 21: 1022-1054.
- Greenwood, Royston, Christine Oliver, Kerstin Sahlin und Roy Suddaby, eds. 2008. *The SAGE handbook of organizational institutionalism*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Greenwood, Royston, Roy Suddaby und C. R. Hinings. 2002. Theorizing change. The role of professional associations in the transformation of institutional fields. *Academy of Management Journal* 45: 58-80.
- Han, Shin-Kap. 1994. Mimetic isomorphism and its effect on the audit services market. *Social Forces* 73: 637-663.
- Hannan, Michael T., und John Freeman. 1977. The population ecology of organizations. *American Journal of Sociology* 82: 929-964.
- Hardy, Cynthia, und Steve Maguire. 2008. Institutional entrepreneurship. In *The SAGE handbook of organizational institutionalism*, eds. Royston Greenwood, Christine Oliver, Kerstin Sahlin, Roy Suddaby, 198-217. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hasse, Raimund. 2003. *Wohlfahrtspolitik und Globalisierung*. Opladen: Leske + Budrich.
- Hasse, Raimund, und Georg Krücken. 1999. *Neo-Institutionalismus* (2., überarbeitete und erweiterte Auflage 2005). Bielefeld: transcript-Verlag.
- Hasse, Raimund, und Georg Krücken. 2008a. Institution. In *Handbuch Soziologie*, Hrsg. Nina Baur, Hermann Korte, Martina Löw, Markus Schroer, 163-182. Opladen: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hasse, Raimund, und Georg Krücken. 2008b. Systems theory, societal contexts, and organizational heterogeneity. In *The SAGE handbook of organizational institutionalism*, Hrsg. Royston Greenwood, Christine Oliver, Kerstin Sahlin, Roy Suddaby, 539-559. Thousands Oaks, CA: Sage.
- Hiß, Stefanie. 2006. *Warum übernehmen Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung? Ein soziologischer Erklärungsversuch*. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Hodgson, Geoffrey M. 1988. *Economics and institutions*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Hwang, Hoky, und Walter W. Powell. 2005. Institutions and entrepreneurship. In *The handbook of entrepreneurship research*, eds. Sharon A. Alvarez, Raishree Agarwal, Ovav Sorenson, 179-210. Dordrecht, Boston, London: Kluwer.
- Jepperson, Ronald L. 2002. The development and application of sociological neo-institutionalism. In *New directions in contemporary sociological theory*, eds. Joseph Berger, Morris Zelditch Jr., 229-266. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Joas, Hans. 1996. *The creativity of action*. Chicago, IL: University of Chicago Press.

- Krücken, Georg. 2008. Zwischen gesellschaftlichem Diskurs und organisationalen Praktiken: Theoretische Überlegungen und empirische Befunde zur Wettbewerbskonstitution im Hochschulbereich. In *Perspektiven der Hochschulforschung*, Hrsg. Karin Zimmermann, Marion Kamphans, Sigrid Metz-Göckel, 165-175. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Krücken, Georg, und Gili Drori, 2009. *World society. The writings of John Meyer*. Oxford: Oxford University Press.
- Lant, Theresa K., und Joel A. C. Baum. 1995. Cognitive sources of socially constructed groups. In *The institutional construction of organizations*, eds. W. Richard Scott, Soren Christensen, 15-38. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lounsbury, Michael. 2001. Institutional sources of practice variation: staffing college and university recycling programs. *Administrative Science Quarterly* 46: 29-56.
- Lounsbury, Michael. 2005. *Towards a practice perspective on institutional entrepreneurship: mutual fund money management change and the performativity-theorization link* (Manuscript, November 2005).
- MacKenzie, Donald, Fabian Muniesa und Lucia Siu, eds. 2007. *Do economists make markets?* Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Meyer, John W. 1980. The world polity and the authority of the nation-state. In *Studies of the modern world-system*, ed. Albert Bergesen, 109-137. New York, NY: Academic Press.
- Meyer, John W. 1986. The self and the life course: institutionalization and its effects. In *Human development and the life course*, eds. Aage B. Sorensen, Franz E. Weinert, Lonnie R. Sherrod, 199-216. Hillsdale: Erlbaum.
- Meyer, John W. 1990. Individualism: social experience and cultural formulation. In *Self-directness: causes and effects throughout the life course*, eds. Judith Rodin, Carmi Schooler, K. Warner Schaie, 51-58. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Meyer, John W. 2000. Globalization: Sources, and effects on national states and societies. *International Sociology* 15: 235-50.
- Meyer, John W. 2005a. *Weltkultur. Wie die westlichen Prinzipien die Welt durchdringen*, herausgegeben und eingeleitet von Georg Krücken. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Meyer, John W. 2005b. Einleitung. In *Neo-Institutionalismus*. 2., überarb. und erw. Ausgabe, Raimund Hasse, Georg Krücken, 5-12. Bielefeld: transcript-Verlag.
- Meyer, John W., John Boli und George M. Thomas. 1994. Ontology and rationalization in the western cultural account. In *Institutional environments and organizations. Structural complexity and individualism*, eds. W. Richard Scott, John W. Meyer, 9-26. Thousand Oaks, CA: Sage (deutsche Übersetzung in Meyer 2005a).
- Meyer, John W., und Ronald Jepperson. 2000. The „actors“ of modern society: The cultural construction of social agency. *Sociological Theory* 18: 100-120 (deutsche Übersetzung in Meyer 2005a).
- Meyer, John W., und Brian Rowan. 1977. Institutionalized organizations: formal structures as myth and ceremony. *American Journal of Sociology* 83: 340-363.
- Meyer, Marshall W., und Lynne G. Zucker. 1989. *Permanently failing organizations*. Newbury Park, CA: Sage.
- Meyer, Renate E. 2004. *Globale Managementkonzepte und lokaler Kontext. Organisatorische Wertorientierung im österreichischen öffentlichen Diskurs*. Wien: WUV.
- Mezias, S. J. 1990. An institutional model of organizational practice. Financial reporting at the fortune 200. *Administrative Science Quarterly* 35: 431-457.
- Mezias, Steven J. 1995. Using institutional theory for understanding the for profit-sector. In *The institutional construction of organizations*, eds. W. Richard Scott, Soren Christensen, 264-296. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Monahan, Susanne C., John W. Meyer und W. Richard Scott. 1994. Employee training: the expansion of organizational citizenship. In *Institutional environments and organizations. structural complexity and individualism*, eds. W. Richard Scott, John W. Meyer, 255-271. Thousand Oaks, CA: Sage.
- North, Douglas C. 1990. *Institutions, institutional change, and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Powell, Walter W. 1991. Expanding the scope of institutional analysis. In *The new institutionalism in organizational analysis*, eds. Walter W. Powell, Paul J. DiMaggio, 183-203. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Powell, Walter W. 2001. The capitalist firm in the twenty-first century: emerging patterns in western enterprise. In *The twenty-first century firm: changing economic organization in international perspective*, ed. Paul J. DiMaggio, 33-68. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Powell, Walter W., und Paul J. DiMaggio, eds. 1991. *The new institutionalism in organizational analysis*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Rao, Hayagreeva 1998. Caveat emptor: the construction of nonprofit consumer watchdog organizations. *American Journal of Sociology* 103: 912-961.
- Rao, Hayagreeva, Phillipe Monin und Rodolphe Durand. 2003. Institutional change in Toque Ville: nouvelle cuisine as an identity movement in french gastronomy. *American Journal of Sociology* 108: 795-843.
- Sahlin-Andersson, Kerstin, und Lars Engwall, eds. 2002. *The expansion of management knowledge. Carriers, flows and sources*. Stanford, CA: Stanford Business Books.
- Schülein, Johann A. 1987. *Theorie der Institution. Eine dogmengeschichtliche und konzeptionelle Analyse*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Scott, W. Richard 1987. The adolescence of institutional theory. *Administrative Science Quarterly* 32: 493-511.
- Scott, W. Richard 1995. *Institutions and organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Scott, W. Richard, und Soren Christensen, eds. 1995. *The institutional construction of organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Scott, W. Richard, und John W. Meyer, eds. 1994. *Institutional environments and organizations: structural complexity and individualism*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Selznick, Philip. 1949. *TVA and the grass roots*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Stinchcombe, Arthur L. 1965. Social structure and organizations. In *Handbook of organizations*, ed. J. G. March, 142-193. Chicago: Rand McNally.
- Thornton, Patricia H. 1999. The sociology of entrepreneurship. *Annual Review of Sociology* 25: 19-46.
- Tolbert, Pamela S., und Lynne G. Zucker. 1996. The institutionalization of institutional theory. In: *Handbook of organization studies*, eds. Stewart R. Clegg, Cynthia Hardy, Walter R. Nord, 175-190. London: Sage.
- Walgenbach, Peter. 1995. Institutionalistische Ansätze in der Organisationstheorie. In *Organisationstheorien*, 2. Auflage, Hrsg. Alfred Kieser, 269-301. Stuttgart: Kohlhammer.
- Walgenbach, Peter, und Renate Meyer. 2008. *Neoinstitutionalistische Organisationstheorie*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Weber, Max. 1920. *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie*, Bd. I. Tübingen: Mohr.
- Weber, Max. 1972. *Wirtschaft und Gesellschaft* (1922), 5., revidierte Auflage, besorgt von Johannes Winckelmann. Tübingen: Mohr Siebeck.
- White, Harrison C. 1981. Where do markets come from? *American Journal of Sociology* 87: 517-547.
- White, Harrison C. 2002. *Markets from networks. Socioeconomic models of production*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Zucker, Lynne G. 1977. The role of institutionalization in cultural persistence. *American Sociological Review* 42: 726-743.
- Zucker, Lynne G. 1987. Institutional theories of organization. *Annual Review of Sociology*, 13: 443-464.

Korrespondenzanschrift: Prof. Dr. Georg Krücken, Deutsche Hochschule für Verwaltungswissenschaften Speyer, Freiherr-vom-Stein-Str. 2, 67346 Speyer
E-Mail: kruecken@dhv-speyer.de

DIE INSTITUTIONEN DER WIRTSCHAFT

Soziologische Erklärungen wirtschaftlicher Sachverhalte

Andrea Maurer

Zusammenfassung: Die Makro-Mikro-Diskussion und neuere Formen der soziologischen Theoriebildung, insbesondere handlungstheoretisch fundierte Erklärungen sozialer Sachverhalte, werden hier als wichtige Grundlage der Wirtschaftssoziologie vorgestellt. Mit Bezug auf die neuen Institutionentheorien wird beansprucht, die klassischen funktionalistischen Fehlschlüsse sowie auch die Restriktionen der neoklassischen Gleichgewichtstheorie aufzuzeigen und zu beheben. Zu diesem Zweck wird dafür plädiert, die Relevanz von Institutionen, verstanden als soziale Geltung beanspruchende Erwartungen, für das soziale und das wirtschaftliche Handeln zu berücksichtigen. Institutionen werden so als der Versuch intentionaler Akteure erklärt, typische Handlungs- und Abstimmungsprobleme zu bewältigen. Davon ausgehend werden präzise Thesen über die Entstehung, die Wirkungsweise und die sozialen Effekte sozialer Regelsysteme, wie etwa des Unternehmens, im Wirtschaftsleben vorgelegt.

I. Einleitung

Das Ziel der Wirtschaftssoziologie ist es, mit Hilfe *soziologischer* Begriffe und Theorien *wirtschaftliche Strukturen* und *Prozesse* zu erfassen, zu analysieren und zu erklären (vgl. Smelser und Swedberg 2005a; Maurer 2008a). Das macht es notwendig, adäquate soziologische Zugänge und Instrumente zu benennen und die Wirtschaftssoziologie sowohl innerhalb der komplexen soziologischen Theorienlandschaft als auch gegenüber der ökonomischen Theorie zu positionieren. Dazu will ich hier einen Beitrag leisten, der die Wirtschaftssoziologie weder auf Neben- oder irrationale Aspekte wirtschaftlichen Handelns noch auf Marktkoordination beschränkt. Vielmehr soll die Wirtschaft unter einem institutionentheoretischen Dach analysiert werden. Dies geschieht durch den Nachweis typischer Handlungs- und Abstimmungsprobleme im Wirtschaftsleben, die intentionalen Akteuren Anlass für *sozial konstituierte Regelsysteme* geben. Der institutionentheoretische Zugang öffnet den Blick auf die Entstehung, die Gestaltung und die Effekte verschiedener Regelsysteme im Wirtschaftsleben. Gegenüber Analysen, die allein den Wettbewerbsmarkt bzw. den Markttausch fokussieren, wären damit auch soziale Institutionen wie Herrschaft, Zeit, Geld usw. als Erklärungsfaktoren und als Erklärungsgegenstände der Wirtschaftssoziologie in den Blick zu nehmen.

II. Der sozialtheoretische Hintergrund

In der modernen Sozialtheorie, etwa bei Thomas Hobbes, in den Gesellschaftslehren der Aufklärung, in der Schottischen Moralphilosophie und auch in der neueren Soziologie finden sich verschiedene Vorläufer einer an *Problemen sozialen Handelns* ausgerichteten Analyse (vgl. für Übersichten Hedström 2005; Maurer 2008a; Maurer und Schmid 2009). Das *Rationalprogramm* hebt sich von anderen (wirtschafts-)soziologischen Traditionen¹ dadurch ab, dass es soziale Sachverhalte, ausgehend von der Annahme eines intentionalen Handelns der Akteure, zu erklären sucht und damit dem methodologischen Individualismus folgt (vgl. Udehn 2001). Dies bedeutet grundsätzlich keine Präferenz für eine bestimmte Handlungsannahme (normativer Individualismus). Aus methodologischen Überlegungen folgt jedoch die Empfehlung, mit möglichst *allgemeinen* und *deterministischen Annahmen* auf der Handlungsebene zu arbeiten und von einem intentionalen Handeln auszugehen, um eine funktionale Beziehung zwischen einzelnen Situationsfaktoren und den Intentionen der Akteure herzustellen. Das kann etwa so geschehen, dass für Unternehmer, die Gewinne maximieren wollen, die Güterpreise als Knappheitsindikator benannt und die entsprechende individuelle Nachfrage- bzw. Angebotsmenge bestimmt werden. Oder anders formuliert: wenn nicht alle Katzen grau sein sollen, dann müssen mit Hilfe eines Suchscheinwerfers relevante Situationsfaktoren herausgestellt und in möglichst eindeutige handlungsleitende Effekte übersetzt werden. Genau dies leistet in dem hier vertretenen Erklärungsmodell die Handlungstheorie.

Seit längerer Zeit wird an mehrstufigen Erklärungen gearbeitet, die einen handlungstheoretischen Kern vorsehen und ein explizites methodologisches Regelwerk zur Verbindung von Handlungs- und Strukturebene zur Verfügung stellen (vgl. Coleman 1990; Lindenberg 1992, 1996; Esser 2000). Der soziologische Gehalt liegt dabei in der Darstellung sozialer Interdependenzen, in unserem Falle in der Analyse problematischer Wirtschaftsbeziehungen, deren soziale Regelung im Hinblick auf die Intentionen der Akteure wünschenswert wäre (vgl. Maurer und Schmid 2009). Der klassische Aufklärungsoptimismus wird dadurch relativiert, dass auch nach unintendierten Effekten eines individuell intentionalen Handelns gefragt wird. Dennoch wird davon ausgegangen, dass Regeln gerade im Wirtschaftsleben aus dem Wollen und Tun intentionaler Akteure in Reaktion auf Problemlagen zu folgern sind (vgl. Popper 2008). Angesichts der „ärgerlichen Tatsache“ von Gesellschaft mündet dies aber nicht ohne Weiteres in stabile und problemadäquate Regelsysteme ein, sodass vielmehr gerade deren Erhaltung und Gestaltung die Soziologie beschäftigen muss.²

1 Konkurrierende Erklärungsansätze wären etwa die Systemtheorie, die die Wirtschaft als ein Teilsystem mit einer eigenen Logik betrachtet, der Einbettungs- und Netzwerkansatz, der soziale Beziehungen und deren vertrauensbildende Wirkung als Rahmen wirtschaftlichen Handelns fokussiert, und nicht zuletzt auch die individualistisch-kulturalistischen und kollektivistisch-kulturalistischen Varianten des soziologischen Neoinstitutionalismus (vgl. Schmid und Maurer 2003; Maurer 2008b, c).

2 Mit diesem Modell können die Sozialwissenschaften nicht nur die verschiedenen Situationsmodelle bzw. Handlungs- und Abstimmungsprobleme disziplinenübergreifend einsetzen, sondern auch das in den verschiedenen Disziplinen erworbene Wissen über Institutionen.

Dies ist der Rahmen, in dem ich aufzeigen will, wann und warum verschiedene soziale Regelsysteme im wirtschaftlichen Leben eine wichtige Rolle spielen und wie die Wirtschaftssoziologie durch die Explikation von Handlungs- und Abstimmungsproblemen gegenüber weiten Teilen der ökonomischen Theorie die Relevanz von Regelsystemen in wirtschaftlichen Handlungsfeldern thematisieren und deren Analyse zum Gegenstand weiterer Forschungen machen kann (*Abschnitt III*). Darüber hinaus meine ich, dass auf diesem Weg nicht nur die Existenz, sondern auch die Form und die Funktionsweise von Regelsystemen handlungstheoretisch erschlossen und damit „tiefer“ analysiert werden können, als dies bislang in der Soziologie und in der Institutionenökonomie der Fall ist (*Abschnitt IV*). Am Beispiel des modernen Unternehmens soll das Potenzial dieser Erklärungslogik abschließend umrissen werden (*Abschnitt V*).

III. Der theoretische Zugang: Die Institutionen der Wirtschaft

Unter Institutionen werden in der Soziologie allgemein *Regeln* verstanden, denen ein *sozialer Geltungsanspruch* zukommt, die also mehr sind als private Absprachen, die aber auch nicht als objektive Strukturgröße gelten. Erklärungsbedürftig an Institutionen sind mithin deren soziale Konstitution und Geltung sowie die daraus hervorgehenden *Handlungs- und Strukturmuster*. Erklärbar sind Institutionen durch den Bezug auf die Akteure und ihre Intentionen, die sie angesichts spezifischer Handlungssituationen mit Hilfe von Regeln besser zu realisieren trachten. Die *Klassiker der Soziologie* Emile Durkheim und Max Weber haben die Existenz von Institutionen auf Probleme der Individuen im sozialen Zusammenleben bezogen und deren Geltung aus gegebenen kollektiven Moralvorstellungen (Durkheim 1999) bzw. Legitimitätsvorstellungen (Weber 1985) abgeleitet. Die Soziologie ist diesem Denken lange gefolgt und hat Institutionen als normative Regeln konzipiert, deren Geltungsbegründung und handlungsleitende Wirkung von den konkreten, situationsbezogenen Interessen der Akteure abgekoppelt war. Die Neoklassik wiederum blendet mit dem Wettbewerbsmarktmodell und dem vollständig informierten, nutzenmaximierenden homo oeconomicus soziale Regeln völlig aus und meint, wirtschaftliches Handeln und wirtschaftliche Wohlfahrt allein über Marktpreise erklären zu können. Das impliziert, dass Märkte der effiziente Abstimmungsmechanismus per se sind. Ich will dagegen zeigen, dass eine handlungstheoretische Erklärung verschiedene Regelsysteme mitsamt ihren Folge- und Gestaltungsproblemen umfasst.

Beide „Idealisierungen“ (vgl. Schmid und Maurer 2003) werden im Kontext der Makro-Mikro-Diskussion kritisch reflektiert.³ Institutionen werden als Bindeglied zwischen Handlungs- und Strukturebene „entdeckt“ und ihre Entstehung und ihre Effekte mit Bezug auf das sozial verortete Handeln intentionaler Akteure erklärt und analysiert. Mehrstufige, handlungstheoretisch fundierte Erklärungen können darüber hinaus

³ In der Makro-Mikro-Diskussion werden die Defizite individualistisch-reduktionistischer bzw. kollektivistisch-kulturalistischer Erklärungen kritisiert und Sozialtheorien wie die von Anthony Giddens, Pierre Bourdieu, James Coleman, Raymond Boudon u. a. versuchen seither, beide Ebenen zu verbinden. Ansätze dazu finden sich aber auch schon bei Max Weber, Georg Simmel oder Norbert Elias.

für die Zwecke der Wirtschaftssoziologie so angelegt werden, dass typische Abstimmungs- und Handlungsprobleme im Wirtschaftsleben aufgedeckt und als Anlass für „Regeln“ interpretiert werden, die die beteiligten Akteure einsetzen, gestalten und aufrechterhalten (vgl. auch Maurer 2008b; Maurer und Schmid 2009: Kap. 5). Das ökonomische Erklärungsprogramm kann so als Ausarbeitung oder als *Spezialfall sozialer Ordnungsbildung* betrachtet werden, das im Falle der Neoklassik die effiziente Verteilung materieller Güter durch dezentrale Tauschhandlungen und im Falle der Neuen Institutionenökonomik die Sicherung problematischer Tauschverträge behandelt. Und auch manch vermeintliche Konfliktlinie im Neuen Institutionalismus ließe sich dadurch aufklären, dass die bearbeiteten Problemkonstellationen und die dafür eingesetzten Handlungs- und Situationsannahmen offengelegt und miteinander in Beziehung gesetzt werden (vgl. DiMaggio 1998; Nee 2005).

IV. Die Erklärungslogik: mehrstufig und handlungstheoretisch fundiert

„Die sozialen Umgebungen, in denen wir existieren, bestehen nicht bloß aus zufälligen Anhäufungen von Ereignissen oder Handlungen – sie sind strukturiert“ (Giddens 1999: 23; vgl. schon Weber 1985; aber auch Elias 1976; Esser 2000 u. a.). In handlungstheoretisch fundierten Sozialtheorien wird damit die Prämisse verbunden, dass soziale Regelmäßigkeiten aus den Handlungen der Individuen hervorgehen und dass der analytische Primat daher auf der Handlungsebene liegt. Weiterhin wird davon ausgegangen, dass soziale Regelmäßigkeiten nur mit Bezug auf das sinnhafte und deshalb verstehbare Handeln der Einzelnen erklärt werden können, das zudem als soziales Handeln an Erwartungen über das Tun der anderen orientiert ist. Daher müssen die Aussagen über die Motive der Akteure so auf die Situation bezogen werden, dass daraus relevante Handlungen zu erschließen und zu bewerten sind.⁴ Nicht wenige Vertreter des Methodologischen Individualismus plädieren dafür, möglichst allgemeine und deterministische Annahmen auf der Individualebene einzusetzen⁵ und das individuelle Handeln als durch Intentionen und Bewertungen kausal verursachtes zu erklären.

Die Logik mehrstufiger Erklärungen mit einem handlungstheoretischen Kern kann durch das Bild der Badewanne veranschaulicht werden (vgl. Coleman 1990: 10 f., 70; Esser 2000). Seine Integrationskraft bezieht diese Erklärungsform aus dem methodologischen Regelwerk und der handlungstheoretischen Basis. Die drei Grundbausteine, die Handlungstheorie, die Situationsmodelle und die Verbindungen zwischen beiden Ebenen haben verschiedene methodologische Aufgaben.

Die *Handlungstheorie* benennt die kausalen Kräfte und bei allgemeinen, deterministischen Handlungstheorien ein Prinzip der Handlungswahl. Dies schließt jedoch nicht

4 Das markiert den zentralen Unterschied zwischen mehrstufigen, handlungstheoretisch fundierten Erklärungen, wie ich sie hier vertrete, und den Sozialtheorien von Bourdieu und Giddens, die von „sozial definierten Akteuren“ ausgehen und das individuelle Handeln als Ausdruck vorgegebener Strukturen sehen (vgl. Maurer 2006).

5 Max Weber (1985: 12 f.) hat dazu eine Handlungstypologie verwendet, die mehrere Handlungsorientierungen und eine methodologische Begründung dafür enthält, im Normalfall mit der Annahme eines zweckrationalen Handelns zu beginnen und Abweichungen davon empirisch zu erfassen.

aus, mit zusätzlichen Annahmen auf der Struktur- und der Handlungsebene⁶ zu arbeiten, um so weitere oder spezifiziertere Situationsfaktoren „ins Scheinwerferlicht“ der theoretischen Arbeit zu rücken. Ausarbeitungen komplexer Handlungsmodelle sind die berüchtigten Schattenfiguren des homo sociologicus oder des homo oeconomicus oder Mischformen wie der homo culturalis oder der homo socio-oeconomicus.⁷ Das Modell des homo oeconomicus beschreibt etwa einen Akteur, der vollkommen und entsprechend der Realität richtig informiert ist, d. h. der alle Restriktionen und als zentrale Information den Marktpreis kennt, und der sein Ziel, die bestmögliche Nutzung seiner Ressourcen bzw. die nutzenmaximale Versorgung mit Gütern und Leistungen durch den Kauf oder Verkauf entsprechender Gütermengen zu erreichen versucht. Dagegen nimmt der homo sociologicus als Situationsfaktor die vorgegebenen, als richtig und gültig anerkannten Normen und Rollenmuster einer Gruppe wahr und sucht diese ohne Abwägung von Erträgen rein als Antwort auf die sozialen Erwartungen zu befolgen.

Situationsmodelle kennzeichnen auf der Grundlage von Handlungsannahmen relevante Situationsfaktoren und kennzeichnen handlungsrelevante Konstellationen wie die Verteilung materieller Ressourcen oder sozialer Normen. Die Ausarbeitung soziologisch interessanter Situationsmodelle bzw. die Entdeckung soziologisch oder ökonomisch relevanter *Situationstypen* ist denn auch die eigentliche Kunst (vgl. Esser 2000). In der Soziologie fehlt bislang eine Systematik heuristisch starker Situationsmodelle. Der Wirtschaftssoziologie scheint bis dato nicht daran gelegen zu sein, die „allgemeine Unsicherheitsproblematik“ in konzise analysierbare Handlungs- und Abstimmungsproblematiken zu übersetzen und zu präzisieren. Dass dies aber gut möglich ist und dass die Bearbeitung *sozialer Abstimmungsprobleme* für die Wirtschaftssoziologie eine starke Heuristik bietet, die unterschiedliche institutionelle Lösungen erfassen kann, will ich hier demonstrieren. Ich werde mich dazu auf soziale Interdependenzen beziehen, die auf *Interessenkonstellationen* beruhen und Orientierungs-, Koordinations-, Kooperations- und Konfliktlagen beschreiben (vgl. ausführlich Coleman 1994; Esser 2000; Maurer und Schmid 2009: Kap. 5). Viele soziologische Themen und auch die in der Wirtschaftssoziologie viel diskutierte Problematik der „Unsicherheit“ und des „Marktversagens“ sind damit als eine Spezifikation allgemeinerer Situationslogiken zu rekonstruieren und so zueinander in Beziehung zu setzen. Die Explikation spezifischer Handlungs- und Abstimmungsprobleme ist durch die Variation und Kombination von Handlungs- und Strukturannahmen möglich. Dies bildet den Ausgangspunkt für eine

6 In der Soziologie wird seit Max Weber stillschweigend angenommen, dass die Akteure die Welt subjektiv erschließen und sich dabei auf objektive Sinnstrukturen beziehen und dass dies „objektive Gegebenheiten“ relativiert bzw. dass solche gar nicht existieren (Sozialkonstruktivismus). Gegenpositionen gehen hingegen davon aus, dass sich die Individuen in ihrer Weltsicht auf lange Sicht den objektiven Situationen anpassen bzw. dass die Individuen ausscheiden, denen dies nicht gelingt (Realismus).

7 Es geht an dieser Stelle nicht darum, ein Menschenbild normativ zu fixieren oder die Menschen in all ihren Eigenheiten zu beschreiben, sondern möglichst allgemeine Eigenschaften „herauszuheben“ und damit die sozial relevante Wirkkraft einzelner Situationsfaktoren in ihrer Wirkkraft auf das Handeln zu erschließen und begründet relevante Handlungsmöglichkeiten darzulegen.

Systematisierung von Theorien, eine interdisziplinäre Zusammenarbeit und eine konkrete empirische Feldarbeit (vgl. Wittek 2006; Maurer und Schmid 2009).

Die Logik mehrstufiger, handlungstheoretisch fundierter Erklärung erfordert darüber hinaus theoretische Verbindungen, die die Strukturebene in Handlungen (Brückenhypothesen) und die die erklärten Einzelhandlungen in Struktureffekte übersetzen (Transformationsregeln).⁸ Für den ersten Schritt, die Übersetzung der Situation in vergleichbare Handlungsmöglichkeiten, werden Brückenhypothesen formuliert, die bei einer Theorie der rationalen Wahl die (erwarteten) Erträge der verschiedenen Handlungsmöglichkeiten abbilden, z. B. die Erträge, die der Einsatz einer bestimmten Geldmenge bei Kapitalbeteiligung in einem Unternehmen bzw. bei Finanzmarktanlagen oder im Konsum hätte. Die Annahme eines intentionalen Handelns würde dann bedeuten, dass die Akteure sich für die Handlung entscheiden, die den Intentionen am besten entspricht; das kann, muss aber nicht die Ertragsmaximierung sein. Wird nun für eine Vielzahl oder einen typischen Akteur erklärt, ob er das Geld investiert, anlegt oder konsumiert, dann kann aus der „Übersetzung“ der erklärten Einzelhandlungen in Makroeffekte auf den Aufstieg von Kapitalunternehmen, einen Börsenboom oder eine volkswirtschaftliche Nachfragesteigerung geschlossen werden.

Die verwendeten Annahmen und Modelle können, wie das Beispiel schon andeutet, einfacher und idealistischer oder komplexer und realitätsgerechter angelegt sein. Wichtig ist allerdings, über theoretische Regeln zu verfügen, welche die entsprechenden Schritte anleiten. „Man hat eben methodisch sehr oft nur die Wahl zwischen unklaren oder klaren, aber dann irrationalen und ‚idealtypischen‘, Termini. In diesem Fall sind die letzteren wissenschaftlich vorzuziehen“ (Weber 1985: 11). Die hier vorgestellte Erklärungslogik schlägt vor, zunächst zusätzliche Brückenhypothesen zu formulieren, die weitere Situationsfaktoren einbeziehen (vgl. dazu insbesondere Lindenberg 1992). Erst wenn die Thesen dadurch nicht zu verbessern sind, wären im nächsten Schritt zusätzliche Annahmen über die Fähigkeiten der Akteure, ihre Handlungsmöglichkeiten wahrzunehmen, zu deuten und zu bewerten, einzuführen. Im einfachsten Fall wird, wie schon angemerkt, davon ausgegangen, dass die Individuen alle Informationen haben und diese auch der Realität entsprechen. Komplexer wird es, wenn individuelle und kollektive Situationsdeutungen berücksichtigt werden, die Unterschiede zwischen Gruppen und im Falle von Ideologien sogar die Verfälschung von Interessen thematisieren. Und letztlich kann auch der handlungstheoretische Kern derart erweitert werden, dass Interessen und Ideen als Handlungsmotive berücksichtigt werden.⁹

Im Kontext mehrstufiger Erklärungsmodelle können Institutionen also als zentraler Aspekt der sozialen Handlungssituation erfasst und in Makroeffekte übersetzt werden. Institutionen können selbst zum Erklärungsgegenstand gemacht werden, indem ausgehend von einer Handlungstheorie Situationen erschlossen werden, in denen die Akteure an der Etablierung hierarchischer Regeln interessiert sind. Die Herausforderung be-

⁸ Vgl. dazu die methodologischen Arbeiten von Lindenberg (1992, 1996) sowie Lindenberg und Wippler (1987).

⁹ Dafür werden derzeit zwei Lösungswege besprochen. Im einen Fall wird versucht, Ideen und Interessen als eine Rationalität zu fassen und den Wechsel zwischen beiden Handlungsorientierungen zu erklären, im anderen Fall wird von zwei grundsätzlich unterschiedlichen Rationalitäten ausgegangen, die nicht zu verbinden sind.

steht darin, bei der Erklärung der Entstehung und Wirkungsweise von Institutionen sowohl private Interessen als auch soziale Werte zu berücksichtigen und darüber „gute“ Theorien aufzustellen.

V. Anwendungsfall: Unternehmen

Es ist das Verdienst der Neuen Wirtschaftssoziologie und der Neuen Institutionentheorien herausgearbeitet zu haben, dass wirtschaftliche Beziehungen sozialer Regeln oder der Einbettung in direkte soziale Beziehungen bedürfen, um vorteilhafte Transaktionen bzw. eine vorteilhafte Nutzung der gesellschaftlichen Ressourcen herbeizuführen. Während die Ökonomik die Lösung auf Märkte reduziert, haben weite Teile der Wirtschaftssoziologie darauf verzichtet, die Problemkonturen genauer zu zeichnen und maßgeschneiderte Lösungen zu suchen. Nicht immer sind, wie Granovetter unterstellt, soziale Beziehungen, also informelle Regeln, wirksam und vorteilhaft. Demgegenüber möchte ich für eine Forschungsheuristik plädieren, die durch die handlungstheoretisch angeleitete Spezifikation von Problemtypiken spezifische Koordinationsprobleme ausweist und damit unterschiedliche *Regelsysteme* wie Hierarchie, Markt oder Moral als Problemlösungsversuch der Akteure einfängt. So kann erklärt werden, wann und warum sich kollektiv-zentrale (moralische Ökonomien der Antike, zentrale Planwirtschaften oder Genossenschaften), privat-hierarchische (Unternehmen), dezentrale Marktlösungen oder selbstverwaltete Gruppen durchsetzen. Dies impliziert zugleich eine Erklärung für das viel diskutierte Phänomen, dass in modernen Gesellschaften das moderne Unternehmen kleinräumige, soziale Organisationsformen weitgehend verdrängt hat.

Unternehmen wären als ein privat-hierarchisches Regelsystem zu beschreiben, dessen Koordinationsleistung in den legitimen, zentralen Anweisungen der privaten Eigentümer begründet liegt. Die entscheidende Frage ist dann, angesichts welcher wirtschaftlich relevanten Situationen solche privat-hierarchischen Regelsysteme durch intentional handelnde Akteure eingesetzt und aufrechterhalten werden. Es wäre also nach einer Motivation zu suchen, die Einrichtungskosten zu übernehmen, und nach einer Motivation, Mitglied zu werden und sich der Herrschaft der privaten Eigentümer zu beugen. Situationen, in denen zentral-hierarchische Entscheidungen Koordinationsvorteile realisieren helfen, wären eine Erklärung für beides. Aber ihr Erfolg und Bestand hängt weiterhin davon ab, ob die Koordinationsvorteile so verteilt und privat angeeignet werden können, dass der ursprüngliche Koordinationseffekt nicht verlorengeht. *Realisierbare Koordinationserträge* müssen von *konfliktminimierenden Verteilungs- und Aneignungsregeln* flankiert werden, so die entscheidende Forschungsthese. Wie diese konkret aussehen, kann durch fallweise Analysen im Hinblick auf die relevanten Situationsfaktoren untersucht werden. Die Forschungsheuristik liegt weiterhin darin, auf der einen Seite eine hinreichende Motivation und Ausstattung der Akteure aufzuzeigen, die die Einrichtung einer hierarchischen Koordination zur Realisierung von Koordinationsvorteilen erklärt. Auf der anderen Seite gilt es zu klären, wann genügend andere Akteure bereit sind, diese Herrschaft oder Fremdbestimmung ihrer Handlungen anzuerkennen, weil sie dadurch auch Nutzensteigerungen erfahren, oder wann dies nicht der Fall sein wird, wodurch Macht relevant werden könnte. Das gesellschaftliche Umfeld bzw. die gesellschaftliche Rahmung von Wirtschaft und Arbeit sind dann maßgeb-

liche Erklärungsfaktoren, wenn sie entweder Handlungsalternativen bieten (z. B. in Form eines offenen Arbeitsmarktes oder Auswanderungsoptionen) oder aber auf die Erträge des Verbleibs einwirken (z. B. gesetzliche Mitbestimmungsrechte, Tarifautonomie usw.).

Aus soziologischer Sicht bietet die Spezifikation der handlungsmotivierenden Ressourcen die Chance, realitätsnähere Aussagen über die Art und die Bedingungen von Koordinationsvorteilen zu machen. Darüber hinaus lässt sich das institutionelle Rahmengerüst als gestaltbare Größe benennen, die in Form von Eigentumsrechten (Patente usw.) oder Entscheidungsrechten (formale Voraussetzungen für die Gründung von Unternehmen) wirksam werden kann. Dies könnte direkt mit dem Vorschlag von Schumpeter in Verbindung gesetzt werden, wonach „Unternehmer“ sich dadurch auszeichnen, dass sie traditionale Wirtschaftsformen bzw. herkömmliche Regeln in Frage stellen (vgl. Swedberg 2003; Deutschmann 2008). Dies bedeutet aber nichts anderes, als dass sie über Ressourcen verfügen, die neue Koordinationschancen eröffnen und es ihnen so erlauben, sich gegen andere Institutionen durchzusetzen. Mit Max Weber wäre dieses Argument dahingehend zu ergänzen, dass auch wirtschaftsfremde Motive und Orientierungen wie religiöse Vorstellungen quasi zufällig solche Vorteile stützen und stärken.

Die zweite Perspektive, die wirtschaftssoziologisch auszuarbeiten wäre, hat es mit Unternehmen als institutionellem Handlungskontext zu tun. Das Innenleben von Unternehmen ist aus Sicht der Akteure als eine konfliktträchtige Interessenkonstellation interpretierbar (vgl. Berger 2003). Dies folgt daraus, dass der Unternehmer durch die erwirtschafteten Koordinationsvorteile motiviert wird, die Mitarbeiter, Manager und Fremdkapitalgeber hingegen durch die indirekt daran gekoppelten Löhne, Gehälter oder Zinsen, die den Koordinationsertrag der Kapitalgeber schmälern. Dies bedeutet, dass in Unternehmen motivationsstützende und Konflikte minimierende Verteilungsregeln der zentrale Erfolgs- und Bestandsfaktor sind, da sie sowohl die Koordinationserträge „absichern“ als auch die Folgekosten regeln, die durch die Konfliktaushandlung entstehen können. Erfolgreich wären demnach nur solche Unternehmen, denen es entweder selbst gelingt, diesen Konflikt mit erträglichen Kosten durch weitere Institutionen zu regeln bzw. die im gesellschaftlichen Umfeld stützende Institutionen zu finden, die die Konfliktkosten senken. Damit ist die weitreichende Schlussfolgerung zu ziehen, dass Unternehmen Orte strategischer Auseinandersetzungen sind und dass daher davon auszugehen ist, dass alle Akteure versuchen werden, ihre Machtmittel in diesem Konflikt einzusetzen und auszubauen. Institutionelle Lösungen in Unternehmen sind folglich auf Machteffekte zu hinterfragen (vgl. Fligstein 1990).

Der Erfolg und der Bestand moderner Unternehmen hängt demnach unmittelbar von der Realisierung von Koordinationsvorteilen durch eine privat-hierarchische Regelung ab. Ihr Erfolg und Bestand wird aber *mittelbar* vor allem durch die Errichtung, Gestaltung und Absicherung „konfliktregulierender Verteilungsregeln“ bestimmt. Ob und welche Regeln dazu taugen, gilt es situationsspezifisch zu analysieren. Dabei ist aber grundsätzlich die These des neuen Institutionalismus zu beachten, wonach gesellschaftliche Rahmeninstitutionen (definierte Eigentumsrechte, die Legitimität von Gewinnstreben usw.) für den Bestand von Unternehmen relevant sind, weil sie Konflikte moderieren und auch Konfliktkosten mindern können. Insgesamt folgt daraus, dass der theoriegeleitete Nachweis möglicher Folgeprobleme und -regeln ein umfangreiches

wirtschaftssoziologisches Forschungsfeld eröffnet, das an klassische Erkenntnisse der Arbeits- und Industriosozologie über betriebliche Herrschaft, Entlohnungssysteme, Arbeitszeitgestaltung usw. anschließt und auch Interessenverbände und Gruppenmechanismen (Professionsethik, Unternehmenskultur usw.) als Reaktion auf die „Konfliktlage“ in Unternehmen erfasst. Der Bezug zur Gesellschaft als rahmendem Institutionensystem wird über dessen Wirkung auf die Konfliktbearbeitung hergestellt.

Die aufgezeigten Problemlagen wurden bislang vor allem durch die Prinzipal-Agenten-Theorie aufgegriffen, die die Beziehungen innerhalb von Unternehmen als relationale Tauschverträge beschreibt. Es geht um das aus dem Informationsvorsprung der Agenten resultierende Kontrollproblem der Prinzipale, von dessen Lösung die Vorteilhaftigkeit der gesamten Beziehungsstruktur abhängig gemacht ist, sofern nicht eine intrinsische Motivation oder zufällige Interessenüberschneidungen vorliegen. Besondere Aufmerksamkeit haben in diesem Zusammenhang Manager erfahren, da diesen ja umfassende Entscheidungsrechte und Informationen zur Verfügung gestellt werden müssen und deren Handeln deshalb auch nicht kontrolliert werden kann („wer kontrolliert die Kontrolleure“; vgl. dazu Berger 2003; Beyer 2008).¹⁰ Die Prinzipal-Agenten-Theorie hat vor allem materielle Anreize und Kontrollsysteme als Lösungen untersucht. Sozialpsychologische und soziologische Studien verweisen indes auch auf die Wirkung kognitiver und normativer Faktoren, ohne deren Wirkung aber ähnlich präzise und handlungstheoretisch auszuarbeiten wie die Prinzipal-Agenten-Theorie dies tut.

Zu klären wäre folglich, wann und wie sich materielle, soziale und kulturelle Faktoren bei der Bearbeitung von *Konflikt-* und *Kontrollproblemen* ergänzen, ausschließen oder überhaupt nicht tangieren. Mit Max Weber könnte mit der Analyse von Begünstigungskonstellationen begonnen werden. Darüber hinaus aber könnte durch die Handlungstheorie gezeigt werden, wann und warum welcher Situationsfaktor relevant wird. Das schließt nicht aus, dass sich zufällige Begünstigungskonstellationen ausmachen lassen, in denen sich soziale, wirtschaftliche und kulturelle Faktoren zufällig verstärken. Dann wären in der Tat die von Max Weber (1985) so intensiv beschriebenen wirtschaftlichen Dynamiken zu erwarten, in denen sich das moderne Unternehmen erfolgreich durchsetzen und traditionale Wirtschafts- und Vergesellschaftungsformen von der Bühne des Wirtschaftsgeschehens hinwegfegen könnten.

10 Eine weitere, soziologisch interessante Spezifikation wäre die Berücksichtigung unterschiedlicher Handlungsmöglichkeiten bzw. von Macht sowie auch deren Veränderung durch die Ausbreitung von Unternehmen. Damit wäre einerseits zu hinterfragen, wie sich die Machtverhältnisse zwischen den drei „Produzentengruppen“ kapitalistischer Gesellschaft, den Unternehmern (auch Anteilseignern), den Managern und den Arbeitern darstellen, wie Unternehmen auf die Verteilung gesellschaftlich relevanter Ressourcen wirken, wie die Ausgestaltung unternehmensinterner Kontrolllösungen und Strukturmuster zu Gunsten der einen oder zu Lasten der anderen Partei wirken. Neil Fligstein hat dazu Entscheidungsstrukturen, die Besetzung von Entscheidungspositionen sowie Strukturänderungen in Unternehmen grundsätzlich als Anlass für strategisches Handeln und als Konkurrenz um Machtressourcen thematisiert (vgl. Fligstein 1990).

Literatur

- Berger, Johannes. 2003. Neoinstitutionalismus und Wirtschaftssoziologie. In *Ökonomischer und soziologischer Institutionalismus. Interdisziplinäre Beiträge und Perspektiven der Institutionentheorie und -analyse*, Hrsg. Michael Schmid, Andrea Maurer, 73-89. Marburg: Metropolis.
- Beyer, Jürgen. 2008. *Ungleiche Suche nach Lösungen: Ökonomische und soziologische Antworten auf das Prinzipal-Agent-Problem der Managementkontrolle*. Hamburg (unveröffentlichtes Manuskript).
- Coleman, James S. 1990. *Foundations of social theory*. Cambridge, MA: Belknap Press.
- Coleman, James S. 1994. A rational choice perspective on economic sociology. In *The handbook of economic sociology*, eds. Neil J. Smelser, Richard Swedberg, 166-180. Princeton: Princeton University Press.
- Deutschmann, Christoph. 2008. *Kapitalistische Dynamik. Eine gesellschaftstheoretische Perspektive*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- DiMaggio, Paul. 1998. The new institutionalisms: avenues of collaboration. *Journal of Institutional and Theoretical Economics* 154: 696-705.
- Durkheim, Emile. 1999. *Die Regeln der soziologischen Methode* (1895), herausgegeben und eingeleitet von René König. 4. Auflage. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Elias, Norbert. 1976. *Über den Prozeß der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen* (1937), 2 Bände. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Esser, Hartmut. 2000. *Soziologie. Spezielle Grundlagen*. Band 3. Frankfurt a. M.: Campus.
- Fligstein, Neil. 1990. *The transformation of corporate control*. Cambridge: Harvard University Press.
- Giddens, Anthony. 1999. *Soziologie*. 2. Auflage. Graz: Nausner & Nausner.
- Hasse, Raimund, und Georg Krücken. 1999. *Neo-Institutionalismus*. Bielefeld: Transcript.
- Hedström, Peter. 2005. *Dissecting the social. On the principles of analytical sociology*. Cambridge: Cambridge University Press (deutsch 2008).
- Lindenberg, Siegwart. 1996. Die Relevanz theoriereicher Brückenannahmen. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 48: 126-140.
- Lindenberg, Siegwart. 1992. The method of decreasing abstraction. In *Rational choice theory. Advocacy and critique*, eds. James S. Coleman, Thomas J. Fararo, 3-20. Newbury Park: Sage.
- Maurer, Andrea. 2006. Wirtschaftssoziologie als soziologische Analyse ökonomischer Felder? Bourdieus Beitrag zur Wirtschaftssoziologie. In *Pierre Bourdieu. Neue Perspektiven für die Soziologie der Wirtschaft?*, Hrsg. Michael Florian, Frank Hillebrandt, 127-146. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maurer, Andrea, Hrsg. 2008a. *Handbuch der Wirtschaftssoziologie*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maurer, Andrea. 2008b. Institutionalismus und Wirtschaftssoziologie: In *Handbuch der Wirtschaftssoziologie*, Hrsg. Andrea Maurer, 62-84. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maurer, Andrea. 2008c. Das moderne Unternehmen. Theoretische Perspektiven und Herausforderungen der Soziologie. In *Die Gesellschaft der Unternehmen – Die Unternehmen der Gesellschaft. Gesellschaftstheoretische Perspektiven auf Wirtschaft*, Hrsg. Andrea Maurer, Uwe Schimank, 17-39. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maurer, Andrea, und Michael Schmid. 2009. *Erklärende Soziologie. Grundlagen, Vertreter und Anwendungsfelder eines soziologischen Forschungsprogramms*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Nee, Viktor. 2005. The new institutionalism in economics and sociology. In *The handbook of economic sociology*, eds. Neil J. Smelser, Richard Swedberg, 49-79. 2. Auflage. Princeton: Princeton University Press.
- Popper, Karl. 2008. *Alles Leben ist Problemlösen: Über Erkenntnis, Geschichte und Politik*. 11. Auflage. München: Pieper.
- Schmid, Michael, und Andrea Maurer. 2003. Institution und Handeln. In *Ökonomischer und soziologischer Institutionalismus. Interdisziplinäre Beiträge und Perspektiven der Institutionentheorie und -analyse*. Hrsg. Michael Schmid, Andrea Maurer, 9-46. Marburg: Metropolis.
- Smelser, Neil J., und Richard Swedberg, Hrsg. 2005a. *The Handbook of economic sociology*. 2. Auflage. Princeton: Princeton University Press.

- Smelser, Neil J., und Richard Swedberg. 2005b. Introducing economic sociology. In *The handbook of economic sociology*, eds. Neil J. Smelser, Richard Swedberg, 3-26. 2. Auflage. Princeton: Princeton University Press.
- Swedberg, Richard. 2003. *Principles of economic sociology*. Princeton: Princeton University Press (deutsch 2009).
- Udehn, Lars. 2001. *Methodological individualism. Background, history and meaning*. London, New York: Routledge.
- Weber, Max. 1985. *Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie* (1922). Tübingen: Mohr.
- Wippler, Reinhard, und Siegwart Lindenberg. 1987. Collective phenomena and rational choice. In *The micro-macro link*, eds. Jeffrey C. Alexander, Bernhard Giesen, Richard Münch, Neil J. Smelser, 135-152. Berkeley u. a.: University of California Press.
- Wittek, Rafael. 2006. Abnehmende Abstraktion, Idealtypen, Erklärungslogik und Theorieverständnis bei Weber und der erklärenden Soziologie. In *Integrative Sozialtheorie? Esser – Luhmann – Weber*, Hrsg. Rainer Greshoff, Uwe Schimank, 421-443. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Korrespondenzanschrift: Prof. Dr. Andrea Maurer, Universität der Bundeswehr München, Werner-Heisenberg-Weg 39, 85577 Neubiberg
E-Mail: andrea.maurer@unibw.de

VOM LABOR INS FELD: DIE ÖKONOMIK DES VERTRAUENS*

Ben Greiner und Axel Ockenfels

Zusammenfassung: Wir geben einen selektiven Überblick über die jüngeren Fortschritte der ökonomischen Laborforschung zu Vertrauen. Insbesondere betonen wir, dass Vertrauen systematisch beeinflusst wird (a) durch ein Streben nach Verteilungsgerechtigkeit und der Reziprozitätsnorm sowie (b) durch die Interaktion strategischen Verhaltens mit dem sozialen und institutionellen Umfeld (dem Kontext). Schließlich zeigen wir, wie die Laborforschung auch nutzbringend in der ökonomischen Praxis zur Stärkung des Vertrauens auf einem anonymen elektronischen Marktplatz eingesetzt werden kann.

I. Einleitung

Wer vertraut, macht sich verletzbar. Doch wer nicht vertraut, geht leer aus. Dies ist das tägliche Dilemma, wenn wir entscheiden, ob wir uns auf Handwerker, Ärzte, Finanzmakler, Banken, Lehrer, Taxifahrer, Autoverkäufer, Online-Händler, Kommilitonen und Kollegen einlassen sollen oder nicht.

Vertrauen hat viele Dimensionen. Meistens wird mit Vertrauen die Erwartung verbunden, dass der Gegenüber eine erwünschte Handlung vollzieht. Wenn diese Handlung nicht im Eigeninteresse des Gegenübers ist, existiert ein *moralisches Risiko* („moral hazard“). Solche Situationen entstehen zum Beispiel, wenn Verträge unvollständig oder nur unter prohibitiv hohen Kosten durchsetzbar sind. Soziale Präferenzen und Normen können dann für Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit sorgen; Vertrauen wird zum „Schmiermittel“ wirtschaftlichen Handelns.

Der Vertrauensbegriff kann aus ökonomischer Sicht auch in Situationen mit asymmetrisch verteilter Information eine Rolle spielen. Während der Finanzkrise im Herbst 2008 trocknete der Wertpapierhandel und Geldverleih im Interbankenmarkt aus, weil kein potenzieller Käufer wusste, was die Wertpapiere und Banken tatsächlich wert waren, und keiner „Zitronen“ handeln wollte (ein Effekt, den man *adverse Selektion* nennt). Die Konsequenzen für die Versorgung der Wirtschaft mit Geld waren fatal. Grund für den Vertrauensverlust war letztlich, dass die Wirtschaftsprüfer und Ratingagenturen als Informationslieferanten versagt haben. Vertrauen bedingt aus dieser Sicht zuverlässige Informationen.

Eine wichtige strategische Eigenschaft von Vertrauen ist, dass es oft selbst-verstärkend wirkt. Solange Bankkunden auf die Liquidität ihrer Bank vertrauen, ist das Bankgeschäft gesichert. Geht aber das Vertrauen verloren, kommt es zu einer sich selbst-

* Wir danken der Deutschen Forschungsgemeinschaft für finanzielle Unterstützung, Jens Beckert für hilfreiche Anregungen und unseren Koautoren Gary Bolton, Peter Werner und anderen für viele Jahre der Zusammenarbeit, ohne die diese Arbeit nicht entstanden wäre.

erfüllenden Erwartung, denn die Bank wird insolvent, wenn alle Bankkunden gleichzeitig an ihr Geld wollen. Vertrauen schafft in diesem Sinne oft *Koordinationsprobleme*: Jeder vertraut und kooperiert nur, wenn auch andere vertrauen und kooperieren. Zugleich kann es bei wiederholtem Aufeinandertreffen der Parteien auch *strategische* Anreize für Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit geben – nämlich dann, wenn Bestrafungsstrategien und Reputationsaufbau (in einem Szenario mit *unvollständiger Information* über die Vertrauenswürdigkeit des Gegenübers) Vertrauenswürdigkeit belohnen und nicht-kooperatives Verhalten bestrafen.

Vertrauen ist somit aus ökonomischer Perspektive ein inhärent soziales *und* strategisches Phänomen, das zugleich die Beschäftigung mit Normen, Präferenzen und Erwartungen auf der einen Seite sowie mit den institutionellen Rahmenbedingungen, Informationsasymmetrien und strategischer Unsicherheit auf der anderen Seite erfordert (Granovetter 1985). In diesem Artikel geben wir beispielhaft Einblicke in den Stand empirischer und experimenteller Wirtschaftsforschung zu verschiedenen Facetten der Vertrauensbildung, und insbesondere in die *Interaktion* von sozialem und strategischem Verhalten. Spätestens mit der Finanzmarktkrise ist zudem deutlich geworden, dass es wichtig ist, nicht nur die wissenschaftlichen Grundlagen für ein besseres Verständnis von Vertrauen zu legen, sondern auch darüber nachzudenken, wie Vertrauen in Akteure und Institutionen systematisch aufgebaut und dauerhaft gestützt werden kann (Ostrom 1990).

In diesem Artikel konzentrieren wir uns vornehmlich auf interpersonelles Vertrauen in Situationen mit moralischem Risiko. Wir rekurrieren vor allem auf Ergebnisse der Spieltheorie sowie der empirischen und experimentellen Wirtschaftsforschung (s. zur Methodik und ihrer Bedeutung für die Soziologie Raub und Buskens 2004; Diekmann 2008). Viele weitere Ansätze können aus Platzmangel nicht behandelt werden. Dazu gehören unter anderem Probleme der adversen Selektion (Akerlof 1970), neuroökonomische und kognitive Fundierungen von Vertrauen (Fehr et al. 2005; Mussweiler und Ockenfels 2008), evolutionstheoretische Ansätze (Güth und Ockenfels 2000, 2003, 2005), repräsentative Umfragestudien (Dohmen et al. 2006), Vertrauen in Unternehmen (Güth und Kliemt 2007), reputationstheoretische und andere spieltheoretische Ansätze (Wilson 1985; Bolton und Ockenfels 2008a; Lahno 2002) sowie Untersuchungen zur Rolle von Kommunikation (Brosig et al. 2003; Ockenfels und Selten 2000, und als Überblicksartikel Brosig 2006) und kulturellem Hintergrund (Henrich et al. 2001; Ockenfels und Weimann 1999) für die Entstehung von Vertrauen (siehe auch die ausführliche soziologische [Coleman 1990; Granovetter 1985; Buskens und Raub 2008] und sozialpsychologische [z. B. Lewicki und Bunker 1996; Rotter 1971, 1980] Literatur zu Vertrauen).

In *Abschnitt II* führen wir ein fundamentales Vertrauensspiel mit moralischem Risiko ein, das Grundlage einer weiten theoretischen und experimentellen Literatur zur Erforschung von Vertrauen in der Wirtschaftswissenschaft geworden ist und auch Grundlage aller weiteren Abschnitte unseres Artikels sein wird. In *Abschnitt III* betrachten wir ökonomische Studien zu sozialen Determinanten von Vertrauen, insbesondere die Literatur zum Zusammenhang von Vertrauen und ökonomischer und sozialer Ungleichheit, und ihre Auswirkung auf die wirtschaftliche Prosperität einer Gesellschaft. Danach wenden wir uns in *Abschnitt IV* strategischen Determinanten von Vertrauen zu, wie Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit in Märkten systematisch beeinflusst werden

können und welche Auswirkung die spezifischen Regeln des sozialen Miteinanders haben. *Abschnitt V* schließt mit zusammenfassenden Anmerkungen.

II. Das Vertrauensspiel

Das Vertrauensspiel spiegelt den Kern des Grundkonflikts wider, der bei Vertrauen und dem (moralischen) Risiko opportunistischen Verhaltens auftritt. Es kann in vielerlei Versionen und Parametrisierungen untersucht werden. Zwei Versionen werden uns später noch beschäftigen. Die erste stammt von Berg et al. (1995): ein Sender A kann entscheiden, wie viel von seiner finanziellen Grundausstattung er an einen Empfänger B schickt. Auf dem Weg wird der Sendebetrag mit einem Faktor größer als Eins multipliziert, was den Effizienzgewinn der sozialen oder ökonomischen Interaktion reflektiert. So kommt also mehr bei B an, als A gesendet hat. Empfänger B kann dann entscheiden, wie viel von dem Sendebetrag er an den Sender A zurücksendet. Damit endet das Spiel.

Da der zu verteilende Kuchen mit dem von A gesendeten Betrag steigt, ist es sozial oder ökonomisch effizient, möglichst viel zu senden, denn der Kuchen könnte dann unter den beteiligten Personen A und B aufgeteilt werden. Das setzt jedoch voraus, dass der Empfänger B einen Betrag zurücksendet, der zumindest hoch genug ist, so dass der Sender A aus seiner Vorleistung keinen Verlust macht. Darauf kann Sender A jedoch nur vertrauen – bindende und durchsetzbare Verträge sind in dem Spiel ausgeschlossen. Ist der Empfänger B jedoch egoistisch und folgt nur seinem eigenen materiellen Interesse, so wird er den gesamten Zuwachs des Vermögens, inklusive der Investition des Senders A, für sich behalten. Antizipiert A dies, so wird er nicht vertrauen, d. h. nichts senden. Im Ergebnis stellen sich bei mangelndem Vertrauen beide schlechter als bei gegenseitiger Kooperation.

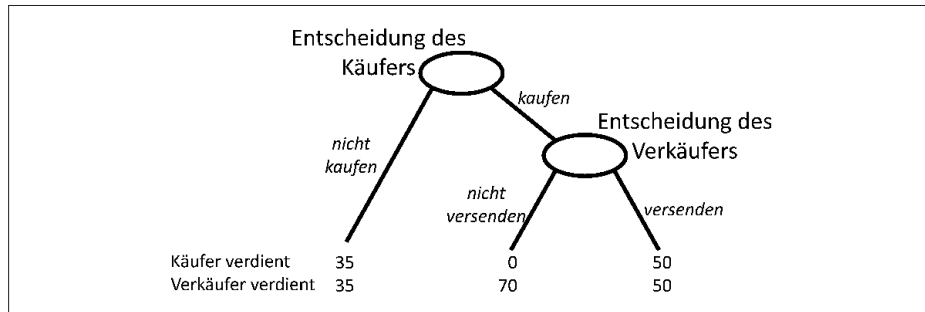
Eine andere, noch einfachere Version stammt von Bolton et al. (2004a): Ein Käufer hat die Wahl, von dem Verkäufer ein Gut zu einem bestimmten Preis zu kaufen oder nicht zu kaufen. Wenn der Käufer sich für den Kauf entscheidet, kommt der Verkäufer zum Zug und entscheidet, ob er das Gut verschickt oder für sich behält. *Abbildung 1* repräsentiert dieses Vertrauensspiel und zeigt die monetären Auszahlungen.

Ob der Käufer vertraut, hängt von seiner Einschätzung ab, ob der Verkäufer nach Zahlung des Preises denn letztendlich auch das gewünschte Gut in der gewünschten Qualität an ihn verschickt. Ein risikoneutraler, rationaler Käufer würde bei der Auszahlungskonfiguration im oben abgebildeten Spiel nur dann kaufen, wenn die Wahrscheinlichkeit, dass der Verkäufer sich vertrauenswürdig verhält, mindestens 70 Prozent beträgt, sein Gewinn aus dem Handel also mindestens genauso hoch ist wie der Wert der Option, nicht zu kaufen.

Andere Versionen stammen etwa von Camerer und Weigelt (1988) als Banker-Unternehmer-Spiel, Dasgupta (1988) als Händler-Kunde-Spiel oder von Fehr, Kirchsteiger und Riedl (1993) als Gift-Exchange-Spiel. Alle haben gemeinsam, dass sie als sequenzielle Form des Gefangenendilemmas¹ interpretiert werden können: Stets ist Koopera-

¹ Das Gefangenendilemma gilt als Prototyp von wirtschaftlichen Situationen, in denen sich indi-

Abbildung 1: Das Käufer-Verkäufer-Spiel aus Bolton et al. (2004a)



tion zwar kollektiv rational, jedoch theoretisch nicht zu erwarten, da der Zweitziehende Anreize für opportunistisches Verhalten besitzt und der Erstziehende in Antizipation dessen kein Vertrauen zeigen sollte.

Im Experimentlabor beobachtet man jedoch sowohl Vertrauen als auch Vertrauenswürdigkeit. In der Studie von Berg et al. (1995) senden Sender im Durchschnitt ungefähr die Hälfte ihrer Ausstattung an den Empfänger. Empfänger zahlen im Durchschnitt etwas mehr als den investierten Betrag zurück, behalten die Effizienzgewinne also im Schnitt größtenteils für sich, stellen den Sender jedoch im Durchschnitt von Verlusten frei. Im Vertrauensspiel von Bolton et al. (2004b) kauften 27 Prozent der Käufer und erweisen sich 37 Prozent der Verkäufer als vertrauenswürdig. Charakteristisch für alle Vertrauensspiele ist die große Heterogenität bei Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit. Stets gibt es viele Zweitziehende, die sich als vertrauenswürdig, und andere, die sich als nicht vertrauenswürdig erweisen. Vertrauen wird dadurch riskant und fragil (s. Abschnitt IV).

Man mag nun einwenden, dass solche einfachen Vertrauensspiele, die oft unter anonymen Bedingungen und mit nur einmaliger Interaktion untersucht werden, zu abstrakt sind, um der „komplexen Realität“ und dem „komplexen Vertrauensphänomen“ gerecht zu werden. Dies ist richtig. Doch seien drei Anmerkungen erlaubt. Erstens sind die Experimente real und keine Simulationen: es interagieren nämlich reale Menschen, die reales (und meistens nicht-triviale Mengen an) Geld verdienen können. Es fehlt also nicht an Realität, sondern, im Vergleich zu Anwendungen außerhalb des Labors, allenfalls an Komplexität. Dazu sei aber zweitens gesagt, dass der Vorteil der experimentellen Forschung genau in diesem Abstraktionsvermögen besteht. Experimente abstrahieren, wie auch in den Naturwissenschaften, von diversen Komplexitäten, um in kontrollierten Umgebungen Modellhypothesen zu testen, Kausalitäten zu identifizieren und neue Situationen zu kreieren, was im Feld oft nicht oder jedenfalls nicht ohne weiteres gelingt (falls doch, sind Laborexperimente nicht nötig). Ein Laborexperiment, das eine genauso komplexe Situation kreiert, wie sie im Feld vorzufinden ist, ist genauso wertlos wie eine Landkarte im Maßstab 1:1. Drittens kann sich der Einwand mangelnder Realitätsnähe und Komplexität nicht gegen die experimentelle Methode an sich richten, denn Experimente können prinzipiell beliebig real und komplex ausgestaltet

viduelle und kollektive Rationalität widersprechen. Die wohl bekannteste Auseinandersetzung mit dem Dilemma und Strategien zu seiner Überwindung stammen von Axelrod (1984).

werden. Tatsächlich gibt es wenig, was in Bezug auf Vertrauensexperimente noch nicht untersucht wurde, angefangen vom Einfluss verschiedenster Kommunikationskanäle (z. B. Brosig et al. 2003), Variationen von Auszahlungsverteilungen (Güth et al. 2008) und -höhen (bis hin zu mehrfachen Monatsgehältern; z. B. Fehr et al. 2002), Informationsflüsse und Interaktionsmuster (Bolton und Ockenfels 2008a; Güth et al. 1997), Variationen in Präsentation und sozialem Kontext (Burnham et al. 2000; Cronk 2007), Variationen bei der Höhe und Quelle der moralischen Risiken (z. B. Bohnet und Zeckhauser 2004; Bohnet et al. 2008), bis hin zu kontrollierten beziehungsweise natürlichen Feldexperimenten, in denen die Kontrolle entweder „kontrolliert aufgegeben“ wird oder gar ganz auf sie verzichtet werden kann (Gneezy und List 2006; List 2006; Cassar et al. 2007; Bolton und Ockenfels 2008b). Der Übergang vom Labor ins Feld ist fließend – (fast) alles ist denkbar (s. a. Ockenfels 2009). Im Folgenden beschränken wir uns auf einige ausgesuchte Beispiele der ökonomischen Vertrauensforschung.

III. Ungleichheit und wirtschaftliche Prosperität: soziale Determinanten von Vertrauen

Das Verhältnis von (ökonomischer und sozialer) Ungleichheit innerhalb einer Gesellschaft und ihrer wirtschaftlichen Prosperität ist ein Thema, das Ökonomen schon sehr lange beschäftigt. Zunächst wurde jedoch keine Verbindung zur Vertrauensbereitschaft innerhalb einer Gesellschaft gezogen. Die akademische Diskussion startete mit der sogenannten Kuznets-Kurve (Kuznets 1955), die eine Beziehung zwischen Ungleichheit und wirtschaftlicher Entwicklung in Form eines umgekehrten „U“ beschreibt. Kuznets Hypothese besagt, dass der Grad der Ungleichheit einer Gesellschaft von ihrem Entwicklungsstand in der Industrialisierungsphase abhängig ist und mit dem Wachstum zuerst steigt, um dann wieder zu fallen.² In der jüngeren Literatur wird dagegen von einer rein negativen Beziehung zwischen Ungleichheit und Wachstum ausgegangen. Beispiele sind die Modelle von Galor und Zeira (1993), Persson und Tabellini (1994).³ Ros (2000), Glaeser (2005) und Benabou (1996) geben einen Überblick über die Literatur.

2 Nach Kuznet beginnt der Industrialisierungsprozess einer ursprünglich agrarischen Wirtschaft mit einer Migrationsbewegung der ländlichen Bevölkerung in die Städte, bedingt durch die dort angebotenen höheren industriellen Löhne. Der größer werdende industrielle Sektor sorgt für einen Anstieg des Pro-Kopf-Einkommens. Da die Agrarlöhne jedoch konstant bleiben und die Löhne in der Industrie ungleicher verteilt sind als in der Landwirtschaft, erhöht sich auch die ökonomische Ungleichheit in der Bevölkerung. In der fortsetzenden sozio-ökonomischen Entwicklung entsteht, so Kuznet, jedoch eine begleitende Gesetzgebung und eine durch das Steuersystem und Sozialversicherungen induzierte finanzielle Umverteilung, welche die Ungleichheit wieder verringern.

3 Erstere unterstellen einen direkten Einfluss von Ungleichheit auf den Zugang zu Produktionsfaktoren und veranschaulichen, wie die Zinssätze für Arme zur Aufnahme von Bildungsdarlehen in langer Sicht einen Einfluss auf den Reichtum einer Gesellschaft haben können. Letztere zeigen in einem Modell der politischen Ökonomie, wie die Umverteilungspolitik innerhalb einer Wirtschaft (durch Steuern etc.) von der ursprünglichen Verteilung der Einkommensungleichheit abhängt, da diese die Position des „median voter“, d. h. die ausschlaggebende Wählerstimme, bestimmt.

Erst in jüngerer Zeit argumentieren einige Ökonomen, dass Vertrauen der Schlüssel zum Verständnis der Beziehung zwischen Ungleichheit und Wachstum sein könnte. Prinzipiell wird in dieser Literatur gemutmaßt, dass eine größere „soziale Distanz“ zu weniger Vertrauen und geringerer Vertrauenswürdigkeit führt. Soziale Distanz misst dabei die Vertrautheit mit dem Gegenüber aufgrund gemeinsamer Merkmale wie Kultur, Rasse und Religion sowie Unterschiede im sozialen Status der Akteure einschließlich insbesondere ihrer Vermögensunterschiede.⁴ Gemäß dieser Hypothese reduziert also eine größere soziale Distanz Vertrauen und wirkt damit negativ auf die Effizienz der Märkte und die Höhe von Investitionen und damit letztlich auf die wirtschaftliche Prosperität eines Landes.

Empirische Evidenz für diese Hypothese wird von Knack und Keefer (1997) sowie Zak und Knack (2001) geliefert. Sie finden in Ländern mit hoher Einkommensdispersion (gemessen mittels des Gini-Koeffizienten für Einkommen) wesentlich geringere Werte eines Vertrauensmaßes als in Ländern mit geringer Einkommensungleichheit. Das Maß für Vertrauen innerhalb eines Landes wird hierbei aus einer spezifischen Frage der World Value Surveys (WVS) abgeleitet. Die WVS sind in mehreren Befragungswellen durchgeführte Interviewstudien mit repräsentativen (gegebenenfalls gewichteten) Bevölkerungsstichproben. Die Surveys wurden in mehr als 80 Ländern seit 1981 durchgeführt. Die meisten Fragen beziehen sich auf Änderungen in moralischen Werten und Ansichten. Eine dieser Fragen lautet: „Allgemein gesagt, würden Sie sagen, dass man den meisten Menschen vertrauen kann, oder dass man gar nicht vorsichtig genug sein kann, wenn man mit anderen Menschen interagiert?“ Die Prozentzahl an positiven Antworten wird als Maß generalisierten Vertrauens innerhalb eines Landes interpretiert. In einer weiteren, auf die USA beschränkten Studie finden auch Alesina und La Ferrara (2002) eine negative Beziehung zwischen sozialer Distanz qua Ungleichheit und Vertrauen. Mehrere empirische Studien finden zudem, wie erwartet, einen positiven Zusammenhang zwischen generalisiertem Vertrauen und der ökonomischen Entwicklung eines Landes (vgl. Knack und Keefer 1997; Zak und Knack 2001; La Porta et al. 1997). Durlauf (2002) jedoch weist auf mehrere Probleme der Kausalität und Identifikation in diesen empirischen Studien hin.

Kontrollierte, ökonomische Laborexperimente sind damit eine sich anbietende komplementäre Methode, die Kausalstruktur zwischen sozialer Distanz, Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit zu untersuchen. Resultate solcher Experimente können helfen, ökonomische Modelle des Individualverhaltens zu entwerfen, die die Beziehung zwischen Sozialkapital und ökonomischen Maßen beschreiben und erklären können (siehe z. B. das Modell von Glaeser et al. 2002).

Bolton und Ockenfels (1998, 2000, 2005, im Erscheinen), Fehr und Schmidt (1999, 2006) und andere beschäftigen sich in den letzten zwei Jahrzehnten theoretisch und experimentell mit dem Einfluss von Einkommensungleichheit von Entscheidungs-

⁴ Soziale Distanz ist ein Begriff, der mit dem ökonomischen Standardinstrumentarium nicht wohl definiert werden kann. Eine biologisch-genetische Fundierung dieses Effektes ist die „Hamilton-Regel“, nach der die biologische Ähnlichkeit und soziale Nähe von Individuen mit der Ähnlichkeit ihrer Gene korreliert ist, und die somit die Kooperation mit und Altruismus gegenüber einem sozial oder biologisch ähnlichen Individuum als Schutz der eigenen Gene evolutionstheoretisch rechtfertigen kann.

personen auf ihr Vertrauen zueinander.⁵ Die Arbeiten legen nahe, dass Ungleichheit Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit schmälern kann, da Vertrauen im Labor bei vielen Versuchspersonen inhärent mit einem Streben nach distributiver Fairness verknüpft ist; auch wenn es systematische gegenläufige Effekte geben kann.

In einem weiteren Forschungsprogramm verknüpfen Glaeser et al. (2000) die Ergebnisse einer Fragebogenstudie zu sozialem Hintergrund und Vertrauenseinstellung mit ökonomischen Laborexperimenten mit denselben Teilnehmern. Eines der durchgeführten Experimente ist eine Variation des Vertrauensspiels. Es zeigt, dass externe Faktoren einen Einfluss auf das Verhalten der Teilnehmer im Experiment haben. Insbesondere zeigen Teilnehmer, die mit einem (ansonsten anonymen) Partner einer anderen Hautfarbe oder Nationalität interagieren, einen geringeren Grad an Vertrauenswürdigkeit, indem sie in diesen Fällen weniger zurücksenden. Die Autoren finden zudem, dass ein höherer sozialer Status des Senders dessen erwarteten Gewinn aus einer Vertrauensentscheidung erhöht. Somit scheinen negative Effekte von sozialer Distanz zumindest in Bezug auf Vertrauenswürdigkeit zu existieren. Es wurden jedoch keine Korrelationen zwischen den Vertrauensmaßen auf Basis der Fragebögen und den tatsächlichen Vertrauensentscheidungen gefunden.

Fershtman und Gneezy (2001) untersuchen diskriminatorisches Verhalten innerhalb der Israelisch-Jüdischen Gesellschaft. Sie fokussieren auf zwei ethnische Gruppen: Personen mit amerikanischem oder europäischem Hintergrund (Aschkenasisch), und Personen mediterranen oder afrikanischen Ursprungs (Sephardisch). Diese Gruppen sind innerhalb Israels durch persistente soziale Unterschiede gekennzeichnet. Mitglieder der ersten Gruppe erhalten höhere Löhne und sind im Durchschnitt besser ausgebildet. Fershtman und Gneezy (2001) finden starke Evidenz für Diskriminierung zwischen diesen Gruppen im Vertrauensspiel: Der durchschnittliche an einen Aschkenasi gesende-

5 Dabei wurden nicht nur Vertrauensspiele, sondern auch eine Vielzahl anderer Spiele (einschließlich Dilemma-, Markt-, Koordinations-, und Verhandlungsspiele) einbezogen. In unserem Zusammenhang sind die Effekte von Ungleichheit auf Kooperation im sogenannten Öffentliches-Gut-Spiel von Interesse – eine Art Gefangenendilemma mit vielen Spielern und der Möglichkeit abgestufter kooperativer Beiträge zur Finanzierung eines öffentlichen Gutes. Dabei ergibt sich ein dem Vertrauensspiel nicht unähnliches soziales Problem: gegeben die Beiträge (und das Vertrauen) der Anderen ist es materiell vorteilhaft, selbst nichts beizutragen (und das Vertrauen der anderen Beiträger zu enttäuschen). Im Ergebnis können so jedoch die Effizienzgewinne nicht materialisiert werden, so dass es letztlich allen schlechter geht als bei vertrauensvoller Kooperation. Somit ist Vertrauen entscheidend für das Ausmaß der Kooperation. Experimente zeigen, dass ökonomische Heterogenität zumeist einen negativen Einfluss auf die Kooperation in Öffentliches-Gut-Spielen hat (Ledyard 1995), jedoch auch konträre Evidenz zu finden ist. Sadrieh und Verbon (2006) variieren die privaten Anfangsausstattungen der Teilnehmer in einem Öffentliches-Gut-Experiment. Nach dem Testen verschiedenster Grade von Ungleichheit kommen sie zu dem Schluss, dass in dieser experimentellen Umgebung Ungleichheit keinen Einfluss auf die Kooperationswilligkeit der Teilnehmer hat. Chan, Mestelman, Moir und Muller (1996) jedoch finden in einem sehr ähnlichen Experiment, dass „arme“ Teilnehmer mehr zum öffentlichen Gut beitragen als „reiche“ Teilnehmer. Buckley und Croson (2006) führten ebenfalls ein Öffentliches-Gut-Spiel mit heterogenen Anfangsausstattungen der Teilnehmer durch. In ihrer Studie trugen reiche und arme Teilnehmer im Durchschnitt denselben absoluten Betrag zum öffentlichen Gut bei. Damit investieren arme Teilnehmer jedoch einen höheren relativen Anteil ihrer Anfangsausstattung, und die Ungleichheit innerhalb der Gruppe nimmt durch die Interaktion im experimentellen Spiel sogar noch zu.

te Betrag ist doppelt so hoch als wenn der Empfänger einen sephardischen Hintergrund hat. Jedoch wurden keine signifikanten Unterschiede in der tatsächlichen Vertrauenswürdigkeit der beiden Gruppen gefunden; die Entscheidung über den zurückzusendenden Betrag scheint somit nicht vom ethnischen Hintergrund abzuhängen. Haile, Sadrieh und Verbon (im Erscheinen) führten ein Vertrauensexperiment mit südafrikanischen Studenten durch. Sie finden negative Effekte sozio-ökonomischer Unterschiede auf die Vertrauensentscheidung: Teilnehmer aus geringeren Einkommensklassen vertrauen ihrem Gegenüber weniger, wenn er oder sie aus einer hohen Einkommensklasse kommt und aus einer anderen ethnischen Gruppe stammt.

Brühlhart und Usunier (2004) untersuchen, ob ein positiver Sendebetrag im einmalig durchgeführten Spiel durch altruistische Präferenzen motiviert ist oder durch erwartete Reziprozität. Dazu werden Einkommensunterschiede nur für die Empfänger eingeführt. Während die experimentellen Ergebnisse keine Beziehung zwischen Sendebetrag des Senders und finanzieller Ausstattung des Empfängers aufzeigen, finden die Autoren einen positiven Zusammenhang zwischen dem gesendeten Betrag und der vom Sender erwarteten Reziprozität. Eine weitere experimentelle Studie zum Thema, durchgeführt von Anderson, Mellor und Milyo (2006), kommt zu einem anderen Ergebnis. Die Experimentatoren variieren den fixen Anteil der Experimentvergütungen der Teilnehmer („show-up fee“, d. h. Einkommen, welches nicht im Spiel selbst verwendet werden kann) in einer Gleichverteilung sowie in einer symmetrischen und einer asymmetrischen Ungleichverteilung. Diese Auszahlungen sind entweder bekannt oder rein private Information. Die Autoren finden nur kleine Effekte der eingeführten ökonomischen Heterogenität auf das Verhalten. Sendebeträge sind im Durchschnitt geringer unter Ungleichheit, jedoch nicht signifikant. Während unter öffentlicher Information reiche Teilnehmer mehr senden, senden sie anteilmäßig weniger, wenn die Ausstattungen nicht veröffentlicht wurden. Vertrauenswürdigkeit hängt weder von der Verteilung noch vor der absoluten Ausstattung ab.

Greiner, Ockenfels und Werner (2007) erweitern die Untersuchungen der Beziehung von ökonomischer Ungleichheit und Vertrauen im klassischen Vertrauensspiel um eine dynamische Komponente: das Basis-Vertrauensspiel von Berg, Dickhaut und McCabe (1995) wird zwanzigmal wiederholt. In jeder Runde werden die Rollen und die Partner neu zufällig zugeteilt. Im Unterschied zu anderen Studien können die Teilnehmer jedoch ihre Einkommen über die Runden kumulieren: der Gewinn aus der Vorrunde steht als Anfangsausstattung für Investitionen in der nächsten Runde zur Verfügung. In jeder Runde werden beide Teilnehmer vor ihren Entscheidungen über den derzeitigen Reichtum des anderen Teilnehmers informiert. Durch dieses Design entstehen kleine experimentelle Ökonomien mit endogener Ungleichheitsentwicklung und Wachstum.

Die exogene Manipulation in diesem Experiment besteht in der Wahl der Verteilung der Anfangsausstattungen innerhalb der experimentellen Ökonomie. In der Gleichheits-Anordnung (im folgenden EQ für „equality“) erhalten alle Teilnehmer vor der ersten Runde eine Ausstattung von 500 Experimenttalern (ET).⁶ In der ungleichen Anordnung (IEQ, für „inequality“) erhält die Hälfte der Teilnehmer eine Ausstattung

⁶ Experimenttaler wurden am Ende des Experiments zu einem vorher bekannten Kurs in Euro umgewandelt.

Abbildung 2: Senderaten in den beiden Durchgängen über die Zeit

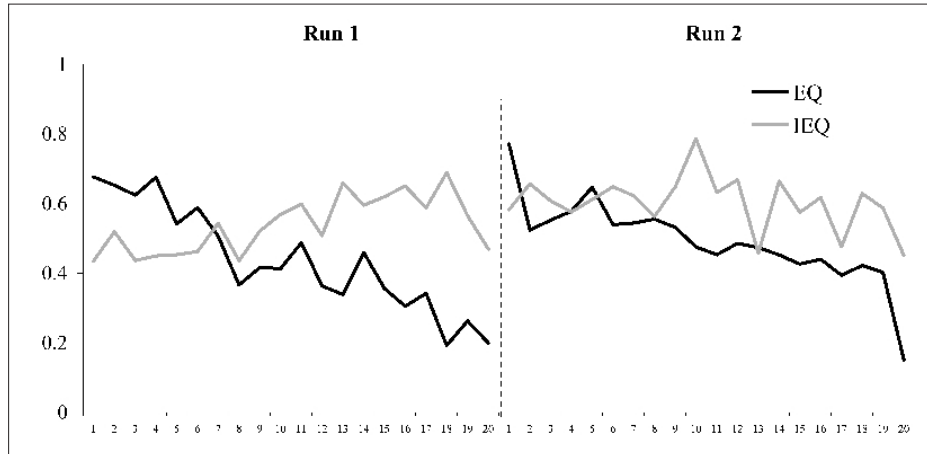
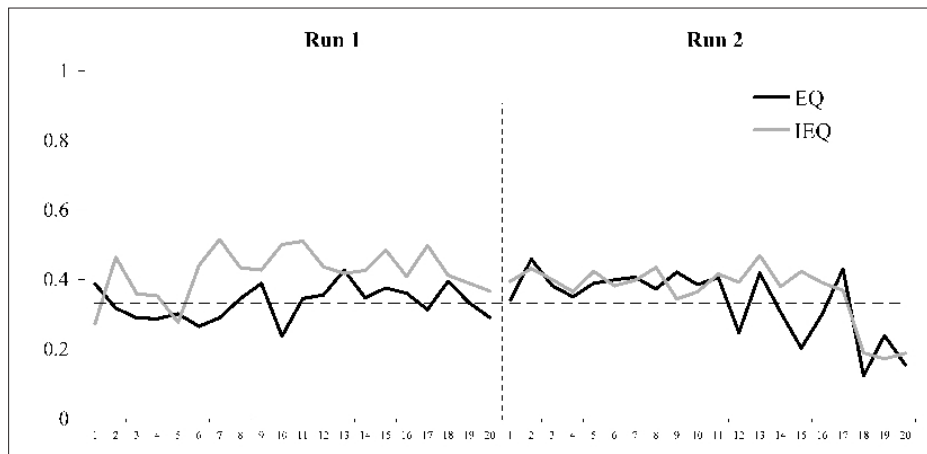


Abbildung 3: Rücksenderaten in den beiden Durchgängen über die Zeit



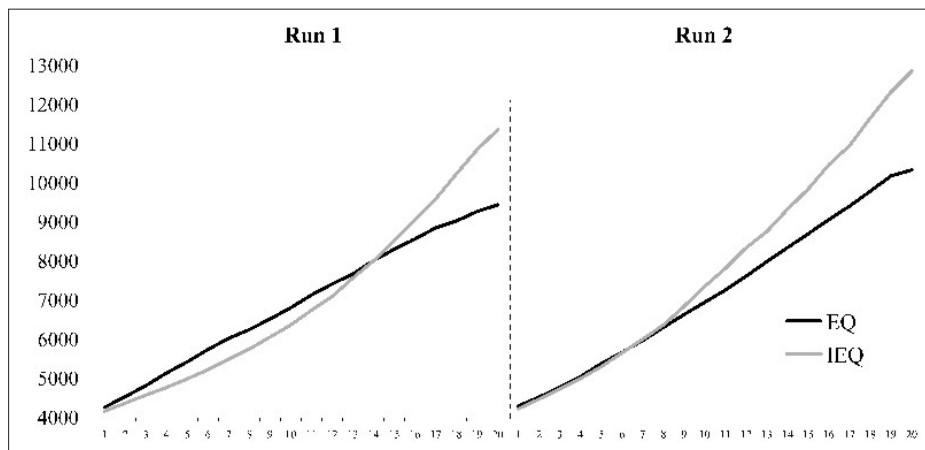
von 800 ET, während die andere Hälfte mit nur 200 ET ausgestattet wurde. Unter der Annahme, dass die anfängliche Verteilung der Ausstattungen keinen Einfluss auf das individuelle Verhalten hat, sollten wir vergleichbare Grade von Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit und dementsprechend gleich hohe Wachstumsraten der experimentellen Ökonomien beobachten. Innerhalb jeder Ökonomie wurde das Experiment einmal wiederholt, um Erfahrung und Lernen zu ermöglichen (Run 1 und Run 2 in den Abbildungen).

Abbildung 2 zeigt den Verlauf der durchschnittlichen relativen Senderaten über die Zeit für die beiden Durchgänge á 20 Runden. In Abbildung 3 sehen wir die durchschnittlichen Rücksenderaten. Eine Rücksenderate von einem Drittel bedeutet, dass der

Sender den gleichen absoluten Betrag zurückerhält, den er gesendet hat, während der Empfänger sämtliche Effizienzgewinne des Vertrauensspiels für sich behält.

Die *Abbildungen 2* und *3* zeigen, dass sich die dynamische Entwicklung von Vertrauen, d. h. der Verlauf der Senderaten, zwischen den beiden Anordnungen EQ und IEQ unterscheidet, während in Bezug auf Vertrauenswürdigkeit, zumindest in den durchschnittlichen Werten, keine signifikanten Unterschiede gefunden werden. In der ersten Runde des Spiels im ersten Durchgang führt eine Gleichverteilung zu deutlich höherem Vertrauen als in der Ungleichheitsanordnung (um genau zu sein: zu 54 Prozent höheren Sendebeträgen). Jedoch verringern sich die Sendebeträge in der EQ-Anordnung über die Zeit von 68 Prozent zu 20 Prozent (77 Prozent zu 15 Prozent in Durchgang 2), während sie in der Anordnung IEQ stabil bleiben (alle Unterschiede sind statistisch signifikant). Insgesamt führen diese strukturellen Unterschiede zu systematisch unterschiedlichen Wachstumsraten. Während Ökonomien mit gleichverteilten Einkommen aufgrund des anfänglich höheren Vertrauens in den ersten Runden schneller wachsen und dadurch reicher werden, holen die ungleichen Ökonomien im Wachstum nach wenigen Runden und im Reichtum nach etwas mehr Zeit auf und überholen schließlich die EQ-Ökonomien (*Abbildung 4*).

Abbildung 4: Durchschnittlicher Reichtum der experimentellen Ökonomien über die Zeit



Ein Grund für die unterschiedlichen Entwicklungen ist die unterschiedliche Wirkung von exogen auferlegter und endogen entstandener Ungleichheit: Grundsätzlich erhöht ökonomische Ungleichheit die soziale Distanz zwischen Transaktionspartnern und hat somit eine negative Wirkung auf Vertrauen (s. erste Runde in den *Abbildungen* sowie die vorgenannte Evidenz). Durch die Vertrauensmuster wird Einkommen jedoch neu umverteilt. In der Ungleichheitsanordnung sind die Folgen dieser Umverteilung verdeckt durch die ursprüngliche Einkommensdispersion. So ist es beispielsweise auch nach 10 Runden noch nicht klar, ob der Reichtum eines relativ reichen Gegenübers maßgeblich aus seiner Anfangsausstattung oder aus seiner Transaktionshistorie stammt. In den Ökonomien jedoch, wo die Akteure mit identischen Anfangsbedingungen star-

ten, sind alle Einkommensunterschiede endogen bedingt. Auf diese endogene Ungleichheit scheinen die Experimententeilnehmer deutlich stärker zu reagieren als auf die exogen induzierte Ungleichheit. Insbesondere bilden die den Transaktionspartnern zugänglichen Informationen über den derzeitigen Reichtum eines Teilnehmers eine Art natürliches Reputationssystem: der derzeitige Reichtum reflektiert das frühere Verhalten. Da hoher Reichtum nicht immer, aber sehr oft mit geringer Vertrauenswürdigkeit in der Vergangenheit korreliert ist, reagiert der durchschnittliche Teilnehmer avers gegenüber dem Reichtum des Anderen: Reichen Empfängern wird weniger vertraut, insbesondere durch Arme, und es wird sich ihnen gegenüber weniger vertrauenswürdig verhalten. Dies führt darüber hinaus dazu, dass Reiche auch anderen weniger vertrauen, insbesondere Armen. Soziale Distanz qua ökonomischer Ungleichheit spielt eine große Rolle, und Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit nehmen stetig ab.

Zusammenfassend bestätigen die kontrollierten empirischen Studien überwiegend die Hypothese, dass es einen negativen Zusammenhang zwischen sozialer Distanz und ökonomischer Ungleichheit auf der einen Seite und Vertrauen und Effizienz auf der anderen Seite gibt. Zugleich zeigen sie auf, was diese Effekte treibt. Insbesondere gilt, dass die Effekte geringer werden, wenn die Ungleichheit weniger präsent ist, und stärker werden, wenn die Ungleichheit endogen in sozial-ökonomischer Interaktion entstanden anstatt exogen oktroyiert ist, da Ungleichheit in diesen Fällen auch Signalwirkung über die Vertrauenswürdigkeit der einzelnen Agenten besitzen kann. Wir glauben, dass zukünftige ökonomische Forschung versuchen sollte, die Dynamiken und Rückkopplungseffekte von Vertrauen und sozialer Distanz modellhaft abzubilden.

IV. Information und Reputation: strategische Determinanten von Vertrauen

Zwei Beobachtungen durchziehen praktisch die gesamte experimentelle Literatur zu Vertrauen: Heterogenität im Verhalten (nur ein Teil der Menschen erweist sich als vertrauenswürdig) und Sensibilität bezüglich der strategischen Anreize: Menschen, egal ob sozial oder egoistisch eingestellt, reagieren auf Anreize. Sie tun dies zwar nicht immer rational, aber systematisch. In diesem Abschnitt illustrieren wir den strategischen Aspekt der Vertrauensbildung am Beispiel der Bedeutung von Informationsflüssen in Märkten in einer Welt, in der sich die Bereitschaft zu vertrauenswürdigem Verhalten zwischen Menschen unterscheidet.

1. Reputationssysteme in der Praxis und im Labor

In traditionellen Märkten wird Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit oft durch direkten persönlichen Kontakt, durch wiederholte und lokal begrenzte Interaktionen, durch Mund-zu-Mund-Propaganda und durch einen vom Gesetzgeber errichteten rechtlichen Rahmen mit durchsetzbaren Verträgen gestützt. Die Kombination dieser Charakteristiken wirkt als eine Art *natürliches Reputationssystem*: Mit jeder Interaktion werden neue Informationen über einen Marktteilnehmer produziert und verbreitet, so dass Anreize entstehen, sich kooperativ zu verhalten. Hat man nämlich eine gute Reputation aufge-

baut, sind spätere Transaktionspartner eher bereit, ihr Vertrauen zu schenken (Wilson 1985).

In modernen Internet-Märkten und anonymen Gesellschaften hingegen müssen zusätzlich Reputationssysteme zur Verfügung gestellt werden. Die meisten Transaktionen auf eBay bspw. sind einmalige Begegnungen zwischen geographisch mehr oder weniger weit voneinander entfernten Händlern⁷, und der rechtliche Rahmen ist schwerer durchsetzbar als in „Offline“-Märkten (Kollock 1999). Der traditionelle Kontext des Handels (Hörensagen, soziale Netzwerke, Investition in Marken oder repräsentative Ladenlokale) fehlt (Resnick und Zeckhauser 2002). Aus diesem Grund ahmen Marktbetreiber im Internet die natürlichen Reputationssysteme aus Erfahrung und persönlicher Empfehlung nach: sie stellen Systeme zur Verfügung, die Informationen über Agenten sammeln, aggregieren und dann wieder verteilen. Insbesondere werden Marktteilnehmer nach einer Transaktion zur Bewertung ihres Transaktionspartners aufgefordert und diese Bewertungen werden anderen Teilnehmern zugänglich gemacht.

Internet-Märkte bilden somit ein ideales Umfeld für den an Märkten und Reputationsmechanismen interessierten Sozialwissenschaftler (s. Ockenfels et al. 2006 für einen Überblick zur eBay-Forschung): Im Gegensatz zu traditionellen Märkten bieten sie in transparenter und leicht zugänglicher Weise eine Vielzahl an Informationen. In diesem Abschnitt betrachten wir vor allem die Marktplattform eBay. eBay ermöglicht den Handel von Produkten und Dienstleistungen mittels Eingut- und Mehrgüterauktionen sowie Festpreisangeboten. Nach jeder Transaktion auf eBay können sowohl Käufer als auch Verkäufer eine Bewertung über den anderen Transaktionspartner abgeben. Bis Frühjahr 2007 bestand diese Bewertung aus einem allgemeinen „positiv“/„neutral“/„negativ“-Urteil sowie einer kurzen, auf 80 Zeichen begrenzten verbalen Erläuterung. Eine Bewertung muss innerhalb von 3 Monaten nach der Transaktion abgegeben werden, und wird unmittelbar nach Abgabe auf der Plattform veröffentlicht. Bewertungen können nur zurückgenommen werden aufgrund eines Gerichtsurteiles, wenn der Käufer erwiesenermaßen nicht zahlte, oder aber wenn beide Seiten zustimmen. Die gesammelten Bewertungen werden zu zwei Indikatoren aggregiert und zukünftigen Transaktionspartnern an verschiedenen Stellen zur Verfügung gestellt: die Differenz zwischen erhaltenen positiven und negativen Bewertungen bildet den sogenannten „Bewertungspunkttestand“ („feedback score“). Der Anteil der positiven Bewertungen innerhalb dieses Punktstands wird „Prozent positiv“ genannt. Diese Indikatoren werden über sämtliche Käufer- und Verkäuferaktivitäten aggregiert.

Das Bewertungssystem scheint recht gut zu funktionieren. Erstens zeichnet es sich durch eine hohe Beteiligung aus. Im Jahre 2007 wurden auf eBay ca. 4 Millionen Bewertungen pro Tag abgegeben. Obwohl die Abgabe einer Bewertung meist nur externe Effekte, d. h. nur Wert für andere eBay-Mitglieder hat, nicht jedoch für den Abgebenden selbst, erhalten ungefähr 70 Prozent der Transaktionspartner, Käufer und Verkäufer ungefähr gleich, eine Bewertung innerhalb von 3 Monaten (Bolton et al. 2008). Dies führt zu einer großen Datenbasis, aufgrund derer zukünftige potenzielle Käufer die Vertrauenswürdigkeit eines Verkäufers abschätzen können.

⁷ So beobachten z. B. Resnick und Zeckhauser (2002) in ihrem eBay-Datensatz, dass nur 11 Prozent der beobachteten Käufer-Verkäufer-Paarungen mehr als einmal innerhalb des betrachteten Fünfmonatszeitraums miteinander interagierten.

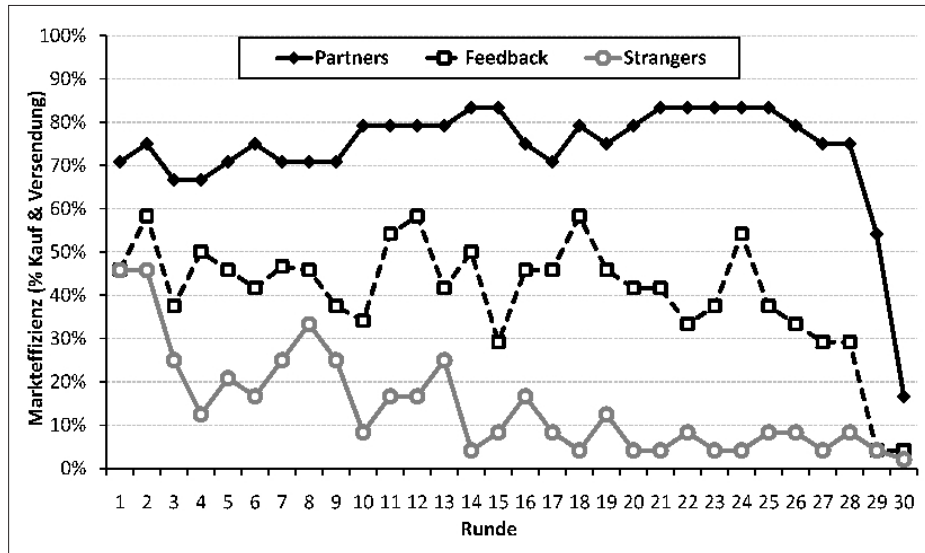
Zweitens führt eine gute Reputation auf eBay zu einer erhöhten Erfolgsquote und höheren erzielten Preisen. So finden Resnick und Zeckhauser (2002) einen signifikanten Zusammenhang zwischen Bewertungsprofil und Erfolgsquote eines Verkäufers. Melnik und Alm (2002), Livingstone (2005), Houser und Wooders (2006) und Lucking-Reiley et al. (2007) untersuchen Münz- bzw. Elektronikauktionen auf eBay und finden signifikante Preisauflschläge für positive Bewertungsprofile (s. a. Diekmann und Wyder 2002). Livingstone (2005) zeigt, dass die marginale Rendite aus positiven Bewertungen mit steigender Zahl der Bewertungen fällt. Im Rahmen eines Feldexperiments arbeiten Resnick, Zeckhauser, Swanson und Lockwood (2006) mit einem erfahrenen eBay-Verkäufer zusammen, der unter seinem eigenen und mehreren neu angelegten Profilen Paare von ähnlichen Produkten in qualitativ gleichwertiger Darstellung anbot. Die Ergebnisse bestätigen den positiven Zusammenhang zwischen positiven Bewertungen und Preisauflschlägen.

Bolton, Katok und Ockenfels (2004a, 2004b, 2005) analysieren perfekte Reputationssysteme im Experimentallabor. In dem vereinfachten Markt von Bolton, Katok und Ockenfels (2004a) treffen Käufer und Verkäufer über 30 Runden im Käufer-Verkäufer-Spiel (s. *Abbildung 1*) aufeinander. In jeder Runde hat ein Käufer die Wahl, von dem ihm zugeordneten Verkäufer ein Gut zu kaufen (also zu vertrauen) oder nicht zu kaufen. Wenn der Käufer sich für den Kauf entscheidet, kommt der Verkäufer zum Zuge und entscheidet, ob er das Gut verschickt (sich also vertrauenswürdig verhält) oder für sich behält. Durch das Verschicken des Gutes entstehen die Effizienzgewinne des Handels: der Käufer bewertet das Gut höher als der Verkäufer. Verschickt der Verkäufer jedoch nicht und behält den Kaufpreis, stellt er sich mit Besitz von Gut und Bezahlung deutlich besser.

Bolton, Katok und Ockenfels (2004a) beobachten die Kauf- und Verschickungsentscheidungen unter drei verschiedenen Informations-Anordnungen. In der ersten Anordnung („Strangers“) werden in jeder Runde Käufer und Verkäufer neu zufällig einander zugeteilt, so dass niemals derselbe Käufer wieder auf denselben Verkäufer trifft. Dieser Markt steht für die durch einmalige Interaktionen geprägten neuen elektronischen Märkte. In der zweiten Anordnung („Partners“) trifft derselbe Käufer in allen 30 Runden immer auf denselben Verkäufer. Dadurch können die Transaktionspartner wie in traditionellen Märkten persönliche Erfahrungen miteinander sammeln. In der dritten Anordnung („Feedback“) schließlich werden wie auch in der ersten Anordnung Käufer und Verkäufer in jeder Runde neu einander zufällig zugeteilt. Jedoch werden beide über die gesamte Transaktionshistorie des jeweils Anderen, also über dessen bisherige Kauf- bzw. Verschickungsentscheidungen, vollständig informiert. Dieses perfekte Reputationssystem stellt somit also exakt dieselben Informationen zur Verfügung, die sonst nur durch wiederholte Interaktion mit demselben Partner gesammelt werden könnten.

Abbildung 5 zeigt die Ergebnisse des Marktexperiments. Die Kooperation in Märkten mit jeweils einmaliger Interaktion (Strangers) bricht nach wenigen Runden zusammen. Übertragen auf eBay hieße dies, dass eBay ohne Bewertungssystem schnell kollabieren würde; es gibt zwar intrinsisch vertrauenswürdige Verkäufer, aber da Käufer diese nicht zu erkennen vermögen, ist das Vertrauensrisiko zu hoch und Kooperation daher fragil. In Märkten mit wiederholten Interaktionen zwischen denselben Händlern (Partners) wirken jedoch starke Anreize zur Kooperation, da der Käufer einen unkooperativen Verkäufer in den folgenden Runden durch Nichtkauf abstrafen kann. Tat-

Abbildung 5: Markteffizienz (realisierte Effizienzgewinne durch Kooperation) in Bolton et al. (2004a)



sächlich wird hier auf hohem Niveau stabil kooperiert. Die Tatsache, dass die Kooperation in den letzten beiden Runden dann doch zusammenbricht, ist ein Indiz für hochstrategisches Verhalten: in den letzten Runden zahlt sich Reputationaufbau nicht mehr aus, so dass Vertrauenswürdigkeit unattraktiver wird. Umgekehrt gilt, dass ein Reputationssystem zumindest in der frühen Phase dafür sorgen kann, dass auch Egoisten sich vertrauenswürdig verhalten, denn nur so können zukünftig Käufer attrahiert werden.

Ist Reputationsinformation aber wirklich alles? In der „Feedback“-Anordnung werden, bei gleichermaßen anonymer Interaktion zwischen den Händlern, dieselben Informationen bereitgestellt wie in der „Partners“-Anordnung. Tatsächlich ist das Kooperationsniveau auch wie erwartet signifikant höher als ohne Information über Transaktionshistorien („Strangers“). Aus spieltheoretischer Sicht, aber auch aus soziologischer und psychologischer Perspektive, gibt es zudem keinen Grund zu der Vermutung, dass die Informationsflüsse, über die Information selbst hinaus, einen Unterschied machen sollten. Tatsächlich ist das Kooperationsniveau jedoch in der „Feedback“-Anordnung deutlich geringer als in der „Partners“-Anordnung.

Ein Grund dafür, dass nicht nur die Informationen, sondern auch die Informationsflüsse relevant sind, ist wiederum ein strategischer. Ein früher Kauf erlaubt herauszufinden, ob der Verkäufer denn überhaupt kooperationswillig ist oder nicht. Bei wiederholter Interaktion mit demselben Partner kommt diese Information einem selbst zugute, d. h. es lohnt sich angesichts der gemeinsamen Zukunft, zumindest einmal auszuprobieren, ob sich der Verkäufer vertrauenswürdig verhält. In der „Feedback“-Anordnung jedoch hilft die generierte Information nur anderen Käufern, der strategische Anreiz der Informationsgewinnung fällt weg (s. Bolton und Ockenfels 2008a für eine formale Darlegung dieses Arguments und experimentelle Evidenz).

Andere experimentelle Studien wie Keser (2003) oder Chen und Hogg (2005) implementieren imperfekte Reputationssysteme. „Imperfekt“ meint, dass die Reputationsinformation nicht wie bei Bolton, Katok und Ockenfels (2004a) immer vollständig und wahr ist, sondern dass diese Erfahrungen durch die Marktteilnehmer selbst berichtet werden (mit der Möglichkeit zur Falschdarstellung) oder mit exogen implementiertem „Rauschen“ behaftet sind. Nichtsdestotrotz erweisen sich Reputationssysteme jedoch als effektive Instrumente zur Hebung von Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit in Märkten.

2. Probleme und ökonomisches Design

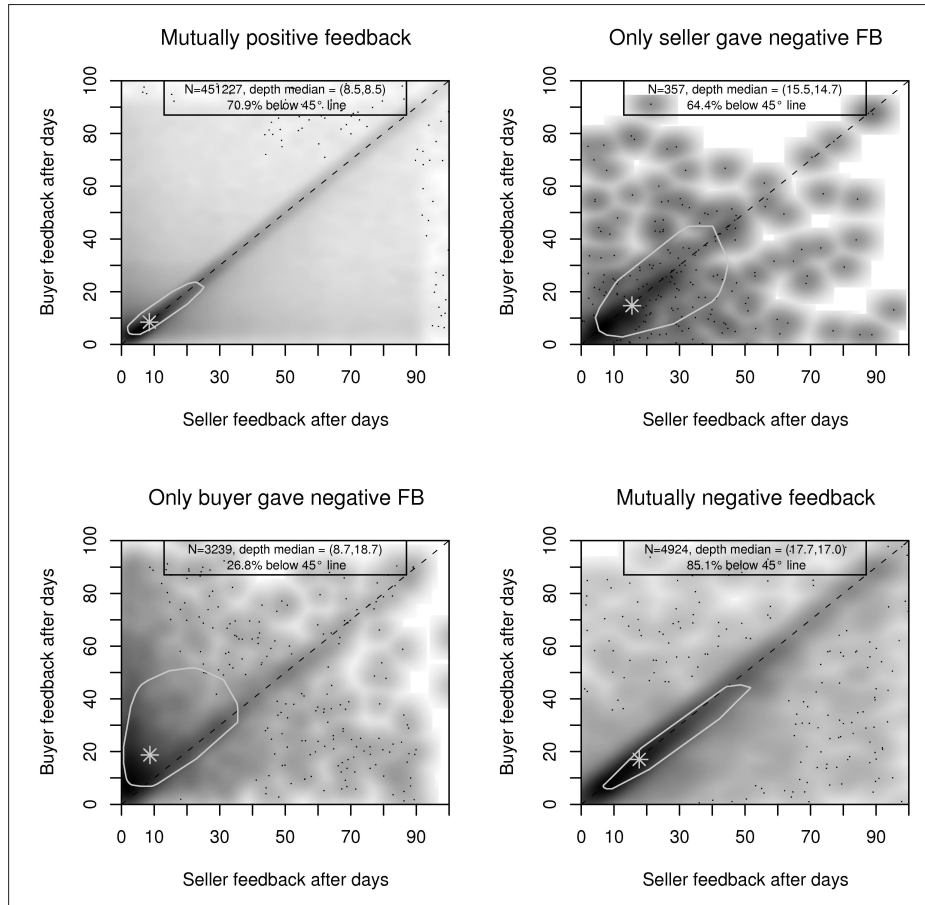
Die Tatsache, dass Menschen systematisch auf Anreize reagieren, ermöglicht es oft, Institutionen aktiv so zu gestalten, dass die individuellen Anreize auf Linie mit den zugrundeliegenden Zielen gebracht werden können (s. a. Roth 2002, 2008; Kittsteiner und Ockenfels 2006; und Ockenfels 2009 für Einführungen und Beispiele in „Economic Engineering“ als Forschungsdisziplin). Das Ziel von elektronischen Reputationssystemen ist es, in großen anonymen Märkten für Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit zu sorgen. Dabei gibt es zwei fundamentale Herausforderungen. Erstens sollen überhaupt möglichst viele Bewertungen in das System eingespeist werden (obwohl es dafür kaum Anreize gibt, denn die Information kommt ja nur anderen zugute). Und zweitens sollen die Bewertungen zuverlässig das Verhalten des Marktteilnehmers abbilden.

Ein prinzipielles Problem von Bewertungssystemen ist die Tendenz, zu positive Bewertungen abzugeben. Dies gilt gleichermaßen für die Bewertung von Mitarbeitern im Rahmen innerbetrieblicher Anreizsysteme (Ockenfels et al. 2008), für das Versagen von Wirtschaftsprüfern und Rating-Agenturen im Vorfeld der Finanzmarktkrise im Herbst 2008 als auch für eBays traditionelles Bewertungssystem. Die Bewertungen auf eBay sind so stark positiv, dass sie kaum eine Diskriminierung der Verkäufer zulassen. Bolton, Greiner und Ockenfels (2008) finden in ihrem Datensatz mit mehr als einer Million Beobachtungen einen Anteil von nur 1,4 Prozent negativen Bewertungen. Resnick und Zeckhauser (2002) und Dellarocas und Wood (2008) finden mit ca. 0,6 Prozent sogar geringere Anteile an negativen Bewertungen. Diese Zahlen scheinen schon aufgrund der im eBay Feedback Forum berichteten alltäglichen Erfahrungen nicht der Realität zu entsprechen. Dellarocas und Wood (2008) schätzen auf der Grundlage eines strukturellen statistischen Modells und eines umfangreichen Datensatzes, dass nur 78,9 Prozent der Käufer mit dem Ergebnis ihrer Transaktion zufrieden sind. Bolton und Ockenfels (2008b) können in einem kontrollierten Feldexperiment mit realen eBay-Händlern auf der realen Plattform nachweisen, dass unzufriedene Käufer lieber kein Feedback abgeben als ein negatives.

Ein Grund für den hohen Anteil an positiven Bewertungen, und damit für den verminderten Informationswert des Bewertungssystems, ist (strategische) Reziprozität in der Abgabe der Bewertungen.⁸ Da eine Bewertung sofort nach Abgabe veröffentlicht

⁸ Siehe auch Bajari und Hortaçsu (2004), Bolton und Ockenfels (2007), Cabral und Hortaçsu (2006), Chwelos und Dhar (2007), Dellarocas und Wood (2008), Klein, Lambert, Spagnolo und Stahl (2007), Resnick, Zeckhauser, Friedman und Kuwabara (2000) und Resnick und

Abbildung 6: Die zeitliche Abfolge von Bewertungen auf eBay



Anmerkung: Die Grafik enthält ca. 460 000 Beobachtungen, bei denen sowohl Käufer als auch Verkäufer eine Bewertung abgegeben haben. „Negative“ enthält sowohl negative, neutrale als auch letztendlich zurückgenommene Bewertungen. Die Graustufen stellen die relative Dichte an Beobachtungen innerhalb des 0.1-Tages-Quadrates dar. Die Taschen enthalten die 50 Prozent Beobachtungen mit der höchsten Dichte, der Stern zeigt die Stelle mit der höchsten Konzentration. In jeder Untergrafik sind die 200 am weitesten vom Zentrum entfernt liegenden Beobachtungen als Punkte gekennzeichnet.

wird, kann der als Zweiter seine Bewertung abgebende Transaktionspartner auf die Bewertung des Erstabgebenden reagieren. Sie tun dies nach dem Prinzip „So wie Du mir, so ich Dir“ und damit unabhängig von der eigentlichen Transaktion, die bewertet werden soll. Bolton, Greiner und Ockenfels (2008) beobachten, dass nach einer positiven Bewertung des Käufers der Verkäufer zu 99,9 Prozent ebenfalls eine positive Bewertung zurückgibt, nach einer negativen Bewertung ist die Antwort zu 90 Prozent eben-

Zeckhauser (2002) neben anderen, die ebenfalls die strategische Abgabe von Bewertungen auf eBay diskutieren.

falls negativ. Die Korrelation zwischen Käufer- und Verkäuferbewertungen ist signifikant höher, wenn der Verkäufer als zweiter abgibt.

Aufschlussreich ist auch die zeitliche Abfolge der Abgabe von Bewertungen, wie die auf Daten von Bolton, Greiner und Ockenfels (2008) basierende *Abbildung 6* zeigt. In den meisten Fällen gibt der Käufer zuerst seine Bewertung ab und der Verkäufer reagiert oft prompt. Insbesondere wenn wir beobachten, dass beide Transaktionspartner sich negativ beurteilen, scheint es, als ob der Verkäufer nur auf die Bewertung des Käufers gewartet hat und sich dann sofort „rächt“ – ein Effekt, der nicht nur in Online-Marktplattformen von Relevanz sein dürfte. Nur in den Fällen, in denen letztendlich nur der Käufer negativ, der Verkäufer jedoch positives Feedback gegeben hat, beobachten wir, dass der Käufer solange wartet, bis der Verkäufer im Mittel seine Bewertung zuerst losschickt. Dies ist auch klug, muss er doch andernfalls mit einer prompten „Rachebewertung“ rechnen. Offensichtlich werden Bewertungen nicht unabhängig, sondern strategisch reziprok vergeben.⁹ Dies verzerrt den Informationsgehalt der Bewertungen und erschwert im Ergebnis den Aufbau von Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit.

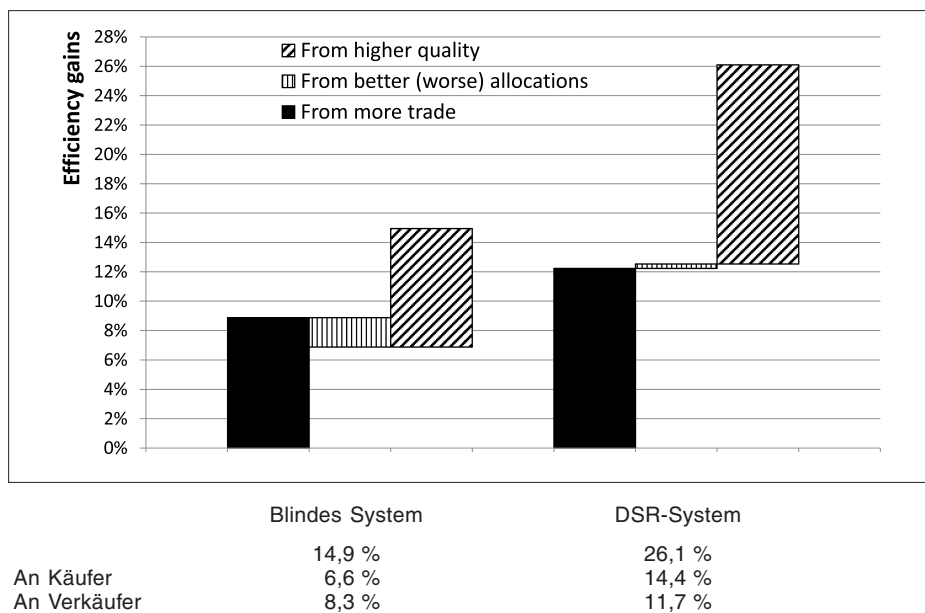
Zwei Eigenschaften des konventionellen Systems ermöglichen strategisch reziprokes Verhalten: Erstens ist das System „offen“ in dem Sinne, dass jede abgeschickte Bewertung sofort veröffentlicht wird, so dass der andere Transaktionspartner darauf reagieren kann. Zweitens ist das System zweiseitig: sowohl Käufer als auch Verkäufer können eine Bewertung über den jeweils anderen hinterlassen. Die beiden im Folgenden diskutierten Ansätze adressieren jeweils eine dieser Eigenschaften. In einem „blinden“ System werden beide Händler erst dann über die Bewertung des anderen Transaktionspartners informiert, wenn beide abgeben haben oder der Bewertungszeitraum verstrichen ist. In einem hybriden (offen-zweiseitig/geschlossen-einseitigem) System werden zusätzlich zu dem offenen klassischen System detailliertere Bewertungen eingeführt, die nur vom Käufer über den Verkäufer abgegeben werden können, und nicht auf einen spezifischen Käufer zurückzuführen sind („detailed seller ratings“, DSR).

Bolton, Greiner und Ockenfels (2008) entwickeln solche spezifischen Systeme und diskutieren die Vor- und Nachteile des blinden und des hybriden offen-einseitigen Bewertungssystems in Bezug auf ihre strategischen und sozialen Einflüsse. Im blinden System können Händler ihre Bewertung nicht auf die Bewertung des Transaktionspartners konditionieren, sequenzielle Reziprozität und strategisches Timing sind damit ausgeschlossen, was Rachebewertungen erschwert. Die Erwartung ist, dass ein solches System zu zuverlässigeren Bewertungen führt. Ein blindes System hat jedoch auch Nachteile. Zum Beispiel ist durch die Vermeidung negativer Reziprozität (Rachebewertungen) auch positive Reziprozität nicht mehr möglich. Letztere trägt jedoch signifikant dazu bei, dass überhaupt Bewertungen abgegeben werden; die Wahrscheinlichkeit, dass überhaupt eine Bewertung gegeben wird, ist signifikant größer, wenn der Transaktionspartner bereits eine Bewertung abgegeben hat. Positive Reziprozität hilft also, dass der ersten Herausforderung des Design von Reputationssystemen genüge getan wird.

⁹ Rachebewertungen können auch der Abschreckung zukünftiger Negativbewertungen dienen und erhöhen gleichzeitig die Bereitschaft des Käufers, gegebenenfalls eine negative Bewertung im gegenseitigen Einvernehmen zurückzuziehen.

Das zweite, hybride System soll daher zwar auch negative Reziprozität in Form von Rachebewertungen ausschalten, aber zugleich positive Reziprozität zulassen. Rachebewertungen werden auf eBay vor allem von Verkäufern als Drohmittel, Bestrafung und Disziplinierungsmaßnahme verwendet. Das hybride DSR-System erlaubt den Käufern nun, neben der traditionellen Bewertung auch eine zusätzliche Bewertung abzugeben, die nicht reziprok beantwortet werden kann. Dadurch bleibt die Möglichkeit der positiven Reziprozität im offenen Teil des hybriden Systems (dem klassischen System) erhalten, während Käufer die Möglichkeit haben, Kritik in differenzierterer Form als bisher in zusätzlichen, einseitigen und verdeckten Bewertungen zu äußern. Durch letzteres werden Anreize zur wahrheitsgemäßen Bewertung gegeben.

Abbildung 7: Effizienzgewinne in experimentellen Märkten mit blindem und hybriden Bewertungssystem



Anmerkung: Überlappende Balken kennzeichnen Effizienzverluste. Alle Effizienzgewinne (-verluste) sind relativ zur Anordnung mit klassischem Bewertungssystem.

Anreizsysteme können im Experiment gewissermaßen wie im Windkanal getestet werden. In ihren komplementär zur theoretischen und Felddatenanalyse durchgeführten Laborexperimenten beobachten Bolton, Greiner und Ockenfels (2008) in beiden Systemalternativen, dem blinden System und dem hybriden DSR-System, eine signifikante Steigerung der Vertrauenswürdigkeit von Verkäufern und entsprechend auch eine Steigerung des Vertrauens der Käufer. *Abbildung 7* zeigt die Effizienzgewinne innerhalb der verschiedenen experimentellen Märkte und ihre Quellen. Die Effizienz steigt sowohl durch mehr Handel (also mehr Vertrauen) und bessere Allokationen als auch durch höhere Produktqualität (also mehr Vertrauenswürdigkeit), und sowohl Käufer als auch Verkäufer profitieren davon. Damit weist das Experiment zudem nach, dass sich

das erhöhte Vertrauen und die erhöhte Vertrauenswürdigkeit auch materiell in erhöhter Markteffizienz messen lässt – etwas, was nur schwerlich mit Felddaten nachzuweisen wäre.

Bolton, Greiner und Ockenfels (2008) zeigen weiterhin, dass diese Effekte insbesondere dadurch erzeugt werden, dass die in den neuen Bewertungssystemen enthaltenen Informationen eine bessere Prognose des zu erwartenden Verkäuferverhaltens ermöglichen. Das blinde System führt jedoch zu einer deutlich geringeren Anzahl an Bewertungen, insbesondere für Verkäufer (34 Prozent im blinden System gegenüber 60 Prozent im konventionellen System, in DSR sind es 57 Prozent). Eine Ursache ist der Wegfall der positiven Reziprozität im blinden System, was letztlich zu dem etwas schlechteren Ergebnis im Vergleich zu DSR beiträgt.

Das DSR-System wurde auf der Basis der vorgenannten Untersuchungen von eBay im Frühjahr 2007 unter dem Namen „Feedback 2.0“ weltweit eingeführt. Wie Bolton, Greiner und Ockenfels (2008) zeigen, sind die detaillierten Verkäuferbewertungen auf eBay nun deutlich differenzierter und negativer als die konventionellen Bewertungen. Teilweise wird sogar beobachtet, dass Käufer negative detaillierte, verdeckte Bewertungen hinter positiven konventionellen, offenen Bewertungen verbergen. Die Ergebnisse legen stark nahe, dass die Einführung des hybriden Systems die Funktionsweise des Bewertungssystems und damit das Vertrauen zwischen den Millionen anonymen Nutzern im Markt verbessert hat.¹⁰

Zusammenfassend gilt, dass der Informationsgehalt von Reputationsinformationen, die die Vertrauensbildung stützen sollen, davon abhängt, in welchem strategischen Umfeld diese Informationen produziert werden. Strategische Anreize und reziprokes Verhalten können zu einer Verzerrung der Reputationsinformationen führen, was negative Auswirkungen auf die Kooperation und auf die Markteffizienz hat. Vertrauen ist das Ergebnis der Interaktion des institutionellen Designs mit sozialem und ökonomischem Verhalten.

V. Schlussbemerkung

Vertrauen ist die Entscheidung, das eigene Wohl in die Hände eines Anderen zu legen und sich damit einem „moralischen Risiko“ auszusetzen. Ohne Vertrauen kann Wirtschaft nicht funktionieren. Die empirische und experimentelle Forschung zeigt nachdrücklich, dass Vertrauen letztlich eine Erklärung durch soziale Präferenzen und soziale Normen erfordert. In den letzten zwei Jahrzehnten hat es große Fortschritte bei der Modellierung solcher sozialer Einflussgrößen auf das individuelle ökonomische Verhalten gegeben. Dabei hat sich herausgestellt, dass Vertrauen systematisch mit einem Streben nach Verteilungsgerechtigkeit (*Abschnitt III*) und der Reziprozitätsnorm (*Ab-*

10 Im Frühjahr 2008 veränderte eBay sein Bewertungssystem erneut: Seitdem ist es Verkäufern nicht mehr erlaubt, negative Bewertungen abzugeben. Diese Regeländerung transformiert eBays Bewertungsabgabe grundsätzlich in ein einseitiges Reputationssystem, mit einem Element positiver Reziprozität. Bolton, Greiner, Lamouroux und Ockenfels (in Bearbeitung) diskutieren das neu eingeführte sowie weitere alternative Designs.

schnitt IV) interagiert, denen sich viele (aber nicht alle) Marktteilnehmer oder Gruppenmitglieder verpflichtet fühlen.

Zugleich zeigt sich, dass Vertrauen stets von dem institutionellen und sozialen Kontext der Interaktion abhängt. Inwieweit sich soziale Präferenzen auch in soziales Verhalten übersetzen, hängt systematisch von der sozialen Ungleichheit in der Gesellschaft, von dem Verhalten Anderer, von dem Vorhandensein und der Zuverlässigkeit von Bewertungssystemen, von dem kulturellen Hintergrund der beteiligten Personen, von dem Wettbewerbsgrad zwischen den Personen (s. a. Bolton et al. 2008b) und vielem mehr ab. Erst die Interaktion strategischer Entscheidungen mit dem sozialen und institutionellen Umfeld (dem Kontext; siehe auch Beiträge und Diskussion in DFG-NSF 2008) determiniert Verhalten.

Die Spieltheorie und die Verhaltensökonomik sowie die experimentelle Forschung liefern wichtige und robuste *konzeptionelle* Einsichten bei der Erforschung von Vertrauen. Durch die isolierte Untersuchung der Effekte von asymmetrischer und unvollständiger Information, strategischen Komplementaritäten und Substituten, Risikoquellen, Regeln, Prozeduren, Kommunikationskanälen, sozialen Präferenzen, Informationsflüssen, Interaktionsmustern und anderen Determinanten können die verschiedenen Einflüsse auf Vertrauen in Theorie und im Labor systematisch identifiziert, isoliert und analysiert werden. Zugleich reichen jedoch Theorie und Laborexperiment allein nicht aus, um der Komplexität realer sozialer Phänomene in bestimmten Kontexten umfassend gerecht zu werden. Der Grund ist, dass Modelle stets von der Realität und oft auch von relevanten Kontexten abstrahieren, um Kausalitäten aufdecken zu können. Daher ist komplementär zur Mikrofundierung in der Ökonomik der Einsatz von Fallstudien und anderer empirischer und theoretischer Methoden notwendig, um die relevanten Komplexitäten adressieren zu können. Durch die Verknüpfung von theoretischen, konzeptionellen Einsichten mit kontextspezifischen Studien wird es möglich, Handlungsempfehlungen zur Stärkung von Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit abgeben zu können – ein Ziel, dem wir uns ultimativ verpflichtet fühlen.

Literatur

- Akerlof, George A. 1970. The market for 'lemons': quality uncertainty and the market mechanism. *Quarterly Journal of Economics* 84: 488-500.
- Alesina, Alberto, und Eliana La Ferrara. 2002. Who trusts others? *Journal of Public Economics* 85: 207-234.
- Anderson, Lisa R., Jennifer M. Mellor und Jeffrey Milyo. 2006. Induced heterogeneity in trust experiments. *Experimental Economics* 9: 223-235.
- Axelrod, Robert 1984. *The evolution of cooperation*. New York: Basic Books.
- Bajari, Patrick, und Ali Hortaçsu. 2004. Economic insights from internet auctions. *Journal of Economic Literature* 42: 457-486.
- Bénabou, Roland. 1996. Inequality and growth. In *NBER macroeconomics annual*, eds. B. S. Bernanke, J. J. Rotemberg, 11-74. Cambridge, MA: The MIT press.
- Berg, Joyce, John Dickhaut und Kevin McCabe. 1995. Trust, reciprocity, and social history. *Games and Economic Behavior* 10: 122-142.
- Bohnet, Iris, Fiona Greig, Benedickt Hermann und Richard Zeckhauser. 2008. Betrayal aversion: evidence from Brazil, China, Oman, Switzerland, Turkey, and the United States. *American Economic Review* 98: 294-310.

- Bohnet, Iris, und Richard Zeckhauser. 2004. Trust, risk and betrayal. *Journal of Economic Behavior and Organization* 55: 467-484.
- Bolton, Gary E., Ben Greiner und Axel Ockenfels. 2008. *Engineering trust – Reciprocity in the production of reputation information*. Working paper.
- Bolton, Gary E., Ben Greiner, Felix Lamouroux und Axel Ockenfels. *Feedback 3.0 – an investigation into recent changes of ebay's feedback system* (in Bearbeitung).
- Bolton, Gary E., Elena Katok und Axel Ockenfels. 2004a. How effective are electronic reputation mechanisms? An experimental study. *Management Science* 50: 1587-1602.
- Bolton, Gary E., Elena Katok und Axel Ockenfels. 2004b. Trust among internet traders. A behavioral economics approach. *Analyse und Kritik* 26: 185-202.
- Bolton, Gary E., Elena Katok und Axel Ockenfels. 2005. Bridging the trust gap in electronic markets. A strategic framework for empirical study. In *Applications of supply chain management and e-commerce research*, eds. Joseph Geunes, Elif Akçali, Panas M. Pardalos, H. Edwin Romeijn, Zuo-Jun Max Shen, 195-216. New York: Springer.
- Bolton, Gary E., Claudia Loebbecke und Axel Ockenfels. 2008b. Does competition promote trust and trustworthiness in online trading? An experimental study. *Journal of Management Information Systems* 25: 145-169.
- Bolton, Gary E., und Axel Ockenfels. 1998. Strategy and equity: An ERC-analysis of the Güth-van Damme game. *Journal of Mathematical Psychology* 42: 215-26.
- Bolton, Gary E., und Axel Ockenfels. 2000. ERC – A theory of equity, reciprocity and competition. *American Economic Review* 90: 166-193.
- Bolton, Gary E., und Axel Ockenfels. 2005. A stress test of fairness measures in theories of social utility. *Economic Theory* 25: 957-982.
- Bolton, Gary E., und Axel Ockenfels. The limits of trust. In *Trust and reputation*, eds. Karen S. Cook, Chris Snijders, Vincelnt Buskens, Coye Cheshire. New York: Russell Sage (im Erscheinen).
- Bolton, Gary E., und Axel Ockenfels. 2007. *Does laboratory trading mirror behavior in real world markets? Fair bargaining and competitive bidding on ebay*. Working paper. Cologne: University of Cologne.
- Bolton, Gary E., und Axel Ockenfels. 2008a. *Information value and externalities in reputation building – an experimental study*. Working paper. Cologne: University of Cologne.
- Bolton, Gary E., und Axel Ockenfels. 2008b. *Does laboratory trading mirror behavior in real world markets? Fair bargaining and competitive bidding on ebay*. Working paper series in economics no. 36. Cologne: University of Cologne.
- Brosig, Jeanette 2006. Communication channels and induced behaviour. *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, Special Issue 05: 99-120.
- Brosig, Jeanette, Axel Ockenfels und Joachim Weimann. 2003. The effect of communication media on cooperation. *German Economic Review* 4: 217-241.
- Brühlhart, M., und Jean-Claude Usunier. 2007. *Verified trust: reciprocity, altruism, and randomness in trust games*. Working paper.
- Buckley, Edward, und Rachel Croson. 2006. Income and wealth heterogeneity in the voluntary provision of linear public goods. *Journal of Public Economics* 90: 935-955.
- Burnham, Terence, Kevin McCabe und Vernon L. Smith. 2000. Friend-or-foe intentionality priming in an extensive form trust game. *Journal of Economic Behavior and Organization* 43: 57-73.
- Buskens, Vincent, und Werner Raub. 2008. Rational choice social research on social dilemmas: embeddedness effects on trust. In *Handbook of rational choice social research*, eds. Rafael Wittek, Tom A. B. Snijders, V. Nee. New York: Russell Sage.
- Cabral, Luis, und Ali Hortaçsu. 2006. *The dynamics of seller reputation: evidence from ebay*. Working paper. University of Chicago.
- Camerer, Colin F. 2003. *Behavioral game theory*. Princeton: Princeton University Press.
- Camerer, Colin F., und Keith Weigelt. 1988. Experimental tests of a sequential equilibrium reputation model. *Econometrica* 56: 1-36.
- Cassar, Alessandra, Luke Crowley und Bruce Wydick. 2007. The effect of social capital on group loan repayment: evidence from field experiments. *The Economic Journal* 117: F85 – F106.

- Chan, Kenneth S., Stuart Mestelman, Robert Moir und R. Andrew Muller. 1996 The voluntary provision of public goods under varying income distributions. *Canadian Journal of Economics* 34: 54-69.
- Chen, Kay-Yut, und Tad Hogg. 2005. Experimental evaluation of an ebay-style self-reporting reputation mechanism. In *Internet and Network Economics, First International Workshop, WINE 2005, Hong Kong, China, December 15-17, 2005 Proceedings. Lecture Notes in Computer Science 3828*, eds. Xiaotie Deng, Yinyu Ye, 434-443. Berlin, Heidelberg: Springer.
- Chwelos, Paul, und Tirtha Dhar. 2007. *Differences in 'truthiness' across online reputation mechanisms*. Working paper. Vancouver: Sauder School of Business.
- Coleman, James S. 1990. *Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University Press.
- Cronk, Lee. 2007 The influence of cultural framing on play in the trust game: a Maasai example. *Evolution and Human Behavior* 28: 352-258.
- Dasgupta, Partha 1988. Trust as a commodity. In *Trust: making and breaking cooperative relations*, ed. D. Gambetta, 49-72. Oxford: Blackwell.
- Dellarocas, Chris. 2003. The digitization of word of mouth: promise and challenges of online feedback mechanisms. *Management Science* 49: 1407-1424.
- Dellarocas, Chris, und Charles A. Wood. 2008. The sound of silence in online feedback: estimating trading risks in the presence of reporting bias. *Management Science* 54: 460-476.
- DFG-NSF. 2008. *Contextualizing economic behavior*. Gemeinsame Forschungskonferenz der Deutschen Forschungsgemeinschaft und der National Science Foundation der USA, 21.- 23. August 2008 in New York, USA.
- Diekmann, Andreas. 2008. Soziologie und Ökonomie: Der Beitrag experimenteller Wirtschaftsforschung zur Sozialtheorie. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 60: 528-550.
- Diekmann, Andreas, und David Wyder. 2002. Vertrauen und Reputationseffekte bei Internet-Auktionen. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 54: 674-93.
- Dohmen, Thomas, Armin Falk, David Huffman und Uwe Sunde. 2006. *The intergenerational transmission of risk and trust attitudes*. IZA discussion paper 2380.
- Durlauf, Steven N. 2002. On the empirics of social capital. *The Economic Journal* 112: F459-F479.
- Fehr, Ernst, Urs Fischbacher und Michael Kosfeld. 2005. Neuroeconomic foundations of trust and social preferences: initial evidence. *American Economic Review* 95: 346-351.
- Fehr, Ernst, Urs Fischbacher und Elena Tougareva. 2002. *Do high stakes and competition undermine fairness? Evidence from Russia*, IEW working paper 120. University of Zurich.
- Fehr, Ernst, Georg Kirchsteiger und Arno Riedl. 1993. Does fairness prevent market clearing? An experimental investigation. *Quarterly Journal of Economics* 108: 437-459.
- Fehr, Ernst, und Klaus M. Schmidt. 1999. A theory of fairness, competition, and cooperation. *Quarterly Journal of Economics* 114: 817-868.
- Fehr, Ernst, und Klaus M. Schmidt. 2006. The economics of fairness, reciprocity and altruism – experimental evidence and new theories. In *Handbook of the economics of giving, altruism and reciprocity*, eds. Serge-Christophe Kolm und Jean Mercier Ythier, 615-691. Amsterdam. Elsevier.
- Fershtman, Chaim, und Uri Gneezy. 2001. Discrimination in a segmented society: an experimental approach. *Quarterly Journal of Economics* 116: 351-377.
- Galor, Oded, und Joseph Zeira. 1993 Income distribution and macroeconomics. *Review of Economic Studies* 60: 35-52.
- Glaeser, Edward L. 2005. *Inequality*. Harvard Institute of Economic Research. Discussion paper 2078.
- Glaeser, Edward L., David Laibson und Bruce Sacerdote. 2002. An economic approach to social capital. *The Economic Journal* 112: F437-F458.
- Glaeser, Edward L., David Laibson, Jose A. Scheinkman und Christine L. Soutter. 2000. Measuring trust. *Quarterly Journal of Economics* 115: 811-846.
- Gneezy, Uri, und John A. List. 2006. Putting behavioral economics to work: testing for gift exchange in labor markets using field experiments. *Econometrica* 74: 1365-1384.
- Granovetter, Mark. 1985. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *The American Journal of Sociology* 91: 481-510.

- Greiner, Ben, Axel Ockenfels und Peter Werner. 2007. *The dynamic interplay of inequality and trust – an experimental study*. CESifo working paper 2173.
- Güth, Werner, und Hartmut Kliemt. 2007. Vertrauen und Unternehmen. *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*. Sonderheft 1: 29 – 48.
- Güth, Werner, M. Vittoria Levati und Matteo Ploner. 2008. The impact of payoff interdependence on trust and trustworthiness. *German Economic Review* 9: 87-95.
- Güth, Werner, Frederike Mengel und Axel Ockenfels. 2007. An evolutionary analysis of buyer insurance and seller reputation in online markets. *Theory and Decision* 63: 265-82.
- Güth, Werner, und Axel Ockenfels. 2000. Evolutionary norm enforcement. *Journal of Institutional and Theoretical Economics* 156: 335-47.
- Güth, Werner, und Axel Ockenfels. 2003. The coevolution of trust and institutions in anonymous and non-anonymous communities, In *Jahrbuch für Neue Politische Ökonomie* 20, Hrsg. Manfred J. Holler, Hartmut Kliemt, Dieter Schmidtchen, Manfred Streit, 157-174. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Güth, Werner, und Axel Ockenfels. 2005. The coevolution of morality and legal institutions: an indirect evolutionary approach. *Journal of Institutional Economics* 1: 155-174.
- Güth, Werner, Peter Ockenfels und Markus Wendel. 1997. Cooperation based on trust – an experimental investigation. *Journal of Economic Psychology* 18: 15-43.
- Haile, D., A. Sadrieh und H. A. A. Verbon. Cross-racial envy and underinvestment in South Africa. *Cambridge Journal of Economics* (im Erscheinen).
- Henrich, Joseph, Wulf Albers, Robert Boyd, Gerd Gigerenzer, Kevin A. McCabe, Axel Ockenfels und H. Payton Young. 2001. What is the role of culture in bounded rationality? In *Bounded rationality: the adaptive toolbox*, eds. G. Gigerenzer, R. Selten, 343-360. Cambridge, MA: MIT University Press.
- Houser, Daniel, und John Wooders. 2006. Reputation in auctions: theory, and evidence from ebay. *Journal of Economics & Management Strategy* 15: 353-369.
- Keser, Claudia. 2003. Experimental games for the design of reputation management systems. *IBM Systems Journal* 42: 498-506.
- Kittsteiner, Thomas, und Axel Ockenfels. 2006. Market design: a selective review. *Zeitschrift für Betriebswirtschaft* 5: 121-143.
- Klein, Tobias J., Christian Lambertz, Giancarlo Spagnolo und Konrad O. Stahl. 2007. *Reputation building in anonymous markets: evidence from ebay*. Working paper. University of Mannheim.
- Knack, Stephen, und Philip Keefer. 1997. Does social capital have an economic payoff? A cross-country investigation. *Quarterly Journal of Economics* 112: 1252-1288.
- Kollock, Peter. 1999. The production of trust in online markets. In *Advances in group processes*, eds. Edward J. Lawler, M. Macy, H. A. Thyne, Shane R Walker, 99-123. Greenwich, CT: JAI Press.
- Kuznets, Simon. 1955. Economic growth and income inequality. *American Economic Review* 45: 1-28.
- Lahno, Bernd. 2002. *Der Begriff des Vertrauens*. Paderborn: Mentis.
- La Porta, Rafael, Florencio Lopez-de-Silanes, Andrei Shleifer und Robert W. Vishny. 1997. Trust in large organizations. *American Economic Review* 87: 333-338.
- Ledyard, John O. 1995. Public goods: a survey of experimental research. In *The handbook of experimental economics*, eds. John H. Kagel und Alvin E. Roth, 111-194. Princeton: Princeton University Press.
- Lewicki, Roy J., und Barbara Bunker. 1996. Trust in relationships: a model of trust development and decline, in: *Conflict, cooperation, and justice*, eds. Barbara Bunker, John Rubin, 133-173. San Francisco: Jossey Bass.
- List, John A. 2006. The behavioralist meets the market: measuring social preferences and reputation effects in actual transactions. *Journal of Political Economy* 114: 1-37.
- Livingston, John. 2005. How valuable is a good reputation? A sample selection model of internet auctions. *Review of Economics & Statistics* 87: 453-465.
- Lucking-Reiley, David, Doug Bryan, Naghi Prasad und Daniel Reeves. 2007 Pennies from ebay: the determinants of price in online auctions. *Journal of Industrial Economics* 55: 223-233.
- Melnik, Mikhail I., und James Alm. 2002. Does a seller's e-commerce reputation matter? Evidence from ebay auctions. *Journal of Industrial Economics* 50: 337-347.

- Milgrom, Paul, und John Roberts. 1982. Predation, reputation, and entry deterrence. *Journal of Economic Theory* 27: 280-312.
- Mussweiler, Thomas, und Axel Ockenfels. 2008. Priming in trust games and markets (in Bearbeitung).
- Ockenfels, Axel. 2003. Reputationsmechanismen auf Internet-Marktplattformen: Theorie und Empirie. *Zeitschrift für Betriebswirtschaft* 73: 295-315.
- Ockenfels, Axel. 2009. Marktdesign und experimentelle Wirtschaftsforschung. *Perspektiven der Wirtschaftspolitik* 10: 31-53.
- Ockenfels, Axel, David Reiley und Abdolkarim Sadrieh. 2006. Online auctions. In *Handbooks in information systems I, handbook on economics and information systems*, ed. Terrence J. Hendershott, 571-628. Amsterdam: Elsevier.
- Ockenfels, Axel, und Reinhard Selten. 2000. An experiment on the hypothesis of involuntary truth-signalling in bargaining. *Games and Economic Behavior* 33: 90-116.
- Ockenfels, Axel, Dirk Sliwka und Peter Werner. 2008. Designing bonus schemes for managers (in Bearbeitung).
- Ockenfels, Axel, und Joachim Weimann. 1999. Types and patterns – an experimental East-West-German comparison of cooperation and solidarity. *Journal of Public Economics* 71: 275-287.
- Ostrom, Elinor. 1990. *Governing the commons: the evolution of institutions for collective action*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Persson, Torsten, und Guido Tabellini. 1994. Is inequality harmful for growth? *American Economic Review* 84: 600-621.
- Raub, Werner, und Vincent Buskens. 2004. Spieltheoretische Modellierungen und Empirische Anwendungen in der Soziologie. In *Methoden der Sozialforschung*. Sonderheft 44 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Hrsg. Andreas Diekmann, 560-598. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Resnick, Paul, und Richard Zeckhauser. 2002. Trust among strangers in internet transactions: empirical analysis of ebay's reputation system. In *The economics of the internet and e-commerce*, Advances in applied microeconomics 11, ed. Michael R. Baye, 127-157. Amsterdam: Elsevier Science.
- Resnick, Paul, Richard Zeckhauser, E. Friedman und K. Kuwabara. 2000. Reputation systems. *Communications of the ACM* 43: 45-48.
- Resnick, Paul, Richard Zeckhauser, John Swanson und Kate Lockwood. 2006. The value of reputation on ebay: a controlled experiment. *Experimental Economics* 9: 79-101.
- Ros, Jaime. 2000. *Development theory and the economics of growth*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
- Roth, Alvin E. 2002. The economist as engineer: game theory, experimental economics and computation as tools of design economics. *Econometrica* 70: 1341-1378.
- Roth, Alvin E. 2008. What have we learned from market design? Hahn lecture. *Economic Journal* 118: 285-310.
- Rotter, Julian B. 1971. General expectancies for interpersonal trust. *American Psychologist* 26: 443-452.
- Rotter, Julian B. 1980. Interpersonal trust, trustworthiness and gullibility. *American Psychologist* 35: 1-7.
- Sadrieh, Abdolkarim, und Harrie A. A. Verbon. 2006. Inequality, trust, and growth: an experimental study. *European Economic Review* 50: 1197-1222.
- Wilson, Robert. 1985. Reputations in games and markets. In *Game-theoretic models of bargaining*, ed. Alvin E. Roth, 27-62. Cambridge: Cambridge University Press.
- Zak, Paul J., und Stephen Knack. 2001. Trust and growth. *Economic Journal* 111: 295-321.

Korrespondenzanschrift: Prof. Dr. Axel Ockenfels, Universität zu Köln, Staatswissenschaftliches Seminar, Albertus-Magnus-Platz, 50923 Köln, Deutschland
E-Mail: ockenfels@uni-koeln.de

III. Forschungsfelder

1. Geld und Finanzmärkte

DIE UNVERFÜGBARKEIT DES GELDES UND DIE ROLLE DER ZENTRALBANKEN

Axel T. Paul

Zusammenfassung: In Auseinandersetzung mit den nur scheinbar antiquierten Geldreformideen von Silvio Gesell und Friedrich August v. Hayek wird die für moderne Marktgesellschaften konstitutive Funktion des Geldes herausgearbeitet und zur Aufgabe von Zentralbanken in Beziehung gesetzt. In den *Abschnitten II* und *V* werden die wirtschaftlichen Probleme und soziologischen Implikationen der Freigeldlehre Gesells diskutiert, in den *Abschnitten III* und *IV* die des Hayek'schen Vorschlags, das Geld zu entnationalisieren. In *Abschnitt VI* werden die wesentlichen Ergebnisse resümiert und Hauptaufgaben heutiger Geld- als Gesellschaftspolitik umrissen.

I. Einleitung

Geld regiert die Welt. Wer hätte diesen Satz nicht schon einmal gehört oder gesprochen und mit der Hoffnung verbunden, es möge anders sein. Das Geld zu reformieren, gilt gemeinhin als Ansinnen politischer und ökonomischer Sektierer, mit ihm zum Wohle des Ganzen zu experimentieren, als durch die historische Erfahrung widerlegt. Geld ist uns als Geldnutzern ebenso wie der Mehrzahl der Experten etwas allzu Selbstverständliches und Unverzichtbares, als dass es sich theoretisch oder gar praktisch in Frage stellen ließe.

Gleichwohl haben die Krisen des Finanzsystems immer wieder zu Reformvorschlägen denkbar unterschiedlicher Provenienz geführt. Wirtschaftstheoretisch liberale auf der einen, heterodoxe Ökonomen und alternativwirtschaftliche Praktiker auf der anderen Seite traten und treten mit Konzepten hervor, die nicht nur auf den Umbau des finanzinstitutionellen und währungspolitischen Rahmens unserer Ökonomie, sondern auf eine weitaus radikalere Reform der Institution des Geldes selbst abzielen (Selgin und White 1994; Blanc 1998a; Lietaer 1999; Seyfang 2000; Kennedy und Lietaer 2004). Erstrebt wird zum einen die endliche oder wenigstens bessere Umsetzung marktwirtschaftlicher Ideale, zum anderen der Schutz oder die Förderung der von den Zwängen des Marktes bedrohten ökonomischen Autonomie beziehungsweise, mit Braudel (1986; Wallerstein 1995: 242-260) gesprochen, der Schutz der Marktwirt-

schaft vor den Zwängen des Kapitalismus. Hier wie dort indes geht es um die (Wieder-)Herstellung „echter Tauschfreiheit“.

Wie ich in diesem Beitrag zeigen möchte, haben die Geldreformer zwar ein Gespür für die in der Tat zentrale Rolle, welche das Geld für die moderne Marktwirtschaft spielt. Doch ihre Hoffnungen, das Geld technisch oder institutionell auf den Status eines bloßen Mittlers herabzudrücken und damit zu dem zu machen, was es der herkömmlichen theoretischen Lesart zufolge ohnehin bereits ist, sind verfehlt, nicht nur insofern das Geld den Markttausch nicht nur erleichtert und als „falscher Eigenwert“ allenfalls stört, sondern weil es die Marktwirtschaft einschließlich ihres zivilisierenden Potenzials und ihrer krisenhaften Entwicklungen allererst konstituiert.

Diese Annahme, dass der Markt beziehungsweise der Kapitalismus vom Gelde her verstanden werden muss, anstatt (wie gewöhnlich) umgekehrt das Geld als ein zwar sinnvolles, im Prinzip aber nicht (mehr) notwendiges Mittel zur Erleichterung des Tauschs aufzufassen, ist nicht unbedingt originell oder wenigstens nicht wirklich neu (Simmel 1989; Innes 2004), wohl aber in den Sozialwissenschaften kaum mehrheitsfähig (Ingham 2004: 15-37, 59-68). Sowohl der wirtschaftliche Liberalismus und damit die Neoklassik als auch die meisten Marxisten schenken dem Thema Geld, obwohl gleichermaßen vom Primat der Ökonomie überzeugt, keine besondere Aufmerksamkeit. Für den Liberalismus ist der monetär nur vermittelte Gütertausch respektive die über diesen laufende Nutzenmaximierung der Einzelnen das basale soziale Geschehen (Ganßmann 2009). Für orthodoxe Marxisten zählt letztlich allein die Mehrwertproduktion (Kurz 1991). Liberalen wird Geld daher nur dann zum Problem, wenn es den Tausch nicht nur fördert, sondern verzerrt, den Marxisten, wenn überhaupt, als höchste Form der Entfremdung (Marx 1971: 297-301).

Beide Lager verkennen, wie ich an anderer Stelle ausführlich zu zeigen versucht habe (Paul 2004), dass der Kapitalismus zunächst und vor allem eine Geldwirtschaft ist. Doch damit nicht genug. Ich gehe im Anschluss an Simmel davon aus, dass wir aller Differenzierung unserer sozialen Systeme und ihrer Eigenlogik zum Trotz in einer Gesellschaft des Geldes leben, beziehungsweise dass das Geld das Leitmedium oder die integrative Klammer hochdifferenzierter, individualistischer und wertpluralistischer Ordnungen darstellt (Hörisch 2004). Damit kündige ich den Parsonianischen Kompromiss, demzufolge die Ökonomie sich mit dem Problem des Werts, die Soziologie hingegen sich mit dem der Werte zu befassen habe (Camic 1987). Wie Aglietta und Orléan (1982, 2002), Deutschmann (1999) und Ingham (2004) plädiere ich dafür, die gerade geldtheoretisch gleichermaßen falsche wie fatale Grenzziehung zwischen Ökonomie und Soziologie zu überwinden. Ironischerweise lässt ein derartiges Plädoyer sich auch mit Hilfe der neueren Systemtheorie formulieren, obwohl Luhmann bekanntlich von einem Primat der Systeme nichts wissen will und dementsprechend einen medialen Relativismus vertritt. Zu argumentieren ist hier zum einen mit von diesem selbst eingeräumten Sondereigenschaften des Mediums Geld (Paul 2002), zum anderen mit der Rückführbarkeit des Supercodes Inklusion/Exklusion auf die Unterscheidung von Besitz und Nicht-Besitz von Geld (Deutschmann 2008). Die Zentralität des Mediums Geld unterstellt, sind Geldreformen also, so sehr sie zunächst auf die Remedur im engeren Sinne wirtschaftlicher Probleme gemünzt sein mögen, immer auch sozialpolitische, wenn nicht sozialutopische Projekte. Umgekehrt stellen die Schwierigkeiten und Nebenwirkungen auch nur punktuell realisierter Reformen nicht bloß ihren ökonomi-

schen Sinn auf die Probe, sie sind zugleich ein Lehrstück über die Grenzen gesellschaftspolitischer Experimente.

Eben diese Überlegung möchte ich im Folgenden am Beispiel der Geldreformvorschläge Gesells und Hayeks ansatzweise durchspielen.¹ Ersterem geht es um die politische Zählung beziehungsweise Trennung der ökonomisch potenziell dysfunktionalen Verknüpfung der Tauschmittel- mit der Wertaufbewahrungsfunktion des Geldes, letzterem um die ökonomisch vorgeblich funktionale Privatisierung beziehungsweise endliche Entpolitisierung des Geldmediums. Ich konzentriere mich auf die genannten Autoren und ihre vorderhand nicht mehr ganz aktuellen Ideen, weil sie für viele, wenn nicht für die meisten der späteren Vorschläge Pate gestanden haben (Prüßmann 2000; Rösl 2006). Sie sind Nicht-Spezialisten zugänglich, und die in Auseinandersetzung mit ihnen entwickelte Kritik lässt sich *mutatis mutandis* auf neuere Vorschläge übertragen. Und schließlich veranschaulichen die beiden Konzepte spiegelbildlich die beiden Hauptaufgaben, vor welche alle Geldpolitik sich grundsätzlich gestellt sieht: einerseits die vollständige Verwandlung des Geldes in einen privaten Vermögenstitel zu verhindern, andererseits seiner forcierten Entwertung sowie einer weitgehenden Beschränkung der (wirtschaftlichen Dispositions-)Freiheit der Akteure entgegenzutreten.

Ich werde die Vorschläge der beiden Autoren zunächst separat vorstellen und in Hinblick auf ihre ökonomische Plausibilität diskutieren, bevor ich in den *Abschnitten IV* und *V* gewissermaßen ideologiekritisch auf die in private Weltgelder einerseits und eine Vielfalt kollektiv administrierter lokaler Währungen andererseits gesetzten ordnungspolitischen Hoffnungen zu sprechen komme. Um das Ergebnis vorwegzunehmen: Beider, Gesells wie Hayeks, Traum ist der einer a-sozialen Abschaffung des Geldes, wie wir es kennen. Hayeks Traum ist a-sozial, weil es ihm um die unmögliche Errichtung eines Reichs der Unmittelbarkeit isolierter Monaden zu tun ist; der Gesells, weil sein Projekt die Einzelnen um ihre monetären Spielräume brächte und die Gesellschaft als Zusammenhang und zivile Verkehrsform Fremder in einen Flickenteppich heterogener, virtuell gewalttätiger Gemeinschaften zersprengte. Wie ich in einem letzten Abschnitt zeigen möchte, geben sie gleichwohl Anlass, soziologisch genauer zu sehen, worin die Aufgaben und Probleme heutiger Geldpolitik bestehen.

II. Die Gesell'sche Idee des Schwundgelds

Von dem 1862 geborenen erfolgreichen Kaufmann, zeitweiligen Münchener Revolutionär und 1930 als Kommunarde der Lebensreform-Kolonie Eden verstorbenen Silvio Gesell (Onken 1999) stammt die Idee des Schwundgelds (Gesell 1999). Gemeint ist damit, dass auf als Kasse gehaltenes Geld ein Strafzins an den Staat in Höhe von 0,1 Prozent pro Woche oder 5,2 Prozent jährlich gezahlt werden soll.² Die dahinter stehende proto- oder besser parakeynesianische Überlegung lautet, dass Geld als

¹ Ich schließe damit an in Paul (2003a) vorgetragene Überlegungen an.

² Die Höhe des Strafzinses variiert in den verschiedenen Ausgaben der 1916 erstmalig veröffentlichten *Natürlichen Wirtschaftsordnung*; ich beziehe mich auf die in die Gesammelten Werke (18 Bde., 1988-1997, Lütjenburg: Gauke) aufgenommene vierte, letztmalig von Gesell überarbeitete Auflage von 1920.

Tauschvermittler einerseits zwar ein Gleichgewicht von Angebot und Nachfrage im Sinne des Say'schen Gesetzes herstellen könne, andererseits aber das einmal durch den Verkauf von Waren eingenommene Geld nicht unbedingt sofort wieder für andere Güter ausgegeben werden müsse und deshalb den Ausgleich von Angebot und Nachfrage allererst zu verhindern in der Lage sei. Diesen strukturellen Vorteil der Geld- vor den Warenbesitzern, so Gesell, ließen jene sich von diesen für den Kreditzins respektive die zeitweilige, aufpreispflichtige Bereitstellung des von ihnen vorgehaltenen, also vorerst nicht gebrauchten Kapitals für fremde Zwecke abkaufen. Der Zins gleiche damit einer von den privaten Geldhaltern erhobenen, geradezu raubritterlichen Benutzungsgebühr des Marktwegenetzes. Der dem Geld im Unterschied zur gebrauchswertfixierten Ware als universalem Äquivalent geschuldete objektive Vorteil des Geldhalters beziehungsweise dessen qua Kassenhaltung unter Beweis gestellte aktuelle Nicht-Bedürftigkeit dürfe weder unter ethischen noch unter ökonomisch funktionalen Aspekten durch die Zahlung einer ihrerseits geldförmigen und damit das Ungleichgewicht zwischen Waren- und Geldbesitzern nur verstetigenden Geldmobilisierungsprämie belohnt werden. Im Gegenteil. Um einer tendenziell maßlosen, schließlich gilt das Gesetz des abnehmenden Grenznutzens nicht für das Geld, marktwirtschaftlich widersinnigen, dem reibungslosen Güterfluss abträglichen und damit Krisen generierenden Kassenhaltung einen Riegel vorzuschieben, müsse diese, statt mit Zinsen belohnt, gesetzlich mit Negativzinsen belegt werden. Erst und nur dann diene Geld dem Zweck, für den es gedacht sei, nämlich den Tausch zu erleichtern beziehungsweise die Versorgung der Warenbesitzer mit Geld und die der Geldbesitzer mit Waren sicherzustellen (Suhr 1983).

Diese Differenz in der Formulierung ist nicht redundant, konzipiert Gesell das Geld doch eher als Zahlungs- denn als Tauschmittel, insofern es zum einen seiner vermeintlich residualen Gebrauchswerteigenschaften beraubt und zum anderen mit einer intrinsischen, dem Staat als Geldemittenten zugute kommenden Geldsteuer belegt werden soll. Gesell will die Verstaatlichung des Geldwesens beziehungsweise die Entprivatisierung des Geldes als öffentliches Gut. Aufgabe des Staates wäre es, der heutigen Geldpolitik nicht unähnlich, auf die Kontraktion oder Ausweitung realwirtschaftlicher Aktivitäten mit einer entsprechenden Kontraktion oder Ausweitung der umlaufenden Geldmenge zu reagieren und die Preise so stabil zu halten. Knapp gehalten würde das Geld aufgrund des Schwundzinses gewissermaßen von selbst. In Zeiten des Booms hingegen könnte der Staat neues Geld in Umlauf bringen. Eine wenn auch nicht rechtlich, so doch aufgrund des Bestrebens der Geldbesitzer, sich ihrer Barschaft zugunsten von nicht zinsbelasteten Sparguthaben weitgehend zu entledigen, faktisch zinslose Kreditaufnahme Privater bei Geschäftsbanken wäre Gesell zufolge daneben weiterhin möglich. Seine Ideen gehören damit in die lange Tradition der abendländischen Zinskritik (Heil 1997), versuchen jedoch, und das ist ein neuer Gedanke, dem Zins durch den Zins ein Schnippchen zu schlagen.

Seine Geldreformvorschläge sind oder waren, ökonomisch gesehen, indes weniger absurd, als sie uns heute erscheinen und zugleich realistischer als ihrem Urheber lieb sein konnten (Huber 1998: 381-400). Scheitern würden sie im Großversuch, bisher gab es nur vereinzelte und lokal begrenzte Schwundgeld-Experimente (Blanc 1998b; Rösl 2006; Gatch 2006), gleichwohl an der Inflationierung des Geldes oder aber, sollte

es wider Erwarten gelingen, sie zu vermeiden, an einer unbeabsichtigten Rückkehr des Zinses.

Weit blickend war Gesell darin, dass er Geld- oder Kreditkrisen als Bedrohung und mögliche Ursache schwerer Krisen der Realwirtschaft identifizierte. Wird Geld von Privaten angesichts sinkender Profite gehalten statt investiert oder an Dritte kreditiert, wird es der Wirtschaft in genau dem Moment entzogen, in dem sie am dringendsten auf Nachfrageimpulse angewiesen ist. Spätestens in der großen Deflationskrise der frühen 1930er Jahre, in welcher ein realer Kaufkraftzuwachs des Geldes das Geldangebot massiv verknappte, sich die Last bestehender Schulden erhöhte und jedwede Kreditaufnahme wenig opportun erschien (Fisher 1933), sollten sich Gesells Befürchtungen als triftig erweisen. Ähnlich wie, aber doch anders als Keynes' staatliches „deficit spending“ zielt Gesell mit dem Strafzins für Geldhaltung auf die Mobilisierung der privaten Nachfrage und die Bereitstellung privater Kredite. Vorausgesetzt wird in seinem Krisenszenario allerdings ein vollkommen unelastisches, sozusagen an die Goldkette gelegtes Geldangebot. Denn nicht einmal der Staat konnte als Kreditgeber einspringen und dem Geldmangel abhelfen, solange das einmal emittierte Geld durch begrenzte Goldreserven gedeckt werden musste. Mit der in den 1930er Jahren vollzogenen Abkehr vom Goldstandard (Eichengreen 2000: 113-126) wurde die öffentliche Hand geldpolitisch allerdings frei. Deflationen konnte fortan, wie aktuell von EZB und Fed vorexerziert, gegengesteuert werden, wenn auch um den nicht unerheblichen Preis, die Spekulation anzutreiben und zumindest mittelfristig der Inflation Vorschub zu leisten.

Mit dem Übergang zu diskretionärer Geld- beziehungsweise moderner Zentralbankpolitik hätten sich Gesells Sorgen im Grunde verflüchtigen müssen. Zusätzlich jedoch zur Aufgabe des Goldstandards und der (Wieder-)Herstellung eines staatlichen Geldmonopols schlug er die Einführung eines Strafzinses für Bargeldhaltung vor. Einmal abgesehen von der heutigen volkswirtschaftlichen Irrelevanz von Bargeldbeständen, ist anzumerken, dass Gesell damit an einer Zinstheorie festhält, die sich spätestens mit dem praktischen Übergang zum Chartalismus erledigt haben müsste. Denn der Zins ist für ihn Ausdruck der besonderen Eigenschaft der Ware Geld, nicht zu verrotten und keinerlei Aufbewahrungskosten zu erzeugen. Wäre nur Gold Geld, ließe dieses Argument sich vielleicht diskutieren. Da jedoch selbst Gold nicht als bloßes Edelmetall, sondern erst durch die Intervention einer öffentlichen Autorität Geld wird (Paul 2003b), kann der Zins nichts mit den natürlichen Eigenschaften der Geldware zu tun haben. Und doch stellt Gesell sich offenbar vor, noch einer staatlich emittierten Zettelwährung wüchse der Zins gleichsam wie von selber zu, weshalb diese nicht anders als Goldgeld durch eine negative Verzinsung allererst in Umlauf gezwungen werden müsse.

Tatsächlich ist der Zins der Knappheitspreis des Geldes, unabhängig davon, woraus Geld gemacht ist. Wer, ohne ein Gut zu verkaufen, an Geld heran will, zahlt dafür Zins. Nicht der Geldbesitz als solcher, sondern die zeitweilige Aufgabe von Geld, spült den Zins in die Taschen des Kapitalisten. Zwar haftet am Gelde eine Liquiditätsprämie, ein besonderes Verfügungs- und Freiheitspotenzial, das es dem Geldhalter gestattet, jederzeit auf beliebige Waren zugreifen zu können. Materialisiert, oder besser monetarisiert, wird diese Prämie jedoch nur dann, wenn der Geldbesitzer sein Geld aus der Hand gibt (Simmel 1989: 267-281; Heinsohn und Steiger 1996: 163-180). Das aber heißt, dass der Geldbesitzer bereits im gewöhnlichen Kapitalismus in Form der ihm für seine Geldhaltung entstehenden Opportunitätskosten eine Art negativen Zins

entrichtet. Hinzu kommt, dass der Wert von Bargeldbeständen durch eine sozusagen natürliche, nicht durch die Zunahme der Geldmenge oder seiner Umlaufgeschwindigkeit, sondern vielmehr durch realwirtschaftlichen Strukturwandel verursachte Inflation geschmälert wird. Auch ordinäre Geldhalter stehen daher unter Ausgabezwang.

Dieser Ausgabezwang wird nun durch das Schwundgeld verschärft. Mehr noch als normales Geld würde man es, ganz wie von Gesell gewünscht, schnell wieder loswerden wollen; mit gesamtwirtschaftlich dysfunktionalen und wie ich in *Abschnitt V* zeigen werde, auch gesellschaftlich problematischen Folgen. Gesell übersieht, dass einem erhöhten Angebot von Geld nicht notwendigerweise ein passendes Angebot von Waren gegenübersteht. So wie Ost-Berlin-Besucher sich früher vor ihrer Rückreise in den Westen genötigt sahen, ihre überflüssigen Ost-Mark, wenn nicht am Bahnhof Friedrichstraße unauffällig in den Abfall zu werfen, für unnötigen Plunder auszugeben, würde Schwundgeld bedenkenlos verpulvert. Geld fungiert in Gesells Konzeption seinem ausdrücklichen Bekenntnis zum freien Tausch zum Trotz eher als unspezifizierter Güterberechtigungsschein denn als Tauschmittel. Es würde eher konsumtiven als produktiven Verwendungszwecken zufließen. Denn jede Produktion, auch und gerade eine Produktion, die sich den Kundenwünschen anpasst oder sie *pari passu* generiert, braucht Zeit. Der befristete Konsumverzicht des Geldhalters muss das System deshalb nicht zwingend stören, sondern kann es auch dynamisch stabilisieren (Schumpeter 1934: 318-369). In einer Schwundgeld-Wirtschaft hingegen würden die Preise für Konsumgüter steigen. Dass ein solches Geld nichts wert ist, müsste sich nicht erst herumsprechen. Neben, beziehungsweise wegen der Preisinflation für Konsumgüter käme es daher zu einer Flucht in vermeintlich bleibende Werte und alternative Währungen. Die Güter würden knapp, die Preise stiegen weiter, und der Wechselkurs stürzte ab. Selbst wenn man letzteres in geschlossenen Volkswirtschaften unter Umständen durch ein Verbot beziehungsweise die Fixierung von Währungsgeschäften ausschließen könnte, ließe sich der Gebrauch von Schwarz- und inoffiziellen Warenwährungen gewiss nicht verhindern (Keynes 1973a: 353-358). Nicht nur wären intertemporale Preisvergleiche in einer Schwundgeld-Wirtschaft unmöglich. Stagnation, politische Eingriffe in das Wirtschaftssystem und die Ausdifferenzierung von Parallelkreisläufen wären die unausweichliche Folge.

Die von Gesell vorgesehene Alternative, sein Geld nicht auszugeben, sondern es den Geschäftsbanken zinsfrei zur Kreditgewährung an Dritte zur Verfügung zu stellen, würde die genannten Probleme nicht lösen. Denn die Kreditnehmer sähen sich genau denselben Schwierigkeiten ausgesetzt wie die Sparer und würden ihre quasi zinsfreien Darlehen entweder in den Konsum pumpen oder für die Spekulation in Gold, Immobilien oder Fremdwährungen verwenden. Sollten aber der Inflation des Schwundgelds und dem Erstickungstod unternehmerischer Initiative wie von Zauberhand irgendwie doch Einhalt geboten werden können, käme es zu einer für den Gesell'schen Vorschlag nachgerade tragischen Wiederkehr der Zinsen. Wären das Geld nämlich knapp und gute Ideen vorhanden, böte ein Unternehmer seiner Bank jene freiwillig an.

III. Hayeks Konzept eines privatisierten Geldes

Der Vorschlag des radikalliberalen Ökonomen und Sozialphilosophen Friedrich August v. Hayek, das Geld zu entstaatlichen (Hayek 1977; Gerding und Starbatty 1980), ist in vielerlei Hinsicht das genaue Gegenstück zu den zuvor diskutierten Ideen Gesells. Sein Plädoyer für eine Entnationalisierung des Geldes ist freilich nicht allein auf Hayeks politische Orientierung, sondern auch auf seine der Zeit Gesells gegenüber unterschiedlichen währungspolitischen Erfahrungen zurückzuführen (Helleiner 1994: 81-122). Die Deflationskrisen der 1920er und 1930er Jahre waren Geschichte, der Goldstandard war bereits vor Nixons Aufkündigung der Golddeckung des Dollar kaum mehr als eine Reminiszenz gewesen, und der Keynesianismus war die herrschende Lehre. Verglichen mit späteren lateinamerikanischen und afrikanischen Exzessen nach wie vor niedliche, immerhin aber zweistellige Inflationsraten nagten am Geldwert der wichtigsten Währungen, erschwerten die Kalkulation und bedrohten insbesondere Gläubigerinteressen. Die Frage, inwieweit Keynes respektive der Keynesianismus für diese Entwicklung verantwortlich zu machen sind, spare ich hier aus. Auf jeden Fall ist es die Inflation, gegen die Hayek anschreibt. Und da er die inflationäre Geldentwertung für ein direktes und in demokratischen Zeiten fast notwendiges Resultat nicht nur einer bestimmten staatlichen Geldpolitik, sondern letztlich eines jeden politischen Zugriffs auf das Geld hält, nimmt das Projekt nicht wunder, das Geld selbst den Gesetzen des Marktes zu überlassen.

Sein Vorschlag lautet, das staatliche Geldmonopol aufzuheben und es privaten Anbietern anheimzustellen, eigene Währungen zu emittieren. In Umlauf gebracht würden diese Privatgelder durch ihren Verkauf gegen staatliche Währungen. Dieser Verkaufspreis legte den Mindestkurs fest, zu dem das Privatgeld jederzeit wieder in Mark, Dollar, Pfund oder Franken zurückgetauscht werden könnte. Das eigentliche Stabilitätsversprechen der privaten Währungsemittenten und damit die den staatlichen, von Inflation bedrohten Geldern gegenüber besondere Attraktivität ihrer Noten bestünde indes in ihrer Bindung an einen bestimmten Warenkorb. Die Einlösung eines solchen Geldes in Waren obläge nicht der emittierenden Bank, sondern bliebe dem Markt überlassen. Die Bank hätte den Wert ihres Geldes also über die Justierung der Geldmenge an das von ihr proklamierte Kaufkraftversprechen anzupassen. Dafür, dass die Geldwertstabilität erreicht und erhalten werde, Sorge anders als bei staatlichen Währungen mit gesetzlichem Annahmewang die Konkurrenz der Währungsemittenten untereinander. Sobald sich zeige, dass die Privatbank die Warenkorbbindung ihres Geldes nicht aufrecht erhalten könne, oder schlimmer noch, der Kurs der Privatwährung unter den Ausgabepreis sinke, würden die Wirtschaftssubjekte ihre Geldhaltung auf eine andere, stabilere Währung umstellen. Auf dieselbe konkurrierende Weise würde im übrigen ermittelt, an welchen Warenkorb oder Preisindex die Kunden ihr Geld gebunden sehen wollen. Durch die der Gesellschen Vorstellung prinzipiell nicht unähnliche Herabstufung des Geldes ins Reich der gewöhnlichen Waren, freilich auf dem dem Vorschlag Gesells entgegengesetzten Wege seiner vollständigen Privatisierung, will Hayek zugleich das Elastizitätsproblem des Goldstandards umschiffen und die politische Instrumentalisierung der Notenpresse verhindern, um statt dessen ein endlich und dauerhaft stabiles Geld zu kreieren, das den Tausch nur noch vermittelt und nicht länger stört.

Formal gilt die Kritik, die ich an Gesells Schwundgeld geübt habe, auch hinsichtlich des Konzepts der freien Währungskonkurrenz: Zum einen übersieht oder unterschlägt Hayek die wirtschaftlich dysfunktionalen oder wenigstens problematischen Folgen seines Vorschlags (Huber 1998: 245-253), zum anderen ist vieles von dem, was er fordert, längst Realität. Hinzu kommt, dass ein im Sinne Hayeks entpolitisiertes Geld alles andere als apolitisch dazu tendierte, das politische System nicht nur in seine Schranken zu verweisen, sondern es dem Wirtschaftssystem zu subsumieren.

Zunächst einmal erkaufte man sich die Wertstabilität eines warenkorbbasierten Geldes mit Verzerrungen des Preisgefüges. So würde ein derartiges Geld zwar zweckgemäß die Veränderungen der meisten Güterpreise abbilden, der Preis des ihm zugrunde liegenden Warenkorbs selbst müsste jedoch konstant gehalten werden. Eine reale Verknappung oder Ausweitung der Warenbasis des Geldes hätte dementsprechend zur Folge, dass nicht diese Veränderungen angezeigt würden, sondern vielmehr die Preise der durchgehend in gleicher Quantität und Qualität angebotenen und nachgefragten Güter schwankten. Sollte es aber gelingen, den Warenkorb breit genug zu streuen und den genannten Effekt praktisch auszuschließen, ließe sich also nur die Preissumme fixieren, während die relativen Preise nach wie vor frei wären, müssten realwirtschaftlich bedingte Preisniveauschwankungen durch eine Freigabe vertraglich festgelegter Einkommensströme etwa in Form von Löhnen oder Renten ausgeglichen werden. Geldwertinstabilitäten wären mithin nicht aus der Welt, sie würden lediglich invisibilisiert.

Doch damit nicht genug. Von realwirtschaftlichen Schocks einmal abgesehen, führte die Konkurrenz von Privatwährungen zu einer tendenziellen Aufwertung des Geldes. Der Währungswettbewerb hätte nämlich zur Folge, dass jeder Emittent die Kaufkraft und den Kurs, also den inneren und den äußeren Wert seines Geldes, nicht nur stabil zu halten, sondern zu steigern strebte. Das Nachsehen hätten in diesem Fall die Schuldner, vorausgesetzt freilich, sie ließen sich von ihren Gläubigern überhaupt ein deflationäres Geld als Kreditstandard aufzwingen. Von einem allgemeinen, Kapitalbesitzern und Lohnempfängern, Gläubigern und Schuldnern gemeinsamen Interesse an ein und demselben Geld kann mithin überhaupt keine Rede sein.

Noch schwerer wiegt freilich, dass ein freier Währungswettbewerb die Spekulation befeuern und langfristig das in globaler Hinsicht bisher staatliche in ein privates Geldoligopol verwandeln würde. Dieser Trend lässt sich nicht nur aus dem Konzept Hayeks extrapolieren, sondern der Wirklichkeit ablesen. Denn seit Freigabe der Wechselkurse zu Beginn der 1970er Jahre gibt es eine internationale Währungskonkurrenz und zwar eine der Zentralbank- und nicht privater Gelder. Es ist jedoch unerfindlich, worin das Quantitätsmanagement privater Gelder von staatlicher Geldpolitik technisch und qualitativ unterscheidet und warum ein Wettbewerb privater Währungen zu einem ausgeglicheneren Klima auf den globalen Geldmärkten führen sollte. Man muss kein Verächter der Spekulation an sich sein, immerhin liegen den auf den Börsen und über den Tresen gehandelten Wetten reale Sicherheitsbedürfnisse von Produzenten und Händlern zugrunde (Weber 1988; Lavington 1913), die internationale Devisenspekulation jedoch hat sich mittlerweile verselbständigt und selbst in ein Risiko verwandelt (Huffschmid 2002: 42-51). Zwar vermag sie über den Umweg einer Festlegung der Zentralbanken und Finanzministerien auf eine Politik des knappen Geldes durchaus die Kaufkraft einer Währung und damit die Realzinsen zu stabilisieren. Doch wie die Erfahrung zeigt, steigert sie dafür die Volatilität der Kurse und reißt beizeiten ganze Volks-

wirtschaften und transnationale Wirtschaftsräume in den Ruin (Dornbusch und Frankel 1988). Der geld- und haushaltspolitische Spielraum selbst der großen Staaten ist längst eingeschränkt. Wie der immer wieder aufflackernde Streit um die Unabhängigkeit der Europäischen Zentralbank oder das Für und Wider einer europäischen Sozialcharta zeigt, ist eine von unmittelbaren Pressionen nationalstaatlicher Regierungen abgekoppelte Geldpolitik, so segensreich die Stabilisierung des Binnenwerts einer Währung sein mag, immer auch eine insbesondere Kapitalbesitzer begünstigende Politik (Heine und Herr 2008: 173-204). Dennoch ist der Euro selbst eine politische Antwort auf die Devisenspekulation. Er immunisiert die Staaten der europäischen Wirtschafts- und Währungsunion weitgehend gegen spekulative Angriffe, reduziert den kurssensiblen Außenhandel zugunsten eines kursindifferenten Binnenhandels und verallgemeinert die Vorteile eines einheitlichen, transaktionskostenfreien Geldsystems. Zwar unterliegt die Geldpolitik der EZB formal weiterhin nicht den Mehrheitsbeschlüssen und Launen des politischen Systems, und es spricht manches dafür, an dieser Unabhängigkeit nicht zu rütteln, global haben die Europäer durch die Einführung einer Gemeinschaftswährung indes politischen Gestaltungsspielraum zurückgewonnen.

Ein den Währungswettbewerb und damit zugleich die Spekulation wie die vermeintliche Wahlfreiheit der Geldbesitzer tendenziell einschränkender Konzentrationsprozess wäre voraussichtlich auch das langfristige Ergebnis einer Umsetzung der Hayek'schen Pläne. Die Deflationskonkurrenz und spekulativen Pleiten der privaten Geldemittenten einerseits, das Bedürfnis der Geldnutzer nach einem einheitlichen Wertmaßstab andererseits würden die anfänglich immerhin denkbare Vielfalt von Emissionsbanken auf ein Oligopol einiger weniger den globalen Markt beherrschender Bankhäuser einschnurren lassen. Wäre so etwas wie der Euro damit nicht auch das natürliche Resultat eines freien Währungswettbewerbs? Wäre die heutige Devisenspekulation damit nicht ein um des guten Endes in Form einer Handvoll entpolitisierte Weltgelder willen in Kauf zu nehmender Preis? Ich denke nein. Denn damit hätte sich die relative Unabhängigkeit der Zentralbanken in ein aller öffentlichen, geschweige denn demokratischen Kontrolle entledigtes Weltregiment der großen Geldkonzerne verkehrt. Die wohltuenden Wirkungen des Wettbewerbs wichen einer Kartellierung des Geldmarkts. Rechenschaftspflichtig wären die Weltbanken ihren Aktionären und nicht den Geldnutzern und Staatsbürgern. Das Geld wäre damit nicht entpolitisiert, sondern die Politik – und nicht nur die Geldpolitik – tanzte nach der Pfeife des Geldes.

Dass Hayek diese Sorgen nicht teilt, geht auf seine nahezu religiöse Verehrung des Marktes und sein tiefes Misstrauen dem Staat sowie aller Politik gegenüber zurück. Der politische Missbrauch von Marktmacht ist für ihn deshalb kein echtes Problem. Doch in Wahrheit geht es Hayek nicht allein um die Entstaatlichung des Geldes zugunsten einer privaten Geldproduktion, sondern vielmehr um die Entpolitisierung im Sinne einer endlichen Neutralisierung, falls nicht Abschaffung des Geldes. Damit aber verkennt er den in einem anderen und weiteren als dem bislang ausbuchstabierte Sinn eminent politischen Charakter des Geldes.

IV. Die politische Natur des Geldes

Neben den im engeren Sinne wirtschaftlichen Problemen interessieren mich die offen oder implizit utopischen beziehungsweise ordnungspolitischen Gehalte der Vorschläge Hayeks und Gesells. Ich bleibe zunächst bei ersterem. Seine Reformidee setzt wie die gesamte orthodox-liberale Tradition voraus, dass Geld primär ein Tauschmittel ist. Das basale wirtschaftliche und letztlich gesamte soziale Geschehen ist für die Liberalen der für die im doppelten Sinne handelnden Individuen wechselseitig vorteilhafte Tausch (Haesler 1983). Diese sind es, die über einzelne Tauschakte ihre divergierenden, zumindest ihnen selbst transparenten Interessen koordinieren und einen wirtschaftlich-gesellschaftlichen Gesamtzusammenhang allererst konstituieren (Dumont 1991). Gruppen finden ihre innere Grenze somit dort, wo der Tausch nicht oder noch nicht stattfindet. Seiner Ausweitung stehen freilich weniger die beschränkten Bedürfnisse der Einzelnen als vielmehr ein Mangel an Gütern und das von Jevons (1875: 3) so genannte Problem der doppelten Koinzidenz der Wünsche entgegen. Nicht nur müssen, entfremdet gesprochen, zwei unterschiedliche Waren oder Gebrauchswerte sich wechselseitig finden, auch muss ihre hochwahrscheinliche Wertdifferenz sich ausgleichen lassen. Genau zu diesem Zwecke ersinnen die Menschen das Geld. Es fungiert als Zwischentauschgut und macht auf diese Weise die Wertrelationen oder Preise der Waren sichtbar. Alle anderen Geldfunktionen werden aus der Tauschmittelfunktion des Geldes abgeleitet. Interessanterweise wird in der Theorie, ein besonders deutliches Beispiel hierfür sind die Schriften von Walras, die vermeintlich zentrale Tauschmittelfunktion unter der Hand durch die Rechenfunktion des Geldes ersetzt (Moini 2001: 277-280). Denn die Preise der Waren sind neoklassisch nichts anderes als ihr gesellschaftlich durchschnittlicher Nutzen. Dieser lässt sich mit Hilfe eines Auktionators oder besser noch automatischer Quotierungssysteme ebenso errechnen wie durch praktischen Geldgebrauch ermitteln. Geld ist im Grunde also überflüssig, theoretisch ein Fremdkörper der Allgemeinen Gleichgewichtstheorie (Hahn 1982: 1) beziehungsweise, sofern doch noch vorhanden, im Idealfall neutral. Es ist daher nicht erstaunlich, dass Hayek nach Kniffen und Wegen sucht, das Geld, wenn schon nicht abzuschaffen, so doch gerade dadurch zu neutralisieren, dass er es in ein Gut unter anderen verwandelt. Das liberale Modell hat indes einen Haken: es ist soziologisch unmöglich.

Sieht man großzügig darüber hinweg, dass Menschen nicht als lehrbuchkonforme Marktsubjekte auf die Welt kommen, sondern in einem historisch langen Prozess zu solchen erst gemacht wurden und stets wieder erzogen werden müssen, ist eine geldlose Marktorientierung und Marktabhängigkeit der Individuen undenkbar (Aglietta und Orléan 2002: 35-96). Der Markt ist ein gewaltfreier Zusammenhang Fremder oder einander indifferent gegenüberstehender Einzelner und insofern zu Recht eine zivilisierende Institution ersten Ranges (Hirschmann 1989: 192-225). Doch was macht, woher rührt es, dass Fremde zusammenhängen? Die Marktgesellschaft ist ja gerade eine, in der traditionelle Solidaritätspflichten und Sicherungssysteme zugunsten eines individualisierten Risikomanagements verschwunden sind (Heinsohn und Steiger 1996: 106-117, 129-132). Marktorientierung und Marktabhängigkeit besagen, dass die Einzelnen in ihrer Überlebenseicherung, ihrer Wohlfahrt und ihrem Erfolg auf das im Grunde willkürliche Warenangebot und die nicht kalkulierbare Nachfrage anonymer Dritter angewiesen sind. Wie von Marx (1982: 62-108) treffend beschrieben, ist die kapitalis-

tische Produktion nicht am Gebrauchswert der Waren, sondern an ihrem mutmaßlichen Tauschwert ausgerichtet. Und zwar nicht allein deshalb, weil sie nicht wissen, was die anderen wollen, sondern gleichermaßen, weil die Privateigentümer nicht damit rechnen können, das, was sie wollen, auch zu bekommen. Eben weil eine Koordination der Marktsubjekte *ex ante* ausgeschlossen ist, muss sie *ex post* möglich sein (Keynes 1973b). Die Marktsubjekte suchen daher nach einem „Gegenstand“, von dem sie annehmen, dass alle anderen auch nach ihm suchen. An sich muss dieser „Gegenstand“ weder besonders wertvoll noch besonders nützlich sein, noch muss er bestimmte natürliche Eigenschaften aufweisen. Zu Geld wird vielmehr dasjenige Etwas, von dem alle der Ansicht sind, dass alle es begehren. Die Marktsubjekte, oder besser gesagt, diejenigen, die es werden wollen, befinden sich mithin in einer Situation doppelter Kontingenz.

An diesem Punkt, wie Menger (1892) es tut, die marktgängigste Ware als Geld einzusetzen, ist nicht überzeugend: Erstens, weil damit der Markt, dessen Möglichkeit es allererst auszuweisen gilt, als schon vorhanden unterstellt wird, und zweitens, weil gerade der alles andere als residuale Gebrauchswert der marktgängigsten Ware diese als Träger von Tauschwert überhaupt disqualifiziert. Zwar ist denkbar, dass es spontan zur Auswahl oder Bezeichnung eines im Prinzip beliebigen Geldobjekts kommt, sehr viel wahrscheinlicher und zudem durch die historische Forschung gut belegt (Wray 1999) ist hingegen die Intervention eines Dritten, etwa einer politischen oder religiösen Autorität, die von sich aus bestimmt, was fortan als Geld gilt. Erst jetzt werden Märkte möglich, erst jetzt „lohnt sich“ die Produktion für den Markt, weil das Geld oder, marxistisch gesprochen, die Wertform das logische und praktische Apriori einer Vernetzung, und zugleich der Genese, von zwar nicht autarken, wohl aber autonomen Subjekten ist, das heißt von Individuen im starken Sinne des Wortes. Märkte beziehungsweise Marktgesellschaften werden mithin politisch konstituiert.

Daraus folgt indes nicht, dass der These des Chartalismus, dass das Geld ein Geschöpf der Rechtsordnung sei (Knapp 1905), uneingeschränkt zuzustimmen wäre. Zwar ist es der Staat, dem es leichter gelingt, die Jagd auf ein Symbol des generellen Begehrens mit einem, allen Rationalisierungen und Selbsttäuschungen zum Trotz, willkürlichen *Heureka* abzublasen und die Marktsubjekte so aus ihrer Verwirrung zu reißen, als dass sie selbst es vermöchten. Doch es handelt sich hierbei nicht um die Erfindung oder den Oktroi von Geld überhaupt, sondern vielmehr um dessen Formbestimmung (Hutter 1994). Man könnte vielleicht sagen, dass der konkrete Geldausdruck wie das sprachliche Zeichen arbiträr ist, beiden jedoch ein nach Artikulation drängendes Substrat zugrunde liegt.

Und eben in der Arbitrarität des Geldobjekts oder Geldzeichens steckt seine Gefährdung. Das Geld ist daher politisch, nicht allein, weil eine der Gruppe transzendente Instanz es zu stiften vermag, sondern weil die Akteure das Geldversprechen respektive die Autorität dieser Instanz periodisch auf die Probe stellen. Gläubiger haben ein Interesse daran, dass das Geld äußerst knapp beziehungsweise der Zins hoch gehalten wird, Schuldner hingegen hoffen auf eine vergleichsweise lockere Geld- oder eben Zinspolitik. Die außenwirtschaftliche Variante einer solchen Herausforderung ist die Devisenspekulation. Währungskrisen wie der Zusammenbruch der Weimarer Reichsmark (Aglietta und Orléan 1982: 181-224) oder die Entwertung des argentinischen Peso im Jahre 2001 (Ingham 2004: 165-174) samt der mit ihnen verbundenen Flucht in

Sachwerte sind Beispiele für die Panik ganzer, weil ihres Geldes beraubter Gesellschaften. Das Geld ist wie ein vom Staate zu reitendes Wildpferd. Er ist es, der den Marktakteuren auf der einen Seite nur den monetären Rahmen zu setzen hat, wie die aktuelle (so gut wie jede andere) Kreditkrise zeigt, auf der anderen Seite jedoch um der Stabilität dieses Rahmens willen, ja, um den Preis des sozialen Friedens in letzter Instanz für die Begleichung privater Schulden gerade stehen muss (Kindleberger 1996: 146-189). Geldpolitik ist das schwierige Geschäft, das in einer Marktwirtschaft unausweichliche und prinzipiell schrankenlose Streben der Individuen nach monetärer Sicherheit sowohl zu validieren, als auch ihm Schranken zu setzen, obwohl eine derartige Beschränkung die Akteure erst recht dazu antreibt, das Geld- oder Wertversprechen zu testen. Eine geldlose Marktwirtschaft ist ebenso unmöglich wie die Entpolitisierung des Geldes. Wer sich anderes ausmalt, träumt eben nur oder postuliert eine „Ordnung“, auf die uns bekannte monetäre Manien und Panikattacken nur ein Vorgeschmack sind. Hayeks Konzept ist damit analytisch a-sozial und normativ verantwortungslos.

V. Möglichkeiten und Grenzen des Freigeldes

Im Unterschied zu Hayek hat Gesell immerhin eine Ahnung vom inhärent politischen Charakter des Geldes. Die Einführung des Schwundgeldes wäre ein zwar im Namen der Allgemeinheit verfolgtes, aber gegen die Interessen der Geldbesitzer durchzusetzendes, notwendigerweise staatliches Projekt. Zudem wollte Gesell das Quantitätsmanagement des Geldes staatlichen Stellen überlassen. Dennoch hegt auch Gesell die liberale Illusion, das Geld als Störfaktor auszuschalten. Insofern treffen die oben gegen den Liberalismus als Theorie des geldlosen Tausches ins Feld geführten Einwände auch auf Gesells Vorstellung einer „natürlichen Wirtschaftsordnung“ zu. Immerhin jedoch sieht Gesell, anders als die meisten Tauschmitteltheoretiker des Geldes, dass, selbst wenn sich das Spektrum der Geldfunktionen zwanglos aus der Tauschmittelfunktion ableiten ließe, die in der Regel nur beiläufig behandelte Wertspeicherfunktion des Geldes ein besonderes Augenmerk verdient. In der Tat sind potenziell krisentreibende Geldwertinstabilitäten nicht allein einer fehlerhaften Geldpolitik zuzuschreiben, sondern der Tatsache geschuldet, dass Geld nicht nur Werte ausdrückt, sondern zugleich einen Wert hat (Paul 2004: 171-181). Dies gilt für materiell wertloses Papiergeld und elektronische Geldzeichen selbstverständlich nicht minder als für Goldmünzen. Wie gezeigt, und den Marktakteuren selbstverständlich, lässt sich das Geld nicht, auch nicht das Schwundgeld, folgenlos seiner Wertspeicherfunktion berauben. Marktakteure gieren nach einem als allgemeinem Repräsentanten von Tauschwert wertvollen Geld. Auf dem Markt handlungsfähig heißt liquide sein. Der Markttausch setzt ein Medium voraus, das die Einzelnen gegen die allgemeine, durch ihre grundsätzliche Unabhängigkeit voneinander bedingte, sowie gegen die konkrete, aus ihren intransparenten und wandelbaren Bedürfnissen herrührende Unsicherheit versichert, auch wenn die Existenz eines derartigen zugleich öffentlichen wie privat anzueignenden Mediums das System als Ganzes in permanente Unruhe versetzt. Es ist diese monetär erzeugte Unruhe, dieses Auf und Ab der Konjunktur, das durch anschwellenden Reichtum und die Wiederkehr der Armut gekennzeichnete Doppelgesicht des Kapitalismus, vor dem Gesell zurückschreckt. Daher ist das Gesell'sche Projekt, wie sich deutlicher noch als an diesem

selbst bei seinen praktischen Nachahmern zeigt, im Grunde genommen weniger eines der Vergesellschaftung als vielmehr der Vergemeinschaftung des Geldes. Der von mir auch Gesell gegenüber erhobene Vorwurf, eine letztlich a-soziale Geldreform zu propagieren, bekommt in diesem Kontext eine andere Note.

Zieht man über die in ihrer anarcholiberalen Ambivalenz nur schwer zu überbietenden, zwischen emphatischem Individualismus und sozialromantischen Phantasien oszillierenden Überlegungen Gesells hinaus sowohl die sich direkt auf diesen berufenden Frei- oder Schwundgeldexperimente in Wörgl und anderswo (Lietaer 1999: 260-280; Blanc 1998b; Rösl 2006) als auch typische Erfahrungen und Probleme mit eher locker an seine Ideen anschließenden, das heißt nicht unbedingt zinsbelasteten, wohl aber zinsfreien Parallelwährungen in die Beurteilung mit ein (Blanc 1998a; Gatch 2006), ist es wiederum die Praxis selbst, der sich wesentliche Elemente einer soziologischen Kritik am utopischen Kern der Gesell'schen Geldreform ablesen lassen. Was nämlich passiert, wenn Menschen ganz oder teilweise auf den Gebrauch des herkömmlichen Geldes verzichten, eine eigene zinsfreie Währung emittieren und sich zu Tauschringen zusammenschließen? Den Fall eines staatlich verordneten Schwundgelds schließe ich im Folgenden aus; denn die Alternative, sei es zum ökonomischen Kollaps, sei es zur Wiederkehr des vermaledeiten Systems, wäre massiver politischer Zwang, der sich als Ordnungsideal von selbst desavouiert. Ich diskutiere daher nur „Frei-von-Zins-Geld“-Experimente auf freiwilliger Basis.

Abgesehen davon, dass die Mitglieder eines Parallelwährungsraums oder Tauschrings sich möglicher- und sinnvollerweise ein bescheidenes Start-„Kapital“ zugestehen, entsteht Geld (entstehen Geldguthaben) hier nur gegen Lieferung einer Ware oder, häufiger, gegen Leistung einer bestimmten Arbeit. Inflation scheint damit ausgeschlossen. Stabil ist ein solches Geld allerdings nur dann, wenn darüber hinaus ein Wertmaßstab festgelegt wird, der den Preis aller gehandelten Waren und Dienstleistungen misst. Oft handelt es sich dabei um einen Arbeits- oder Stundenstandard, der entweder festlegt, dass jede Stunde Arbeit gleich viel wert ist, oder die unterschiedliche Wertigkeit der einzelnen Tätigkeiten festschreibt. Ein solches ist demnach ein quantifizierter, inhaltlich unbestimmter Anspruch auf die Leistungen anderer Parallelwährungsnutzer, ganz auf Gesell'scher Linie also ein Schuldentilgungs- oder Zahlungsmittel. Gehandelt, das heißt gegen Geld ge- und verkauft würden eingedenk des Arbeitszeitstandards indes nur diejenigen Waren, deren Wert man mehr oder weniger kennt oder sich wenigstens vorstellen kann. Der Markt wäre daher nicht nur kein Zusammenhang Fremder, sondern auch kein den auf ihm gehandelten Waren gegenüber indifferenter Allokationsmechanismus. Von Vorteil wäre, und dies ist ein Motiv, das die meisten Freigeldpioniere antreibt (Kennedy und Lietaer 2004), dass auf diesem Wege Ressourcen und Kompetenzen mobilisiert werden, die aufgrund ihres in staatlichem Vollgeld ausgedrückt zu hohen Preises keine Nachfrage finden. Eine verwitwete und pensionierte Französischlehrerin im Haus mit Garten, die sich einen Gärtner zum regulären Marktpreis nicht leisten kann, mag nun einen finden, da sie von den Tauschgeldgenossen begehrte Nachhilfestunden anbieten kann. Dieser Vorteil steht indes unter Vorbehalt. Denn das System versagt, wenn die allgemeine Nachfrage nach schulischer Nachhilfe steigt und unsere reiselustige und kulturbeflissene ältere Dame die von ihr angebotenen Leistungen auf dem freien Markt zu einem Preis absetzt, der ihr sowohl den Gärtner als auch die nächste Opernfahrt finanziert. Falls aber die Pensionistin trotz dieses öko-

nomischen Anreizes weiterhin die Kinder ihres Viertels und nicht irgendwelche Schüler unterstützt, dann offenbar deshalb, weil sie den sozialen Mehrwert einer durch wechselseitige Hilfeleistungen belebten Nachbarschaft höher veranschlagt als den schnöden Mammon. Dieses Beispiel illustriert das grundsätzliche Dilemma auf freiwillige Annahme und nicht gesetzlichen Annahmewang bauender lokaler Zahlungsmittel: Entweder der freie Markt und die auf ihm möglichen Gewinnchancen schränken die Attraktivität und damit den Radius der Parallelgelder bei nächster Gelegenheit ein, oder aber die Parallelgeldnutzer müssen ihre wirtschaftlichen Interessen durch andere Motive flankieren (Priddat 2003).

Eingeführt werden Alternativgelder, um brachliegende Potenziale zu erschließen und aus dem regulären Markt Herausgefallene in einen erweiterten Wirtschaftskreislauf zu integrieren. Gegen diese Absicht ist weder wirtschaftlich noch sozialpolitisch etwas einzuwenden. Praktisch allerdings verschärfen die (wenn auch nicht als grundlegende Alternative zum bestehenden Geldsystem, so doch als dessen Korrektiv und Komplement ersonnenen) Parallelgeldräume die Ausgrenzung der wirtschaftlich Schwachen aus dem Gesamtsystem, indem sie die prinzipiell leistungsfähigen, an monetärer Selbstbestimmung interessierten Individuen sehr schnell an den regulären Markt verlieren und umgekehrt Unqualifizierte überproportional anziehen. Es kommt zu einer Homogenisierung des Leistungsspektrums auf geringem Niveau. Dabei sind Tauschringe wie alle funktionierenden Märkte auf die Nicht-Substituierbarkeit der auf ihnen gehandelten Waren angewiesen. Falls nicht die Ermattung und der Zusammenbruch dieser Zweit- oder Nebenmärkte das Resultat sind, ist, ökonomisch gesehen, zumindest ihre Reduktion auf von gesamtgesellschaftlichen Konsumstandards und Produktinnovationen abgekoppelten Selbstversorgungszirkel wahrscheinlich (Peacock 2003). Der Markt- oder Geldgesellschaft, die ganz gewiss auf ihre Weise und in mittlerweile bedrohlichen Ausmaßen exkludiert (Moriz 2008), wird damit kaum etwas entgegengesetzt. Bestenfalls gelingt es den Exkludierten, Mitglied einer Geldgemeinschaft zu werden, der zu entfliehen und in den Genuss monetärer Freiheit zu kommen, was freilich immer weniger Leuten möglich ist.

Immerhin, mag man sagen, auch wenn die Parallelgelder wirtschaftlich nur bedingt etwas bringen, sie bieten den Schwachen die Chance, ihr Leben ansatzweise selbst zu organisieren. Zudem, sind nicht der Tanz um das goldene Kalb und die Entfremdung der Menschen im Kapitalismus Anlass genug, die Ansprüche an Wachstum und Konsum zurückzunehmen und sich wichtigeren Dingen zu widmen? Sind wir, *anders* als Plessner (1981) meinte, nicht längst an die „Grenzen der Gesellschaft“ gestoßen? Liegt die eigentliche Bedeutung alternativer Gelder vielleicht gar nicht in ihrem ökonomischen Zweck, sondern in ihrer vergemeinschaftenden Funktion? Ein Mindestmaß an Zeitautonomie vorausgesetzt, steht es jedem frei, sich an Tauschringen zu beteiligen; und in der Tat scheint die Langlebigkeit und der relative Erfolg mancher Parallelgelder sich dem Idealismus, den nicht-ökonomischen Motiven ihrer Nutzer zu verdanken. So wäre es nicht unwahrscheinlich, dass die alleinstehende Lehrerin aus meinem obigen Beispiel sich gegen Lohnarbeit jenseits der Pensionsgrenze und für ein Engagement im eigenen Stadtteil entschiede. Für viele dürfte die Suche nach Kontakt und Anerkennung, und nicht die ökonomische Not, gar der primäre Beweggrund für ihre Teilnahme an Tauschringen sein. In diesem Fall wäre das Freigeld nur Vorwand oder Anlass zum eigentlichen Zweck des bloßen Dabeiseins, der Wiederbelebung oder des Aufbaus

eines sozialen Netzwerks. Die Probleme beginnen jedoch, sobald wirtschaftliche Interessen, politische Ideale und soziale Bedürfnisse innerhalb einer Parallelgeldwelt aufeinanderprallen. Sofort stellen sich Fragen, wie die nach der Gerechtigkeit des Stundenstandards, nach einer für das Kollektiv gerade noch akzeptablen Bringschuld Einzelner, nach der Unterscheidung von bezahlter Arbeit und Freundschaftsdiensten oder der Berechtigung von Währungsmischkalkulationen – Fragen, um die nicht nur an Küchentischen von Wohngemeinschaften erbittert gerungen werden kann. Was im Falle monetär konstituierter Gruppen komplizierend und damit Kompromisse erschwerend hinzu kommt, ist, dass Solidaritätserwartungen und das Bedürfnis nach sozialer Nähe einem im Prinzip wirtschaftlichen Mechanismus sozusagen parasitär angeheftet werden. Krisen sind damit vorprogrammiert. An die Stelle der Kälte des Marktes rücken der Neid, die Missgunst und unter Umständen der sich bis zum Hass steigende persönliche Groll.

Neben den ökonomischen gibt es mithin soziale Schranken der Parallelwährungsräume. Freigelder im Sinne Gesells vergesellschafteten nicht, sie sind Medien der Vergemeinschaftung. Als wirtschaftliche Selbsthilfeprojekte oder soziale Wärmestuben mögen sie taugen, als prinzipielle Alternative zum Markt und zur Gesellschaft wären sie repressiv und sozial desintegrativ. A-sozial also nicht im Sinn von unmöglich, sondern als den Problemen und Chancen moderner Gesellschaften nicht adäquat.

VI. Zentralbankkunst

Gesell und Hayek wissen um die mindestens wirtschaftliche Zentralität des Geldes, doch sie überschätzen seine Gestaltbarkeit. Das Geld oder die Geldverfassung unserer gleichermaßen kapitalistischen wie funktional differenzierten Gesellschaft ist nicht beliebig manipulierbar. Wer das Geld zu steuern versucht, setzt entweder die Effizienz des Wirtschaftssystems oder aber den sozialen Zusammenhalt auf Spiel; wohlgemerkt nicht als moralisches Zusammengehörigkeitsgefühl, sondern als systemische Möglichkeitsbedingung eines einigermaßen gewaltfreien Beisammenseins Fremder und ihrer wechselseitigen Koordination. Umgekehrt jedoch geben die diskutierten Geldreformvorschläge Anlass, sich über die prinzipielle Notwendigkeit von Geldpolitik und ihre wesentlichen Probleme klar zu werden. Aus der Unverfügbarkeit des Geldes folgt eben nicht, es schlicht mit „mehr Politik“ zu versuchen oder das Geld den „Gesetzen des Marktes“ zu überlassen. Gefragt ist vielmehr eine Geldpolitik, die einerseits der Allgemeinheit ein „Medium“ zu Verfügung stellt, welches den Einzelnen den Austausch und die wechselseitige Verschuldung erlaubt, das Geld andererseits jedoch nicht seiner der individuellen Autonomie oder privaten Vereinzelung der gesellschaftlichen Akteure geschuldeten Funktion beraubt, Reichtum überhaupt und damit Sicherheit anzuzeigen und erwerben zu können. Geldpolitik kann den Widerspruch oder wenigstens die Ambivalenz des Geldes, sowohl öffentliches Gut als auch privater Eigentumstitel zu sein, nicht aufheben; vielmehr gilt es, diese Spannung der wirtschaftlichen Dynamik und der „Logik“ des Individualismus wegen aufrechtzuerhalten, sie um des sozialen Friedens willen zugleich jedoch zu verschleiern oder zumindest zu lindern. Eben dies ist die Aufgabe der Zentralbanken, beziehungsweise es sind die Zentralbanken, welche diese Aufgabe heute erfüllen.

Nur vordergründig widerspricht diese Funktionsbestimmung der den Zentralbanken heute in der Regel gesetzlich auferlegten Aufgabe, den Wert der Währung stabil zu halten. Zum einen gibt es weitere, unter Umständen mit der Geldwertstabilisierung konkurrierende Zielvorgaben für Zentralbanken, wie zum Beispiel die einer beschäftigungsfördernden Wachstumspolitik der US-amerikanischen Fed (Federal Reserve Act, Sect. 2A), ähnlich wie die Sicherung des Preisniveaus „nur“ die vorrangige Aufgabe der EZB darstellt (EG-Vertrag, Art. 105). Damit bleibt offen, was die Sicherung der Geldwertstabilität genau bedeutet und wie dieses Ziel (relativ zu möglichen anderen) konkret erreicht werden soll. Zielkonflikte und Kompromisslinien sind mithin nicht nur möglich, sondern wahrscheinlich. Zum anderen ist die soziologische Funktionsbestimmung einer wirtschaftspolitischen und quasi-konstitutionellen Institution nicht dasselbe wie ihre offizielle Aufgabenstellung, und zwar nicht nur, weil zwischen Anspruch und Wirklichkeit stets eine Lücke klafft, sondern vor allem, weil das jeweilige Bezugsproblem nicht dasselbe ist: Ökonomisch und/oder wirtschaftspolitisch mag es (vornehmlich) um die Stabilisierung des Geldwerts gehen, soziologisch gesehen ist die Stabilisierung des Geldwerts immer auch das Bemühen, den „Klassenkampf“ von Arbeit und Kapital oder besser den von Schuldner und Gläubiger zu schlichten, respektive hinter dem Kampf für ein vermeintlich neutrales, für alle gleichermaßen vorteilhaftes Geld zurückstehen zu lassen. Es ist weniger das Verdienst von Hayek und Gesell als vielmehr der Gewinn, sich dieser „überholten“ Theoretiker heute noch einmal anzunehmen, der eminent politischen, das heißt nicht nur wirtschafts- und damit auch sozial-, sondern gesellschaftspolitischen Bedeutung des Geldes inne zu werden.

Gesell war nicht der erste und einzige, aber doch ein früher und visionärer Theoretiker der Markt- als Geldwirtschaft. Zum einen erkannte er die verheerenden Folgen von, auf der Basis des Goldstandards freilich kaum vermeidbarer, Deflation und wusste Wirtschafts- damit als Geldkrisen zu dechiffrieren. Dass derartige Krisen überhaupt möglich sind, dass das Say'sche Gesetz nicht gilt, ja aufgrund der zeitlichen Trennung von Kauf und Verkauf einerseits, des dem Geld allein schon aus seiner Brückenfunktion zuwachsenden Eigenwerts andererseits gar nicht gelten kann, erfordert externe, (geld-)politische Eingriffe in den Markt. Eben weil Geld schon in einem rein technischen Sinne nicht neutral ist, bedarf es einer Autorität oder Instanz, welche die Geldmenge so steuert, als ob es neutral wäre. Damit geht Gesell implizit über die klassische Begründung Bagehots (1874) hinaus, dass Zentralbanken lediglich im Falle einer Kreditkrise als „lender of last resort“ einspringen müssten. Für Bagehot sind Zentralbanken eine Art Feuerwehr. Gesells Konzeption eines Währungsamtes, welches die Entwicklung der Geldmenge kontinuierlich überwachen und den realwirtschaftlichen Bedürfnissen anpassen sollte, nimmt hingegen die später gängige Praxis beziehungsweise die den praktischen Problemen des 20. Jahrhunderts geschuldete Politik der Zentralbanken vorweg (Goodhart 1988).

Zum anderen jedoch verkannte Gesell den Ursprung und die Funktion des Zinses, den er, anstatt ihn mit Simmel oder wie später Keynes als Ausdruck einer am Gelde als allgemeinem, „letzten“ Repräsentanten von Wert haftenden Liquiditätsprämie und als den Schuldnern von ihren Gläubigern aufgebürdeten Wachstumsimperativ zu begreifen (Heinsohn und Steiger 1996: 342-351, 360-368), als natürlich-dinglichen, funktional irrelevanten Mehrwert der Ware Geld missverstand. Zwar war ihm bewusst, dass Kredite den Handel finanzieren, dass Geld frei macht und gesellschaftliche Teilhabe garan-

tiert. Von der die Produktivität entfesselnden Kraft des Zinses ahnte er indes nichts, vor dem Umstand, dass die Attraktivität des Geldes, seine befreiende und inkludierende Wirkung dessen prinzipieller Knappheit entspringt, verschloss er die Augen. Es kann daher nicht wirklich erstaunen, zumal Gesell zur Zeit der Entstehung seiner Geldtheorie die entsprechenden wirtschaftlichen und sozialen Erfahrungen (Ostwald 1931) fehlten, wenn die inflationäre Entwertung (zumindest) des (Bar-)Gelds ihm nicht nur unproblematisch, sondern ganz im Gegenteil als Lösung wirtschaftlicher Probleme erschien.

Wie die historische Erfahrung zeigt, sind Inflationen und Deflationen auf je besondere Weise im Ergebnis jedoch gleichermaßen dysfunktional, wenn nicht katastrophal. Mehr noch, vom Ende des Zweiten Weltkriegs bis zur aktuellen Weltwirtschaftskrise war es, trotz Japans deflationärer Depression der 1990er Jahre, wenigstens in Deutschland so gut wie ausschließlich das Schreckgespenst der Inflation, welches die Theorie und Praxis der Geldpolitik bestimmte (Goodman 1991: 336-340). Die an sich durchaus wünschenswerte Geldwertstabilität schien, so der *common sense*, nur durch eine ihrerseits im Wesentlichen durch fiskalpolitische Disziplinlosigkeiten bedingte Abwertung, nicht aber durch eine Aufwertung oder Verknappung des Geldes bedroht werden zu können.³ Gewiss jedenfalls ist, dass es der Zentralbanken als selbst nicht nach kommerziellen Gesichtspunkten wirtschaftender, das Marktgeschehen vielmehr beobachtender, inflationäre wie deflationäre Tendenzen aktiv neutralisierender Institutionen bedarf. Zentralbanken, so sehr ihre historischen Vorläufer wie insbesondere die Bank of England zunächst den Finanzierungsinteressen von Regierungen zu dienen hatten (Dickson 1967), sind, ob politisch „unabhängig“ oder nicht, keine Instrumente politischer Willkür, sondern ein funktionales Erfordernis entwickelter Geldwirtschaften. Gesell wusste darum; ironischerweise haben seine von der historischen Wirklichkeit allzu schnell eingeholten inflationären Phantasien diese Notwendigkeit *ex negativo* bestätigt.

Doch dies ist nur die technische oder im engeren Sinne wirtschaftliche Dimension des Problems. Politisch-ökonomisch oder soziologisch gesehen haben Zentralbanken einen über die Steuerung der Geldmenge, das Einhalten von Inflationszielen oder die Bekämpfung von Krisen hinausgehenden Auftrag. Sie müssen das Geld nicht nur neutralisieren, sondern legitimieren. Damit ist zum einen gemeint, wie schon erwähnt, weitere zur Wahrung der Preisniveaustabilität in Konkurrenz oder gar Widerspruch stehende geldpolitische Ziele, wie die direkte Versorgung der Banken und indirekt auch der Betriebe und Haushalte mit hinreichend billigem, unterhalb der erwarteten Profitrate verzinstem Kredit, mit jener ökonomischen Hauptaufgabe zu vermitteln, also eine für die verschiedenen gesellschaftlichen Interessengruppen akzeptable geldpolitische Mittellinie zu finden. Eine Mittellinie, die Arbeitnehmer- und Arbeitgeber-, Gläubiger- und Schuldnerinteressen bedient. Gerade wenn Zentralbanken, wie mittlerweile die meisten von ihnen, politisch, das heißt von Weisungen der staatlichen (insbesondere der Regierungs-)Instanzen unabhängig sind und sich dementsprechend nicht vor ge-

3 Bemerkenswerterweise jedoch ist in den Monaten seit Verschärfung der US-Finanz- zur Weltwirtschaftskrise im Herbst 2008 von Inflationsgefahren kaum die Rede – trotz staatlicher Milliardenprogramme. Global belaufen sich die zugesagten Hilfen schon jetzt (Januar 2009) auf über eine Billion Dollar. Es scheint, ohne dass ich wüsste, wie es anders zu machen wäre, als würde wieder einmal der Teufel mit dem Beelzebub ausgetrieben.

wählten oder repräsentativen Verfassungsorganen für ihr Tun oder Lassen rechtfertigen müssen (Toniolo 1988), gehört es zu ihrem Geschäft, die von ihnen faktisch betriebene Geldpolitik als, wenn nicht unmittelbar der Wohlfahrt aller, so doch langfristig dem allgemeinen Interesse dienlich zu verkaufen. Gerade wenn die Garantie des Geldwerts absolut gesetzt wird, ist es wichtig, auch die von einer Politik des knappen Geldes objektiv oder vorderhand Benachteiligten davon zu überzeugen, dass eine solche letztlich gleichwohl für alle von Vorteil ist (Weinert 2002).

Worauf es mithin ankommt, ist das kommunikative Geschick der Zentralbanken. Diese müssen einerseits den Eindruck erwecken, geldpolitische Entscheidungen nach Maßgabe einer gewissermaßen höheren Vernunft zu treffen und sich andererseits, seit man sich zumindest vordergründig gewissen Regeln der Transparenz verschrieben hat (Heine und Herr 2008: 53-57), an selbst gesteckten operativen Zielen messen lassen (Issing 2002). Im Normalfall braucht die politisch interessierte Öffentlichkeit nur der tiefen Expertise und persönlichen Integrität der Zentralbankpräsidenten und -räte versichert zu werden. Die Kommunikation „mit den Märkten“ hingegen verlangt ein gewieftes, angesichts der technisch gesehen relativen Machtlosigkeit der Zentralbanken (Binder 1998: 70-72) freilich erstaunlich oft glückendes Spiel mit den Erwartungen der im Aggregat ökonomisch weitaus potenteren Marktteilnehmer (Brière 2006). Dieses kuriose Vermögen der Zentralbanken, der relative Erfolg ihrer von Guthrie und Wright (2000) so genannten „open mouth operations“, ist jedoch nichts anderes als Ausdruck der schon oben in Auseinandersetzung mit Hayek konstatierten Bedürftigkeit der Marktteilnehmer nach Ankerpunkten ihrer in pragmatischer Hinsicht „spekulativen“ Phantasie, oder allgemeiner gesprochen, nach einer Referenz für das, was „eigentlich zählt“.

Neben der Vermittlung geldpolitischer Ziele (ihrem Abgleich untereinander sowie ihrer Darstellung nach außen), geht es bei der Legitimierung des Geldes zum anderen nämlich um die „Naturalisierung“ desselben, wohlgemerkt nicht im Sinne einer Rematerialisierung des Geldstoffes, einer Rückkehr zum Goldstandard oder anderer Formen des Warengeldes, sondern im Sinne einer „Selbstverständlichung“ eines Mediums, eben des Zentralbankgeldes, als Repräsentant von Reichtum an sich. Es geht, soziologisch gesprochen, um die Wahrung des Geldes als *Institution*, darum, seiner durch das private Bankgeschäft, die Emission von Parageldern und Parallelwährungen, die internationale Währungskonkurrenz, die Spekulation oder Finanzkrisen drohenden Konventionalisierung, seiner Herabstufung auf das Niveau einer bloßen *Konvention*, einen Riegel vorzuschieben.

Was eine Institution von einer Konvention unterscheidet, ist ihre Intransparenz, ihr vermeintlich natürlicher, fragloser, scheinbar unkündbarer Status (Douglas 1987).⁴ Zwar können auch Institutionen sterben, kann der Glaube an sie verloren gehen, kann das vorbewusste Vertrauen in sie aufgekündigt werden, können sie an indifferenten oder neuartigen Praxen der sozialen Akteure scheitern. Doch was sie im Unterschied zu vorsätzlich änderbaren Konventionen, Verabredungen oder Verträgen stabilisiert, beziehungsweise der unmittelbaren Verfügung entzieht, ist ihre nicht allein funktionale, sondern gewissermaßen existenzielle und als solche von den Akteuren eben nicht in Frage

⁴ Zum Komplex von Institutionen und Konventionen siehe auch die Beiträge von Diaz-Bohne sowie Hasse und Krücken in diesem Band.

gestellte Notwendigkeit. Institutionen sind gewissermaßen Konventionen im Latenzzustand. Insofern ist es zwar, wie eingangs festgestellt, theoretisch naiv, praktisch jedoch höchst folgenreich, dass Geld uns derart selbstverständlich erscheint, dass, seinen Sinn zu bezweifeln oder nur zu thematisieren, es gar reformieren zu wollen, etwas Versprochenes hat.

Und doch bedarf es nicht erst der Bemühungen eines Gesell oder Hayek, ihrer Kritik an der bestehenden Geldverfassung, um diese auf die Probe zu stellen, respektive das Geld als Institution zu erschüttern. Denn wir leben bereits in einer von Hayek und anderen Marktradikalen erräumten Welt des „free banking“, insofern das staatliche, heute von Zentralbanken emittierte Geld nur einen Bruchteil der im privaten Geschäftsverkehr von den Marktteilnehmern selbst ersonnenen und akzeptierten beziehungsweise kreditär generierten Geldsubstitute ausmacht (Huber 1998: 174-240; Blanc 1998a). Nicht nur Sichtguthaben bei privaten Geldinstituten, sondern auch Bonusmeilen, *Payback*-Punkte, E-Gelder, Devisenkonten oder (seien es nun zinsfreie oder negativ verzinst) Komplementärwährungen fungieren längst, und das in stetig wachsendem Umfang, als Zentralbank- respektive Bargeldersatz. Um Geldsubstitute handelt es sich deshalb, weil die Kredite, Buch- und sonstigen Privat- oder Parallelgelder in aller Regel auf das Zentralbankgeld als Wertstandard und damit dasjenige Etwas bezogen sind, mit dem Verbindlichkeiten in letzter Instanz allein getilgt werden können.

In Kredit- oder Geldkrisen wie der gegenwärtigen kommt es zum „Run“ auf eben dieses Zentralbankgeld. Jeder versucht, sein lediglich in „Geld“ zweiten, dritten oder x-ten Grades ausgedrücktes Kaufkraftversprechen in Vollgeld zu konvertieren, dessen Wert oder effektive Kaufkraft in dem Maße steigt, in welchem sich Geldsubstitute als fatale Investments erweisen. In Marx' (1982: 152) polemischen, gleichwohl treffenden Worten: „Eben noch erklärte der Bürger in prosperitätstrunkenem Aufklärungsdünkel das Geld für leeren Wahn. Nur die Ware ist Geld. Nur das Geld ist Ware! gell't jetzt über den Weltmarkt. Wie der Hirsch schreit nach frischem Wasser, so schreit seine Seele nach Geld, dem einzigen Reichtum.“ Der Ausdruck „lender of last resort“ erhält in diesem Zusammenhang eine weitere Bedeutung: Nicht nur springt die Zentralbank notfalls als Gläubiger ein, um einen kompletten Zusammenbruch des Finanzmarkts abzuwenden, sondern das Zentralbankgeld ist oder erscheint als dasjenige, welches Reichtum oder Kaufkraft nicht nur repräsentiert, sondern verkörpert. Das Geld in seiner zweiten Bedeutung zu legitimieren, heißt, diesen Anschein zu wahren, altertümelnd gesprochen, die Währung, eigentlich: das Währen der Währung, zu hüten.

Nun ist bekannt, dass Zentralbanken weniger noch, als sie dem monetaristischen Credo zum Trotz in der Lage sind, tatsächlich die Geldmenge zu steuern, den Marktakteuren ihr Geld als „eigentliches Geld“, als Inkarnation und deswegen Standard von Wert aufzwingen können. Insofern überschätzt der klassische Chartalismus die politische Hoheit des Staates und seiner Organe. Anders als uns der auf Dollarscheine gedruckte Text, „this note is legal tender for all debts public and private“, glauben machen will, sind frei wirtschaftende Individuen keineswegs gezwungen, ihre Transaktionen und die aus diesen erwachsenden Guthaben und Schulden in Form von Dollars abzurechnen. Daraus, was Hayek und den Seinen entgeht – folgt indes nicht, dass die Marktsubjekte eines als Zeichen und Standard von Wert selbst „unendlich“ kostbaren Zeichens entbehren könnten – sie können es nicht. Denn so sehr es marktwirtschaftlich wünschenswert ist, dass ein wertstabiles Geld den intertemporalen Preisvergleich

ermöglicht, so sehr ist es marktgesellschaftlich notwendig, die mit dem (an sich unwahrscheinlichen) Tausch von Ware gegen Ware einhergehende Gefahr, wie Hans im Glück am Ende auf nutzlosem Plunder sitzen zu bleiben,⁵ durch die Bestimmung eines im Prinzip beliebigen, jedoch selbst als körperlosen noch Wert verkörpernden Geldes zu bannen. Eben deshalb jedoch haben heute gerade die mehr oder weniger unabhängigen Zentralbanken die Chance, wenn auch nicht die Autorität, den Akteuren ihr, weil den alltäglichen politischen Querelen entrücktes, vermeintlich nicht nur wirtschaftlich, sondern auch politisch neutrales Geld mit Erfolg anzudienen. Und eben deshalb ist die Kommunikation der Zentralbanken nicht allein mit den Märkten, sondern in Krisenzeiten insbesondere auch ihre öffentliche Inszenierung von Autorität, ihre Zusicherung, etwas zu leisten, was sie allein gar nicht zu leisten vermögen, nämlich die Geltung und nicht bloß den Wert des Geldes zu garantieren, die eigentliche, nicht mit Gesell politisch rationalisierbare oder mit Hayek der Marktmechanik zu überlassende Aufgabe der Zentralbanken. Gerade die Unverfügbarkeit des Geldes zwingt, um den Preis, dass es den Markt überhaupt gibt, die Zentralbanken oder eine andere Instanz auf den Plan, welche funktional äquivalent die Konventionalisierung des Geldes zu verhindern vermag.

Literatur

- Aglietta, Michel, und André Orléan. 1982. *La violence de la monnaie*. Paris: PUF.
- Aglietta, Michel, und André Orléan. 2002. *La monnaie entre violence et confiance*. Paris: Odile Jacob.
- Bagehot, Walter. 1874. *Lombardstreet. Der Weltmarkt des Geldes in den Londoner Bankhäusern*. Leipzig: Hartung.
- Binder, Alan S. 1998. *Central banking in theory and practice*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Blanc, Jérôme. 1998a. Les monnaies parallèles: évaluation du phénomène et enjeux théoriques. *Revue d'Economie Financière* 49: 81-112.
- Blanc, Jérôme. 1998b. Free money for social progress: theory and practice of Gesell's accelerated money. *American Journal of Economics and Sociology* 57 (8): 469-483.
- Braudel, Fernand. 1986. *Die Dynamik des Kapitalismus*. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Brière, Marie. 2006. Représentations conventionnelles sur les marchés de taux. In *L'économie des conventions: méthodes et résultat*, Bd. 2: *Développements*, ed. François Eymard-Duvernay, 117-192. Paris: Decouverte.
- Camic, Charles. 1987. The making of a method: a historical reinterpretation of the early Parsons. *American Sociological Review* 52 (4): 421-439.
- Deutschmann, Christoph. 1999. *Die Verheißung des absoluten Reichtums. Zur religiösen Natur des Kapitalismus*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Deutschmann, Christoph. 2008. [Aufsatz über Geld und Exklusion in der Systemtheorie].
- Diaz-Bohne, Rainer. 2009. Die Ökonomie der Konventionen. In *Wirtschaftssoziologie*, Sonderheft 49 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Hrsg. Jens Beckert, Christoph Deutschmann, 176-193. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Dickson, Peter G. M. 1967. *The financial revolution in England. A study in the development of public credit 1688-1756*. London: Macmillan.
- Dornbusch, Rudiger, und Jeffrey Frankel. 1988. The flexible exchange rate system: experience and alternatives. In *International finance and trade in a polycentric world*, ed. Silvio Borner, 151-197. Basingstoke: Macmillan.

⁵ Ich lasse hier offen, warum, auf Grund welcher dem Markttausch fremden Logik, Hans dennoch glücklich bleibt oder es gar allererst wird.

- Douglas, Mary. 1987. *How institutions think*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Dumont, Louis. 1991. *Individualismus. Zur Ideologie der Moderne*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Eichengreen, Barry. 2000. *Vom Goldstandard zum Euro. Die Geschichte des internationalen Währungssystems*. Berlin: Wagenbach.
- Fisher, Irving. 1933. The debt-deflation theory of great depressions. *Econometrica* 1: 337-357.
- Gaßmann, Heiner. 2009. Wirtschaftssoziologie und ökonomische Theorie. In *Wirtschaftssoziologie*, Sonderheft 49 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Hrsg. Jens Beckert, Christoph Deutschmann, 158-175. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Gatch, Loren. 2006. *Local scrip in the USA during the 1930s: lessons for today?* Edmonton, Okl.: MS.
- Gerding, Rainer, und Joachim Starbatty. 1980. *Zur Entnationalisierung des Geldes*. Tübingen: Mohr.
- Gesell, Silvio. 1999. *Die natürliche Wirtschaftsordnung durch Freiland und Freigeld* (1920). Nachdruck der 4. Aufl. Lütjenburg: Gauke.
- Goodhart, Charles. 1988. *The evolution of central banks*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Goodman, John B. 1991. The politics of central bank independence. *Comparative Politics* 23 (3): 329-349.
- Guthrie, Greame A., und Julian Wright. 2000. Open mouth operations. *Journal of Monetary Economics* 46 (2): 489-516.
- Haesler, Aldo J. 1983. *Tausch und gesellschaftliche Entwicklung. Zur Prüfung eines liberalen Topos*. Dissertation St. Gallen.
- Hahn, Frank H. 1982. *Money and inflation*. Oxford: Blackwell.
- Hasse, Raimund, und Georg Krücken. 2009. Wirtschaftssoziologie und Theorie der Institutionen. In *Wirtschaftssoziologie*, Sonderheft 49 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Hrsg. Jens Beckert, Christoph Deutschmann, 194-207. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hayek, Friedrich A. v. 1977. *Entnationalisierung des Geldes*. Tübingen: Mohr.
- Heihnsohn, Gunnar, und Otto Steiger. 1996. *Eigentum, Zins und Geld. Ungelöste Rätsel der Wirtschaftswissenschaften*. Reinbeck: Rowohlt.
- Heil, Johannes, Hrsg. 1997. *Shylock? Zinsverbot und Geldverleih in jüdischer und christlicher Tradition*. München: Fink.
- Heine, Michael, und Hansjörg Herr. 2008. *Die Europäische Zentralbank. Eine kritische Einführung in die Strategie und Politik der EZB und die Probleme in der EWU*. 3. Aufl. Marburg: Metropolis.
- Helleiner, Eric. 1994. *States and the reemergence of global finance: From Bretton Woods to the 1990s*. Ithaca: Cornell UP.
- Hirschman, Albert O. 1989. *Entwicklung, Markt und Moral. Abweichende Betrachtungen*. München: Hanser.
- Hörisch, Joachim. 2004. *Gott, Geld, Medien. Studien zu den Medien, die die Welt im Innersten zusammenhalten*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Huber, Joseph. 1998. *Vollgeld. Beschäftigung, Grundsicherung und weniger Staatsquote durch eine modernisierte Geldordnung*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Huffschild, Jörg. 2002. *Politische Ökonomie der Finanzmärkte*. Hamburg: VSA.
- Hutter, Michael. 1994. Communication in economic evolution. The case of money. In *Evolutionary concepts in contemporary economics*, ed. Richard W. England, 111-136. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Ingham, Geoffrey. 2004. *The nature of money*. Cambridge: Polity.
- Innes, A. Mitchell. 2004. What is money? (1913). In *Credit and debt theories of money: The contributions of A. Mitchell Innes*, ed. L. Randall Wray, 14-50. Cheltenham: Elgar.
- Issing, Otmar. 2002. *Should we have faith in central banks?* London: Institute of Economic Affairs.
- Jevons, William S. 1875. *Money and the mechanisms of exchange*. London: Macmillan.
- Kennedy, Margrit, und Bernard A. Lietaer. 2004. *Regionalwährungen. Neue Wege zu nachhaltigem Wohlstand*. München: Rieman.
- Keynes, John M. 1973. *The general theory of employment, interest and money* (1936). London: Macmillan.
- Keynes, John M. 1973a. The general theory of employment (1937). In *Collected writings*. Bd. 14: *The general theory and after*. Part II: *Defence and development*, ed. Ronald E. Moggridge, 109-123. London: Macmillan.

- Kindleberger, Charles P. 1996. *Manias, panics, and crashes. A history of financial crises*. 3. Aufl. New York: Wiley.
- Knapp, Georg F. 1905. *Staatliche Theorie des Geldes*. München: Duncker & Humblot.
- Kurz, Robert. 1991. *Der Kollaps der Modernisierung. Vom Zusammenbruch des Kasernensozialismus zur Krise der Weltökonomie*. Frankfurt a. M.: Eichborn.
- Lavington, Frederic. 1913. The social interest in speculation on the stock exchange. *The Economic Journal* 23: 36-52.
- Lietner, Bernard A. 1999. *Das Geld der Zukunft. Über die destruktive Wirkung des existierenden Geldsystems und die Entwicklung von Komplementärwährungen*. Berlin: Rieman.
- Marx, Karl. 1971. Nationalökonomie und Philosophie (1844). In *Die Frühschriften*, Hrsg. Siegfried Landshut, 225-316. Stuttgart: Kröner.
- Marx, Karl. 1982. *Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie* (1867), Bd. 1. Berlin: Dietz.
- Menger, Carl. 1892. On the origin of money. *The Economic Journal* 2: 239-255.
- Moini, Mustafa. 2001. Toward a general theory of credit and money. *Review of Austrian Economics* 14 (4): 267-317.
- Moriz, Cornelius. 2008. *Sozial ist, was Arbeit schafft!? Zur Kritik eines sozialpolitischen Dogmas*. Freiburg: MS.
- Onken, Werner. 1999. *Silvio Gesell und die natürliche Wirtschaftsordnung. Eine Einführung in Leben und Werk*. Lütjenburg: Gauke.
- Ostwald, Hans. 1931. *Sittengeschichte der Inflation. Ein Kulturdokument aus den Jahren des Marktsturzes*. Berlin: Neufeld & Henius.
- Paul, Axel T. 2002. Money makes the world go round. Über die Dynamik des Geldes und die Grenzen der Systemtheorie. *Berliner Journal für Soziologie* 12: 243-262.
- Paul, Axel T. 2003a. Blühträume: Über einige Schwierigkeiten beim Versuch, die Zukunft des Geldes zu gestalten. In *Viele Gelder*, Hrsg. Dirk Baecker, 149-180. Berlin: Kadmos.
- Paul, Axel T. 2003b. Das Geheimnis der Münze. *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik* 7 (3): 379-383.
- Paul, Axel T. 2004. *Die Gesellschaft des Geldes. Entwurf einer monetären Theorie der Moderne*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Peacock, Mark S. 2003. Die volkswirtschaftliche Analyse einer neuen Geldform: Der Fall lokaler Tauschringe. In *Viele Gelder*, Hrsg. Dirk Baecker, 93-119. Berlin: Kadmos.
- Plessner, Helmuth. 1981: Grenzen der Gemeinschaft. Eine Kritik des sozialen Radikalismus (1924). In *Macht und menschliche Natur*, Hrsg. Günter Dux u. a., 7-133. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Priddat, Birger P. 2003. Rätsel Geld: Anderes Geld. In *Viele Gelder*, Hrsg. Dirk Baecker, 120-148. Berlin: Kadmos.
- Prißmann, Olaf. 2000. *Geldverfassung und Währungswettbewerb. Eine verfassungsökonomische Analyse*. Freiburg: Haufe.
- Rösl, Gerhard. 2006. Regionalwährungen in Deutschland – Lokale Konkurrenz für den Euro? Diskussionspapier der Deutschen Bundesbank, Reihe 1. *Volkswirtschaftliche Studien* 43.
- Schumpeter, Joseph. 1934. *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Eine Untersuchung über Unternehmergewinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus*. 8. Aufl. Berlin: Duncker & Humblot.
- Selgin, George A., und White, Lawrence H. 1994. How would the invisible hand handle money? *Journal of Economic Literature* 32 (4): 1718-1749.
- Seyfang, Gill. 2000. The Euro, the Pound and the shell in our pockets: rationales for complementary currencies in a global economy. *New Political Economy* 5 (2): 227-246.
- Simmel, Georg. 1989. *Philosophie des Geldes* (1900). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Suhr, Dieter. 1983. Gerechtes Geld. *Archiv für Rechts- und Sozialphilosophie* 69: 322-339.
- Toniolo, Gianni, Hrsg. 1988. *Central banks' independence in historical perspective*. Berlin: de Gruyter.
- Wallerstein, Immanuel. 1995. *Die Sozialwissenschaft „kaputtdenken“. Die Grenzen der Paradigmen des 19. Jahrhunderts*. Weinheim: Beltz Athenäum.
- Weber, Max. 1988. Die Börse (1894). In *Gesammelte Aufsätze zur Soziologie und Sozialpolitik*, Hrsg. Marianne Weber, 256-322. 2. Aufl. Tübingen: Mohr.

Weinert, Rainer. 2002. Geld und Politik: Autonomisierung und Funktionswandel von Zentralbanken. In *Die gesellschaftliche Macht des Geldes*, Leviathan Sonderheft 21, Hrsg. Christoph Deutschmann, 327-350. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Wray, L. Randall. 1999. An irreverent overview of the history of money from the beginning of the beginning through to the present. *Journal of Post Keynesian Economics* 21, 679-687.

Korrespondenzanschrift: PD Dr. Axel Paul, Institut für Soziologie, Albert-Ludwigs-Universität Freiburg im Breisgau, 79085 Freiburg/Br.

E-Mail: axel.paul@soziologie.uni-freiburg.de

DIE FINANZSOZIOLOGIE: SOCIAL STUDIES OF FINANCE

Zur neuen Soziologie ökonomischen Wissens

Herbert Kalthoff

Zusammenfassung: Die neue Finanzsoziologie (*Social Studies of Finance*) ist eine wissenschaftssoziologisch ausgerichtete Wirtschaftsforschung. Sie überträgt die in der Erforschung naturwissenschaftlicher Erkenntnisprozesse gewonnenen theoretischen und methodologischen Einsichten auf den Finanzsektor und betrachtet diesen als ein „Labor“ moderner Gesellschaften. Im Zentrum der Forschung stehen die von den Akteuren umgesetzten Wissenspraktiken auf den Finanzmärkten und in den Institutionen der Finanzwelt sowie die technische und dingliche Rahmung des wirtschaftlichen Handelns. Theoretische Bezugspunkte der *Social Studies of Finance* sind Praxistheorien, eine Soziologie der Objekte und eine Kultursoziologie der Darstellung. Der Beitrag erörtert diese heterogene theoretische Ausrichtung und diskutiert empirische Befunde sowie die Gemeinsamkeiten und Differenzen zur „neuen Wirtschaftssoziologie“.

I. Einleitung

Es ist das Ziel des Beitrags, die Perspektive der neuen Soziologie finanzwissenschaftlichen Wissens vorzustellen und ihre Theoriebezüge und Befunde zu diskutieren. Im angelsächsischen Raum hat sich für diese Richtung der Wirtschaftssoziologie der Begriff der *Social Studies of Finance* durchgesetzt. Die gezielte Anspielung auf die in der Wissenschafts- und Techniksoziologie bekannten *Social Studies of Sciences* (oder *Science and Technology Studies*) markiert das Programm: Das grundlegende Anliegen der *Social Studies of Finance* ist es, die in der Erforschung naturwissenschaftlicher Erkenntnisprozesse gewonnenen theoretischen und methodologischen Einsichten auf den Finanzsektor zu übertragen und diesen als ein „Labor“ moderner Gesellschaften zu betrachten; also eine wissenschaftssoziologisch und konstruktivistisch induzierte Erforschung der Finanzwelt. Die Finanzsoziologie ist, ihrem Selbstverständnis nach, deshalb eher Wissenschaftssoziologie, die (angewandte) Wissenschaften empirisch-theoretisch erkundet. Der Finanzsektor ist insofern ein besonders geeigneter Fall, da er als Hort von Rationalität, entkörperlichter Arbeit und Globalität auftritt und auch wahrgenommen wird. Ausdruck dieser Rationalität ist der hohe Grad an Technisierung und Berechnung. Diese Annahmen will man durch einen zweiten Blick in die Innenwelt des Finanzsektors aufheben.

Ausgangspunkte der *Social Studies of Finance* bilden Untersuchungen international renommierter Wissenschaftsforscher (bspw. Callon 1998; Knorr Cetina und Brügger 2002a; MacKenzie 2006), begleitetet von Forschungen jüngerer Soziologen, die in die

sem Feld promovieren oder habilitieren.¹ Die Untersuchungen zielen, systematisch betrachtet, (1) auf die Erforschung des Handels mit verschiedenen Finanzmarktinstrumenten wie Devisen (Brügger 1999) oder Derivaten (Millo 2003), (2) auf verschiedene Felder des Finanzsektors wie Investment Banking (Mars 1998; Beunza und Stark 2004), Börse (Muniesa 2003), Kreditgeschäft (Kalthoff 2004; Poon 2008), und sie fokussieren (3) Querschnittsthemen wie (a) Performativität ökonomischer Theorien (bspw. MacKenzie 2006), (b) Verfahren mathematischer Modellierung und Berechnung (bspw. MacKenzie 2003; Callon und Muniesa 2005; Kalthoff 2005, 2007; Zalloom 2003) oder (c) sozio-technologische Figurationen (Preda 2006; Knorr Cetina und Brügger 2002b).

Aber, so könnte man nachdenklich fragen, warum noch eine Soziologie des Ökonomischen, da dem Beobachter die Wirtschaftssoziologie mit Industrie- und Arbeitssoziologie, alter und neuer Wirtschaftssoziologie, Betriebs- und Konsumsoziologie ausdifferenziert genug erscheint? Warum noch eine Soziologie der Finanzwelt, da doch die Wirtschaftssoziologie selbst die Finanzmärkte erforscht? So etwa Wayne Baker (1984): Die zentralen Probleme des Börsenhandels sind, so Baker, unvollständige und unsichere Informationen, die von den Börsenhändlern erst zu brauchbaren, d. h. sinnvollen Informationen gemacht werden müssen. Börsenhändler benutzen hierfür ihre sozialen Netzwerke: räumlich nahe oder räumlich entfernte Netzwerke (Mikro- resp. Makronetzwerke), deren Dynamik mit ihrer Größe korreliert. Händler müssen ihre Netzwerke erweitern, um am Informationstausch teilzuhaben; zugleich tendieren größer werdende Netzwerke dazu, sich in Gruppen aufzutrennen, um dann wieder zu wachsen. Baker (1984: 805) argumentiert nun, dass diese Dynamik sich auf die Performance der Händler auswirkt: In sozial dichten Mikronetzwerken (etwa auf dem Börsenparkett) nimmt die Preisvolatilität ab, in sozial anonymen Makronetzwerken nimmt sie zu. Oder Abolafia (1996), der zeigt, dass Händler an den Finanzmärkten ihre Tauschhandlungen an sozialen Netzwerken ausrichten, deren Regeln Gegenseitigkeit (Reziprozität) vorgeben, was bei Missachtung zum Ausschluss führen kann. Oder die politische Ökonomie der Finanzmärkte, die u. a. die Auswirkung von deregulierten Finanzmärkten auf gesellschaftliche und politische Strukturen und Institutionen erforscht und zu dem Schluss kommt, dass nationale Regulierungen angesichts des potentiellen Versagens von Finanzmärkten notwendig seien (vgl. Lütz 2002). Oder diejenigen Studien, die die Verschiebung beobachten, die die kapitalistische Marktwirtschaft durch die Finanzmärkte mit ihrer Orientierung auf den *shareholder value* erfährt (Windolf 2005; Deutschmann 2002).

Um eine Antwort auf diese Fragen zu finden, kann man mit einer weiteren Frage beginnen: „Was ist soziologisch an der Wirtschaftssoziologie?“ (Beckert 1996). Was also macht eine Erforschung des ökonomischen Systems oder des sozialen Handelns in ökonomischen Feldern zu einer *soziologischen* Forschung? Im Kontext der „neuen Wirt-

¹ Organisatorisch konstituiert sich dieses neue Forschungsfeld durch internationale Konferenzen u. a. in Frankfurt/Oder (1999), Paris (2000), Bielefeld (2001), New York (2002), Konstanz (2003), London (2005), die sich in Publikationen niederschlagen (bspw. Kalthoff et al. 2000; Knorr Cetina und Preda 2005; MacKenzie et al. 2007; Callon et al. 2007). Internetplattformen (u. a. www.jiscmail.ac.uk/lists/SSFN.html; <http://socfinance.wordpress.com/>). Sie dienen der Diskussion aktueller Ereignisse (etwa der neueren Krise des Investmentbankings) und der Zirkulation und Diskussion von Texten.

schaftssoziologie“ hat Jens Beckert (1996, 1997) vorgeschlagen, die theoretischen Potenziale soziologischer Großtheorien (Max Weber, Niklas Luhmann, Talcott Parsons, Anthony Giddens) so für wirtschaftssoziologische Suchfragen zu nutzen, dass Mechanismen der Komplexitätsreduktion, die Rolle von Werten, Normen und Erwartungen, Formen der Einbettung des Wirtschaftssystems und die Rückwirkung von Handlungen auf soziale Strukturen untersucht werden können. Dieser Vorschlag enthält eine notwendige und zugleich kreative theoretische Fundierung einer ansonsten unklar konturierten Wirtschaftssoziologie in Deutschland, ohne zugleich Verengungen einzuführen. Im Kern geht es um zwei Perspektiven: Erstens um die Bearbeitung klassischer Fragestellungen der Wirtschaftstheorie wie etwa „Entscheiden unter Ungewissheit“ oder „Handlungsrationalität der Akteure“; Fragestellungen, die empirisch am Beispiel unterschiedlicher ökonomischer Gegenstände untersucht werden. Zweitens um die Herausarbeitung einer Soziologie der Märkte und damit um die Aufhebung eines zentralen Desiderats in der ökonomischen und soziologischen Wirtschaftsforschung.

War die Neoklassik noch von einem aus sozio-kulturellen Kontexten herausgelösten Marktgeschehen ausgegangen, hat die „neue Wirtschaftssoziologie“ dargelegt, dass Märkte nur dann als Märkte funktionieren, wenn sie in soziale Netzwerke eingebettet sind, die eine Bearbeitung von Ungewissheit ermöglichen, Vertrauen absichern und für den Fluss von Informationen sorgen. Den Begriff der „Einbettung“ übernimmt die „neue Wirtschaftssoziologie“ bekanntlich von Karl Polanyi (1990) und seiner Beschreibung der Verschiebung des Ökonomischen aus Statusbeziehungen in freie Vertragsbeziehungen, die ihrerseits Tauschhandlungen mit ausschließlich wirtschaftlichem (Nutzen-)Charakter durchsetzen. Den Tausch einmal vollzogen, ist man miteinander „quitt“: keine soziale Beziehung, keine weitere Verpflichtung. Die Aufgabe politischer und soziale Akteure besteht folglich darin, Regeln und Umgangsweisen zu entwickeln, die Märkte regulieren und damit den Tausch kodifizieren (vgl. Rottenburg et al. 2000).²

Die Metapher der „Einbettung“ konnotiert u. a. Zügelung und Begrenzung, Einhegung und Rahmung. Der Hinweis der „neuen Wirtschaftssoziologie“, dass für ein soziologisches Verständnis wirtschaftlicher Prozesse die *Rahmung* des ökonomischen Geschehens in den Blick zu nehmen ist, wird von den *Social Studies of Finance* geteilt. Aber die *Social Studies of Finance* wählen andere Zugänge und damit andere *Optiken*, um diese Rahmungsaktivitäten zu fassen. Zwei Vorschläge sind hier zu unterscheiden: Zum einen die von Michel Callon (Callon und Muniesa 2005) vorgetragene Idee, Märkte als „collective devices“ zu verstehen: Gemeint ist hiermit, dass sich verschiedene Elemente des Marktes zu größeren Einheiten oder Ensembles („Netzwerken“) verknüpfen, bestehende Konstellationen verändern, entwirren oder auflösen; wichtig ist, dass diese sich verbindenden Elemente als zirkulierende Wissensformen verstanden werden, die Märkte formatieren und rekonfigurieren. Zum anderen eine mikroskopische Perspektive, die das (technisch gestützte) Handeln auf den Finanzmärkten durch die Interaktionsordnung gerahmt sieht, die von den Akteuren umgesetzt wird (vgl. Knorr Cetina und Brügger 2002a, 2002b).

2 Die aktuelle Krise des Investment Bankings ist in dieser Hinsicht ein gutes Beispiel: Neue Regeln sollen das ungezügelte Geschäft dieser Finanzmarktaktivitäten bändigen und regulieren.

Beziehen sich viele wirtschaftssoziologische Arbeiten u. a. auf klassische Handlungstheorien, so sind für die *Social Studies of Finance* drei andere Theoriebezüge wichtig: Theorien der Praxis, eine Soziologie der Objekte und eine Kulturtheorie der Darstellung. Auf der methodischen Ebene zeichnen sich die *Social Studies of Finance* durch eine Forschungsstrategie aus, die nicht auf „große Zahlen“ setzt, sondern auf qualitative Forschungsinstrumente. Das Wissen der Akteure und ihre Praktiken sollen direkt vor Ort erhoben werden und der Forschung den Weg weisen („follow the actor“). Aus den Handlungsproblemen der Akteure generieren diese Studien also ihre Fragestellungen und Erklärungen. Praktiken, Formate, Objekte, Formeln, Darstellungen etc. sind von Gewicht: So lautet die allgemeine Auffassung, die sich in großen Teilen der Wissenschaftsforschung durchgesetzt hat und die nun auf die Finanzwelt übertragen wird. Der Konstruktivismus der *Social Studies of Finance* impliziert zwei Effekte: Die Studien zerlegen erstens (opake) Entitäten der Finanzwelt und machen sie für die Wirtschaftssoziologie zugänglich. Sie dehnen zweitens eine engere wirtschaftssoziologische Perspektive in eine allgemeine Soziologie aus, in dem sie die Rolle von technischen Artefakten, Gefühlen, kognitiven Prozessen, Darstellungen, des Körpers etc. bei der Umsetzung ökonomischen Wissens beobachten.

Kennzeichnend für sie sind folgende Überlegungen, die sich an das *strong programme* der Wissenssoziologie (vgl. Bloor 1991: 5 ff.) anlehnen: Erstens wird die Trennung von Wissen und Praxis als problematisch erachtet: Wenn die Umsetzung von Wissen selbst eine soziale Handlung ist, dann verliert diese Unterscheidung ihre Relevanz. Hieran anschließend und inspiriert durch die Ethnomethodologie (vgl. Lynch 1993) wird zweitens die starke Unterscheidung von wissenschaftlichem Wissen und Alltagswissen für theoretisch nicht begründbar erachtet. Der Fokus der Beobachtung liegt dagegen auf der Performanz von Praktiken und Wissen in ökonomischen Handlungsfeldern und damit auf den konkreten Lokalitäten (bspw. Banken, Börsen, Versicherungsunternehmen), in denen Wissen und Praktiken erzeugt, umgesetzt und erprobt werden. Drittens werden diese Orte nicht nur als lokale Kontexte der Wissenserzeugung betrachtet, sondern auch als Arena der Legitimierung dieses Wissens. Interessant ist für die Soziologie ökonomischen Wissens daher nicht die Annahme eines übergeordneten wissenschaftlichen Wissens, sondern die Frage der Implementierung von ökonomischer und mathematischer Theorie in die Funktionsweise des Ökonomischen. Hieraus resultiert viertens, dass zwei Prinzipien wichtig sind, und zwar das Prinzip der Symmetrie und das Prinzip der Unparteilichkeit, das heißt, dass „wahre“ und „falsche“, „rationale“ und „irrationale“ ökonomische (Alltags-)Theorien, Wissensformen oder Praktiken mit ein und demselben Erklärungsansatz behandelt werden.

Im Folgenden geht es um die theoretische und empirische Ausrichtung dieser Forschungsrichtung. Im ersten Schritt stelle ich die praxistheoretische Ausrichtung dar und skizziere den Begriff des ökonomischen Wissens (*Abschnitt II*). Im zweiten Schritt wird der Status der technischen Artefakte in der Soziologie beschrieben (*III*) und ihre performierende Wirkung auf das Tauschhandeln analysiert (*IV*). Im dritten Schritt geht es um die Rolle, Bearbeitung und Darstellung von Informationen über ökonomische Entwicklungen und damit um die komplexen Übersetzungsprozesse zwischen ökonomischer Wirklichkeit „dort draußen“ und Darstellungsmedien (*V*).

II. Practice Turn und ökonomisches Wissen

Klassische und neue Wirtschaftssoziologie lassen ein Desiderat unangetastet, und zwar das Wissen und damit die Praxis der Marktakteure. Dieses ist in den vergangenen Jahren von einer Finanzsoziologie in Angriff genommen worden, die sich als eine Soziologie des Wissens und der Praxis versteht und auf wissens- und kultursociologische Überlegungen Bezug nimmt. In das Zentrum der Forschung rückt damit dasjenige Wissen, das sich in den Praktiken menschlicher Akteure entfaltet und das in technischen Artefakten, mit denen Akteure umgehen, implementiert ist. Wissen tritt als diskursiv verfügbare, stumme und in Technik materialisierte Form auf und bildet das kontingente Resultat der symbolischen, sozialen und materiellen Ressourcen der Teilnehmer, die diese in ihrer Organisation mobilisieren können. Es ist dieser Wissensbegriff, der im Zentrum einer empirisch-theoretischen Annäherung an die Finanzwelt steht.

Mit dieser Fokussierung ist auch der theoretische Hintergrund der *Social Studies of Finance* umrissen: Es sind Praxistheorien in ihren unterschiedlichen Ausprägungen, auf die man sich bezieht. Unter den Begriff Praxistheorien fasse ich so verschiedene Ansätze wie u. a. den strukturalistischen Konstruktivismus (Pierre Bourdieu), die Ethnomethodologie (Harold Garfinkel), die Rahmenanalyse Erving Goffmans, die *Actor Network Theory* (Bruno Latour; Michel Callon), den empirischen und theoretischen Konstruktivismus der Wissenschaftsforschung (Karin Knorr Cetina) sowie die Analyse von Subjektivierungsweisen und Gouvernementalität (Michel Foucault).³ Dieses heterogene Feld teilt die Bedenken gegenüber solchen handlungstheoretischen Ansätzen, die das Soziale auf der Ebene individueller Akteure verortet, die ihre Handlungen in normativer Weise koordinieren (müssen). In den Praxistheorien wird die Soziologie dagegen post-human: das Soziale wird entindividualisiert und um seine Ordnung respektive Geordnetheit zentriert. Das heißt: Nicht mehr den individuellen Akteuren mit ihren gegebenen Kompetenzen der Handlungskoordination gilt die Aufmerksamkeit, sondern der immer wieder erfolgenden Herstellung und Bewahrung von Ordnung, die mit einer Zuschreibung von Sinn durch die Akteure einhergeht. Phänomenen, Dingen, Personen, Relationen etc. wird also Bedeutung zugeschrieben; Praxistheorien interessieren sich für die Regeln, nach denen diese Zuschreibung erfolgt. Zentrale Begriffe dieser performativen Konzeption von Praxis sind also der Regel- und Wissensbegriff.

Praktiken und ihre Materialität. Wenn Wissens-Praktiken auf die eine oder andere Weise ins Zentrum rücken, dann ist danach zu fragen, was sie ermöglicht. Ihre materiale Basis (oder: Materialität) sind der menschliche Körper und technische Artefakte (Dinge, Objekte) – zwei Dimensionen, die in den meisten Handlungs- oder Bewusstseinstheorien fehlen. In so unterschiedlichen Feldern wie u. a. Gender Studies, Technikforschung und Medienforschung sind diese beiden Materialitäten der Wissens-Praktiken immer wieder Gegenstand der Forschung und Auseinandersetzung gewesen. Der Ausgangspunkt menschlicher Existenz ist die Erfahrung, Körper zu sein und Körper zu haben. Wir sind, ob wir dies wollen oder nicht, in unserem Körper; auch wenn wir über

³ Die philosophischen Bezüge praxistheoretischer Konzeptionen sind insbesondere der späte Wittgenstein (1984) mit der Diskussion des Regelbegriffs und Heideggers (2001) Kritik des reinen Bewusstseins („Mentalismus“), das er durch das Konzept des „In-der-Welt-seins“ substituiert (vgl. Gethmann 1993: 201 ff.).

ihn verfügen können und durch ihn unsere Gefühle erleben, diskursive und nicht-diskursive Praktiken (unsere *skills*) umsetzen, so ist er dennoch eigenständig und entzieht sich mitunter auch unserem direkten Einfluss. Der menschliche Körper ist ein sozialisierter Körper, d. h. er gehört nicht allein dem Individuum. Er ist vielmehr ein vergesellschafteter Körper, mit dem umgegangen und verfahren wird: Bildungsprozesse und professionelle Sozialisation bewahrt er als Spuren, die diese Vergesellschaftung sichtbar machen. Der Körper ist zugleich die Einheit, die in und durch ihre Praktiken Wissen umsetzt. Sichtbar wird dies in den Routinen von Körperbewegungen, von Handlungen, von Kommunikation und anderen Kulturtechniken (etwa Schreiben, Lesen, Zuhören). Auch theoretisches Denken ist, und hier kann man Martin Heidegger (2001: 357 f.) folgen, eine Praxis, die in ihrer eigenen Logik zu betrachten ist und deren kognitive Instrumente zu analysieren sind. Intentionalität sowie Orientierung an Interessen und Normen werden von Praxistheorien nicht bestritten, aber ihre Umsetzung wird überformt von der Implizitheit des Wissens und dem attribuierten sozialen Sinn des Tuns und Sagens. Das heißt: Sozialen Praktiken ist kein intentionaler Akt vorgängig, sondern es ist die Vertrautheit mit der und ein Verständnis von der Welt, die sich im Vollzug von Praxis niederschlagen.⁴

Die zweite Ebene der Materialität sozialer Praktiken bilden Artefakte (Objekte, Dinge).⁵ Die Idee, dass eine Soziologie der Objekte für das Verständnis menschlicher Sozialität wichtig ist, ist in der Soziologie seit langem bekannt. Allerdings geriet dieses soziologische Wissen durch den Strukturfunktionalismus und die Systemtheorie etwas in Vergessenheit und wurde erst in den vergangenen Jahren aktualisiert. Das praxistheoretische Argument lautet: Objekte sind Teilhabende (oder Teilnehmer) am Vollzug sozialer Wirklichkeit und Ordnung, und als Teilhabende bevölkern sie die Lebenswelt der menschlichen Teilnehmer. Soziale Wirklichkeit, von den Alltagsverrichtungen in der Küche bis zum hochtechnisierten Options- und Devisenhandel, ist ein unablässiges Hantieren und Verwenden von Objekten, die es erst ermöglichen, Kaffee zu brühen, Märkte darzustellen und Tauschhandlungen umzusetzen. Der Mensch ist in seiner Wirklichkeit „eingebettet“ in diese dingliche Welt. Diese Objekte sind Hilfsmittel, mit denen Menschen etwas bewerkstelligen; sie sind ihrerseits selbst eine Ding-gewordene-Wissensform, die durch ihr Skript, das kompetente menschliche Akteure voraussetzt, die Nutzer präfiguriert, da sie ihr Handeln vorzeichnet (*designed*). Dieses Handeln ist nicht strikt festgelegt, aber doch entworfen; es ist eine Praxis, die sich an den Objekten ausrichtet, mit ihnen umgeht und hantiert. Es ist eine Objekt-Praxis, die starke stabilisierende und integrierende Wirkungen erzielt. Darin liegt die Bedeutung, die die (heterogene) Thematisierung der Objekte für die *Social Studies of Finance* besitzt.

Logik oder Situiertheit der Praxis. Der Praxisbegriff ist in keiner Weise einheitlich definiert, mit ihm werden vielmehr verschiedene Relationen bezeichnet (etwa Struktur-Praxis, Regeln-Aktivitäten). Thematisch wird mit dem Praxisbegriff das Problem des Regel-Folgens, die Bedeutung der Lokalität und der Situation sowie die Disziplinierung des Körpers und seine Routinen. Spricht man also in praxistheoretischer Absicht über

⁴ Siehe hierzu auch die Diskussion über das Verhältnis von Intentionalität und Handeln bei Anthony Giddens (1995: 55 ff.).

⁵ Die Begriffe Artefakte, Dinge, Objekte werden in diesem Aufsatz synonym verwendet.

den Finanzsektor, dann nimmt man mit Wittgenstein (1984) an, dass Regeln das Handeln nicht vollständig determinieren, sondern Weisen der Interpretativität und Übereinstimmung voraussetzen und mobilisieren. Die Praxis des Regel-Folgens, die Dynamik der Lokalität und die Routinen des Körpers bündeln sich auf den für Praxistheorien zentralen Begriff: das Wissen. Dieses Wissen äußert sich in den alltäglichen Routinen und Abläufen sowie in der dramaturgischen Inszenierung und Aufführung von Rationalität und Entscheidbarkeit (Goffman), in der Regelmäßigkeit von Handlungen und den Körper gewordenen Deutungs- und Wahrnehmungsschemata der Finanzakteure, die einer Position im Feld entsprechen (Bourdieu), im Ausdruck von Regeln, die Teil der Praxis werden, die diese vollzieht (Garfinkel), sowie in einer Disziplin, die ordnet, normalisiert und spezifische Subjekte hervorbringt (Foucault). Die Erforschung sozialer Wissens-Praktiken im Finanzsektor kann folglich ganz unterschiedlich gestaltet und ausgerichtet werden. Man kann Praktiken als durch soziale Variablen determiniert verstehen; dann sucht man nach externen sozialen Merkmalen, die die beobachtbare Praxis strukturieren, wie etwa Godechot (2001) in Anschluss an die strukturelle Perspektive von Pierre Bourdieu. Godechot zeigt, wie u. a. der individuelle Erfolg der Händler auch davon abhängig ist, wie sie auf der Basis ihrer „Kapitalien“ rechnergestützte Kalkulationstools als Heuristik nutzen können. In diesem Fall sucht man nach Relationen von Positionen in einem Möglichkeitsraum (soziales Feld) und Dispositionen, die in ihrem Zusammenspiel soziale Akteure auf ihre Praxis „fallen“ lassen (Bourdieu).⁶ Man kann auf diese Weise Habitusformen beschreiben, die in Relation zu den Praktiken stehen, die von verschiedenen Geschäftsfeldern gefordert werden. Sichtbar werden so bspw. die Differenzen von Investment-Bankern und Analysten.

Dagegen kann man Praktiken auch als ein Strukturierungsprinzip verstehen, das Ordnung hervorbringt, die auf die Praktiken selbst zurückwirkt: Dann geht man von inhärenten Merkmalen aus, die in der Performance der Praxis sichtbar werden und sich beobachten lassen (etwa Knorr Cetina und Brügger 2002a). Und man kann Praktiken auch als Effekte von Subjektivierungsweisen verstehen und beschreiben, wie etwa Spekulanten nicht nur an Profitmaximierung, sondern an der Spekulation als Spekulation orientiert sind (vgl. Stäheli 2007).

Das soziale Feld als Koordinationszentrum von Praktiken wird in mikroanalytischen Praxistheorien substituiert durch den Begriff der sozialen Situation. Man interessiert sich hier, im Anschluss an Schütz und Simmel, für die Situiertheit finanzwissenschaftlicher Praxis, ihre Umsetzung, Dynamik, Routine und Wirkung. Situationen als soziale Situationen zu verstehen (hierzu Goffman 1983), bedeutet, sie als eine Umwelt zu verstehen, in der menschliche Teilnehmer, die zumindest über eine minimale Beziehung verfügen, zusammenkommen, sich gegenseitig beobachten, sprechen, handeln, aufeinander reagieren und sich aufeinander beziehen.⁷ Dies impliziert ein räumliches und

⁶ Aaron Cicourel (1993) betont, dass der strukturelle Blick des Bourdieuschen Theorieprojekts geradezu die Fokussierung der praktischen Aktivitäten verhindere, welche die soziale Ordnung hervorbringen und stabilisieren. Auch wenn es paradox klingt: Einem Theorieprojekt, das die Praxistheorie in der soziologischen Forschung prominent machte, wird eine fehlende empirische Konkretisierung attestiert. Der fehlende Fokus auf das konkrete soziale Geschehen in den Arbeiten Bourdieus ist aus mikrosoziologischer Perspektive darauf zurückzuführen, dass Bourdieu in seinem Theorieprojekt auf den Begriff der sozialen Situation verzichtet.

⁷ Goffman (1983: 2) hat hierfür den Begriff „response presence“ geprägt.

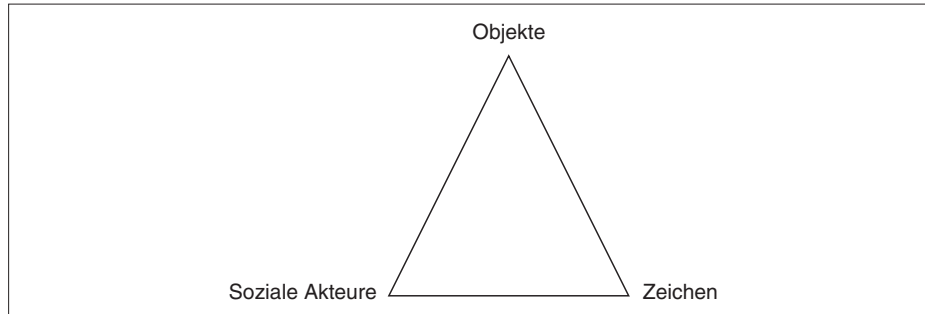
zeitliches Arrangement der Teilnehmer: Sie sind füreinander räumlich und zeitlich mit ihren Körpern und Körperbewegungen, diskursiven und nicht-diskursiven Praktiken präsent (Kopräsenz, Kozeitlichkeit), sie reagieren auf die von ihnen wahrgenommenen Wahrnehmungen und Handlungen der anderen Teilnehmer (Reflexivität) und sie gehen Verpflichtungen ein (Reziprozität). Dieses Geschehen ist ein Geschehen, das die Akteure simultan in der Zeit erleben und füreinander „aufführen“. Man denke hier beispielsweise an die Realisierung des Handels auf dem *Chicago Board of Trade* durch die körperliche Performance der Gesten (vgl. Zaloom 2006: 51 ff.). Zur internen Umwelt der Situation gehört ferner das physische Setting und damit die Ausstattung mit und das Arrangement von Dingen (man denke an die Architektur einer Bank oder an die technische Ausstattung des Optionshandels) und die Abwesenheit von Personen oder Dingen, die aber für das Handeln der Teilnehmer in der Situation konstitutiv sind (man denke an „Märkte“, die in Unternehmen oder Banken präsent sind).

Es gibt verschiedene Konsequenzen eines solchen Verständnisses von Situation: Dieser Situationsbegriff stellt eine Verbindung zu Wittgensteins Regeldiskussion her (Wittgenstein 1984). Sein Argument lautet (s. o.), dass wir Regeln *lernen*, aber nicht anwenden können. Erst die Situation und erst der kontextuelle Fall zeigen, was Regeln meinen und wie sie zu verwenden sind. Die Flexibilität in der Regelverwendung wirkt selbst auf die Situation zurück: Sie werden redefiniert, stabilisiert oder auch ausgehöhlt. Auf diese Dynamik der Situation wirken auch emotionale Kräfte, denn die Anwesenheit von Personen und Dingen, ihr Tun und Lassen, ihre Intentionen und Ziele, ihr Status und ihr Ansehen machen etwas mit den anderen Teilnehmern in der Situation. Sie bewirken mündliche Interventionen oder Schweigen, Täuschungen oder Routinepraktiken etc. Eine mikroskopische Praxistheorie versucht gerade diese Unübersichtlichkeit sozialer Situationen, diese „mangle of practice“ (Pickering 1995), in lokale Einheiten aufzulösen sowie Veränderungen und Stabilitäten über die Zeit zu verfolgen.

Die Erfahrung der situativen Gebundenheit und damit der Simultanität in der Zeit ist durch technische Mittel verändert worden, denn sie dehnen das situative Geschehen zeitlich und räumlich aus. Dies gilt für das Telefon, das Internet resp. Intranet und für Videokonferenzen (etwa in der Automobilindustrie; vgl. Frohnen 2005: 175 ff.), die die Teilnehmer füreinander visuell und akustisch präsent machen. Für Karin Knorr Cetina (Knorr Cetina und Brügger 2002a) übernimmt die technische Ausstattung die Realisierung einer „response presence“ im internationalen Devisenhandel: Markt und Marktteilnehmer sind füreinander in der für das Marktgeschehen relevanten Weise präsent.

Dies ist das Forschungsprogramm einer an Goffmans Paradigma der *interaction order* orientierten Forschungsstrategie, die eine empirische Mikroperspektive (*Interaktionsordnung*) auf ihre strukturierende Wirkung ausdehnt (*Interaktionsordnung*) und dabei den Interaktionsbegriff auf die technischen Artefakte und auf Zeichen basierende Darstellungen ausdehnt, die in die Lebenswelt der Akteure integriert sind. Auf diese Weise werden ganz „unscheinbare Sozialformen“ (Simmel 1992: 33) beobachtbar und beschreibbar, und zwar u. a. mündliche oder schriftliche Kommunikation, Routinepraktiken wie Zahlen in den Rechner eingeben und kommentieren, eine technische Analyse mittels Software durchführen, Daten zusammenstellen, ordnen und klassifizieren, die Rolle räumlicher Anordnungen (bspw. Beunza und Stark 2004; Knorr Cetina und Brügger 2002a; Mars 1998; Kalthoff 2005). Es wird hier davon ausgegangen, dass

Abbildung 1: Interaktionsordnung der Finanzwelt



in dem Zusammenspiel von sozialen Akteuren, technischen Artefakten (Objekte) und Darstellungen (Zeichen) finanz- und bankwirtschaftliches Handeln hervorgebracht wird. Konstatiert wird damit eine Verschiebung der Handlungsträgerschaft zwischen sozialen Akteuren, Artefakten und Darstellungen. Kennzeichen dieser interaktionistischen Finanzsoziologie ist ihr Interesse an den „mikroskopisch-molekularen Vorgänge[n]“ (Simmel 1992: 33); sie ist daher so etwas wie eine *molekulare Soziologie* des Finanzsektors.

III. Artefakte und ihr sozialer Status

Mit der Beobachtung von Praktiken menschlicher Akteure kommen die *Social Studies of Finance* nicht an ihr Ende. Die alltägliche Beobachtung der Finanzwelt zeigt, dass in den Räumen der Finanzwelt „Dinge herumstehen“, die ein wesentlicher Bestandteil der Praxis des Finanzgeschäftes sind: Sie erlauben es, dass überhaupt gehandelt werden kann. Es geht also um eine Soziologie der Objekte und damit um die Frage, wie ihre Rolle und Funktionsweise theoretisch und empirisch eingeordnet wird. In der Soziologie existieren verschiedene Ansätze für eine Soziologie der Objekte.⁸ Karl Marx argumentierte eine Verwandlung des Rohstoffes Natur zu „nützliche[n] Ding[en]“ (Marx 1977: 49): Dinge mit Gebrauchswert für die Befriedigung menschlicher Bedürfnisse. In dem Formwandel vergegenständlicht sich der Mensch durch seine Arbeit in den von ihm geschaffenen Produkten; als produzierte Werkzeuge sind die Produkte wie sein „verlängerter Leib“ (Marx 1953: 391). Emile Durkheim (1991) formulierte, Soziales sei nur durch Soziales erklärbar, aber ebenso seien die von den Menschen gemachten Dinge wie soziale Tatsachen zu behandeln (Durkheim 1991: 113). Pierre Bourdieu (1980) betrachtet, ganz in der Durkheim'schen Perspektive, diese gemachten Dinge (Maschinen, Gebäude, Bücher, Recht, Theorien etc.) als Habitat, das im Zusammentreffen mit dem Habitus soziale Praxis ergibt. Für Martin Heidegger (2001) sind Dinge zentraler Bestandteil menschlicher Praxis. Seine Pointe ist, dass die Dinge nur im Gebrauch ver-

⁸ Diese Liste ist unvollständig; zu erinnern wäre u. a. an die Rolle der Objekte bei der Konstitution des Selbst (George Herbert Mead), an Michel Serres' „Quasi-Objekte“ und Susan Stars „Grenzobjekte“.

füßbar und auch erfahrbar sind („Zuhandenheit“); sie sind aber in dieser Unmittelbarkeit des Gebrauchs und ihres Funktionierens nicht als Ding an sich erkennbar. Erst wenn sie zerbrechen, erst wenn eine Störung der Verweisung auftritt (etwa der zerbrochene Hammer), sind Dinge als Dinge erkennbar.⁹

In der Wissenschaftssoziologie gibt es eine Reihe von Vorschlägen, wie die Rolle von Objekten zu fassen ist: von der „interpretativen Flexibilität“ einer sozialkonstruktivistischen Perspektive bis hin zur Handlungsdeterminierung durch Technik. Posthumanistische Theorien des Sozialen nehmen für sich in Anspruch, die soziologische Betrachtungsweise insofern symmetrisch zu betrachten, als sie den nicht-menschlichen Akteuren einen gewichtigen Anteil an der Performanz von Handlungen zuweisen. Zentral für diese Ansätze ist eine Dezentrierung des Subjekts und seiner Rolle, die es in der Soziologie spielt. Die Erfindung von technischen Dingen, an die die Umsetzung und Vereinfachung von Funktionen und Optionen, Werten und Routinen delegiert wird, führt zu einer Auflösung der einfachen Dichotomie von menschlichen und nicht-menschlichen Akteuren. Im Kern geht es um die menschliche Handlungsträgerschaft als eine technisch gerahmte und umgesetzte Interaktion. International bekannt ist der Ansatz der *Actor Network Theory* mit einem starken semiotischen Kulturbegriff, von in Netzwerken zirkulierenden Wissensformen („immutable mobiles“) und akteursanalogen Artefakten, die das interaktive Geschehen qua „Interobjektivität“ (Latour 2001) rahmen. Mit der von den *Social Studies of Science* vererbten theoretischen Sensibilität gegenüber der Dinglichkeit der sozialen Welt werden Finanzmarkttechnologien und -instrumente systematisch und symmetrisch als Mitspieler begriffen, die das Marktgeschehen mitgestalten. Man ist der Auffassung, dass ein adäquates wirtschaftssoziologisches Verständnis über das, was Märkte und ökonomische Praxis ausmachen, nur dann entwickelt werden kann, wenn die technischen Artefakte und kleinen Details systematisch berücksichtigt werden. Zwei Zitate sollen diese Haltung verdeutlichen:

„Wie kann man eine Tagesbilanz errechnen, ohne die Formulare, die Lieferscheine, die Konten und Bücher? Wie kann man an dieser Stelle nicht die Solidität des Papiers sehen, die Dauerhaftigkeit der Tinte, die Prägung der Chipkarten, die Raffinesse der Büroklammern, den Lärm des Stempelns? Erlauben sie nicht eine Summierung? Sind die Soziologen nicht auf dem Holzweg, wenn sie das Soziale durch das Soziale konstruieren oder ihre Lücken mit dem Symbolischen zu kleistern, während doch die Dinge in allen Situationen, deren Sinn sie suchen, omnipräsent sind?“ (Latour 2001: 243).

„Kalkulieren ist eine komplexe kollektive Praxis, die nicht nur Gebrauch von den kognitiven Fähigkeiten macht, die den Akteuren von den Epistemologen oder Ökonomen zugeschrieben werden. Die materielle Realisierung des Kalküls, die Zahlen, die Schriftmedien, die Inskriptionen bedingen einander wechselseitig und somit entscheidend die Performanz des Kalküls“ (Callon und Latour 1997: 56; eigene Übersetzung).

Die von Michel Callon und Bruno Latour entwickelte *Actor Network Theory* stellt nur eine Antwort auf die Frage dar, wie die Soziologie auf die Dinge und Artefakte, die unsere (ökonomische) Welt bewohnen, konzeptionell reagieren kann. Andere Vorschläge sind weniger radikal: In der oben dargestellten Perspektive einer in sozialen Situatio-

⁹ Zur Relevanz von Heideggers später Technikphilosophie für eine soziologische Analyse ökonomischen Rechnens vgl. Kalthoff (2005).

nen verankerten Praxis wird den Objekten, die die Finanzwelt bewohnen und ausmachen, eine wichtige Rolle bei der Performanz von Finanzgeschäften eingeräumt. Sie sind Teilnehmer, ohne dass ihnen ein akteursanaloger Status zugewiesen wird: Artefakte übernehmen eine Vielzahl von Aufgaben und ermöglichen wirtschaftlichen Tausch, aber sie *handeln* nicht. Diagnostiziert wird eine Expansion des Epistemischen, die mit einer objektzentrierten Ordnung einhergehen, deren zentrale Merkmale die intime Wissensbeziehung ist, die Individuen zu den Objekten unterhalten, mit denen sie in ihrer Lebenswelt umgeben sind (vgl. Knorr Cetina 1997).¹⁰ Diese integrierende Perspektive orientiert sich am praktischen Wissen der Akteure, die, wenngleich sie auch nicht unabhängig von technischen Artefakten handeln können, dennoch über sie verfügen und sie in der Anwendung erfahren (vgl. Pickering 1995; Heintz 2000). Die technischen Artefakte und Darstellungen werden daher als Werkzeuge in den Händen ihrer menschlichen Erfinder und Nutzer konzipiert, die aber dennoch durch sie rekonfiguriert werden. Man kann deshalb begrifflich von Werkzeug-Akteuren sprechen.

Trotz dieser unterschiedlichen Nuancierungen vertreten die *Social Studies of Finance* die Auffassung, dass die Gestaltung und Umgestaltung der Finanzwelt durch die technischen Objekte und andere Artefakte für das soziologische Verständnis von Märkten und Tausch, Kalkulationen und Preisbildungen von zentraler Bedeutung sind (vgl. Callon 1998; Callon et al. 2007; MacKenzie et al. 2007; Preda 2006). Die Wirtschaftssoziologie selbst hat diesen „Market Devices“ (Callon et al. 2007) bislang wenig Beachtung geschenkt. Dies mag daran liegen, dass sie sie oft als quasi-natürliche Entitäten oder als bloße Werkzeuge betrachtet, die über einen neutralen Status verfügen. Gleichwohl haben techniksoziologische Studien gezeigt, dass dieses Bild von Technikindifferenz kaum aufrechtzuerhalten ist: Technische Medien affizieren die Phänomene und Ereignisse, in die sie eingebettet sind. Mit dem realistischen Blick gerät leicht aus dem Blick, wie diese Dinge ökonomische Objekte (mit-)konstituieren, die den menschlichen Akteuren dann als eigenständige Wesen gegenüber treten. Die *Social Studies of Finance* betonen, dass die Praxis, die auf den Finanzmärkten beobachtbar ist, in enger Verbindung zur technischen und materiellen Infrastruktur steht. Man denke etwa an Kalkulationsmodelle und aggregierte Indikatoren, an die Vielzahl von Dokumenten (Protokolle im Devisenhandel, Ratingsheets etc.), an die digitalen Medien der Informationsübertragung und Dokumentation.

Fassen wir bis hierhin zusammen. Erstens: Mit dem Wissensbegriff lassen sich relevante Merkmale der finanzwissenschaftlichen und bankwirtschaftlichen Praxis erfassen, so die Rahmung des Finanzgeschäftes durch Interessen, Erwartungen und Vorstellungen (Imaginationen) der Akteure; der Vollzug des Wissens in den und durch die Praktiken der Akteure; die Induzierung finanzwissenschaftlicher und bankwirtschaftlicher Praktiken durch Wissenschaftstheorie und Technik; die Rahmung der Praxis durch formatierte, regelgeleitete Verfahren sowie die Konstruktivität und Interpretativität der Investition.

Zweitens: Die *Social Studies of Finance* vertreten ein Forschungsprogramm, in dem die Analyse sozialer Praktiken als ein „nexus of doings and sayings“ (Schatzki 1996:

10 „Invasive Technisierung“ (Böhme 2008) meint, dass Technik den Menschen „auf den Leib gerückt“ ist: sie durchdringt menschliche Lebenswelten und verschiebt die Handlungsträgerschaft.

89) mit der Analyse von (technischen) Dingen kombiniert wird. In dieser Kombination liegt auch die theoretische Herausforderung: Das Zusammenspiel von (technischen) Artefakten und Praktiken, von Interaktivität und technisch-theoretischer Rahmung ist nämlich nach wie vor eine offene Forschungsfrage und das Programm der *Actor Network Theory* umstritten. In seiner semiotischen Form favorisiert es etwa die Zweidimensionalität sozialer Prozesse und lässt den menschlichen Körper verschwinden, der dagegen in den Praxistheorien wichtig ist. Ihr Verdienst aber ist es, die Soziologie erneut an die Objekte zu erinnern, die menschliches Handeln figurieren.

IV. Objekte, Medien und ihre Wirkungen

Wenn (technische) Artefakte Wissen sind, dann stellt sich die Frage nach der Umsetzung und Wirkung dieses Wissens im Kontext ihrer Verwendung. Die Rede ist hier von der Performativität von Artefakten, wie sie die Finanzwelt charakterisieren (vgl. auch Diaz-Bone in diesem Band). In der Soziologie der Dinge nimmt die Idee einer symmetrischen Sicht auf menschliche und nicht-menschliche Akteure gegenwärtig eine zentrale Stellung ein. Auf Latours (2001) Vorschlag, das Soziale nicht durch das Soziale zu erklären, wurde schon hingewiesen: Die Analyse der Repräsentation ökonomischer Praktiken ist kaum von deren technischer Erzeugung und damit von Praktiken des Repräsentierens zu trennen. Bei den Werkzeugen und Formen der Darstellung handelt es sich nicht um neutrale, unschuldige Entitäten, sondern um aktive Teilnehmer, die Einfluss auf soziale Praktiken, Darstellungen und somit Entscheidungen nehmen. Für eine wissenssoziologische Wirtschaftssoziologie bedeutet dies, die *dingliche Rahmung* zu thematisieren, durch die menschliche Interaktionen in ökonomischen Handlungszusammenhängen kanalisiert, gefiltert und möglich werden. Hiermit stellt sich auch die Frage nach der Handlungsträgerschaft: Wer handelt, wenn bspw. ein Aktienanalyst in seinem Spreadsheet, das er auf der Basis einer Exceltabelle konstruiert hat, eine Kalkulation durchführen lässt? Handelt der Aktienanalyst, das Rechnerprogramm oder die Computerbranche? Aus der Perspektive einer symmetrischen Anthropologie handelt es sich um eine Koordination von unterschiedlichen Entitäten, die jeweils in ihrem Recht zu betrachten sind. Eine mikroskopische und an Wittgenstein orientierte Finanzsoziologie argumentiert dagegen, dass Rechner im engeren Sinne nicht „rechnen“, sondern festgelegte Algorithmen durchführen, die ein Resultat hervorbringen, das als „berechnet“ anerkannt wird.

Innerhalb der neueren finanzsoziologischen Forschung hat insbesondere Michel Callon (Callon 1998; Callon und Latour 1997) zwei Argumente unterbreitet: (1) Ökonomisches Handeln ist in die Wirtschaftstheorie und ihre Modellierungen ökonomischer Vorgänge eingebettet. Demzufolge rahmen und formatieren wirtschaftstheoretische Modellierungen ökonomisches Handeln. Die Neigung der Wirtschaftssoziologie, ökonomische Praxis und ökonomische Theorie getrennt zu beobachten und ökonomische Praxis als eine ontologisch eigenständige Sphäre der sozialen Welt zu behandeln, wird ersetzt durch eine symmetrische Perspektive, die die (Wirtschafts-)Soziologie auch davor bewahren soll, Hilfsdisziplin der Wirtschaftstheorie zu sein, die ihre Aufmerksamkeit etwa auf Präferenzen der Akteure richtet. (2) Callon unterstreicht: „*homo oeconomicus* does exist, but is not an ahistorical reality ... He is the result of a process of

configuration and is formatted, framed and equipped with prostheses which help him in his calculation“ (Callon 1998: 22, 51; Herv. im Orig.). An anderer Stelle heißt es: „Sie (die Ökonomie als eine Disziplin, H.K.) bringt aktiv diese Sache hervor, die ihr nicht vorgängig ist und die nicht unabhängig von ihr existierte. ... Die Ökonomie als eine Sache (*economy*) ist das performative Resultat der Ökonomie als einer Disziplin (*economics*)“ (Callon und Latour 1997: 49; Herv. im Orig.; eigene Übersetzung).

Im Kontext der *Actor Network Theory* geht es Callon um die Einbettung menschlicher Akteure in ein Netz nicht-menschlicher und durch die ökonomische Theorie formatierter Kalkulationsmittel, die es den Akteuren erlauben, Berechnungen anzustellen, Prognosen zu formulieren und damit auch Handlungen zu evozieren. Demzufolge ist der Callon'sche *homo oeconomicus* ein Glied in einer Kette von Inskriptionen (d. h. Repräsentationen) und sozio-technischen Konstellationen. Hier liegt der soziale Ort der „capacity of economics in the performing (or what I call ‚performance‘) of the economy“ (Callon 1998: 23). Die Aufgabe der Soziologie besteht, so Callon, nicht darin, eine noch komplexere Version des *homo oeconomicus* vorzulegen, sondern in „the comprehension of his simplicity and poverty“ (Callon 1998: 50). MacKenzie (2007) unterscheidet im Anschluss an Callon drei Formen der Performativität: den Gebrauch der ökonomischen Theorie (allgemeine Performativität), den Effekt des praktischen Gebrauchs ökonomischer Theorie in ökonomischen Prozessen (effektive Performativität) und die Gestaltung ökonomischer Prozesse durch den praktischen Gebrauch ökonomischer Theorie (Barnesi'sche Performativität). Performativität ist demzufolge nicht auf linguistische Aktivitäten zu beschränken (im Sinne Austins), sondern muss sich auf die materielle Kultur der Märkte beziehen.

Es liegen in der Zwischenzeit auch einige Untersuchungen vor, die empirisch mit dem Performations-Theorem arbeiten. So unterstreicht die Studie von MacKenzie und Millo (2003) über die Revolutionierung des Optionshandels durch die Entwicklung und Einführung der *Option Pricing Theory* die Performanz ökonomischer Theorie: die Rahmung der Praktiken durch ein rechnergestütztes ökonomisches Modell und durch kognitive Instrumente, die sich an es anlehnen. Garcia (1986) untersucht einen lokalen Erdbeermarkt und seine Transformationen in den 1980er Jahren. Sie zeigt, wie ökonomisches Wissen und Technologie die Voraussetzungen derart gestalten, dass die Finanztransaktionen dem Idealmodell des perfekten Marktes nahe kommen.

Die kultursoziologische und kulturtheoretische Diskussion des Begriffs Performativität bezieht sich im Anschluss an Austin (1992) dagegen auf die Realisierung und Hervorbringungsleistung in und durch Medien (wie etwa Sprache, Körper, Bilder) sowie auf den Aufführungscharakter von Praktiken, die sich durch Wiederholung verändern.¹¹ Wichtig ist der Begriff etwa in der Geschlechterforschung, in der Realisierung von Sprache, in der Analyse der Aufführung des Selbst sowie in der Wirkung und Logik von Darstellungsmedien (s. u.). Orientiert also die kultursoziologische und kulturtheoretische Forschung darauf, Performativität mikroanalytisch in verschiedenen Praxis-kontexten bzw. Medien zu situieren (etwa die Tabelle oder das Kartogramm), markiert

11 Bourdieu (1982) vertritt, und dies ist nicht überraschend, die Auffassung, dass die Wirkung eines Sprechaktes mit der sozialen Macht verknüpft ist, die dem Sprechenden durch seine Position im sozialen Raum zugeschrieben wird. Performativität ist, Bourdieu zufolge, ein „Effekt der Theorie“: Die wissenschaftliche Beschreibung der Welt trägt zur Existenz der Welt bei, die sie beschreibt.

Callons Begriff der „performance“ eine Makroteilung der Welt, wobei die eine Welt (Wirtschaftstheorie) auf die andere Welt (ökonomische Praxis) durchgreift. Die *Actor Network Theory* konzipiert diesen Durchgriff als eine inskribierende Übersetzung, durch die das Soziale, die Natur oder die Technik in eine bearbeitbare Schrift überführt werden kann. Dieser semiotische Kulturbegriff bringt die Dinge, die er beschreibt, in eine andere ontologische Ordnung, während kultursoziologische oder kulturtheoretische Performativitätstheorien diese Reduzierung nicht vornehmen. Das Performations-Theorem unterscheidet sich folglich von Diskursen der Performativität insofern, als es die Codierung von Wissen in wirtschaftstheoretischen Modellen zum Ausgangspunkt der Analyse ökonomischer Praktiken macht: Beobachtet werden soll die Formatierung der ökonomischen Welt, die den Modellen der ökonomischen Theorie entsprechen (sollen).

IV. Marktinformation und ökonomische Repräsentation

Versteht man ökonomische Transaktionen als Kern der Wirtschaftssoziologie, dann sind weitere Bedingungen zu erörtern, die diese ermöglichen. Nichts scheint so selbstverständlich zu sein, wie die Annahme, dass ökonomisches Handeln auf Märkten vor sich geht: Dort treffen sich Käufer und Verkäufer, um ihre Transaktionen umzusetzen; dort herrschen Angebot und Nachfrage der Produkte, Wettbewerb und Austausch zwischen den Akteuren. Angenommen wird dabei, dass die Akteure ihre Entscheidungen anhand von Preisen treffen, denn in Preise sind Informationen über das Produkt eingegangen, die es den Akteuren in effizienter Weise erlauben, Entscheidungen zu treffen (kaufen/nicht-kaufen). Voraussetzung für die Steuerung von Informationen über Preise ist die (relative) Stabilität von Preisen in einem gegebenen Zeitraum (vgl. Rosenbaum 2000). Sehr deutlich wird diese Annahme in der *efficient-market hypothesis* zum Ausdruck gebracht. Effiziente Märkte entstehen demnach überall dort, wo homogene Güter von einer Vielzahl von Individuen (Käufer und Verkäufer) gehandelt werden – Güter, deren Wert über Preise kommuniziert wird. So schreiben Mizruchi und Stearns (1994: 331) „The ‚efficient market hypothesis‘ of economics holds that investors act upon the available information so quickly and efficiently that at any given moment market prices perfectly reflect the sum total of relevant information on firms’ ‚intrinsic value‘“.

Dass perfekte Märkte eine (realitätswirksame) Fiktion darstellen, ist in der Entscheidungstheorie durch die Einführung des Ungewissheitstheorems offenkundig geworden, denn dieses hat die Annahmen und Voraussetzungen des ökonomischen Handlungsmodells, perfekte Märkte mit einem vollständigen Wissen und optimalem Verteilungsgleichgewicht, grundlegend in Frage gestellt (vgl. Beckert 1997: 60 ff.). In diesem Rationalmodell des Entscheidens wird dreierlei vorausgesetzt: Erstens haben die Akteure zwischen verschiedenen Alternativen zu entscheiden und damit zukünftige Konsequenzen zu vergegenwärtigen; zweitens sind die Alternativen, zwischen denen entschieden werden kann, den Akteuren immer schon bekannt; und drittens wird die Entscheidung vor dem Hintergrund von Präferenzen getroffen. Der Vorteil dieses Modells besteht darin, dass Entscheidungen *after-the-fact* als erfolgreich oder nicht erfolgreich klassifizierbar sind. Als soziologisch nachteilig und unterkomplex erweist sich je-

doch seine voraussetzungsvolle Konstruktion, Ungewissheit als ontologisch gegeben anzunehmen und ihre Herstellung gerade nicht an die Technik des Beobachtens zurückzubinden.

Trotz Vorbehalten bleibt die *efficient-market hypothesis* für eine soziologische Analyse interessant, denn sie erlaubt es, verschiedene Fragen zu stellen. Ich konzentriere mich hier auf einen Aspekt, und zwar den der Information. Dem Informationsbegriff haftet etwas Schillerndes an: „Information“ wird wie eine Entität betrachtet, der eine omnipotente Kraft eigen ist. Man muss sie (vielfach) besitzen, um vernünftig und vorausschauend entscheiden zu können. Hiermit ist ihr zweiter Aspekt verbunden: „Informationen“ scheinen Klarheit und Transparenz zu verkörpern. Verfügt man erst einmal über sie, dann sind auch Entscheidungen möglich. Beide Aspekte suggerieren eine transparente Intentionalität, denn jeder versteht ohne weiteres das, was „die Information“ genannt wird. Damit bekommt der Informationsbegriff einen doppelten Status: Zum einen wird er zentral für jede soziologische Analyse von Wirtschaftsprozessen, denn Marktakteure sind auf Informationsbeschaffung und Auswertung ständig angewiesen; zum anderen aber bleibt dieser Begriff soziologisch unbeleuchtet, denn es genügt nicht, Information zu postulieren.

Nun besteht das Problem erstens darin, dass Informationen die Eigenschaft haben, nicht gleichmäßig, sondern asymmetrisch verteilt (vgl. Akerloff 1970) oder einfach unvollständig zu sein; zweitens wohnt ihnen keine Interpretations-Evidenz inne, sondern sie offerieren Auslegungsräume, die zur Folge haben, dass so oder auch so entschieden werden kann. Und drittens sind „Informationen“ nicht in Reinform („nackt“) verfügbar, sondern immer an technisch erzeugte Darstellungsformen gebunden (etwa Tabellen, Diagramme, Schrift, Charts, Zahlen). Informationen erscheinen also in einem Medium, das das, was es darstellt, in der ihm eigenen Weise formatiert. „Am Markt handeln“ oder „ökonomisch handeln“ bedeutet also, über Darstellungen zu verfügen, die die Information gespeichert haben, und diese Darstellung auch lesen zu können.

Ökonomische und wirtschaftssoziologische Lesarten ökonomischer Transaktionen betrachten Informationen oft als ein rein kognitives Wissen, das überdies auf kühlen, rationalen Wegen erworben und umgesetzt wird (hierzu Loewenstein 2000). Empirische Einblicke in ökonomische Interaktionen zeichnen dagegen ein differenziertes Bild: Neben der Sachlichkeit des ökonomischen Rechnens sind expressives Schreien, Rufen und körperliches Ausagieren von Gefühlen beobachtbar. Die Akteure leiden körperlich angesichts sinkender Kurse und Verluste auf den Märkten. Diese emotionale Geladenheit ökonomischer Tauschsituationen entsteht dort, wo das Tauschobjekt selbst kein Neutrum, sondern ein, im Freud'schen Sinne, besetztes Objekt ist. Ein kurzer Auszug einer sehr laut und emotional geführten Konversation zwischen Devisenhändlern:

Auszug 1:

- A: Scheiße, scheiße (2) 350 biete ich (7) Scheiße, verflucht
 B: Hä::h!
 A: Okay, okay. Ich kotze gleich. Hier steht kein Preis, und dann fordern sie nur Mist. Und ich hier – Ich würd am liebsten nach Hause gehen ...
 OFF: Ninety three five (1) ninety three five

A: Jesus, um Gottes Willen, ich bete dich an. Biete, biete! Hau den Markt auf 3,30! Was ist das für ein Markt?! Was sind das für Infos, Infos, Infos?! Oh nein!¹²

In dieser Situation sinkender Währungskurse ist der Raum der Devisenhändler mit einem andauernden Piepton erfüllt, mit dem die Rechner diese negative Entwicklung akustisch wahrnehmbar machen. Über diesen alarmierenden Piepton legt sich eine Stimme aus dem OFF, die die aktuellen Kurse in einem Stakkato durchgibt. Durchdrungen ist diese akustische Szenerie von den Kommentaren der Devisenhändler und auch Investmentbanker, die aus dem benachbarten Investment Banking herbei eilen. Das Beispiel zeigt, wie ein Devisenhändler seiner Ohnmacht gegenüber der Marktentwicklung, fehlenden Preisen und mangelnden Informationen sprachlich Ausdruck verleiht; sein Gestikulieren, sein Kopfschütteln und sein starrer Blick auf den Bildschirm drücken diese Anspannung auch körperlich aus. Seine Instrumente der technischen Kommunikation und der Analyse sind in diesen Momenten gegenüber einem rapide fallenden Kurs unbrauchbar geworden. Ihm bleiben zunächst nur die Beobachtung und die lautstarke, körperliche Kommentierung. Dieses akustische System, das das optische System der rechnergestützten Darstellungen ergänzt, erfüllt aber auch den sozialen Zweck der Informationsverteilung: Sie informiert die Anwesenden über das aktuelle Geschehen und bietet eine Kulisse für das dramatische Geschehen auf den nur elektronisch verfügbaren Märkten. Die Aufführung dieser Emotionen ist zugleich eine bewusste Regelverletzung, denn sie kennt, in Differenz zur alltäglichen Kommunikation, keinen Adressaten. Nach Goffman (1982: 78 ff.) sind diese Ausrufe („verflucht“, „oh nein“) gleichsam ritualisierte Akte, mit denen in einer Art Selbstgespräch den eigenen Gefühlen Ausdruck verliehen wird.

Fragt man, was obendrein technische Artefakte in diesem Zusammenhang bewirken, dann lautet die Antwort: Sie ermöglichen die Darstellung der Finanzmärkte, Aktienkurse, Unternehmen, Branchen usw. usf. und machen sie in dieser Form verfügbar. Das heißt: Sie können beobachtet und bearbeitet werden. Die Wirtschaftssoziologie nimmt in der Regel an, dass ökonomische Darstellungen das Dargestellte in einer spezifischen Form abbilden, d. h. spiegeln. Der Referent dieses Verweisungszusammenhanges ist eine der ökonomischen Repräsentation vorausgehende reale Praxis, auf die die Zeichen und betriebswirtschaftlichen Kategorien verweisen. Auf diese Weise offerieren ökonomische Repräsentationen den Teilnehmern somit die Möglichkeit, ein Bild von der Welt zu gewinnen. Die im Kontext der Wissenschaftssoziologie und Kulturtheorie realisierten Untersuchungen zur medialen Leistung visualisierender Verfahren (bspw. Lynch und Woolgar 1990; Krämer 2008) haben diejenigen Übersetzungsprozeduren analysiert, die notwendig sind, um visuelle Repräsentationen hervorzubringen; sie haben den performativen Charakter der Medien betont, in denen die Darstellung erfolgt sowie auf den Eigensinn der Medien hingewiesen, die das Dargestellte in eine spezifische Form bringen. Das Argument lautet daher: Texte oder Bilder, Tabellen oder Charts sind *aktive Dinge*, die ihre eigene Wirkung auf die ausüben, die sie hervorbringen und die mit ihnen umgehen. Man kann hier ein Argument von Jonathan Crary über die Funktionsweise optischer Geräte aufnehmen. An die Stelle von Geräten, die nicht vorgaben, „das Reale sei irgend etwas anderes als das Produkt einer mechanischen

12 Quelle: eigene Forschung. Erläuterung der Zeichen: (2) = Pause in Sekunden; a:: = Dehnung der Aussprache.

Apparatur“ (Crary 1996: 36) sind Geräte getreten, die den Herstellungsprozess verdecken. Den Herstellungsprozess verdecken aber heißt, die Konstruktivität, die in den Daten steckt, unsichtbar zu machen.

Ein Beispiel für die soziale und ökonomische Wirksamkeit solcher Visualisierungsinstrumente und ökonomischer Repräsentationen sind Finanzcharts. Sie sind heute weit verbreitet und dem Publikum in fast jedem Börsenbericht zugänglich; sie sind die Grundlage der technischen Finanzanalyse, die insbesondere in Investmentbanken verwendet wird (vgl. Preda 2001). Ein weiteres Beispiel ist der Devisenhandel: Knorr Cetina und Brügger (2002a, 2002b) haben die Appräsentation durch technisch realisierte Informationssysteme beschrieben (Bloomberg, Reuters), die die Akteure so synchronisieren, dass alle zur gleichen Zeit über die gleichen Informationen (etwa: Bewegungen des Marktes) verfügen und diese nutzen können. Was dann folgt, ist die Konstitution eines gemeinsamen Objektes durch die simultane, aber delokalisierte Beobachtung: ein Objekt, auf das sich die weiteren virtuell vollzogenen Tauschhandlungen beziehen, deren Resultate und Effekte wiederum als Darstellung in der „screen world“ erscheinen.

Sichtbar wird hier eine enge Verzahnung von Repräsentationsmedium und Investitionsentscheidung. Aus Sicht der *Social Studies of Finance* geht es für die soziologische Analyse nicht darum, hier Unsicherheitsreduktion am Werke zu sehen, sondern den Nexus von kognitiven und Kommunikationstechnologien, von Darstellungs- und Interpretationspraktiken zu beleuchten, in dem die ökonomischen Darstellungen als inkorporiertes Wissen entstehen. Rottenburg et al. (2000) argumentieren, dass ökonomische Praktiken und ihre Darstellungen in zwei unterschiedlichen Kontexten situiert sind, und zwar Objektivität einerseits und Konstruktivität andererseits. Im ersten Rahmen ist in konkreten Situationen des Entscheidens unter Ungewissheit die korrespondenztheoretische Annahme unerlässlich, dass die Darstellungen auf eine externe ökonomische Realität verweisen, d. h. dass ökonomische Realität in ihrer Darstellung abgebildet wird. Der zweite, relativistische Rahmen bezieht sich auf die performative Wirkung der Darstellungsformen, auf die in der ökonomischen Praxis immer wieder Bezug genommen wird. Demnach stellen numerische, grafische oder kartografische Formen der Repräsentation ökonomische Sachverhalte nicht einfach dar, sondern erzeugen eine spezifische Sicht auf diese Sachverhalte.

Deutlich ist, dass die Analyse der Repräsentation ökonomischer Praktiken durch Praktiken des Repräsentierens kaum von der technischen Erzeugung der Repräsentation und deren impliziten Effekten zu trennen ist. Ein weiteres Beispiel ist der Ticker. Wie Preda (2006) zeigt, sind für Finanzmarkttransaktionen nicht Informationen über Preise zentral, sondern Informationen über Preisvariationen. Die bis Ende der 1860er Jahre übliche Praxis, Börsenkurse handschriftlich zu notieren, wurde durch den Ticker ersetzt, der mündliche Transaktionen fixiert und visualisiert. Der Ticker, und die mit ihm aufkommenden Charts, wurden zu einer Objektivierungstechnologie, die die Bewertung eines flüchtigen Gegenstands (die Aktie) in einer von persönlichen Meinungen unabhängigen Form fixiert.¹³

13 Stäheli (2004) betont, dass der Ticker die Mitteilung über das aktuelle Geschehen auf den Märkten zeitlich beschleunigt und räumlich ausdehnt, die Aufmerksamkeit und Kommunikation der spekulierenden Akteure steuert, aber auch durch seine Medialität eine Rationalität von Entscheidungen suggeriert, die letztlich einer „Hypnose“ der Akteure gleichkommt.

Eine weitere Form der Repräsentation erfolgt im Medium der mathematischen Schrift. Als symbolische Maschine übernimmt sie die Funktion, ein Operieren mit diesen Gegenständen zu ermöglichen. Am Beispiel des Risikomanagements wird dies deutlich (vgl. Kalthoff 2005, 2007): Die rechnergestützte Praxis der Risikokalkulation wird als eine Arbeit am schriftlichen Dokument analysiert, durch die Unternehmen neu konstituiert werden. Gezeigt wird, dass Rechenverfahren die Existenz von Objekten nicht einfach abbilden und neu ordnen, sondern dass die schriftlichen Verfahren mathematischer Operationen die Gegenstände der Ökonomie hervorbringen. Erst durch die Verfahren der Berechnung werden Entitäten wie Cash Flow, Ebitda, Risiko, Profit etc. zur Existenz gebracht. Die Durchführung von Kalkulationen kann daher nicht auf das In-Gang-Setzen rechnergestützter Kalkulationstools beschränkt werden, sondern impliziert, dass die Kalkulation als eine objektive und legitime zuverlässige Berechnung dargestellt, das heißt als ein Drama aufgeführt werden muss. Diese Aufführung, die man als eine Routinepraxis auffassen kann, geschieht in den rhetorischen Formaten der Kalkulation (etwa Zahlzeichen, Tabellen) und in den interaktiven Akten der menschlichen Akteure, die füreinander Rationalität, Effizienz und richtige Entscheidung darstellbar machen und damit die soziale Anerkennung der Kalkulation als eine für das Geschäft richtige ökonomische Repräsentation vollziehen. Rationalitätsmuster ergeben sich, so lässt sich an diesem Phänomen feststellen, aus der interaktiven Ordnung von Transaktionen und deren Berechnungen.

Die These der Neukonstitution nimmt an, dass die empirische Welt in einem anderen Darstellungsmedium (Formeln, Tabellen, Kategorien) rekontextualisiert wird und damit in einem neuen Kontext steht. Die externe Welt des Ökonomischen muss in diesen Darstellungsmedien und damit in semiotischer Form präsent gemacht bzw. übersetzt werden, um für die Akteure überhaupt verfügbar und auch modellierbar zu sein. Es geht also nicht um den Verlust des Empirischen (wie etwa in der Hochenergiephysik), sondern um seine Transformation. Mit der Transformation von einer Sprache in und durch eine andere Sprache entsteht eine neue Ebene, und zwar die der ökonomischen Modellierung oder Simulation. Ein Medium wird also mobilisiert, um etwas mittels Modellsystemen modellieren respektive simulieren zu können. Als eine zeichenförmige Modellwelt, die die Soziologie im eigenen Recht zu betrachten hat, verweist die Simulation darauf, dass das Ökonomische noch einmal gemacht wird oder noch einmal gemacht werden muss, denn nur an diese parallele Zeichenwelt sind weitere Operationen, Handlungen, Tauschakte etc. anschließbar. Die Methoden der Herstellung dieser eigenen Welt schränken das Darstellbare aber auch ein. Diese Einschränkung ist im Medium der operativen Schrift (Krämer 1997) selbst begründet, und zwar durch die Akte, mit der sie Wirklichkeit setzt, sowie durch Auslassungen, Ungenauigkeiten und Anpassungen.

VI. Schluss

Die *Social Studies of Finance* sind ein heterogenes Feld, in denen sich insbesondere zwei Theoriestränge ausmachen lassen: Der Ansatz der *Actor Network Theory* reduziert die Bedeutung der menschlichen Akteure, bezogen auf die Performanz sozialer Wirklichkeit, denn es sind die wirtschaftstheorieinduzierten *non-human actors*, die das Marktge-

schehen rahmen. Die mikroskopische Finanzsoziologie folgt dagegen einer Soziologie der Praxis, die sich am Handlungswissen der Akteure orientiert, die, wenngleich sie auch nicht unabhängig von technischen Artefakten handeln können, dennoch über sie verfügen und sie in der Anwendung erfahren.

Die *Social Studies of Finance* sind eine Form, Wirtschaftssoziologie als eine (konstruktivistische) Wissenssoziologie zu betreiben. Die Relevanz dieser neuen Soziologie finanzwissenschaftlichen Wissens besteht darin, dass sie konkrete ökonomische Aktivitäten an das Wissen der Teilnehmer, an die lokalen Kontexte der Erzeugung des Wissens und des Umgangs mit Wissen sowie an die Materialisierung von Wissen in technischen Artefakten oder institutionellen Prozeduren bindet. Für die Steuerung von Wirtschaftsprozessen in marktwirtschaftlich organisierten Gesellschaften werden Wissensformen zentral. Hiermit meine ich zum einen die Rolle neuer Technologien, Innovationen und wissensbasierter Produkte; zum anderen geht es um die Rolle ökonomischer Theoriebildung, kognitiver Instrumente und Technologien für konkrete Markt- und Tauschprozesse. Dies bedeutet auch, dass der Formalismus der (neo-klassischen) Wirtschaftstheorie nicht mehr die Quelle soziologischer Kritik ist, sondern zum Gegenstand einer empirischen Praxisforschung wird, die, kulturtheoretisch informiert, Aussagen über die Kraft und die Wirkung wirtschafts- und finanzmathematischer Modelle treffen kann.

Wichtig für die *Social Studies of Finance* ist ihre theoretisch induzierte, empirische Neigung, auch die kleinen Details in den Blick zu nehmen, und deren Rolle und Wirkung auf das Geschehen zu entschlüsseln. Diese „theoretische Empirie“ (Kalthoff et al. 2008) setzt auf das Entdecken, Finden und das analytische Beschreiben der Wissenspraktiken, die vor Ort beobachtbar sind. Dies kann sich auf die Praxis menschlicher Akteure beziehen, auf in Technik implementierte Theorien oder auf die Logik ökonomischer Darstellungen. Damit nimmt sie auch einen Perspektivenwechsel vor: Die beobachtbaren Praktiken, Techniken, Darstellungen etc. werden nicht als Ressource verstanden, etwas über die Welt der Finanzen auszusagen, sondern werden selbst zum Gegenstand der Forschung. In diesem Sinne ist das für die Wirtschaftssoziologie zentrale Phänomen der Ungewissheit nicht gegeben, sondern erzeugt. Deutlich wird hier die Differenz zur Wirtschaftssoziologie, eine Differenz, die man auf drei Aspekte bringen kann: Betonung der zentralen Rolle des Wissens (in der Praxis, in den Artefakten), Konzentration auf die Performanz ökonomischer Repräsentationen und die Analyse lokal situierter Praktiken, die in verschiedene Wissensformen eingebettet sind.

Literatur

- Abolafia, Mitchel Y. 1996. Hyper-rational gaming. *Journal of Contemporary Ethnography* 25: 226-250.
- Akerlof, George A. 1970. Market for „lemons“. Quality uncertainty and the market mechanism. *Quarterly Journal of Economics* 84: 488-500.
- Austin, John L. 1992. *How to do things with words* (1962). New York: Oxford University Press.
- Baker, Wayne E. 1984. The social structure of a national securities market. *American Journal of Sociology* 89: 775-811.
- Beckert, Jens. 1996. Was ist soziologisch an der Wirtschaftssoziologie. *Zeitschrift für Soziologie* 25: 125-146.

- Beckert, Jens. 1997. Die Grenzen des Marktes. Die sozialen Grundlagen wirtschaftlicher Effizienz. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Beunza, David, und David Stark. 2004. Tools of the trade: the socio-technology of arbitrage in a Wall Street trading room. *Industrial and Corporate Change* 13: 369-401.
- Bourdieu, Pierre. 1980. Le mort saisit le vif. Les relations entre l'histoire réifiée et l'histoire incorporée. *Actes de la recherche en sciences sociales* 32/33: 3-14.
- Bourdieu, Pierre. 1982. *Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistiques*. Paris: Fayard.
- Bloor, David. 1991. *Knowledge and social imagery*. London: Routledge.
- Böhme, Gernot. 2008. *Invasive Technisierung. Technikphilosophie und Technikkritik*. Zug: Die Graue Edition.
- Brügger, Urs. 1999. *Wie handeln Devisenhändler? Eine ethnografische Studie über Akteure in einem globalen Markt*. Dissertation, Universität St. Gallen.
- Callon, Michel. 1998. Introduction: The embeddedness of economic markets in economics. In *The laws of the market*, ed. Michel Callon, 1-57. Oxford: Blackwell.
- Callon, Michel, und Bruno Latour. 1997. „Tu ne calculeras pas!“ Ou comment symétriser le don et le capital. *Revue de MAUSS*, 45-70.
- Callon, Michel, Yuval Millo, und Fabian Muniesa, Hrsg. 2007. *Market devices*. Oxford: Blackwell.
- Callon, Michel, und Fabian Muniesa. 2005. Economic, markets as calculative collective devices. *Organization Studies* 26 (8): 1229-1250.
- Cicourel, Aaron V. 1993. Aspects of structural and processual theories of knowledge. In *Bourdieu: Critical Perspectives*, eds. Craig Calhoun, Edward LiPuma, Moishe Postone, 89-115. Chicago: University of Chicago Press.
- Crary, Jonathan. 1996. *Techniken des Betrachters. Sehen und Moderne im 19. Jahrhundert* (1990). Dresden, Basel: Verlag der Kunst.
- Deutschmann, Christoph. 2002. The egime of shareholders: end of the regime of managers? *Soziale Systeme* 8: 177-190.
- Durkheim, Emile. 1991. Die Regeln der soziologischen Methode (1895). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Frohnen, Anja. 2005. *Diversity in Action. Multinationalität in globalen Unternehmen am Beispiel Ford*. Bielefeld: transcript.
- Garcia, Marie-France. 1986. La construction sociale d'un marché parfait. Le marché au cadran de Fontaines-en-Sologne. *Actes de la recherche en sciences sociales* 65: 2-13.
- Gethmann, Carl Friedrich. 1993. *Dasein: Erkennen und Handeln: Heidegger im phänomenologischen Kontext*. Berlin: de Gruyter.
- Giddens, Anthony. 1995. *Die Konstitution der Gesellschaft: Grundzüge einer Theorie der Strukturierung*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Godechot, Olivier. 2001. *Les traders. Essai de sociologie des marchés financiers*. Paris: La Découverte.
- Goffman, Erving. 1982. *Forms of talk*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Goffman, Erving. 1983. The interaction order. *American Sociological Review* 48: 1-17.
- Heidegger, Martin. 2001. *Sein und Zeit* (1927). Tübingen: Niemeyer.
- Heintz, Bettina. 2000. *Die Innenwelt der Mathematik. Zur Kultur und Praxis einer beweisenden Disziplin*. Wien, New York: Springer.
- Kalthoff, Herbert. 2004. Finanzwirtschaftliche Praxis und Wirtschaftstheorie. Skizze einer Soziologie ökonomischen Wissens. *Zeitschrift für Soziologie* 33: 154-175.
- Kalthoff, Herbert. 2005. Practices of calculation. Economic representation and risk management. *Theory, Culture & Society* 22: 69-97.
- Kalthoff, Herbert. 2007. Rechnende Organisation. Zur Anthropologie des Risikomanagements. In *Märkte als soziale Strukturen*, Hrsg. Jens Beckert, Rainer Diaz-Bone, Heiner Ganßmann, 151-165. Frankfurt a. M.: Campus.
- Kalthoff, Herbert, Stefan Hirschauer, und Gesa Lindemann, Hrsg. 2008. *Theoretische Empirie. Zur Relevanz qualitativer Forschung*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Kalthoff, Herbert, Richard Rottenburg, Hans-Jürgen Wagener, Hrsg. 2000. *Facts and figures. Economic representations and practices*. Marburg: Metropolis.
- Knorr Cetina, Karin. 1997. Sociality with objects. Social relations in postsocial knowledge societies. *Theory, Culture and Society* 14: 1-30.

- Knorr Cetina, Karin, und Urs Brügger. 2002a. Global microstructures: the virtual societies of financial markets. *American Journal of Sociology* 107: 905-950.
- Knorr Cetina, Karin, und Urs Bruegger. 2002b. Inhabiting technology: features of a global lifeform. *Current Sociology* 50: 389-405.
- Knorr Cetina, Karin D., und Alex Preda, Hrsg. 2005. The sociology of financial markets. Oxford: Oxford University Press.
- Krämer, Sybille. 1997. Kalküle als Repräsentation. Zur Genese des operativen Symbolismus in der Neuzeit. In *Räume des Wissens. Repräsentation, Codierung, Spur*, Hrsg. Hans-Jörg Rheinberger, Michael Hagner, Bettina Währig-Schmidt, 111-122. Berlin: Akademie Verlag.
- Krämer, Sybille. 2008. *Medium, Bote, Übertragung. Kleine Metaphysik der Medialität*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Latour, Bruno. 2001. Eine Soziologie ohne Objekt? Anmerkungen zur Interobjektivität (1994). *Berliner Journal für Soziologie* 11 (2): 237-252.
- Loewenstein, George. 2000. Emotions in economic theory and economic behaviour. *American Economic Review* 90: 426-432.
- Lütz, Susanne. 2002. *Der Staat und die Globalisierung von Finanzmärkten. Regulative Politik in Deutschland, Großbritannien und den USA*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Lynch, Michael. 1993. *Scientific practice and ordinary action*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lynch, Michael, und Steve Woolgar. 1990. Sociological orientations to representational practice in science. In *Representation in scientific practice*, eds. Michael Lynch, Steve Woolgar, 1-18. Cambridge, MA: MIT-Press.
- MacKenzie, Donald. 2003. An equation and its worlds: bricolage, exemplars, disunity and performativity in financial economics. *Social Studies of Science* 33: 831-868.
- MacKenzie, Donald, und Yuval Millo. 2003. Constructing a market, performing theory: the historical sociology of a financial derivatives exchange. *American Journal of Sociology* 109: 107-145.
- MacKenzie, Donald. 2006. *An engine, not a camera. How financial models shape markets*. Harvard: MIT Press.
- MacKenzie, Donald. 2007. Is economics performative? Option theory and the construction of derivatives markets. In *Do economists make markets? On the performativity of economic*, eds. Donald MacKenzie, Fabian Muniesa, Lucia Siu, 54-86. Princeton: Princeton University Press.
- MacKenzie, Donald, Fabian Muniesa, und Lucia Siu, Hrsg. 2007. *Do economists make markets? On the performativity of economics*. Princeton: Princeton University Press.
- Mars, Frank. 1998. „Wir alle sind Seher“. *Die Praxis der Aktienanalyse*. Dissertation, Universität Bielefeld.
- Marx, Karl. 1953. *Grundrisse der Kritik der politischen Ökonomie (Rohentwurf) 1857-1858*. Berlin: Dietz.
- Marx, Karl. 1977. *Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie (1867)*. Berlin: Dietz.
- Millo, Yuval. 2003. *Where do financial markets come from? Historical sociology of financial derivatives markets*. PhD thesis, University of Edinburgh.
- Mizruchi, Mark S., und Linda B. Stearns. 1994. Money, banking and financial markets. In *The handbook of economic sociology*, eds. Neil J. Schmelser, Richard H. Swedberg, 313-341. Princeton: Princeton University Press.
- Muniesa, Fabien. 2003. *Des marchés comme algorithmes: sociologie de la cotation électronique à la Bourse de Paris*. Dissertation, École Nationale Supérieure des Mines, Paris.
- Pickering, Andrew. 1995. *The mangle of practice. Time, agency, and science*. Chicago, London: The University of Chicago Press.
- Polanyi, Karl. 1990. *The great transformation: Politische und ökonomische Ursprünge von Gesellschaften und Wirtschaftssystemen*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Poon, Martha. 2008. From new deal institutions to capital markets: commercial consumer risk scores and the making of subprime mortgage finance. *Accounting Organizations and Society* (im Erscheinen).
- Preda, Alex. 2001. In the enchanted grove: financial conversations and the marketplace in England and France in the 18th century. *The Journal of Historical Sociology* 14: 276-307.

- Preda, Alex. 2006. Socio-technical agency in financial markets. The case of the stock ticker. *Social Studies of Science* 36 (5): 753-782.
- Rosenbaum, Eckehard F. 2000. What is a market? On the methodology of a contested concept. *Review of Social Economy* 58: 455-482.
- Rottenburg, Richard, Herbert Kalthoff, und Hans-Jürgen Wagener. 2000. In search of a new bed: economic representations and practices. In *Facts and figures. Economic representations and practices*, eds. Herbert Kalthoff, Richard Rottenburg, Hans-Jürgen Wagener, 9-34. Marburg: Metropolis.
- Schatzki, Theodore R. 1996. *Social practices. A Wittgensteinian approach to human activity and the social*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Simmel, Georg. 1992. *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung* (1908). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Stäheli, Urs. 2004. Der Takt der Börse. Inklusionseffekte von Verbreitungsmedien am Beispiel des Börsen-Tickers. *Zeitschrift für Soziologie* 33: 245-263.
- Stäheli, Urs. 2007. Spektakuläre Spekulation. Das Populäre der Ökonomie. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Windolf, Paul, Hrsg. 2005. Finanzmarkt-Kapitalismus: Analysen zum Wandel von Produktionsregimen. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften.
- Wittgenstein, Ludwig. 1984. Philosophische Untersuchungen (1952). In *Werkausgabe* Bd. 1. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Zaloom, Caitlin. 2003. Ambiguous numbers. Trading technologies and interpretation in financial markets. *American Ethnologist* 30: 258-272.
- Zaloom, Caitlin. 2006. Out of the pits: traders and technology from Chicago to London. Chicago & London: University of Chicago Press.

Korrespondenzanschrift: Prof. Dr. Herbert Kalthoff, Universität Mainz, Institut für Soziologie, 55099 Mainz

E-Mail: Herbert.Kalthoff@uni-mainz.de

NARRATIVES AND THE FINANCIALISED FIRM

Julie Froud, Adam Leaver, Sukhdev Johal, Adriana Nilsson and Karel Williams

Abstract: This article explores the significance of narratives about large corporations in financialised capitalism, focusing on how firms have recognised the importance of narrative in their relations with providers of capital and financial intermediaries. The article develops the analysis of *Financialization and Strategy: Narrative and Numbers* (Froud et al. 2006) in several ways. First, we aim to reinforce and develop the original argument that narrative is non-mechanical: the deployment of narrative does not mean that it will have particular results, because outcomes are dependent upon reception. Narratives are not performative in any straightforward sense, though successful narratives require performance. Second, we emphasise that narratives should not be seen as something that is exclusively part of Anglo-American capitalism. The internationalisation of share registers, as well as of debt markets, means that large, publicly-held firms in many countries have explained their financial performance using narrative. Third, we aim to add a new emphasis on conjuncture as the context that shapes not only the narratives themselves but also their reception and durability. These ideas are explored by means of a cultural-political approach that attempts to understand narrative and its limits in different locations, levels or contexts (firms, industries or activities).

I. Introduction

So Scheherazade rejoiced, and on the first night of the Thousand Nights and a Night, she began her recitations
R. F. Burton, *The Book of the Thousand Nights and a Night*

But I have no hope of saving my life, nor can I count on having even a thousand nights and a night
Salman Rushdie, *Midnight's Children*

The aim of this article is to explore the links between narratives and the study of capitalism. Perhaps this is not so paradoxical if one thinks of the prototypical framing narrative of Scheherazade diverting King Shahryar. The storytelling is motivated by Shahryar's disappointment with past performance and the hurt of his first wife's infidelity, and also by Scheherazade's inventiveness as she seeks to postpone execution of herself and the wives to come after her. In circulation, the story is embellished: Rushdie, for example, reminds us that from the storyteller's perspective the consequences are radically uncertain. In this article, we aim to unsettle mechanical concepts of capitalism in political and cultural economy and begin to understand the mobility and resourcefulness of capitalism where narrative plays a role but the outcomes are uncertain.

After the eclipse of scientific Marxism and the cultural turn in the social sciences, concepts of ideology have been largely displaced by ideas about discourse, rhetoric and narrative. As mechanical concepts of varieties of capitalism and simple notions about

institutional complementarities become increasingly difficult to maintain, so narrative becomes more important in our understanding of capitalism. It is not necessary to reduce capitalism to stories, but this article aims to demonstrate that adding a cultural inflection to political economy allows new insights about how we can understand corporations, financial markets and their relations with the rest of society. In the period up to the start of the 2007 credit crunch, instruments of financial innovation like the securitisation of mortgages were seen by regulators and politicians as being about the “democratisation of finance” and the “marketisation of risk”. Thus, financial innovation made possible the opening up of credit to people who would not otherwise have been able to buy a house or a car. Meanwhile, on the wholesale financial markets, so we were told, risk was better understood, priced and managed. The dominant narrative of finance was that financial innovation was in the social interest (Engelen et al. 2008), though it was dependent upon the conjunctural conditions of credit availability and “light touch” regulation. Of course, the string of bank collapses and bailouts in late summer and autumn 2008 undermined the narrative that financial globalisation was progressive, and the innovators rapidly became villains, not heroes, in public and political discourses. The example illustrates that narratives can be both powerful and fragile. While they allow us to interrogate financialised capitalism, we should not assume that they have an independent life, just as they are not, in themselves, the whole story.

The focus of this article is the narratives of and about large corporations in financialised capitalism. In particular we are interested in how firms have recognised the importance of narrative in their relations with providers of capital and financial intermediaries. We develop the analysis of *Financialization and Strategy: Narrative and Numbers* (Froud et al. 2006) in several ways.¹ First, we aim to reinforce and develop the original argument that narrative is non-mechanical, especially in relation to outcomes: the deployment of narrative does not mean that it will bring particular results, because narratives are not linear or unidirectional and because outcomes are dependent upon reception. Narratives are not performative in any straightforward sense, though successful narratives require performance. Thus, in the period up to 2007, financial innovation was seen as a success because investment banks and other financial institutions were making so much money, but narrative on its own does not guarantee outcomes. Second, we emphasise that narratives should not be seen as something that is exclusively part of Anglo-American capitalism. The internationalisation of share registers, as well as of debt markets, means that large, publicly-held firms in many countries have explained their financial performance using narrative. Third, we aim to add a new emphasis on conjuncture as the context that shapes not only the narratives themselves but also their reception and durability. As we have seen in the unravelling of the 2008 financial crisis, it was the particular conjunctural conditions that allowed

¹ This book contains three extended cases (GlaxoSmithKline, Ford and General Electric [GE]), based on 20 years of financial analysis. In this article we do not reiterate the argument of those cases in any systematic way but draw upon them and update them, as appropriate, to illustrate our arguments. The main advantage of the long-term case format is that it allows development of an extended argument about the company in a way that is not possible in the fragments of company analysis and examples used in an article of this kind.

the financial sector to make (what appeared to be) such large profits up to 2007, rather than the discovery of a new paradigm that helped the economy to function more effectively.

Exploring these ideas requires a cultural-political, non-mechanical view of capitalism so that we can understand narrative and its limits in different locations, levels or contexts (firms, industries or activities). In particular, the analysis of narrative needs to incorporate explicit awareness of its limits as any kind of totalising concept that explains financialised firms and what they can achieve. The second section of this article explores narrative for public firms in the context of shareholder value, and relates this analysis to other academic work on company narrative and stories. The third section elaborates the idea of narrative for the capital market by means of four key themes: levels, transmission, numbers and performance. The fourth section provides a macro perspective and identifies paradoxical effects of shareholder value at the aggregate level. The final section explores the implications of this contribution for understanding narratives in financialised capitalism.

II. Shareholder value, the capital market and ideas about story and narrative

Our goal is to be a more client-driven organization that is more accessible, innovative, and able to strike quickly at the many unique global growth opportunities for Citi. I firmly believe that we have embarked on an era of renewed growth and that the changes we are making will lead to sustainable growth in shareholder value.

Charles Prince, CEO Citigroup (2007)

If we reject ideas of rational capital markets where the value of a coupon, be it a share, bond or whatever, can be calculated on an agreed basis, then narrative fills a gap created by uncertainty, imperfect information and sentiment. Various capital market players and commentators have identified the significance of emotions like greed and fear in governing views about the attractiveness of particular coupons (Pixley 2004), just as behavioural finance is an academic vindication of the limits of the rational neoclassical view. In response to the 2008 financial crisis, politicians have declared that their objective is to rebuild “confidence”, recognising, first, that the previous dominant narrative about financial markets has been undermined by extreme events and, second, that there is a need for a new narrative that might contribute to a stabilisation of the financial system. This section outlines the context of shareholder value, before explaining how our use of narrative for the capital market relates to a growing interest in stories and signalling in other academic work.

If there is now consensus that stories are an important aspect of capital markets, our interest in narrative originated in the rise of *shareholder value* in the 1990s. In a period when growth in mass investment in pensions and other kinds of funds helped promote shareholder interests in public and academic discourse, the shareholder value revolution (Aglietta and Reberioux 2005; Froud et al. 2000) was based on two linked arguments. First, it was necessary to argue that companies were failing to deliver adequate levels of shareholder value and, second, the rejoinder was that performance could be improved through the use of metrics and value-based management programmes supplied by a range of consultancy firms (Rappaport 1986). Tony Golding’s *Inside the*

City: the Great Expectations Machine (2001) provided a shrewd and compelling account of the importance of stories and sentiment in how fund managers viewed the companies in which they invested. In focusing on what fund managers want, Golding opens the way to a more general argument that public companies need a narrative of purpose and achievement which is directed at the capital market, just as they need a strategy for the product market, though having a plan for either one or both does not guarantee successful execution. Narrative becomes increasingly important for complex firms whose performance (and in some cases strategy) may be opaque because, as Golding argues, fund managers like simple stories such as “growth” or “restructuring” in companies that they think they can understand. The quotation of Charles Prince, then head of Citigroup, is an attempt to forge a narrative of purpose and growth for a diverse financial conglomerate in a year when, as he admits, “our bottom line performance in 2006 was good, but not spectacular” (2007: 7).

Sony provides a good example of both the importance of narrative and some of the complexities that we explore in this article. The appointment of Howard Stringer, the first non-Japanese chief executive officer (CEO) of Sony, was a meaningful response to the company’s dire financial performance in the early 2000s after the so-called Sony Shock, when the company cut its profit outlook and admitted serious problems in its core electronics division. Stringer’s “Sony United” strategy was more an aspirational slogan than an easily-realizable plan, given the difficulties faced in many of its key product markets. The new CEO talked about breaking down “silos” and controlling a “not invented here syndrome” (*Financial Times*, 28 June 2005) while also explicitly talking about shareholder value creation. The company’s US investors were expecting radical change, and there was general approval for the new CEO, but Stringer’s actions were constrained by Japanese corporate culture. The plan that Stringer finally announced several months into his tenure disappointed US-based analysts and journalists: this plan included 10000 job cuts, product line reduction of 12 percent, 11 plant closures and a 5 percent operating margin target (*Financial Times*, 23 September 2005). Stringer countered the disappointment evidenced by a 4,6 percent drop in share prices immediately after the announcement, explaining that “I think I went as far as I could go and still preserve the relationship with people that I have to work with and who have to drive change in this company” (*Financial Times*, 24 September 2005). While Stringer needed a narrative for the capital market, its reception by investors and the firm’s financial performance were not directly controllable.

Stringer clearly understands the significance of having a good story, and the influence of the cultural turn in the social sciences has opened up many academic discourses to the idea of stories. Homiletic company narratives circulate outside business and the stock market with the rise of management practice and pedagogy about stories, including the business case as a narrative interpretation of decisions and outcomes (Collins 2003) and tales of the achievements of heroic management (Khurana 2002). In an explicit academic context, stories have also filtered into understandings of business and management, including in corporate strategy (Knights and Morgan 1991; Barry and Elmes 1997) and in organisational studies (Boje 2001; Czarniawska-Joerges 1999; Gabriel 2000). In organisational studies, there is a contrast between those who complain about postmodernists seeing “stories everywhere” (Gabriel 2000: 17) and those who thrive on the “postmodern condition of fragmentation and simulation [that]

makes coherence problematic" (Boje 2001: 5). However, both Yiannis Gabriel and David Boje share a fundamental interest in stories in an organisational context, and these two authors have been influential in stimulating interest in the analysis of story and narrative.

There is, therefore, agreement that the deconstruction of the stories and discourses produced within corporations is one approach to understanding internal culture and struggle. Moreover, some strategy and organisational studies writers recognise that stories may also be geared towards outsiders. For example, David Barry and Michael Elmes identify "changing patterns of authorship" in which strategists will increasingly consider stakeholders' knowledge to build narratives that respond to them (1997: 442-443), and David Knights and Glenn Morgan see the "power effects" of strategy discourses when such narratives are used to complement annual reports in order to influence investors (1991: 264-265). Such accounts acknowledge the impact of narratives on external actors, but the "response" of the audience and its role in deconstructing and acting upon discourses is not central here because the object of analysis is the workings of organisational life. However, recent work on the development of a "signalling theory of the firm" (Littler 2006) emphasises possible responses from the audience, where signalling is considered to exist mainly "in order to maintain or enhance stock prices". According to Craig Littler, CEOs use a set of standardised and coded messages, for example about mergers or downsizing, to frame short-term future action in a "signalling space" that includes multiple actors such as analysts, media and credit-rating agencies which, in turn, make a response.

Littler's argument is useful in showing how institutional or individual investors incorporate non-financial information in their decision-making and how such signalling can speed up "information assimilation" (2006: 634). However, we take a different approach in arguing that narratives are not passively "assimilated" but rather actively co-authored by corporations, analysts, journalists and investors. Boje's idea of "antenarratives", which takes into account "non-linear, almost living storytelling that is fragmented, polyphonic and collectively produced" (2001: 1), is useful to describe this process. Therefore, narratives and stories are understood here to be non-hierarchical concepts not bound to plots or chronologies, but reflecting particular qualities. Two such qualities are intertextuality, when texts are part of a network of fragments, voices, conventions and audiences occupying different positions in production, distribution and consumption networks; and tropes, the attributing of motive, causal connections, and the responsibility for building meaning and connection between different bits of narrative. Our argument rejects any positivistic account of fact as truth in favour of the idea of fact as something that cannot simply be created by the narrative, opening the possibility for (external) challenging accounts. The following section explores the narratives of financialised firms and the limits of simple understandings.

III. Narrative in action: the micro frame

“... we failed to meet our expectations. Our primary shortfall was a decline in financial services earnings. We knew the first quarter was going to be challenging, but the extraordinary disruption in the capital markets in March affected our ability to complete asset sales and resulted in higher mark-to-market losses and impairments,” Immelt said. “Our inability to complete these asset sales and higher mark-to-market losses and impairments impacted earnings by \$.05 per share versus plan.”

GE first-quarter earnings announcement, April 2008

“GE will have to reestablish investor credibility and earnings consistency before valuation can move higher,” wrote Citigroup analyst Jeffrey Sprague, who cut his rating on the stock to “hold” from “buy” today, in a note to investors. “GE may have reached the point that its size and complexity have become a hindrance to effective management.”

Bloomberg News, 11 April 2008

If Golding (2001) draws our attention to communication with capital market actors, we need a concept of narrative that can help us to understand public companies in financialised capitalism. While the subject of such narrative is often an attempt to present a plausible business model for delivering shareholder value, the business model itself can be a source of weakness because of its fragility, or strength, because it is undisclosed. This section explores narrative about corporations by focusing on four themes or elements: levels; multiple voices and complex transmission; the relation with numbers; and the significance of performance or enactment. In doing so we aim to highlight the complex, dynamic and uncertain nature of narrative, where conjuncture (or context) and reception are important qualifiers of its agency.

The first element is to recognise that the narrative of a firm is nested within often elaborate industry and grand narratives, which may be enabling or constraining. For example, a firm may have difficulty in distinguishing itself against a conventional understanding of a particular industry as being mature or commodified, just as a firm in another industry may benefit from what Phil Rosenzweig (2007) would call a “halo effect”, where the attractiveness of an industry confers success by association. Industry narratives can be fairly durable because they reflect fundamental problems about, for example, cyclical or mature activities, or because they relate to social or political aspects of an activity. Thus, the pharmaceutical sector has been very successful in the last 40 years in terms of growth and profitability, but it has been mired in a challenging and critical narrative about the social purpose of the activity. The critical industry narrative variably combines US Senator Kefauver’s 1950s critique about profiteering (Froud et al. 2006) with later concerns about the price of AIDS drugs. In other cases, industry narratives need replacing; for example, US auto manufacturers emphasise their commitment to producing smaller, more fuel-efficient vehicles in an era of high gas prices and increased environmental awareness. Such a narrative stressing social value acquires new importance as car companies across the world suffer from the shortage of credit and the economic turndown, and apply to national governments for access to bailout funds and other financial support.

In a different way, grand narrative helps to shape conjunctural opportunities. For example, the “new economy” provided a novel heuristic whereby the technological paradigm would create new products and delivery channels and, by undermining old business models, create different winners. Of course, grand narratives can themselves be

highly simplified. Although it is quite clear that the Internet is a transformative technology, the pattern of winners and losers is complex given the ability of existing players to use technology to consolidate their positions against new entrants. The end of the credit-fuelled boom in 2007 has generated a putative grand narrative of “the credit crunch” or “the financial crisis”, which is now the lens through which financial performance and strategy is read. This shift was apparent when Jeffrey Immelt, the successor to Jack Welch at General Electric (GE), had to explain an unprecedented profit warning early in 2008, the subject of the quotations opening this section. Of course, the appeal to a grand narrative suggests that the helpless corporation is tossed about in a sea of externally-generated misfortune. But the problem of credit shortage is magnified by Welch’s undisclosed business model, which was based on growth from the financial services businesses. This strategy came back to bite his successor, who had been attempting to rebalance GE towards industrial activities by shedding financial businesses and acquiring industrial ones. Though Immelt cannot entirely displace responsibility for the shock profit warning onto “events”, this story does highlight uncertainties inherent in financialised capitalism against which narrative cannot immunise.

Second, narrative is not about the simple transmission of messages. Narratives may be co-authored, such as when journalists repeat (and in doing so implicitly support) the narrative promulgated by firms, so that there may be agreement, for example, that a firm is in recovery or pursuing growth. In other cases, competing narratives may emerge when analysts or more critical journalists challenge the claims of management, providing different explanations of performance or expectations about delivery. Such multiple voices make control of narrative difficult because it is mediated (through press or analyst reports) with uncertainty about reception. Individual investors may formulate different responses, partly influenced by industry or grand narratives. But there are also analysts or journalists who are particularly influential and whose narratives are more likely to be taken up by others. Companies will likely invest time trying to ensure that such individuals appreciate the message that the company is attempting to deliver.

Public companies also may have more than one narrative. Just as they communicate with shareholders and seek to influence their views about the attractiveness of buying their shares, so do many companies also develop narratives for other audiences, including civil society, regulators and politicians. Firms that stress their superior financial performance to shareholders may at the same time seek favourable treatment from governments, on the basis of the vulnerability of their profits; companies that stress their commitment to delivering returns to their shareholders may at the same time attempt to persuade civil society that they have a genuine commitment to human rights or the environment.

A special case of competing narratives arises where activist investors target corporations in attempts to change strategy, board composition or remuneration. To be successful, activists need their own clear narrative about the unsatisfactory nature of corporate performance or strategy and the merits of a different approach. The targeting of Deutsche Börse in 2005 when it was attempting to acquire the London Stock Exchange, by hedge fund TCI, was ultimately successful when a sufficient number of investors was persuaded that this strategy was against shareholder interests. More recently, activist Nelson Peltz mounted an offensive against confectionary and beverages

giant Cadbury Schweppes, arguing that by demerging it would release value from the more profitable beverages business as well as force managers to restructure the confectionary business. Within a mere 36 hours of Peltz making his campaign public, Cadbury announced that the company would be split. In the cases of both Deutsche Börse and Cadbury Schweppes, there was an explicit narrative contest in which the representations of the activists were powerful enough to convince other investors that the company's narrative was not credible. In both cases, activists used numbers in support of narrative, but the narratives were much more than simply a contest of arithmetic: instead, various actors in and associated with the capital market, such as analysts and fund managers, became engaged in the construction (or deconstruction) of these narratives.

Third, narrative for the stock market is not independent of financial numbers. Narratives are not, in themselves, constitutive, though they may sometimes have that effect. The numbers that represent performance outcomes of corporations (such as sales growth, profit, return on equity or share price) are not a simple function of the firm's narrative, opening up interesting possible relations of corroboration and discrepancy. At the simplest level, the numbers act as a check on the narrative that senior executives develop, and commentators may use numbers to counter or undermine a company's own account of its performance or strategy. Narrative also might be used by the corporation to help interpret disappointing performance or to deflect responsibility. This is not to imply that narrative is always constructed and that numbers are always facts. It is clear that accounting numbers are the result of decisions made about, for example, how to value or when to count a transaction; and of course numbers are sometimes fabricated, as well-known accounting frauds demonstrate. But there is sufficient trust in numbers for the capital market community to use them as indicators of promise, delivery or failure.

Generally, narrative is most successful when the numbers appear to corroborate the narrative. The co-authored narrative of GE under Welch provides perhaps the textbook case: the corporation's narrative of internal culture and organisation, as well as its stream of high-profile initiatives like "No. 1 or No. 2" and "boundarylessness", were widely seen as responsible for consistently high performance (Froud et al. 2006). The financial performance is described in superlative terms by *Fortune*: "quarter after quarter, year after year, GE's earnings come gushing in, usually at least 10 per cent higher than the year before and almost invariably in line with the analysts estimates" (19 February 2002). Conversely, numbers can be used by critics to identify weakness and discrepancy in narrative, as with GE's 2008 performance. While corporations can attempt to control the presentation and interpretation of numbers, they are constrained by disclosure rules. The large volume of financial information about public companies also allows commentators to highlight different aspects of performance, just as the interpretation of any particular number can vary. Because the numbers do not have their own voice, they can be arranged or rearranged in different (plausible) ways by analysts or journalists who seek to support the narrative that they construct. Any analyst or journalist who ventures beyond the press release will often find a range of numbers that challenge narrative assertions about delivery or performance.

Thus numbers play a key role in discrepancy and corroboration. For example, writing in the *Financial Times*, Lina Saigol cites data on looming patent expiry in the

pharmaceutical industry and the slow rate of development of new blockbusters, concluding that “some of the world’s biggest pharmaceuticals companies, including GlaxoSmithKline and AstraZeneca, face their worst crisis in decades” (8 May 2008). Disappointing numbers undermine the credibility of existing narratives, and management reputation may depend on developing a new narrative. In GE’s third-quarter 2008 earnings release, Immelt seeks to rebuild a narrative when he asserts that “we have continued to take decisive steps to strengthen GE in a tough environment” (GE 2008b) and that the decision of Warren Buffett to invest in GE “should serve as a compelling vote of confidence in our future” (GE 2008c).

The fourth element to be acknowledged is the significance of performing or enacting strategic narrative. Thus, talk of rationalisation and simplification needs to be accompanied by plant closure, redundancy and product review to underline seriousness. If narrative was simply about the script, then more firms might be proficient at developing convincing stories. But the narrative also needs to be enacted. Though Immelt has had difficulty in following Welch’s record of consistent earnings growth, he did appreciate the importance of initiatives. Early on in his tenure, Immelt identified technology and innovation as central to his strategy. The “Ecomagination” initiative launched in 2005 emphasised development of green technologies, including energy efficiency, as part of a coordinated approach within the company, so that GE could represent itself as a thoroughly modern industrial company. In an interview with *Industry Week*, Immelt stated, “This is not just good for society, it’s good for GE investors – we can solve tough global problems and make money doing it” (1 August 2005). According to *Business Week*, despite opposition from many senior executives, Immelt pursued his vision, which by 2008 had “paid off” in terms of generating sales and increasing the value of GE’s brand (4 March 2008). In narrative terms, this represents successful enactment because it aligned much of what the company was doing with a grand narrative about being “green”.

Other initiatives have been less successful than those at GE: for example, Froud, Johal, Leaver and Williams (2006) outline Jacques Nasser’s failed attempt to reinvent Ford as a “motoring services company”, where forays into car rental and car repair were not successful at diversifying the business. Howard Stringer’s attempt to present himself as a “Sony warrior” (*Financial Times*, 23 June 2005) with his “Sony United” initiative has been mixed, because the aim of successfully integrating Sony’s hardware and software businesses was not only not new but also fundamentally difficult to achieve. Stringer has an eye for performance, as illustrated by the decision to have 80 young software engineers “shown to the best seats in the hall” at Sony’s annual strategy meeting, while senior managers were relegated to the less comfortable seats at the back, in a significant break from normal protocol (*Financial Times*, 22 June 2006). But the task of transforming Sony and of meeting the 5 percent target on operating profit margin by 2008 was so ambitious that the attempt to steer a clear narrative course was buffeted by events such as the mass recall of the lithium-ion batteries used in notebook computers, which cost USD 500 million, and by delays in the launch of the PlayStation 3. At the same time, Sony’s eventual success in early 2008 with its Blu-ray DVD technology competing against Toshiba’s HD-DVD in the so-called format war seemed to provide a tangible example of the success of Sony United, even if the financial implications are as yet unclear.

Taken together, narrative, performance and numbers are an unstable configuration, particularly when it is clear that “successful” narrative also depends on mediation and reception. Some narratives are more enduring, but in many cases narrative becomes a kind of instant history, with management providing a rationalising line on the latest results or decisions, while journalists and commentators produce superficial understandings of what is going on, often undermined by future developments. Narrative is necessary to forming understandings of complex companies or events (or in trying to persuade others to make appropriate interpretations), but this need also provides an inherent limit to its power or durability. Not surprisingly, then, much narrative is ephemeral. Thus, while acknowledging the importance of narrative to firms and commentators in explaining complex companies or issues, we wish to avoid any assertion that narrative, in itself, is influential in the micro relations between corporations and capital markets. In the next section, we broaden our analysis and consider macro relationships and the paradoxical nature of narratives of shareholder value.

IV. Narrative, performance and the macro frame

All public companies now engage to some extent with the shareholder value agenda by articulating their commitment to investors. For example, Peugeot Citroën set out a new “strategic plan” for 2010–2015, explaining that “[this] will make PSA Peugeot Citroën the most competitive carmaker in Europe, steadily growing and profitable, with significant international development, open to opportunities of strengthening and of creating shareholder value” (PSA 2007). Volkswagen (VW) has a carefully crafted narrative that emphasises global sales growth, productivity and innovation. Yet they also have ambitions to produce a “double-digit” return on investment (VW 2008) and, in doing so, to become one of the best performers in the industry. Of course, in some cases such declarations are highly rhetorical and the narratives are not enacted in any meaningful way. But at the macro level the equally interesting finding explored in this section is that the phase of financialised capitalism has had very mixed results in terms of the ability of corporations to deliver more shareholder value. First, we show that many UK and US firms fail to deliver (reinforcing the need for a company narrative to cover for underperformance), though CEOs and intermediaries do very well financially with their own justificatory narratives. Second, we challenge simplistic ideas about comparisons between UK or US and European firms. The aim of this section is to explore complex relations between actions, narratives and macro outcomes, not simple mechanisms or ideologies. Thus, narrative, or its absence, cannot be used in a simple way to distinguish different kinds of capitalisms. The analysis also reflects our mixed methods approach, combining interest in narrative with long-term empirical evidence, and challenging ideas that financialisation has straightforward outcomes in terms of performance.

Any analysis of the aggregate performance of large public companies in the United Kingdom and the United States raises questions about the realisability of the shareholder value project. In particular, the analysis challenges any assertion of consistent financialisation effects, while widening the pool of potential beneficiaries beyond share-

holders. If we consider the FTSE 100² and the S&P 500³ to be the group of large UK and large US corporations, respectively, what is immediately apparent is a gap between the “for the shareholder through purposive management action” rhetoric of shareholder value and the outcomes.

Table 1: Performance of large UK and US firms between 1983 and 2002 (in real 2003 prices)

	% annual real change between 1983 and 2002					
	Sales	Pre-tax profit	Market value	Directors' pay	Dividends (UK) Dividends and interest (US)	Headcount employment
FTSE 100 (constituents)	2,7 %	2,7 %	18,2 %	26,2 %	19,0 %	1,1 %
FTSE 100 (survivors)	1,9 %	5,7 %	17,5 %	28,5 %	16,8 %	0,8 %
S&P 500 (constituents)	2,5 %	1,5 %	13,3 %	n/a	5,6 %	1,2 %
S&P 500 (survivors)	3,7 %	2,5 %	11,2 %	n/a	4,3 %	1,5 %

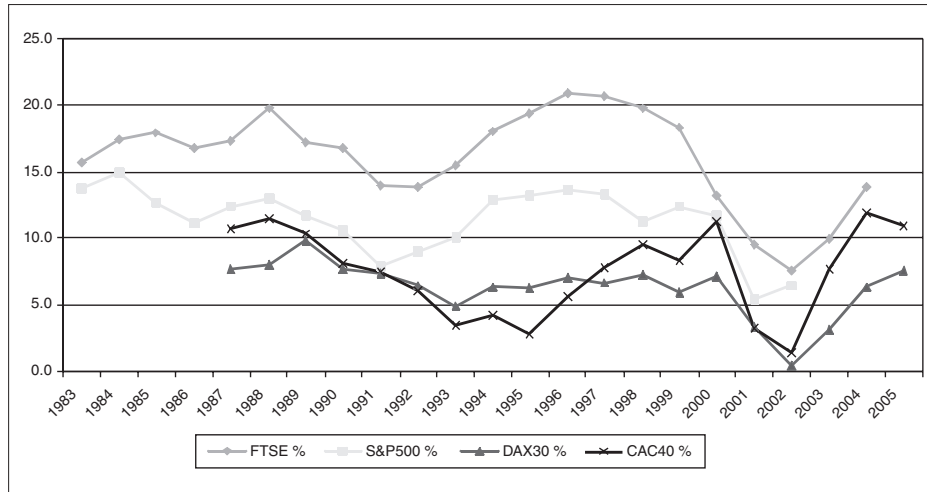
Sources: Datastream (UK data) and Compustat (US data).

Table 1 shows the long-term performance of two groups of firms in each country: first, the “constituents” – those 100 or 500 firms that were in the FTSE or S&P index in the year in question; and, second, the smaller group of “survivors” – those firms that have been members of the index continuously for 20 years since 1983. *Table 1* shows that the constituent groups grew at less than 3 percent per annum on average in real terms. It is, of course, not surprising that these groups grew no faster than gross domestic product (GDP), because that provides a constraint on demand in their major markets. Over this same period, the growth in profits was lower for all groups except the FTSE 100 survivors, where high performance by a small number of firms (like pharmaceutical firm GlaxoSmithKline) pushes up the overall performance of the group. If we switch from *table 1*, which shows annualised rates of change, to a graph of performance in *figure 1*, it becomes apparent that the story is one of cyclical return, not of any sustained improvement in performance. Management has not transformed the profit generation of UK or US public companies on aggregate, despite its alleged commitment to shareholder value.

2 The Financial Times Stock Exchange (FTSE) 100 is the group of 100 largest companies listed on the London Stock Exchange. Size here is measured in terms of stock market value. Movements in the share prices of these 100 firms are given by the FTSE 100 index.

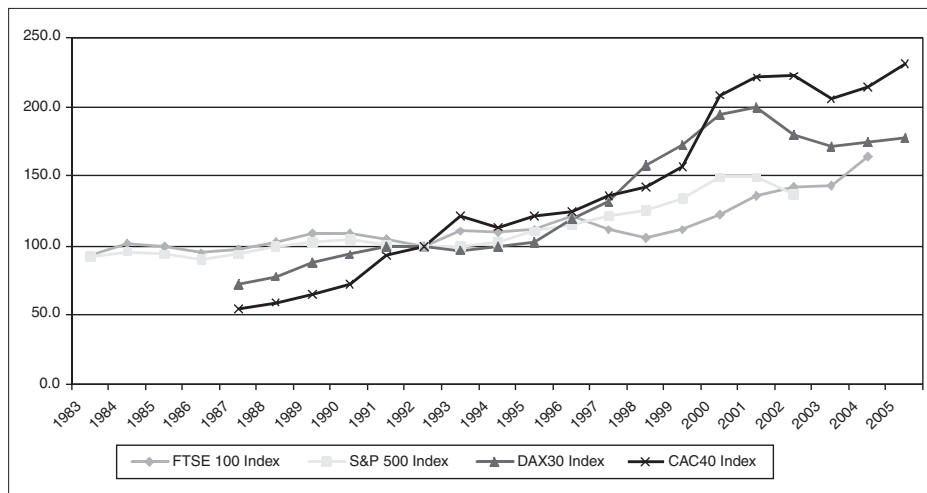
3 The Standard & Poor's (S&P) 500 is the group of 500 large public companies traded on either the New York Stock Exchange or the NASDAQ in the United States. The S&P 500 generally comprises the largest US-listed firms by market value but, unlike the FTSE 100, this is not the only criterion for inclusion in the index. Movements in the share prices of these 500 firms are given by the S&P 500 index.

Figure 1: Return on capital employed



Note to figure 1: Return on capital employed (ROCE) is calculated as the profit for the year divided by the value of capital (debt and equity) in the company.

Figure 2: Index of real sales growth (1992 = 100)



Note to figure 2: Real sales growth is the difference in sales revenue (turnover) from one year to the next, after removing the effects of price inflation.

What is striking in *table 1*, however, is that the market value of firms saw on average a double-digit increase in real terms each year, so that investors did enjoy an increase in the stock market value of their holding. These increases were experienced across the board. For example, if we take the annual constituents of the S&P 500 index, approximately the 500 largest public companies in the United States, over the period 1980 to

2002, the average increase in market value was 18 percent per annum, with annual real dividends growth of 2,8 percent. Ranking the companies by stock market value and dividing them into five (quintile) groups allows us to assess whether all groups experience similar growth. The smallest companies by market value grew the fastest (25,1 percent per year on average), with dividends growing at 3,8 percent per annum. The largest fifth of companies increased their stock market value by 19,1 percent per year, with dividend growth of 3,1 percent on average each year.⁴

The increase in market value shown in *table 1* was the result of the stock market valuing earnings more highly, rather than of any fundamental improvement in operating performance which would have been revealed by a step change in sales growth or profitability. However, this kind of do-it-yourself shareholder value creation is fundamentally vulnerable to downturns in the market, as events in 2008 confirm, when all major indices have significantly declined. Shareholder gains are critically dependent on the timing of buying and selling; on the other hand, it is clear that senior executives are the beneficiaries of the shareholder value narrative. Consultants and academics alike urged companies to adopt remuneration schemes with significant elements of incentives tied to value creation. The outcome, shown in *table 1*, has been a marked improvement in CEO pay, beyond any level that could be supported by shareholder value creation. Justified by such spurious reasoning as the “global market for talent”, executive pay has risen all across the advanced countries despite public (and sometimes investor) concern about the absence of any clear link between pay and performance (Erturk et al. 2008). For example, in the United Kingdom, CEO pay in the FTSE 100 group of firms averaged GBP 3,2 million in 2007, representing 100 times average worker pay in the same year (IDS 2007).

Since writing *Financialization and Strategy*, we have been struck by another group of beneficiaries who have benefitted from shareholder value: the intermediaries in and associated with the capital market, including investment bankers, corporate lawyers, private-equity and hedge-fund managers. Inasmuch as shareholder value has encouraged an “economy of permanent restructuring” (Froud et al. 2008), the buying and selling of corporate assets, the growth of private equity and the intense financial engineering and re-leveraging of corporate balance sheets have created large pools of fees for intermediaries. While lack of public disclosure severely limits the availability of information on numbers of intermediaries and their revenues and rewards, many intermediaries have business models that profitably encourage the kinds of actions taken by public firms, apparently to improve shareholder value (Folkman et al. 2007).

The growth of intermediary activity like private equity and investment banking has not, of course, been restricted to the United Kingdom and the United States, and corporations outside the capitalist heartland have also engaged in highly financialised behaviour. The banking crisis has shown that the problems with respect to poor internal controls and risky behaviour in pursuit of profit were not restricted to Anglo-America. The overall results of financialisation in the groups of the largest public companies can

⁴ The complete average annual increases in market value, from the smallest quintile (Q1) to the largest quintile (Q5) are 25,1 percent (Q1), 17,2 percent (Q2), 14,8 percent (Q3), 15,0 percent (Q4) and 19,1 percent (Q5). Real average annual growth in dividends is as follows: 3,8 percent (Q1), 2,1 percent (Q2), 0,8 percent (Q3), 3,3 percent (Q4) and 3,1 percent (Q5).

be observed at a macro level. In the period to 2002, both the French CAC 40⁵ and the German DAX 30⁶ firms were less profitable than those in the FTSE 100 or S&P 500, as *figure 1* shows. But what is striking in the French case is that these firms were on a high growth trajectory (shown in *figure 2*), which was steeper and more sustained than was the case for German, UK or US big firms. French firms have been significant acquirers (often of foreign assets), and stock markets have failed to impose discipline on corporations that have not improved shareholder value delivery, even though overseas ownership has grown to the extent that, by 2004, almost half of CAC 40 equity was in foreign (mainly US) hands (Johal and Leaver 2007, 357). Quite the opposite, in fact, when acquisition was facilitated through new issues of debt and equity capital, as Mary O’Sullivan (2007) demonstrates.

Groupe Schneider, a French industrial company whose products include electrical distribution and control equipment, provides an interesting illustration. In the late 1990s the company’s CEO, Jean-Claude Perrin, set about improving performance as measured by return on capital⁷ through a plan known as “Schneider 2000”, comprising a mix of strategies such as educating employees about the importance of the cost of capital, increasing productivity, reducing employment and streamlining corporate structures (Young 1998). The ambitions to improve return on capital produced disappointing results, and Schneider’s story is one of rapid growth by acquisition. By 2006, a Credit Suisse report notes, the company had spent some EUR 4.4 billion in acquisitions over four and a half years (2006, 13-14). At the very least, this makes analysing the company over a period of time very difficult, because one year cannot be compared in a straightforward way with the previous one. Thus, the ability to challenge narrative through analysis of numbers is much reduced.

The implication of the macro analysis in this section is that narratives of shareholder value, adopted by corporations and taken up by analysts, journalists and others, have been no guarantee of sustained improved performance. The promotion of shareholder value was based more on ideology than on any understanding of the limits of what large firms can deliver at the aggregate level. As the French case highlights, discretionary management strategy is alive and well, facilitated by capital market intermediaries.

V. Implications and conclusions

This final section explores the implications of the analysis by making three points: first, the importance of narratives in financialised capitalism challenges any notion that big firms are the locus of initiative; second, management cannot be taken at its own

5 The CAC 40 is the group of the 40 largest firms (by weighted stock market value) listed on the Euronext Paris exchange.

6 The DAX 30 is the group of 30 major German companies listed on the Frankfurt Stock Exchange.

7 This is a measure of performance that shows the profits for the year as a percentage of the capital employed in the business. It can be thought of as a measure of how much profit is earned in that year per dollar of capital.

estimation in terms of its narratives of purpose and its attributions of success; and, third, narrative and numbers need to be understood within a conjunctural frame, making it difficult to formulate general arguments about systematic (durable) outcomes.

The first implication is that essentialist ideas about the big firm as the locus of initiative are challenged by narrative and related developments in financialised capitalism. The inside/outside distinctions associated with the firm are blurred when the ability to initiate, control or challenge narratives of corporate purpose and achievement lies with many parties. The CEO's vision may be set out in a carefully constructed narrative, but the co-authorship and competing roles of analysts, journalists, high-profile fund managers and other capital market actors mean that smooth transmission and reception cannot be guaranteed. The intrusion of the capital market into strategy, as we saw with the cases of Cadbury Schweppes and Deutsche Börse, makes the delivery and outcomes of narrative complex and unpredictable. Activist interventions are often hostile in nature and involve the use of narrative to inflict some kind of defeat on incumbent management. Meanwhile, other capital market actors, such as investment banks, also have powers of initiative in suggesting moves that might enhance shareholder value – typically actions which involve balance sheet transactions, including moving liabilities or assets off the balance sheet or increasing leverage.

The second point to emphasise is that, even when narrative appears to be successful in that it is well received, it is important to avoid simple identifications and apparent causality. The previous section outlined the disappointing outcomes of the shareholder value narrative at the aggregate level, but even for those cases where a focus on shareholder returns appears to have had positive results, there is a need for caution. As the analysis of GE under Jack Welch has demonstrated (Froud et al. 2006), a narrative that seemed credible, together with reliable financial results in line with what was promised, does not mean that the narrative explains the numbers. Welch's tenure at GE was striking in that he understood the performative value of initiatives that appeared to support his narrative. Though GE remained a hugely complex company, the initiatives enacted a narrative of the company that many audiences were happy to accept. As we have argued, the brilliant success of GE owed more to the undisclosed business model of adding financial services to a triple-A rated industrial firm and less to the much-vaunted performative initiatives. Some of the problems that Welch's successor Immelt is now having, of course, are the consequences of a business model reliant on finance businesses at a time when credit is scarce and expensive. The more general problem of falsely attributing company success (or failure) to particular firm characteristics, such as leadership, culture or creativity, is dealt with persuasively in Rosenzweig's *Halo Effect* (2007), which argues for a more critical interrogation of causality than many commentators offer. The implication of both Welch's GE and the argument of the *Halo Effect* is that management cannot be taken at its own estimation. For example, we should not uncritically accept that the narrative of management purpose identifies the causes of above-average performance, nor that the performative initiatives of one firm are a transferable recipe for success in another.

Immelt's difficulties at GE in 2008 provide the link to the third point, which is the importance of the conjunctural frame (Engelen et al. 2008). Conjuncture is not only a driver of cyclical aggregate performance by big firms (of the kind illustrated in *figure 1*); it is also important in any consideration of narratives for the capital market.

Narratives and numbers are not always the same; they need to be redeveloped and re-interpreted, for example from the new economy boom to the dot-com crash, or from excess liquidity in 2002–2007 to the credit crunch and subsequent global financial crisis. Simple narratives are undone by conjunctural shifts, though others, like those of and related to the pharmaceutical industry, do endure because they are about fundamental moral and political issues. We argue that any kind of systematicity is conjunctural and likely to last no more than about seven years before flows of funds, values and grand narratives change in significant ways. Thus, we started writing on financialisation in the late 1990s, at the height of the new economy and when shareholder value for old economy firms was firmly entrenched. There were, of course, double standards for old and new firms: while established firms were being asked to deliver higher shareholder returns, escalating losses in dot-coms were tolerated. However, instability and disappointment in the extent to which the new economy had been transformative in turn led to Federal Reserve Chairman Alan Greenspan's policy response of cutting interest rates. This opened up the next conjuncture of excess liquidity in which hedge-fund managers and private-equity general partners legitimated themselves by creating new narratives that pointed to the limits of long-only funds and corporate governance in public companies, arguing that they had found new models of investment or management. These shifts have implications for our understanding of the distinctiveness of financialisation in present-day capitalism, which is not an epochal stage but a mobile, resourceful and ambiguous process. A critical analysis of narrative is now an essential part of understanding firms, industries and financialised capitalism.

References

- Aglietta, Michel, and Antoine Rebérioux. 2005. *Corporate governance adrift. A critique of shareholder value*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Barry, David, and Michael Elmes. 1997. Strategy retold: toward a narrative view of strategic discourse. *The Academy of Management Review* 22: 429–452.
- Bloomberg News. 2008. GE plunges as profit misses estimates, forecast cut. <http://www.bloomberg.com/apps/news?pid=20601087&sid=axKHBSyW3jII&refer=home> (accessed 20 October 2008).
- Boje, David M. 2001. *Narrative methods for organizational & communication research*. London: Sage Publications.
- Collins, David. 2003. *Riders on the storm: a sideways look at a celebrated tale of corporate transformation*. Working paper WP 03/08, University of Essex.
- Credit-Suisse. 2006. *Lowest rated global electrical engineer*. 11. September 2006. London: Credit Suisse.
- Czarniawska-Joerges, Barbara. 1999. *Narrating the organization: dramas of institutional identity*. Chicago: University of Chicago Press.
- Engelen, Ewald, Ismail Erturk, Julie Froud, Adam Leaver, and Karel Williams. 2008. *Financial innovation: frame, conjuncture and bicolage*. CRESC working paper 59, University of Manchester. <http://www.cresc.ac.uk/publications/papers.html#2008> (accessed 20 November 2008).
- Erturk, Ismail, Julie Froud, Adam Leaver, David Shammai, and Karel Williams. 2008. Corporate governance and impossibilism. *Journal of Cultural Economy* 1: 109–128.
- Folkman, Peter, Julie Froud, Sukhdev Johal, and Karel Williams. 2007. Working for themselves: capital market intermediaries and present day capitalism. *Business History* 49: 552–572.

- Froud, Julie, Colin Haslam, Sukhdev Johal, and Karel Williams. 2000. Shareholder value and financialisation: consultancy promises, management moves. *Economy and Society* 29: 80-110.
- Froud, Julie, Sukhdev Johal, Adam Leaver, and Karel Williams. 2006. *Financialization and strategy. Narrative and numbers*. London: Routledge.
- Froud, Julie, Adam Leaver, Gindo Tampubolon, and Karel Williams. 2008. Everything for sale: how non-executive directors make a difference. In *Remembering Elites*, eds. Mike Savage, Karel Williams, 162-186. Oxford: Blackwell.
- Gabriel, Yannis. 2000. *Storytelling in organizations: facts, fictions, and fantasies*. Oxford: Oxford University Press.
- GE. 2008a. *Press Release*. 11 April 2008. http://www.ge.com/pdf/investors/events/04112008/ge_earnings_press_release_04112008.pdf (accessed 1 July 2008).
- GE. 2008b. *Press Release*. 10 October 2008. http://www.ge.com/pdf/investors/events/10102008/ge_earnings_press_release_10102008.pdf (accessed 20 October 2008).
- GE. 2008c. *Letter to the editor of Forbes*. 20 October 2008. <http://www.gereports.com/wp-content/uploads/2008/10/ge-letter-to-the-editor-of-forbes.pdf> (accessed 22 October 2008).
- Golding, Tony. 2001. *Inside the city*. Harlow: Prentice-Hall.
- Incomes Data Services (IDS). 2007. *Directors' Pay Report 2007*. London: Income Data Services.
- Johal, Sukhdev, and Adam Leaver. 2007. Is the stock market a disciplinary institution? French giant firms and the regime of accumulation. *New Political Economy* 12: 349-368.
- Khurana, Rakesh. 2002. *Searching for a corporate savior: the irrational quest for charismatic CEOs*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Knights, David, and Glenn Morgan. 1991. Corporate strategy, organizations, and subjectivity: a critique. *Organization Studies* 12: 251-273.
- Littler, Craig. 2006. Corporate comets or typical trajectories? Corporate dynamics in the 1990s. *Critical Perspectives on Accounting* 17: 627-655.
- O'Sullivan, Mary. 2007. Acting out institutional change: understanding the recent transformation of the French financial system. *Socio-Economic Review* 5: 389-436.
- Pixley, Jocelyn. 2004. *Emotions in finance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- PSA. 2007. *Press release*. Strategy and ambition for 2010-2015. 9 April 2007. http://www.psa-peugeot-citroen.com/en/psa_espace/press_releases_details_d1.php?id=715 (accessed 3 October 2008).
- Rappaport, Alfred. 1986. *Creating shareholder Value*. New York: Simon & Schuster.
- Rosenzweig, Philip. 2007. *The halo effect*. New York: Simon & Schuster.
- VW. 2008. *Presentation*. 26 September 2008. http://www.volkswagenag.com/vwag/vwcorp/info_center/en/talks_and_presentations/2008/09/zurich.-bin.acq/qual-BinaryStorageItem.Single.File/Präsentation%20Zurich%20Hr.Pötsch.pdf (accessed 3 October 2008).
- Young, David S. 1998. *Groupe Schneider: economic value added and the measurement of financial performance*. INSEAD Case 298-014-1. Fontainebleau: INSEAD.

Correspondence: Dr. Julie Froud, Manchester Business School Innovation, Management and Policy Division 8.22 Harold Hankins Building, Booth Street West, University of Manchester, UK-Manchester M15 6PB

E-Mail: julie.froud@manchester.ac.uk

VARIETÄT VERSPIELT?

Zur Nivellierung der nationalen Differenzen des Kapitalismus durch globale Finanzmärkte

Jürgen Beyer

Zusammenfassung: Die Finanzmärkte sind seit Herbst 2008 in Aufruhr und die Wirtschaftskrise hat Ausmaße angenommen, wie man sie seit der Großen Depression nicht mehr beobachtet hat. Derart schwerwiegende Krisen machen in der Regel neue Deutungen der Situation und die Überprüfung früherer Erwartungen erforderlich. Der Beitrag vergleicht den „Varieties of Capitalism“- und den „Finanzmarktkapitalismus“-Ansatz vor dem Hintergrund der aktuellen Ereignisse. Es zeigt sich, dass die Finanzkrise einige Erklärungslücken der „Varieties of Capitalism“-Forschung offengelegt hat. Insbesondere blieb unberücksichtigt, dass Institutionalisierungsprozesse auch von endogen verursachten Problemen, eskalierenden Prozessen mit eruptivem Ausgang und der spontanen Entzauberung von Leitbildern durchzogen sein können. Demgegenüber konnte der Finanzmarktkapitalismus-Ansatz als zeitdiagnostische Analyse durch die Krise an Überzeugungskraft gewinnen. Die Tendenz zur Nivellierung der nationalen Differenzen durch Liberalisierungsprozesse ist nun allerdings abrupt an ein Ende gekommen.

I. Einleitung

Seit Herbst 2008 sind die Finanzmärkte in Aufruhr. Es vergeht kaum ein Tag, an dem nicht neue Hiobsbotschaften die Börsen erzittern lassen. Die weltgrößten Finanzinstitute taumeln am Abgrund und können nur durch Notverkäufe und (Teil-)Verstaatlichungen gerettet werden oder rutschen wie die Investmentbank Lehman Brothers in die Insolvenz. Die Finanz- und Kreditmisere, die als US-amerikanische Immobilienkrise begann, löst in einer sich aufschaukelnden Dynamik die schlimmste Wirtschaftskrise seit den 1930er Jahren aus. Die Regierungen der führenden Wirtschaftsnationen sehen sich gezwungen, Hilfspakete für die Finanzbranche in mehrstelliger Milliardenhöhe zu schnüren und Konjunkturprogramme in ähnlicher Größenordnung aufzulegen. Die Globalität der internationalen Finanzmärkte trägt die Krise dennoch bis in den letzten Winkel der Erde. In vielen Schwellenländern setzt eine massive Kapitalflucht ein und Nationalstaaten wie Island oder Ungarn stehen vor dem Staatsbankrott. Die gesellschaftlichen Auswirkungen der Finanzkrise sind zu Beginn des Jahres 2009 bereits immens. Angesichts der Parallelen zwischen der heutigen Situation und der Großen Depression sind Ängste vor vergleichbar gravierenden sozialstrukturellen und politischen Folgen nicht mehr gänzlich unbegründet.

Die Soziologie hat die Analyse der Finanzmärkte, trotz dieser offenkundigen gesellschaftlichen Relevanz, lange Zeit vernachlässigt oder dieses Thema der Ökonomie

überlassen. Ungefähr seit Anfang der 1990er Jahre ist das Interesse aber merklich gewachsen. Neben eher ethnographisch angelegten Studien, in denen die Handlungsweisen der fremd gewordenen Subkultur der Analysten, Daytrader, Investmentbanker und anderer Finanzmarktakteure entschlüsselt wurden (Abolafia 2002; Kalthoff 2007; Knorr-Cetina und Preda 2005; Langenohl und Schmidt-Beck 2007), hat insbesondere das Spannungsverhältnis zwischen der Globalität der Finanzmärkte und den nationalen Besonderheiten marktwirtschaftlicher Systeme die Forschung angeregt. Es sind wissenschaftliche Debatten entstanden, in denen der Einfluss der Finanzmärkte allerdings sehr unterschiedlich beurteilt wird. Auf der einen Seite des Spektrums sehen wichtige Vertreter der „Varieties of Capitalism“-Forschung die Globalität der Finanzmärkte zwar als wichtige Herausforderung für die Entwicklung des Kapitalismus an. Die Institutionen des Finanzmarktes werden allerdings als integraler Bestandteil nationaler Produktionssysteme aufgefasst, deren Logik sie sich unterordnen. Aufgrund von institutionellen Komplementaritäten, komparativen Vorteilen und einer gesellschaftlichen Machtbalance in den nationalen Gesellschaften wäre eine weitgehende Fortschreibung der Differenzen zwischen verschiedenen Spielarten des Kapitalismus hoch wahrscheinlich (Soskice 1999; Hall und Soskice 2001; Hall 2007). Demgegenüber ist am anderen Ende des argumentativen Spektrums die Rolle der Finanzmärkte von Autoren wie Julie Froud, Christoph Deutschmann, Stefan Kühl und Paul Windolf als sehr viel bedeutsamer eingeschätzt worden. Sie haben Begriffe wie „Financialization“ (Froud et. al. 2000), „Exit-Kapitalismus“ (Kühl 2003) oder „Finanzmarktkapitalismus“ (Windolf 2005) zur Bezeichnung eines neuen marktwirtschaftlichen Regimes geprägt, da sie von einem länderübergreifenden Trend zur Erhöhung der Finanzmarktorientierung in der Wirtschaft ausgehen. Frühere nationale Differenzen sind ihrer Ansicht nach durch die historische Entwicklung in starkem Maße nivelliert worden (Deutschmann 2005: 60).

Der Beitrag geht der Frage nach, wie die unterschiedlichen Einschätzungen im Lichte der aktuellen Ereignisse an den Finanzmärkten zu bewerten sind. Im ersten Teil des Aufsatzes werden die Argumente benannt, die aus der Perspektive des „Varieties of Capitalism“-Ansatzes für die Existenz einer Vielfalt marktwirtschaftlicher Systeme sprechen (*Abschnitt II*). Der zweite Teil des Beitrages beschäftigt sich mit den wissenschaftlichen Deutungen, die eine gesellschaftsübergreifende Verbreitung des Finanzmarktkapitalismus begründen (*III*). Im dritten Teil werden mögliche Konsequenzen der aktuellen Finanzmarktkrise für die Varieties of Capitalism- und die Finanzmarktkapitalismus-Perspektive diskutiert (*IV*).

II. Varieties of Capitalism

Dass Marktwirtschaften sich in erheblicher Weise unterscheiden und vielfältige Strukturformen annehmen können, ist ein Allgemeinplatz in der vergleichenden Gesellschaftsforschung. Nationale Differenzen gibt es beispielsweise in der Ausgestaltung der industriellen Beziehungen, im Bereich der Aus- und Weiterbildung, bei den Institutionen der Unternehmenskontrolle und auch in der Art und Weise der Finanzierung von Unternehmensaktivitäten. Diese und andere Differenzen sind in einem inzwischen umfangreichen wissenschaftlichen Forschungsstrang unter dem Stichwort „Varieties of Capitalism“ theoretisch reflektiert und empirisch untersucht worden (einen Überblick

über die Debatte geben Jackson und Deeg 2006). Grundlegend für die Diskussion ist die Unterscheidung von Kapitalismustypen, denen konsistente Profile zugeschrieben werden. So wird die Handlungskoordination der Marktakteure im liberalen, angloamerikanischen Kapitalismus aufgrund der spezifischen institutionellen Ausprägungen primär auf die Wirkungen des Wettbewerbsmechanismus zurückgeführt, während einer kontinentaleuropäischen Variante des Kapitalismus demgegenüber eine deutlich höhere Bedeutung strategisch koordinierten Handelns bescheinigt wird (Hall und Soskice 2001; Hall und Gingerich 2004).¹ Die Unterschiedlichkeit der marktwirtschaftlichen Systeme wirkt sich, entsprechend der Ergebnisse der Varieties-of-Capitalism-Forschung, auch auf den Stellenwert der Finanzmärkte im jeweiligen Institutionensystem aus. Im liberalen Kapitalismus haben sich demnach marktbasierende Finanzsysteme entwickelt, in denen primär öffentlich taxierbare Informationen zur Risikoabschätzung genutzt werden. Die externe Unternehmensfinanzierung über Aktienemissionen und Unternehmensanleihen haben die Finanzmarktaktivitäten in den liberalen Ökonomien florieren lassen. Die Börsenkapitalisierung in Relation zum Bruttoinlandsprodukt des Landes ist typischerweise sehr hoch. Im Gegensatz dazu sind im koordinierten Kapitalismus primär bankbasierte Finanzsysteme entstanden (Zysman 1983; Demircuc-Kunt und Levine 1999), in denen die Orientierung an der Reputation der Kreditnehmer überwiegt und eine strategische Interaktion zwischen den Vertragspartnern gefördert wird. Die Finanzmärkte haben demnach im koordinierten Kapitalismus einen vergleichsweise geringeren Stellenwert, während sie in den liberalen Ökonomien geradezu als konstitutives Element in die institutionelle Struktur des Wirtschaftssystems eingebunden sind.

Trotz des Wissens um diese Unterschiede blieb die Frage der Dauerhaftigkeit der institutionellen Differenzen stets umstritten. So wurde in der „Varieties-of-Capitalism“-Literatur von Beginn an die Debatte geführt, wie nationale Ökonomien auf die verstärkte globale Integration der Weltwirtschaft und den damit verbundenen intensivierten Wettbewerb reagieren. Auch wenn einige Stimmen in der Diskussion die Möglichkeit einer Konvergenz der verschiedenen nationalen Systeme und die allgemeine Verbreitung des angloamerikanischen Kapitalismus für möglich gehalten haben (Albert 1991; Katz und Darbishire 2000; Soederberg et al. 2005), so blieb doch stets die Position dominant, wonach die Differenzen zwischen verschiedenen Spielarten des Kapitalismus von Dauer sind, sei es als Fortschreibung der bestehenden Kapitalismusmodelle (Hall 2007; Hall und Soskice 2001; Hall und Thelen 2006; Soskice 1999) oder als neue Vielfalt an verwandelten hybriden Kapitalismusformen (Dyson und Padgett 2005; Höpner und Jackson 2001; Morgan et al. 2005; Yamamura und Streeck 2003; Vitols 2001). Der Wandlungsdruck, der von der Globalisierung der Finanzmärkte ausgeht, wurde durchaus als „Challenge“ (Hall 2007: 64) zur Kenntnis genommen. Letztlich ging die Mehrzahl der Forscher aber davon aus, dass marktwirtschaftliche Differenzen institutionell hinreichend abgesichert sind.

1 Je nach Analyseansatz werden auch weit mehr konkurrierende Kapitalismusmodelle unterschieden. In der Grundtendenz wird aber jeweils stets der angloamerikanische Kapitalismustyp von mindestens einer anderen Variante abgegrenzt.

1. Institutionelle Komplementarität

Ein wesentlicher Ausgangspunkt für diese Annahme gründet in der Beobachtung, dass Institutionen häufig in einer Art „Wahlverwandtschaft“ zueinander stehen (Crouch 2005: 48) oder sich gar in komplementärer Weise aufeinander beziehen (Hall und Soskice 2001: 17 ff.).² Stehen Institutionen in einem komplementären Verhältnis, so wird der Ertrag der einen Institution durch die Geltung einer anderen Institution gesteigert. Da einzelne institutionelle Elemente nicht ohne ökonomische Einbußen einseitig aus einer komplementären Gesamtkonstellation herausgelöst werden können, sehen die Vertreter der Kontinuitätsthese in den Erträgen einen Schutz vor der fundamentalen Veränderung der Gegebenheiten (Soskice 1999: 208; Hall 2006: 191). Bezüglich der institutionellen Unterschiede im Bereich der Unternehmensfinanzierung wäre also damit zu rechnen, dass im liberalen Kapitalismus kapitalmarktbasierende Finanzierungen aufgrund ihrer Komplementarität mit anderen liberalen marktwirtschaftlichen Institutionen dauerhaft aufrechterhalten werden, während im koordinierten Kapitalismus Bankkredite, die auf nicht-öffentlich zugänglichen Informationen beruhen, stets im Vordergrund stehen sollten (Hall und Soskice 2001: 28). Die Vertreter der Hybridisierungs-These gehen demgegenüber davon aus, dass sich die komplementären Konstellationen durchaus inkrementell ändern können, weshalb es ihrer Ansicht nach in einzelnen institutionellen Bereichen zur Annäherung an andere marktwirtschaftliche Modelle kommen kann. Bezogen auf die Wandlung des koordinierten deutschen Kapitalismus verdeutlichen dies Höpner und Jackson (2001) exemplarisch an der Etablierung eines „Marktes für Unternehmenskontrolle“. Nach einer allmählichen Abschwächung der ursprünglichen Widerstände ließen sich feindliche Unternehmensübernahmen in das Gefüge der Institutionen des deutschen Kapitalismus einfügen, sodass die Mannesmann-Übernahme durch Vodafone im Jahr 2000 erstmals im Grunde nach den zuvor im angloamerikanischen Kontext entwickelten Verhaltensregeln vollzogen wurde. Gemäß Vitols (2001) konnte eine hybride Variante des ursprünglich angloamerikanischen Shareholder-Value-Konzeptes Fuß fassen, weil die nicht in Frage gestellte Aufsichtsratsmitbestimmung die Kompatibilität mit dem deutschen Modell ermöglicht hat. Wie in diesen beiden Beispielen sind auch im Bezug auf andere Länder häufig neue hybride Konstellationen diskutiert worden, welche die Anpassung des koordinierten Kapitalismus an die Aktivität internationaler Finanzmärkte erhöht haben (Goyer 2007, Aoki und Jackson 2008). Zuweilen wurde aber auch der Wandel in anderen marktwirtschaftlichen Institutionen gleichermaßen betont (Schmidt 2003, Streeck und Hassel 2004, Thatcher 2004).

2. Komparative Vorteile

Neben der Komplementarität von Institutionen sind in der „Varieties of Capitalism“-Debatte insbesondere komparative Vorteile als Begründung für eine andauernde markt-

² Zur Komplementarität von Institutionen vgl. Höpner (2005) und Deeg (2007); zur mal kritischen und mal bestätigenden empirischen Prüfung der Komplementaritäts-These vgl. Hall und Gingerich (2004), Kenworthy (2006) sowie Campbell und Pedersen (2007).

wirtschaftliche Vielfalt genannt worden. Diesem Argument liegt die Überlegung zugrunde, dass jeder Spielart des Kapitalismus spezifische komparative Vorteile eigen sind, die auf der jeweils zugrunde liegenden institutionellen Konstellation beruhen.³ Die Institutionen des koordinierten Kapitalismus werden beispielsweise als förderlich für die Herstellung von diversifizierten Qualitätsgütern und als hinderlich für kurzfristig orientierte Produktmarktstrategien angesehen. Liberale Ökonomien hätten hingegen im Gegensatz zur koordinierten Spielart des Kapitalismus Vorteile bei der Entwicklung von Grundlageninnovationen und Nachteile bei der inkrementellen Weiterentwicklung etablierter Technologien (Casper 1998; Hall und Soskice 2001: 36-45; Soskice 1999; Streeck 1991). Die Vertreter der Kontinuitätsthese gehen zudem von Unternehmen aus, die sich jeweils spezifisch an den eigenen Standort angepasst haben. Im Hinblick auf die unterschiedliche Bedeutung des Finanzmarktes kann die Häufung von Investmentbanken mit finanzmarktbezogenem Aktivitätsprofil in liberalen Ökonomien und von Universalbanken mit starker Kreditbankorientierung in koordiniert-kapitalistischen Ländern beispielhaft genannt werden. Ein Institutionensystem, das weltweit von allen Unternehmen übereinstimmend als optimal eingestuft wird, kann es diesen Überlegungen zufolge daher nicht geben (Haake 2002; Hall 2006). Zur Sicherung der komparativen Vorteile würden die Unternehmen und ihre Verbandsorganisationen die institutionellen Gegebenheiten nicht ernsthaft in Frage stellen, sondern diese vielmehr stützen (Soskice 1999: 133-134). Die institutionelle Vielfalt der national differierenden Marktwirtschaften ist in dieser Perspektive überdies eine Chance für multinationale Unternehmen. Von diesen wird angenommen, dass sie institutionelle Arbitrage betreiben, indem sie nur jene Aktivitäten in andere institutionelle Kontexte verlagern, die sich dort effizienter realisieren lassen (Porter 1990; Hall und Soskice 2001: 56-57). Sie wandern nicht etwa einseitig z. B. in deregulierte Kontexte ab, sondern gezielt in die für sie jeweils optimalen institutionellen Umgebungen. Die Multinationalisierung von Unternehmen, so die Überlegung, trägt daher zur Verfestigung der bestehenden nationalen Differenzen bei. Komparative Vorteile sind in der „Varieties-of-Capitalism“-Diskussion als Erklärungsfaktor allerdings nicht unumstritten.⁴ Alternativ wird, insbesondere von vielen Vertretern der Hybridisierungsthese, die Bedeutung von selbstverstärkend wirkenden Tradierungen hervorgehoben. Grundlage dieses Arguments ist die Annahme, dass die Vergangenheit die Möglichkeiten für institutionellen Wandel in pfadabhängiger Weise beschränkt (Clark und Wójcik 2005; Deeg 2005; Schneiberg 2006), sodass nicht zwangsläufig die komparative Vorteilhaftigkeit von institutionellen Konstellationen für den Fortbestand von entscheidender Bedeutung ist.⁵ Eine verstetigte

3 Die Theorie komparativer Kostenvorteile geht auf David Ricardo zurück. Sie geht davon aus, dass ein Land, trotz absoluter Kostennachteile bei sämtlichen Produktionsmöglichkeiten, relative Vorteile bei der Herstellung einzelner Produkte hat und damit erfolgreich am internationalen Handel partizipieren sowie Tauschvorteile erzielen kann. Entsprechend dieser Theorie wird unbeschränkter Außenhandel letztlich zu Produktionsspezialisierungen führen. Hall und Soskice sehen institutionelle Differenzen als wesentlichen Einflussfaktor für Produktionskosten an und sprechen daher in Analogie zur Außenhandelstheorie Ricardos von „comparative institutional advantages“ (Hall und Soskice 2001: 36).

4 Die Betonung der komparativen Vorteile steht in der Kritik, weil der institutionelle Wandel hierdurch stark funktionalistische Züge annimmt, vgl. Allen (2004) und Streeck (2005).

5 Vgl. zur Pfadabhängigkeit von Institutionen Beyer (2006), Greif (2006) und North 1990.

institutionelle Vielfalt des Kapitalismus wird aber auch in dieser Perspektive angenommen, da die institutionelle Tradition den Pfad der Anpassung der einzelnen Nationalstaaten an die globalen Güter- und Finanzmärkte jeweils maßgeblich prägt.

3. Gesellschaftliche Machtbalance

Als Gründe für eine hohe institutionelle Kontinuität gelten zudem auch Aspekte der Machtbalance und des gesellschaftlichen Interessenausgleichs. Hall (2006: 189) zählt das Machtgleichgewicht zwischen konkurrierenden Organisationen gar zu den „wichtigsten Faktoren, die den institutionellen Praktiken der politischen Ökonomie Dauerhaftigkeit verleihen.“ Die Erwartung einer Fortschreibung von institutionellen Differenzen gründet in dieser Deutung darauf, dass sich in den Gesellschaften unterschiedlich gelagerte Machtgleichgewichte eingestellt haben. Da die Interessen in den Gesellschaften verschieden organisiert sind, die Regierungspolitik jeweils in unterschiedlichem Ausmaß Einfluss auf wirtschaftliche Gegebenheiten nimmt und auch die Vorstellungen der Bürger über sozial gerechte Zustände länderspezifisch voneinander abweichen, wären radikale Wechsel in der institutionellen Verortung der nationalen Ökonomien kaum erwartbar. Gemeinsame Auffassungen, Machtbeziehungen und Regierungspolitiken werden zwar nicht ausschließlich als Faktoren angesehen, die den Bestand von Institutionen in der politischen Ökonomie stützen, sondern gleichermaßen auch als Ursachen des institutionellen Wandels (Hall 2006: 190). Doch würden die institutionellen Reaktionen auf gesellschaftliche Herausforderungen zeigen, dass eine Konvergenz zwischen den verschiedenen Spielarten des Kapitalismus letztlich nicht festgestellt werden kann (Hall 2007). Selbst unerwartet auftretende ökonomische Entwicklungen würden länderspezifisch primär in der Eigenlogik der jeweiligen marktwirtschaftlichen Spielart des Kapitalismus bearbeitet (Iversen 2007). Aus der Sicht der Vertreter der Hybridisierungs-These sind aufgrund der gesellschaftlichen Kräfteverhältnisse zumindest keine radikalen Übergänge zu erwarten. Vielmehr gehen diese von Mechanismen wie „Layering“ (Ergänzende Einbindung neuer Institutionen), „Conversion“ (Neuausrichtung durch neue Deutung der Institution bzw. durch Einbezug neuer Akteure) oder „Drift“ (Feinjustierende Anpassung an Umweltänderungen) aus, die jeweils einen inkrementellen Wandel der Institutionensysteme herbeiführen (Streeck und Thelen 2005).

III. Finanzmarktkapitalismus

In Konkurrenz zur These sich fortschreibender marktwirtschaftlicher Differenzen ist in den letzten Jahren eine Gegenseite entstanden, die stattdessen den diachronen Wandel hin zu einer verstärkten Finanzmarktorientierung in allen Spielarten des Kapitalismus betont (Deutschmann 2005, 2006; Dore 2008; Froud et al. 2000; Grahl 2001; Windolf 2005, 2008). In der Diskussion sind mehrere Ursachen benannt worden, die zur Entfaltung des neuen marktwirtschaftlichen Regimes des Finanzmarktkapitalismus beigetragen haben.

1. Wandel der Eigentumsverhältnisse

Von einem Teil der Autoren werden insbesondere gewandelte Besitzverhältnisse als zentraler Faktor der Veränderung hervorgehoben. Investmentfonds, Pensionsfonds und andere institutionelle Investoren konnten demnach dank eines Kontrollvorteils als „Neue Eigentümer“ (Windolf 1994) zunächst die Kleinaktionäre und danach vielfach auch Nichtfinanz-Unternehmen (als „Ankeraktionäre“ bzw. „Blockholder“) aus dem Anlegerkreis der Aktiengesellschaften verdrängen. Der Kontrollvorteil besteht darin, dass Fondsgesellschaften sowohl „exit“ als auch „voice“ als Mittel zur Durchsetzung ihrer Eigentumsrechte nutzen können (Hirschman 1974; Windolf 2005). Im Gegensatz zu Großaktionären, die beim Verkauf ihrer Anteile mit erheblichen Kontrollabschlägen rechnen müssen, und zu Kleinaktionären, die sich aufgrund geringer Stimmanteile kaum Gehör für ihre Anliegen verschaffen können, sind sie aufgrund ihrer Beteiligungen, die selten über drei bis vier Prozent hinausreichen, in ihren Möglichkeiten zur Durchsetzung ihrer Eigentumsrechte wenig beeinträchtigt. Ihnen gelingt es, „exit“ und „voice“ zu kombinieren, da sie mit Abwanderung und den damit verbundenen Kursverlusten drohen können. Investmentgesellschaften haben auf diese Weise in vielen Unternehmen erheblichen Einfluss auf die Geschäftspolitik gewonnen. Als reine Finanzintermediäre setzen sich die Fondsmanager selbst nur einem geringen Risiko aus, obwohl sie faktisch als Eigentümer auftreten und hohe Profitansprüche stellen.⁶ Verstärkt wird der Einfluss der Investmentgesellschaften dadurch, dass die verschiedenen Fonds häufig übereinstimmende Interessen haben und sie sich somit, wenn auch nicht unbedingt abgestimmt, so doch vielfach gemeinsam gegen unerwünschte Geschäftsstrategien wenden. Die Fonds stehen gleichwohl in Konkurrenz um die Einlagen ihrer Kunden. Diese Konkurrenz treibt sie dazu, hohe Forderungen an die Unternehmen zu stellen. Auf diese Weise wird die Rendite-Konkurrenz, der die Fonds-Manager auf den Finanzmärkten ausgesetzt sind, auf die Unternehmen übertragen (Windolf 2005).

Eine wesentliche Triebkraft des Aufstiegs war das Anwachsen der privaten Finanzvermögen in der Bevölkerung. Die lange Phase wirtschaftlicher Prosperität nach dem Zweiten Weltkrieg hat dazu geführt, dass immer mehr anlagebereites Kapital verfügbar wurde, wobei sich die Eigentümer nicht mehr nur mit mageren Zinssätzen zufrieden geben wollten (Deutschmann 2008). Die im Fondssparen erzielbaren Renditen konnten viele Kleinsparer davon überzeugen, ihr Geld statt in Sparbüchern und Staatsobligationen in Fondsprodukte anzulegen. Aufgrund einer in vielen Ländern sich vollziehenden Umgestaltung der öffentlichen Rentensysteme zugunsten der Förderung kapitalgedeckter Privatversicherungen sind in den letzten Jahrzehnten aber auch die Finanzmittel der Rentenfonds beträchtlich gewachsen. Nach Deutschmann (2005: 68) nutzten die Finanzinstitute die Besorgnisse über die Zukunft der staatlichen Rentensysteme geschickt aus, um das Geld privater Haushalte auf die Konten der Fonds zu leiten. Auf diese Weise landeten auch Geldmittel von Personen an der Börse, die von sich aus nie diesen Schritt gewagt hätten. Eine noch weitaus größere Dynamik ging aber von den Investmentunternehmen selbst aus. Die Profite, die sie den Unternehmen abpressen konnten, wurden mit einem über die Jahre wachsenden Ausmaß an zusätzli-

⁶ Windolf (2008) spricht von „Eigentümern ohne Risiko“.

cher Kreditaufnahme (leverage) in immer neue, komplizierter agierende Spezialfonds gesteckt, die den Wettbewerb der Renditekonkurrenz weiter angeheizt haben. Das Anlagevolumen von Spezialfonds ist daher weit größer als das der Publikums- und Rentenfonds (Huffschmid 2002: 9; Deutschmann 2005: 62).

Da die verschiedenen Fonds enorme Summen an Geldkapital für ihre Investitionsaktivitäten mobilisieren konnten, waren sie auch gezwungen, für die Einlagen rentable Investitionsobjekte zu finden. Ihr Anlagevermögen übersteigt in vielen Ländern das jährliche Bruttosozialprodukt inzwischen deutlich. Nach Windolf (2005: 37) gibt es allerdings keinen Mechanismus, der garantiert, dass das Risikoprofil der Investoren dem Risikoprofil der Unternehmensstrategien entspricht. Die Fonds mussten die Risikoneigung der Investoren daher mit den Strategien der Unternehmen „kompatibel machen“, was bei gestiegenen Renditeerwartungen hieß, dass Unternehmen zu riskanten Marktstrategien gedrängt wurden. Als Alternative wurde auch die Ausschachtung von Investitionsobjekten genutzt, bei der Renditen durch die Aneignung von Vermögenswerten erzielt wurden. Dieses Gebaren von „Geierfonds“ hat in der Öffentlichkeit allerdings erhebliche Zweifel an den Finanzmarktaktivitäten ausgelöst. Eine weitere Option ist die rein spekulative Kapitalverwertung. Die Anleger investieren nicht mit der Absicht, von den operativen Gewinnen der Unternehmen zu profitieren, sondern sie haben bei der Investition von vornherein den profitablen Wiederverkauf im Sinn. Ihr Kalkül richtet sich darauf, zwei, drei Jahre lang einen Entwicklungstrend zu prägen oder von einem gegebenen Trend zu profitieren. Mit hohem Engagement soll möglichst viel aus einer Investition herausgeholt werden, um dann im richtigen Moment auszusteigen und eine neue Initiative anzustoßen.⁷ Diese Exit-Investitionslogik (Kühl 2003), die sich im Finanzmarktkapitalismus ausgebreitet hat, basiert primär auf der „Phantasie“, die im Markt herrscht. Außergewöhnliche Renditen lassen sich mit dieser Strategie insbesondere dann erzielen, wenn es zu überschießenden Phantasien kommt. Die Finanzmärkte sind, wie die Geschichte gezeigt hat, überaus anfällig für die Bildung von Spekulationsblasen (Kindleberger und Aliber 2005). In einer Aufschwungphase schaukeln sich die Akteure in ihren positiven Erwartungen gegenseitig hoch. Es entsteht eine Manie, die den Kurs in die Höhe schießen lässt. Irgendwann reift jedoch bei den Akteuren die Überzeugung, dass die Wertbestimmung fundamental nicht mehr gerechtfertigt ist, was einen Verkaufsdruck auslöst. Die Grundhaltung schlägt in Panik um und es kommt aufgrund der gleichen Handlungsdynamik zum Crash. Die Gewinner dieser zyklisch wiederkehrenden „Über“- und „Unterbewertung“ sind in der Regel professionelle Investoren, die rechtzeitig ein-, aber auch wieder aussteigen, während die breite Masse häufig Verluste erleidet (Deutschmann 2008: 5).⁸ Die Bildung von Spekulationsblasen ist nach Windolf allerdings keine irrationale Anomalie, sondern ein Wesensmerkmal des Finanzmarktkapitalismus. Die Finanzmärkte können „die Komplexität der Ge-

⁷ Eine Folge dieser Entwicklung ist, dass Unternehmensgründungen häufig von vornherein auf temporäre Attraktivität ausgerichtet wurden.

⁸ Im Gegensatz zu der gängigen Deutung der Blasenbildung durch „Herdenverhalten“, wie sie Kindleberger und Aliber (2005) oder auch Minsky (1977) beschreiben, interpretieren Abolafia und Kilduff (1988) Finanzmarktkrisen als Prozess aktiver sozialer Konstruktion, bei dem sich die Akteure stets darum bemühen, letztlich die Solvenz der Insider und der Integrität des Marktes zu erhalten.

brauchswerte“ (Windolf 2005: 31) nicht zureichend verarbeiten, da sie ihre Wertbestimmungen allein auf Grundlage von Erwartungs-Erwartungen bilden. Diese Erwartungsbildung wird durch öffentlich zugängliche Informationen erleichtert. Die Möglichkeit des Zugriffs auf unternehmensbezogene Informationen kann eine Transformation von „Unsicherheit“ in „kalkulierbares Risiko“ partiell herstellen oder zumindest suggerieren,⁹ weshalb im Finanzmarktkapitalismus eine globale Infrastruktur von Rating-Agenturen, Beratern und Analysten entstanden ist, die Daten, Kennziffern, Bewertungen und Kauf- und Verkaufsempfehlungen zur Verfügung stellen. Die Entwicklung dieser „Wissensindustrien“ hat die Ausbreitung des Finanzmarktkapitalismus dementsprechend begleitet (Deutschmann 2005: 63; Windolf 2008) und das Vertrauen der Investoren in die vermeintliche Informationseffizienz des Marktes gefördert. Der Aufstieg der Fonds beruhte daher auch auf dem Einflusszuwachs dieser Finanzmarktakteure.

2. Wandel von Leitbildern

Neben den geänderten Eigentumsverhältnissen ist auch der Wandel von Orientierung gebenden Leitbildern als Ausgangspunkt des Aufstiegs des Finanzmarktkapitalismus betont worden. Donald MacKenzie (2006) beschreibt beispielsweise in seinem Buch *An Engine, Not A Camera*, wie moderne finanzwissenschaftliche Theorien das Funktionieren von Finanzmärkten grundsätzlich verändert haben. Zum Zeitpunkt ihrer Entwicklung konnten einige Theorien, die das heutige Börsengeschehen gut erklären können, noch keine befriedigenden Prognosen erbringen. Daraus lässt sich schließen, dass die finanzwissenschaftlichen Ideen die Gegebenheiten im Sinne einer „self-fulfilling prophecy“ geändert haben. Die Finanzmarktakteure haben sich diese Theorien zu eigen gemacht und fortan in ihrem Sinne gehandelt bzw. durch Technisierung jene mathematischen Logiken ins Börsengeschehen hineingetragen, die den finanzwissenschaftlichen Theorien zugrunde lagen (Ferraro et al. 2005; McKenzie 2006).

Von zentraler Bedeutung für die Verbreitung des Finanzmarktkapitalismus waren aber auch veränderte Vorstellungen bezüglich der Prinzipien der Unternehmensführung und -kontrolle. Hier ist insbesondere die Diffusion einer Leitvorstellung hervorzuheben, die Neil Fligstein (2001) als „shareholder value conception of the firm“ bezeichnet hat. Die Maximierung des Aktionärsgewinns steht hier als Unternehmensziel im Vordergrund. Der Indikator, an dem der Unternehmenserfolg bemessen wird, ist der Aktienkurs des Unternehmens. Bei ungenügender Kursentwicklung ist der Austausch des Managements vorgesehen, sei es aufgrund interner Mechanismen oder auch mittels „feindlicher“ Übernahmen. Die Übernahmeaktivitäten auf dem Markt für Unternehmenskontrolle werden daher als legitimer Wettbewerb zwischen verschiedenen Managementteams um das Recht angesehen, die Ressourcen einer Unternehmung zu kontrollieren. Mit erfolgsabhängigen Aktienoptionen als wichtigem Einkommensbestandteil der Manager wird signalisiert, dass die Interessen von Eigentümern und Management in hohem Maße in Übereinstimmung gebracht wurden. Zur Erreichung der Unterneh-

⁹ Windolf (2005) geht davon aus, dass Aktienmärkte Unsicherheit immer nur fiktiv in Risiko transformieren können.

mensziele wird eine Konzentration auf Kernkompetenzen nahegelegt, also die Vermeidung von Diversifikationen, der Verkauf unproduktiver Unternehmensteile und der Zukauf im Kernbereich des Unternehmens. Weitere Aspekte sind der Aufkauf eigener Aktien zur Kurspflege und eine hohe Fremdfinanzierung als Mechanismus zur Disziplinierung des Managements.

In einem Kapitel seines Buches *The Architecture of Markets* hat Neil Fligstein (2001: 147-169) den Wechsel *amerikanischer* Unternehmen zur „shareholder value conception of the firm“ organisationssoziologisch wie folgt gedeutet: Ausgangspunkt für die Infragestellung der vorher auf Diversifizierungsstrategien beruhenden Praxis der Unternehmensführung war die wachsende Konkurrenz ausländischer Unternehmen in den 1970er Jahren. Die hierdurch ausgelöste ökonomische Krise ließ sich mit Hilfe der zu jener Zeit neuartigen finanzwissenschaftlichen „agency theory“ deuten (Fama 1980; Jensen und Meckling 1976), die zugleich eine aktionärsorientierte Praxis der Unternehmensführung als alternative Handlungsorientierung anbot. Für die neue Leitvorstellung machten sich, so Fligstein, zunächst insbesondere Investmentbanker und die Fondsmanager institutioneller Investoren stark. Diese waren zwar schon vor der weitgehenden Verbreitung der „shareholder value conception of the firm“ einflussreich, aber die Definitionshoheit zur Durchsetzung einer bestimmten Art der Unternehmenskontrolle hatten sie noch nicht erreicht. In der ökonomischen Krise gewannen sie diese, weil ihre finanzwissenschaftlich begründeten Vorstellungen und Ideen bei den Managern in den Finanzabteilungen der Unternehmen Anklang fanden (Zorn et al. 2007). Aufgrund sichtbarer Restrukturierungserfolge, die mit der neuen Strategie der Unternehmensführung erzielt werden konnten, und der hierdurch wachsenden Unterstützung hatten die Finanzmanager alsbald größere Chancen zur Übernahme der operativen Gesamtführung, so dass sich in einer anschließenden Verbreitungsphase auch Manager mit anderem Qualifikationshintergrund an den finanzwissenschaftlichen Ideen und den entsprechenden Praktiken zu orientieren begannen.

Die Verbreitung einer solchen Leitvorstellung ist in einer liberalen Ökonomie wie jener der Vereinigten Staaten hoch plausibel, da sie in starkem Maße auf die Disziplinierungskraft des Marktes vertraut. Derselbe Verbreitungsweg setzte sich aber auch in anderen Ländern fort. Am deutschen Fall, der in der Diskussion um die Spielarten des Kapitalismus als Paradebeispiel einer koordinierten Ökonomie gilt, zeigt Beyer (2003, 2006), dass eine analoge Entwicklung zeitverzögert in den 1990er Jahren einsetzte. Wie im amerikanischen Fall gab eine ökonomische Krise Anlass zur Infragestellung der etablierten Praktiken der Unternehmenskontrolle. Die Rede von der „deutschen Krankheit“ machte zu dieser Zeit die Runde. Viele Aspekte des koordinierten Systems der Unternehmenskontrolle wurden nun in der Öffentlichkeit mit mangelnder Transparenz, Bankenmacht und nichtmarktkonformem Verhalten gleichgesetzt, während amerikanische Corporate-Governance-Vorstellungen als kontrollstärker eingestuft wurden. Im internationalen Vergleich war die Unternehmensdiversifizierung deutscher Unternehmen relativ hoch, so dass dieselbe Problemdeutung Anwendung finden konnte. Als Vorreiter der Entwicklung fungierten, wie zuvor im amerikanischen Kontext, insbesondere Investmentbanker und Manager aus den Finanzabteilungen von Unternehmen. Im deutschen Bankensystem gab es im Unterschied zu den amerikanischen Verhältnissen zwar keine größeren Finanzunternehmen mit reiner Ausrichtung auf das Investmentgeschäft. Den Investmentbankern gelang es allerdings in vielen Finanzunternehmen, sich

gegen kreditbankorientierte Traditionalisten durchzusetzen (Beyer 2003). Das in vielen Finanzunternehmen gewachsene Ansehen der Investmentbanker hing nicht zuletzt mit dem Erfolg amerikanischer Investmentbanken zusammen, die von der Verbreitung der „shareholder value conception of the firm“ profitiert hatten. Der steigende Einfluss der Investmentbanker regte auch die Verbreitung und Durchsetzung der neuen finanzmarktorientierten Vorstellungen in Nicht-Finanzunternehmen an (Fiss und Zajac 2004). Wie in den Vereinigten Staaten rückten dort nun auch vermehrt Finanzmanager in Führungspositionen ein und veränderten deren Unternehmensstrategien. Als bald übernahmen, wiederum in Analogie zum amerikanischen Fall, auch die Topmanager mit anderem Erfahrungshintergrund die neuen Leitvorstellungen. In Folge der neuen Orientierung wurden auch die wechselseitigen Unternehmensbeteiligungen veräußert, die ein Einrücken der Investmentfonds in die Eigentümerkreise und deren enormen Machtzuwachs überhaupt erst möglich gemacht haben.¹⁰

Froud, Haslam, Johal und Williams (2000) betonen einen weiteren Aspekt, der die Verbreitung des Shareholder-Value-Konzepts begünstigt hat. Sie verweisen darauf, dass Unternehmensberatungen, wie McKinsey oder die Boston Consulting Group und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften wie Price Waterhouse Coopers und Arthur Anderson aktiv bei der Implementierung der aktionärsorientierten Strategie der Unternehmensführung mitgewirkt haben. Die von ihnen propagierte Verwendung von Kenngrößen wie CFROI, EVA und MVA zur Bestimmung des Wertgewinns hat nach der Ansicht von Froud, Haslam, Johal und Williams einen wesentlichen Beitrag zur „Finanzialisierung“ der Ökonomie geleistet. Das Managementhandeln wurde durch die Orientierung an diesen Kenngrößen abhängig von Börsengeschehen und der Investitionsneigung institutioneller Geldgeber. Die Erwartungen der Investoren entfernten sich hierdurch zunehmend vom realen wirtschaftlichen Erfolg der Unternehmung und hingen stattdessen zunehmend von einer „financialized superstructure“ ab (Froud et al. 2000: 102).

3. Regulierungen und gesetzgeberische Maßnahmen

Neben geänderten Eigentumsverhältnissen und dem Wandel von Leitbildern werden insbesondere Regulierungen, gesetzgeberische Maßnahmen und Förderinitiativen als Ursache der Entstehung des Finanzmarktkapitalismus benannt. Dabei gelten der Zusammenbruch des Bretton-Woods-Systems und der Übergang zu flexiblen Wechselkursen im Jahr 1973 als Ausgangspunkte einer Entwicklung, die eine zunehmende Expansion von Finanzmärkten über das nationale Territorium hinaus begünstigt haben. In den westlichen Industriestaaten setzte seitdem ein Trend zum Abbau der internationalen Kapitalverkehrsbeschränkungen (Zinsregulierungen, Mengenbeschränkungen, Meldepflichten) und zur Liberalisierung der heimischen Finanzmärkte ein (Lütz 2008: 349). Die Liberalisierung der internationalen Devisen- und Kapitalmärkte hat entscheidende Voraussetzungen für die globale Aktivität der institutionellen Investoren geschaf-

¹⁰ Vgl. hierzu die Diskussion in Beyer (2003) sowie Höpner und Krempel (2003) zur Auflösung der „Deutschland AG“.

fen und damit auch für ihren Aufstieg zu machtvollen Akteuren des Finanzkapitalismus (Deutschmann 2006: 64).

Neben den USA, die schon seit den 1970er Jahren zu den stärksten Befürwortern einer Liberalisierung der Kapitalmärkte gehörten (Huffs Schmid 2002: 129), hat sich insbesondere die Europäische Union stark zugunsten der Förderung der Finanzmarktaktivität engagiert. Der Abbau von Kapitalverkehrskontrollen wurde als Teil des Programms zur Schaffung eines Europäischen Binnenmarktes im Rahmen der Einheitlichen Europäischen Akte als Ziel im EWG-Vertrag fixiert. Mit Richtlinien zur Bankrechtskoordinierung und zur Regelung von Wertpapierdienstleistungen wurde Kreditinstituten, Wertpapierhandelsunternehmen und Börsen am Anfang der 1990er Jahre das europaweite Betätigungsrecht eingeräumt. Danach konzentrieren sich Bestrebungen zu weiterer Liberalisierung auf die Schaffung eines integrierten europäischen Kapitalmarktes, die Ausweitung kapitalgedeckter Formen der individuellen und betrieblichen Altersvorsorge und auf die Erweiterung der Anlagemöglichkeiten von Investment- und Pensionsfonds (Lütz 2008: 350). Von großer Bedeutung für die Begünstigung aktionärsorientierter Unternehmensstrategien waren aber insbesondere die Reformen der Unternehmenskontroll-Regelungen, die in den 1990er Jahren in ausnahmslos allen westlichen Industrieländern stattfanden (Cioffi und Höpner 2006). Die Gesetzesinitiativen hatten den Schutz der Minderheitsaktionäre vor Übervorteilung durch Mehrheitsaktionäre und Kreditgeber, die Stärkung der Börsenaufsicht, die Erhöhung der Transparenzpflicht und die Regelung von Unternehmensübernahmen zum Ziel. Insgesamt wurden die Rechte der Investoren durch die Maßnahmen erheblich gestärkt. Die Mehrzahl dieser Reformen ist von politischen Parteien des Mitte-Links-Spektrums auf den Weg gebracht worden, während es Parteien der rechten Mitte waren, welche die traditionellen Institutionen des koordinierten Kapitalismus zu bewahren suchten. Cioffi und Höpner (2006) sprechen daher vom parteipolitischen Paradox des Finanzmarktkapitalismus, da die Regulierungsmaßnahmen eigentlich Kapitaleinkommen relativ zu Arbeitseinkommen begünstigen. Die Perspektive der notwendig gewordenen Kontrolle der Manager und der Demokratisierung des Eigentums hatte in den Mitte-Links-Parteien die Oberhand gewonnen und andere Deutungen in den Hintergrund gedrängt.¹¹

Die gesetzgeberischen Maßnahmen, die sich ändernden Eigentumsverhältnisse und die neuen Leitbilder der Unternehmensführung ergänzen sich in ihrer Wirkung, sodass man die verschiedenen Argumente der Vertreter des Finanzmarktkapitalismus-Ansatzes auch kombinieren kann. So könnte gerade das Zusammenspiel der verschiedenen Prozesse bedeutsam für eine allgemeine Erhöhung der Finanzmarktorientierung gewesen sein.

¹¹ Cioffi und Höpner (2006) zeigen, dass bei den Corporate-Governance-Reformen seit den 1990er Jahren die Konfliktlinie Management vs. Arbeitnehmer und Aktionäre (Managerherrschafts-Konflikt) dominant war, während die Konfliktlinie Management/Aktionäre vs. Arbeitnehmer (Klassenkonflikt) überraschenderweise keine Rolle mehr gespielt hat.

*IV. Die Varieties-of-Capitalism- und die Finanzmarktkapitalismus-Debatte
im Licht der Finanzkrise*

Die Risiken globaler Finanztransaktionen wurden in jüngster Zeit eindrücklich offenlegt. Seit Herbst 2008 sind die Finanzmärkte in Aufruhr. Die Wirtschaftskrise hat Ausmaße angenommen, wie man sie seit der Großen Depression in den 1930er Jahren nicht mehr beobachtet hat. Diese krisenhaften Ereignisse sind eine Möglichkeit zur Überprüfung der in den Diskussionen um „Finanzmarktkapitalismus“ und „Varieties of Capitalismus“ gebildeten Erwartungen. Insofern ist eine abwägende Bewertung der unterschiedlichen Sichtweisen im Licht der Verwerfungen auf den Finanzmärkten besonders lohnend.

1. Zum Aspekt der Entstehung der Krise

Eine Finanzkrise globalen Ausmaßes ist zwangsläufig eine große Herausforderung für einen Erklärungsansatz, der insbesondere die nationale Vielfalt marktwirtschaftlicher Institutionen betont. Die Entstehung einer fundamentalen, die Grundfesten des Kapitalismus erschütternden Krise wurde in der „Varieties of Capitalism“-Diskussion dementsprechend nicht vorausgesehen. Durch die Betonung von Komplementaritäten, komparativen Vorteilen und gesellschaftlichen Machtgleichgewichten wurde Institutionenwandel in der Regel als Prozess mit hoher Trägheit aufgefasst. Endogen verursachte Krisen, eskalierende Prozesse mit eruptivem Ausgang und die spontane Entzauberung von Leitbildern standen nicht zur Debatte. Die häufig eingeklagte Dynamisierung des Erklärungsmodells (Crouch 2005; Streeck und Thelen 2005; Jackson und Deeg 2006) ist zwar als Anliegen ernst genommen worden, weshalb die Vertreter des „Varieties of Capitalismus“-Ansatzes sich in ihren neueren Arbeiten gerade mit diesem Aspekt besonders intensiv auseinandergesetzt haben (Hancké et al. 2007; Hall und Thelen 2006; Hall 2007), doch wurde die Möglichkeit radikaler Veränderungsschübe aus konzeptionellen Gründen auch in diesen Arbeiten kaum beachtet.¹² Die Entstehung der Krise in einer liberalen Ökonomie ist aufgrund des Verlaufs der Diskussion um die Spielarten des Kapitalismus eine weitere Überraschung, galt doch in der Regel nicht der liberale Kapitalismus als Krisenmodell. Der durch Globalisierungsprozesse bedingte Anpassungsdruck wurde zumeist beim koordinierten Kapitalismus weit höher veranschlagt. Die „Hybridisierung“ betraf stets die koordinierten Modelle und nicht den liberalen Kapitalismus, bei dem eher eine weitergehende Tendenz zur Liberalisierung prognostiziert wurde (Hall und Gingerich 2004). Mit den Erwartungen des Varieties-of-Capitalismus-Ansatzes schwer in Einklang zu bringen ist auch die unvermittelte Ausbreitung der Finanzmarktkrise auf koordiniert-kapitalistische Ökonomien. Zeichnet sich doch der koordinierte Kapitalismus idealtypisch durch eine relative Abschirmung von Finanzmarkteinflüssen aus: Die börsennotierten Unternehmen sind in diesem durch Un-

¹² Die Fähigkeit zur Entwicklung von „radikalen Innovationen“ wurde zwar als Stärke des liberalen angloamerikanischen Kapitalismus hervorgehoben, dies bezieht sich aber auf technische Innovationen (Patente, Hochtechnologieprodukte etc.) und nicht auf den Wandel des liberalen Institutionensystems selbst.

ternehmensverflechtungen und Stimmrechtsbeschränkungen vor spekulativen Interventionen weitgehend geschützt, die Banken sind in der Rolle von geduldgigen Kapitalgebern (patient capital), die in Sorge um die Rückzahlungsfähigkeit ihrer Kredite in den Aufsichtsräten von Unternehmen zur besonnenen Geschäftstätigkeit drängen und die Aktienmarktkapitalisierung ist insgesamt vergleichsweise gering. Der komparative Vorteil des koordinierten Kapitalismus im Bereich inkrementeller Innovationen beruht zum Teil gerade darauf, dass Unternehmen die Risiken der Finanzmarktabhängigkeit scheuen. Die Finanzkrise hat offenbart, dass es den koordinierten Kapitalismus in dieser idealtypischen Form zum Zeitpunkt des Börsencrashes nicht mehr gegeben hat. Die Hybridisierungsprozesse waren bereits so weit fortgeschritten, dass sich die koordinierten Ökonomien der Finanzmarktkrise nicht entziehen konnten.

Die Entstehung einer tiefgreifenden Krise kann hingegen mit Hilfe des Finanzmarktkapitalismus-Ansatzes weit besser begründet werden als mit dem „Varieties of Capitalism“-Ansatz. Die Krux des Regimes des Finanzmarktkapitalismus liegt nach Deutschmann (2005) darin, dass zwar enorme Kapitalmengen bei den Investmentfonds angesammelt werden können, sich hierfür aber auf Dauer nicht immer neue attraktive Investitionsmöglichkeiten finden lassen. Im Regime des Finanzmarktkapitalismus werde einerseits „eine übermäßige Akkumulation finanzieller Vermögen gefördert“ und andererseits entstünde gleichzeitig „ein eher ungünstiges Umfeld für reale wirtschaftliche Innovationen“ (ebd: 58). Die Finanzkrise wurde ausgelöst, weil, auf der Suche nach risikoreichen und damit besonders hohe Gewinne versprechenden Anlagemöglichkeiten, auch Immobilienkäufe von Kreditnehmern ohne Eigenkapital oder schon früher erwiesener schlechter Zahlungsmoral (Subprime-Kunden) als Investitionsmöglichkeit entdeckt wurden. Dieses Geschäft funktionierte aber nur solange, wie die ins Immobiliengeschäft gepumpten Investitionssummen die Häuserpreise in die Höhe schießen ließen – eine fürwahr hochriskante Investitionsstrategie. Die Krise am amerikanischen Immobilienmarkt (Subprime-Krise) konnte weltweit ausstrahlen, weil finanzmarktorientierte Strategien der Banken dafür gesorgt hatten, dass die Risiken weitergereicht wurden. Statt durch möglichst engen Kontakt die Informationsasymmetrie zwischen Kreditnehmer und Kreditgeber zu mindern, setzten finanzmarktorientierte Banken darauf, die Risiken möglichst breit zu streuen. Dies geschah durch Verbriefung, bei der Tranchen unterschiedlichen Risikogehalts gebündelt und an den Kapitalmarkt weitergereicht wurden. Damit landeten die Risiken bei Investoren, die keine Detailkenntnis über die konkrete Situation der Kreditnehmer haben konnten. Die Investoren mussten sich auf die Bestimmung der Risikoklassen der emittierenden Institute und die Einschätzungen von Rating-Agenturen verlassen, die das Risiko der Tranchen bewertet hatten. Die Finanzinstitute hatten sich der Risiken allerdings nicht vollständig entledigt. Aufgrund einer erheblichen Fehlbewertung des Risikos konnte die Krise die Finanzinstitute vielmehr in zweifacher Weise treffen. Zum einen agierten auch diese als Investoren. Nur ein Teil der verbrieften Risiken ließ sich an Privatkunden weiterreichen. Je nach Risikoklasse wurden die Tranchen daher auch von Banken, Hedge-Fonds, Versicherern oder Pensionsfonds gekauft. Zum zweiten kam der Verbriefungsmechanismus in der Krise gänzlich ins Stocken. Mit „Zitronen“ (Akerlof 1970) wollte niemand mehr handeln und das Weiterreichen der Risiken war nicht mehr möglich. Die Banken entzogen sich untereinander das Vertrauen und liehen sich kein Geld mehr, sodass die Refinanzierung von Kreditrisiken nicht mehr betrieben werden konnte. Die sich eintrübende

wirtschaftliche Situation reduzierte zudem die Gewinnmöglichkeiten der Banken. Diejenigen Banken, die durch ein erhebliches Engagement im Subprime-Markt geschwächt wurden, mussten nun die Abwertung durch Rating-Agenturen fürchten und waren von Spekulationen auf fallende Kurse bedroht. Nachdem große Finanzunternehmen und Immobilienfinanzierer wie Bear Stearns, Freddie Mac und Fannie Mae nur durch staatliches Eingreifen knapp vor dem Kollaps bewahrt werden konnten, lösten Finanzinvestoren mit Leerverkäufen eine Abwärtsspirale bei den Kursen aller amerikanischen Investmentbanken aus. Der Bankrott der Investment-Bank Lehman Brothers führte zum weiteren Schwund des Vertrauens, da die Bedrohung des gesamten Finanzsystems manifest wurde. Der Finanzmarktkapitalismus richtete sich nun selbst gegen jene Akteure, die seinen Aufstieg mit herbeigeführt hatten.

Die innere Widersprüchlichkeit der institutionellen Gegebenheiten ist in der Finanzmarktkapitalismus-Debatte früh erkannt worden. Das ungepufferte Durchschlagen von Finanzmarktschocks auf die Realökonomie (Windolf 2005: 52), die Unerfüllbarkeit von Profitversprechen (Froud et al. 2000), die ungünstige Beeinflussung der organisatorischen Innovationsfähigkeit (Deutschmann 2006), die Förderung nicht dauerhaft tragfähiger Organisationsmodelle (Kühl 2003), die Bildung einer günstigen Gelegenheitsstruktur für „moral-hazard“-Verhalten (Windolf 2005) und eine allgemein depressive Wirkung auf das Wirtschaftswachstum (Deutschmann 2005: 79), all dies wurde als Gefahr und Risiko explizit benannt. Der Finanzmarktkapitalismus wurde zu meist als instabiles Institutionensystem aufgefasst, das unweigerlich auf eine Krise zu steuert (Deutschmann 2005; Schimank 2007) bzw. seine Fortexistenz zwangsläufig selbst in Frage stellt (Lazonick und o'Sullivan 2000).

2. Zum Aspekt der Varietät in der Krise

Aus der Perspektive des „Varieties of Capitalism“-Ansatzes werden ökonomische und soziale Herausforderungen stets in länderspezifischer Weise bearbeitet. Die Varietät marktwirtschaftliche Systeme sollte sich daher auch in Krisenphasen zeigen. Bei der aktuellen Finanzkrise handelt es sich ohne Zweifel um eine globale Krise, die alle Finanzplätze in Mitleidenschaft gezogen und nahezu alle Ökonomien in die Rezession getrieben hat. Es gibt aber durchaus Unterschiede, die allerdings nicht immer als Bestätigung der Annahmen der „Varieties of Capitalism“-Diskussion gewertet werden können. Die Finanzsektoren der verschiedenen Länder sind nicht ohne Unterschied betroffen, sondern in dem jeweiligen Ausmaß, wie sich die Unternehmen auf finanzmarktorientiertes Handeln eingelassen haben. Diesbezüglich gibt es einige Überraschungen, denn es wurden nicht nur amerikanische und britische Investmentunternehmen besonders stark in den Sog der Finanzkrise hineingezogen, sondern auch andere Finanzinstitute, von denen man dies vorab nicht erwarten konnte. In Deutschland, dem Paradebeispiel des koordinierten Kapitalismus, sind beispielsweise ausgerechnet die auf Mittelstandsfinanzierung spezialisierte IKB Deutsche Industriebank und die Landesbank Sachsens als erste Finanzunternehmen unerwartet heftig in Mitleidenschaft gezogen worden. Deren Kerngeschäft war einst die Gewährung von langfristigen Krediten an inländische Unternehmen. Aufgrund verlockend hoher Renditen des globalen Finanzmarktes hatten

sie die ihnen im koordinierten Kapitalismus zugedachte Rolle als geduldige Kapitalgeber (Porter 1990; Streeck 1997) aber längst aus den Augen verloren.

In der Krise sind zudem noch weit deutlichere Verschiebungen in den Koordinaten der Spielarten des Kapitalismus eingetreten. In den Vereinigten Staaten wurden die Immobilienfinanzinstitute Freddie Mac und Fannie Mae, die Citibank als größte nationale Bank und die weltgrößte Versicherung AIG ganz oder teilweise verstaatlicht. Die Reorganisation der amerikanischen Bankenlandschaft, in deren Folge die Investmentbanken Bear Stearns und Merrill Lynch von den Geschäftsbanken J. P. Morgan Chase & Co. und Bank of America übernommen wurden, gelang zudem nur durch strategische Koordinierungen unter Leitung der Federal Reserve Bank. Die US-Regierung entwickelt ein Notfallprogramm zur Bündelung aller riskanten Papiere und „fauler Kredite“ in Staatshand, was einen massiven Eingriff in das Marktgeschehen impliziert. An den amerikanischen Börsen ist das Verbot von Leerverkäufen bejubelt worden, obwohl dies früher als normales Mittel zur Kursfindung gegen den Vorwurf der illegitimen Spekulation verteidigt wurde. Dies alles passt so gar nicht ins Bild einer Marktwirtschaft, die in der „Varieties of Capitalism“-Debatte als Prototyp des liberalen Kapitalismus erscheint.

Die Deutung, wonach die Spielarten des Kapitalismus in sich institutionell gefestigt sind, hat in der Krise somit erheblich an Plausibilität verloren. Die Akteure verfügen in Krisenzeiten über ein weit größeres Repertoire an Möglichkeiten, auf das sie bei Bedarf zurückgreifen können. Zu diesen Optionen gehören insbesondere jene Handlungsweisen, die in der Vergangenheit oder in anderen marktwirtschaftlichen Systemen bereits erprobt wurden. Selbst wenn diese einen radikalen Bruch mit der jüngsten Vergangenheit herbeiführen, so stehen sie doch als Notfalloption und Ressource für institutionelle Veränderungen zur Verfügung. Verstaatlichungsmaßnahmen sind selbst im liberalen Kapitalismus eine mögliche Reaktionsweise, wenn keine anderen Problemlösungsstrategien mehr zur Verfügung stehen. Das in der „Varieties of Capitalism“-Literatur häufig gezeichnete Bild einer sich aus historischen Prozessen ergebenden Komplementarität von Institutionen hat sich im Licht der Finanzkrise zudem als zu harmonisch erwiesen. Pfade der Institutionalisierung können auch eskalierende Tendenzen annehmen und in Krisen münden, die eine fundamentale Abkehr von den bisherigen Gegebenheiten erforderlich machen. Komparative Vorteilslagen können sich gleichfalls schnell ins Gegenteil verkehren. Großbritanniens Wirtschaft wird in diesen Tagen von der Krise besonders hart getroffen, weil das Land in den letzten Jahrzehnten eine starke sektorale Spezialisierung im Bereich der Finanzdienstleistungen entwickelt hat – und lange Zeit davon profitierte.

Da die relative wirtschaftliche Bedeutung des Finanzmarktsektors von Ökonomie zu Ökonomie differiert und die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen den Nationalstaaten nicht gleichmäßig strukturiert sind, ist allerdings zu erwarten, dass die ökonomischen Verwerfungen der Krise ungleichmäßig sein werden. Nach einer Phase der graduellen Liberalisierung aller nationalen marktwirtschaftlichen Systeme (Grahl 2001; Paunescu und Schneider 2004), entstehen in der Krise nun neue Differenzen, die die Entwicklung der einzelnen Nationalstaaten in unterschiedlicher Weise prägen werden. Die Tendenz zur inkrementellen Nivellierung der nationalen Differenzen durch Liberalisierungsprozesse ist mit der Krise abrupt an ein Ende gekommen. Einige Länder stehen vor dem Staatsbankrott, andere Länder werden vom konjunkturellen Einbruch be-

sonders stark getroffen und wieder andere können sich nun als relative Gewinner in der Krise fühlen. Die Reaktionen auf die Krise werden ebenso unterschiedlich ausfallen. Gerade in Umbruchsituationen spielt der Zufall eine große Rolle. Die gesellschaftlichen Akteure nehmen die Veränderungen der Situation wahr und verhalten sich zu ihr: es wird gegengesteuert, unterstützend eingegriffen, in innovativer Weise auf das Neue reagiert oder auch auf verschüttet geglaubte noch ältere Traditionen zurückgegriffen. Aus Reaktionen und Gegenreaktionen ergeben sich neue Differenzen. Die Differenzierungslinien werden in Phasen beschleunigten Wandels in der Regel neu gelegt.¹³

Der Finanzmarktkapitalismus-Ansatz hat primär die historischen Veränderungen des Kapitalismus thematisiert. Die nationalen Differenzen traten dahinter zurück. Es wurde deutlich gemacht, dass die Unterschiede in der institutionellen Rahmung von Produktionsregimes von einem globalen Finanzmarktregime überlagert und verformt wurden. Für die weiteren Aussichten der marktwirtschaftlichen Ordnungen findet man in der Finanzmarktkapitalismus-Debatte allerdings keine Antworten. Die Ablösung des Finanzmarktkapitalismus durch einen weltweiten „neuen Staatskapitalismus“ wird man als Dauerzustand nicht erwarten können. Insofern erscheint die Zukunft offener als vor der Krise.

V. Schluss

Die Finanzkrise hat einige Erklärungslücken der „Varieties of Capitalism“-Debatte offengelegt. Der Ansatz war wenig darauf vorbereitet, dass sich die Finanzmärkte in den letzten Jahrzehnten von einer dienstbaren „Infrastruktur“ (Lütz 2005) des liberalen Kapitalismus zu einer den anderen marktwirtschaftlichen Institutionen übergeordneten Sphäre entwickelt haben.¹⁴ Die Krise hat die theoretischen Begründungen, die aus Sicht der Vertreter des „Varieties of Capitalism“-Ansatzes für die Dauerhaftigkeit der institutionellen Vielfalt sprechen, zum Teil grundsätzlich infrage gestellt. Hieraus ist zu folgern, dass Erklärungsansätze jenseits von Komplementaritäten, komparativen Vorteilen und gesellschaftlichen Machtbalancen gefunden werden müssen, die der Dynamik des institutionellen Wandels marktwirtschaftlicher Systeme besser gerecht werden. Berücksichtigt werden muss insbesondere, dass Institutionalisierungsprozesse auch von endogen verursachten Krisen, eskalierenden Prozessen mit eruptivem Ausgang und der spontanen Entzauberung von Leitbildern durchzogen sein können. Demgegenüber wurde der Finanzmarktkapitalismus-Ansatz als Zeitdiagnose durch die Krise weitgehend bestätigt. Die inhärenten Widersprüche des Finanzmarktkapitalismus, die von den Vertretern dieser Sicht bereits vor der Krise benannt wurden, führten in der Tat zu einer Eskalation. Die Dramatik der Ereignisse hat im Nachhinein bestätigt, dass es

13 Vgl. Howlett und Rayner (2006) zur punktualistischen Deutung institutionellen Wandels und Gould und Eldrige (1977) zu den evolutionsbiologischen Grundlagen des punktualistischen Ansatzes.

14 Derartige Über- und Unterordnungen von institutionellen Teilbereichen wurden am ehesten in der französischen Regulationstheorie diskutiert (Amable 2004), die direkte Bezüge zur „Varieties of Capitalism“-Diskussion aufweist, aber immer auch eine gewisse argumentative Distanz gewahrt hat (vgl. Boyer 2005).

richtig war, die Analyse der Finanzmärkte als Terrain soziologischer Forschung wiederzuentdecken. Nach der Krise werden die Zügelung des Finanzmarkteinflusses, die Konsequenzen für die Globalisierung der Weltwirtschaft, die gesellschaftlichen Folgen der Krise und wahrscheinlich auch die resultierende „neue Vielfalt des Kapitalismus“ die wirtschaftssoziologische Auseinandersetzung weiter befruchten.

Literatur

- Abolafia, Mitchel Y. 2002. Making markets: opportunism and restraint on Wall Street. In *Readings in economic sociology*, ed. Nicole Woolsey Biggart, 94-111. Malden: Blackwell.
- Abolafia, Mitchel Y., und Martin Kilduff. 1988. Enacting market crisis: the social construction of a speculative bubble. *Administrative Science Quarterly* 33: 77-93.
- Akerlof, George A. 1970. The market for 'lemons': quality uncertainty and the market mechanism. *Quarterly Journal of Economics* 84: 488-500.
- Albert, Michel. 1992. Kapitalismus contra Kapitalismus. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Allen, Matthew. 2004. The varieties of capitalism paradigm: not enough variety? *Socio-Economic Review* 2: 87-108.
- Amable, Bruno. 2004. *The diversity of modern capitalism*. Oxford: Oxford University Press.
- Aoki, Masahiko, und Gregory Jackson. 2008. Understanding an emerging diversity of corporate governance and organizational architecture: an essentially-based analysis. *Industrial and Corporate Change* 17: 1-27.
- Beyer, Jürgen. 2003. Deutschland AG a.D.: Deutsche Bank, Allianz und das Verflechtungszentrum des deutschen Kapitalismus. In *Alle Macht dem Markt? Fallstudien zur Auflösung der Deutschland AG*, Hrsg. Wolfgang Streeck, Martin Höpner, 118-146. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Beyer, Jürgen. 2006. Vom ‚kooperativen Kapitalismus‘ zum Finanzmarktkapitalismus – eine Ursachenanalyse. In *Endspiel des Kooperativen Kapitalismus*, Hrsg. Ulrich Brinkmann, Karoline Krenn, Sebastian Schief, 35-57. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Boyer, Robert. 2005. *How and why capitalisms differ*. MPIfG discussion paper 05/4. Köln: Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung.
- Campbell, John L., und Ove K. Pedersen. 2007. The varieties of capitalism and hybrid success: Denmark in the global economy. *Comparative Political Studies* 40: 307-32.
- Casper, Steven. 1998. *The legal framework for corporate governance: explaining the development of contract law in Germany and the United States*. WZB discussion paper FS I 98-303. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin.
- Cioffi, John W., und Martin Höpner. 2006. Das parteipolitische Paradox des Finanzmarktkapitalismus. Aktionärsorientierte Reformen in Deutschland, Frankreich, Italien und den USA. *Politische Vierteljahresschrift* 47: 419-440.
- Clark, Gordon L., und Dariusz Wójcik. 2005. Path dependence and financial markets: the economic geography of the German model, 1997-2003. *Environment and Planning A* 37: 1769-1791.
- Crouch, Colin. 2005. *Capitalist diversity and change*. Oxford: Oxford University Press.
- Deeg, Richard. 2005. Path dependency, institutional complementarity, and change in national business systems. In *Changing capitalisms? Complementarities, contradictions and capability development in an international context*, eds. Glenn Morgan, Richard Whitley, Eli Moen, 21-52. Oxford: Oxford University Press.
- Deeg, Richard. 2007. Complementarity and institutional change in capitalist systems. *Journal of European Public Policy* 14: 611-630.
- Demiguc-Kunt, Asli, und Ross Levine. 1999. *Bank-based and market-based financial systems: cross-country comparisons*. World Bank policy working paper No 2143.
- Deutschmann, Christoph. 2005. Finanzmarktkapitalismus und Wachstumskrise. In *Finanzmarktkapitalismus*. Sonderheft 45 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Hrsg. Paul Windolf, 58-84. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Deutschmann, Christoph. 2006. Keynes und der Finanzmarkt-Kapitalismus. In *Endspiel des Kooperativen Kapitalismus*, Hrsg. Ulrich Brinkmann, Karoline Krenn, Sebastian Schief, 58-75. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Deutschmann, Christoph, 2008. *Der kollektive „Buddenbrooks-Effekt“. Die Finanzmärkte und die Mittelschichten*. MPIfG working paper 08/5. Köln: Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung.
- Dore, Ronald. 2008. Financialization of the global economy. *Industrial and Corporate Change* 17: 1097-1112.
- Dyson, Kenneth, und Steven Padgett. 2005. Introduction: global, Rhineland or hybrid capitalism. *German Politics* 14: 115-124.
- Fama, Eugene. 1980. Agency problems and the theory of the firm. *Journal of Political Economy* 88: 288-307.
- Ferraro, Fabrizio, Jeffrey Pfeffer und Robert Sutton. 2005. Economics language and assumptions: how theories can become self-fulfilling. *Academy of Management Review* 30: 8-24.
- Fiss, Peer C., und Edward J. Zajac. 2004. The diffusion of ideas over contested terrain: the (non)adoption of a shareholder value orientation among german firms. *Administrative Science Quarterly* 49: 501-534.
- Fligstein, Neil. 2001. *The architecture of markets – an economic sociology of twenty-first-century capitalist societies*. Princeton: Princeton University Press.
- Froud, Julie, C. Haslam, S. Johal und Karel Williams. 2000. Shareholder value and financialization: consultancy promises, management moves. *Economy and Society* 29: 80-110.
- Gould, Stephen J., und Niles Eldridge. 1977. Punctuated equilibria: the tempo and mode of evolution reconsidered. *Paleobiology* 3: 115-151.
- Goyer, Michel. 2007. Capital mobility, varieties of institutional investors, and the transforming stability of corporate governance in France and Germany. In *Beyond varieties of capitalism*, eds. Bob Hancké, Martin Rhodes, Mark Thatcher, 195-222. Oxford: Oxford University Press.
- Grahl, John. 2001. Globalized finance. *New Left Review* 8: 23-48.
- Greif, Avner. 2006. *Institutions and the path to the modern economy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Haake, Sven. 2002. National business systems and industry-specific competitiveness. *Organization Studies* 23: 711-736.
- Hall, Peter A. 2006. Stabilität und Wandel in den Spielarten des Kapitalismus. In *Transformationen des Kapitalismus*, Hrsg. Jens Beckert et al., 181-204. Frankfurt a. M. Campus.
- Hall, Peter A. 2007. The evolution of varieties of capitalism in Europe. In *Beyond varieties of capitalism*, eds. Bob Hancké, Martin Rhodes, Mark Thatcher, 39-85. Oxford: Oxford University Press.
- Hall, Peter A., und Daniel W. Gingerich. 2004. „Spielarten des Kapitalismus“ und institutionelle Komplementaritäten in der Makroökonomie – eine empirische Analyse. *Berliner Journal für Soziologie* 14: 5-32.
- Hall, Peter A., und David Soskice. 2001. An introduction to varieties of capitalism. In *Varieties of capitalism: the institutional foundations of comparative advantage*, eds. Peter A. Hall, David Soskice, 1-68. Oxford: Oxford University Press.
- Hall, Peter A., und Kathleen Thelen. 2006. *Institutional change in varieties of capitalism*. Paper prepared for presentation to the Europeanists Conference, Chicago, March 2006. <http://www.europamet.org/pub/papers/ThelenHall.pdf> (letzter Zugriff: 01.06.2008).
- Hancké, Bob, Martin Rodes und Mark Thatcher. 2007. *Beyond varieties of capitalism*. Oxford: Oxford University Press.
- Hirschman, Albert O. 1974. *Abwanderung und Widerspruch*. Tübingen: Mohr.
- Höpner, Martin. 2005. What connects industrial relations and corporate governance? Explaining institutional complementarity. *Socio-Economic Review* 3: 331-358.
- Höpner, Martin, und Gregory Jackson. 2001. Entsteht ein Markt für Unternehmenskontrolle? Der Fall Mannesmann. *Leviathan* 29: 544-563.
- Höpner, Martin, und Lothar Krempel. 2003. *The politics of the german company network*. MPIfG working paper 2003/9. Köln: Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung.

- Howlett, Michael, und Jeremy Rayner. 2006. Understanding the historical turn in the policy sciences: stochastic, narrative, path dependency and process-sequencing models of policy change and stability. *Policy Sciences* 39: 1-18.
- Huffs Schmid, Jörg. 2002. *Politische Ökonomie der Finanzmärkte*. Hamburg: VSA.
- Iversen, Torben. 2007. Economic shocks and varieties of capitalism responses. In *Beyond varieties of capitalism*, eds. Bob Hancké, Martin Rhodes, Mark Thatcher, 278-306. Oxford: Oxford University Press.
- Jackson, Gregory, und Richard Deeg. 2006. *How many varieties of capitalism? Comparing the comparative institutional analyses of capitalist diversity*. MPIfG discussion paper 06/2. Köln: Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung.
- Jensen, Michael C., und William H. Meckling. 1976. Theory of the firm: managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *Journal of Financial Economics* 3: 305-360.
- Kalthoff, Herbert. 2007. Rechnende Organisation. Zur Anthropologie des Risikomanagements. In *Märkte als soziale Strukturen*, Hrsg. Jens Beckert, Rainer Diaz-Bone, Heiner Ganßmann, 151-165. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Katz, Harry C., und Owen Darbishire. 2000. *Converging differences: worldwide changes in employment systems*. Ithaca: Cornell University Press.
- Kenworthy, Lane. 2006. Institutional coherence and macroeconomic performance. *Socio-Economic Review* 4: 69-91.
- Kindleberger, Charles P., und Robert Aliber. 2005. *Manias, panics, and crashes. A history of financial crisis*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Knorr-Cetina, Karin, und Alex Preda. 2005. *The sociology of financial markets*. Oxford: Oxford University Press.
- Kühl, Stefan. 2003. *Exit. Wie Risikokapital die Regeln der Wirtschaft verändert*. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Langenohl, Andreas, und Kerstin Schmidt-Beck. 2007. Technology and (oost-)sociality in the financial market: a re-evaluation. *Science, Technology & Innovation Studies* 3: 5-22.
- Lazonik, William, und Mary o'Sullivan. 2000. Maximizing shareholder value: a new ideology for corporate governance. *Economy and Society* 29: 13-35.
- Lütz, Susanne. 2005. Von der Infrastruktur zum Markt. Der deutsche Finanzsektor zwischen Deregulierung und Reregulierung. In *Finanzmarkt-Kapitalismus*. Sonderheft 45 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Hrsg. Paul Windolf, 294-315. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lütz, Susanne. 2008. Finanzmärkte. In *Handbuch der Wirtschaftssoziologie*, Hrsg. Andrea Maurer, 341-360. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- MacKenzie, Donald. 2006. *An engine, not a camera*. Cambridge: MIT Press.
- Minsky, Hyman P. 1988. A theory of systematic fragility. In *Financial crises: institutions and markets in a fragile environment*, eds. Edward I. Altman, Arnold Sametz, 138-152. New York: Wiley.
- Morgan, Glenn, Richard Whitley und Eli Moen. 2005. *Changing capitalisms? Complementarities, contradictions and capability development in an international context*. Oxford: Oxford University Press.
- North, Douglass C. 1990. *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Paunescu, Mihai, und Martin Schneider. 2004. Wettbewerbsfähigkeit und Dynamik institutioneller Standortbedingungen: Ein empirischer Test des „Varieties-of-Capitalism“-Ansatzes. *Schmollers Jahrbuch* 124: 31-59.
- Porter, Michael E. 1990. *The competitive advantage of nations*. New York: Free Press.
- Schimank, Uwe. 2007. Die Anlagfonds und der Mittelstand: Paul Windolfs und Christoph Deutschmanns Studien über den „Finanzmarkt-Kapitalismus“. *Leviathan* 35: 47-61.
- Schmidt, Vivien. 2003. French capitalism transformed, yet till a third bariety of capitalism. *Economy and Society* 32: 526-554.
- Schneiberg, Marc. 2006. What's on the path? Path dependence, organizational diversity and the problem of institutional change in the US economy, 1900-1950. *Socio-Economic Review* 5: 47-80.

- Soederberg, Susanne M., Philip G. Cerny und Georg Menz. 2005. *Internalizing globalization: the rise of neoliberalism and the erosion of national models of capitalism*. London: Palgrave.
- Soskice, David. 1999. Divergent production regimes: coordinated and uncoordinated market economies in the 1980s and 1990s. In *Continuity and change in contemporary capitalism*, eds. Herbert Kitschelt et al., 101-134. Cambridge: Cambridge University Press.
- Streeck, Wolfgang. 1991. On the institutional conditions of diversified quality production. In *Beyond Keynesianism. The socio economics of production and employment*, eds. Egon Matzner, Wolfgang Streeck, 21-61. London: Edward Elgar.
- Streeck, Wolfgang. 1997. German capitalism: does it exist? Can it survive? *New Political Economy* 2: 237-256.
- Streeck, Wolfgang. 2005. Rejoinder: on terminology, functionalism, historical institutionalism and liberalization. *Socio-Economic Review* 3: 577-587.
- Streeck, Wolfgang, und Anke Hassel. 2004. The crumbling pillars of social partnership. *West European Politics* 26: 101-124.
- Streeck, Wolfgang, und Kathleen Thelen. 2005. *Beyond continuity: institutional change in advanced political economies*. Oxford: Oxford University Press.
- Thatcher, Mark. 2004. Varieties of capitalism in an internationalized world. Domestic institutional change in european telecommunications. *Comparative Political Studies* 37: 751-780.
- Vitols, Sigurt. 2003. Verhandelter shareholder value. Die deutsche Variante einer angloamerikanischen Praxis. In *Vom Zukunfts- zum Auslaufmodell?*, Hrsg. Jürgen Beyer, 133-154. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Windolf, Paul. 1994. Die neuen Eigentümer. Eine Analyse des Marktes für Unternehmenskontrolle. *Zeitschrift für Soziologie* 23: 79-92.
- Windolf, Paul. 2005. „Was ist Finanzmarkt-Kapitalismus?“ In *Finanzmarktkapitalismus*, Hrsg. Paul Windolf, 20-57. Sonderheft 45 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Windolf, Paul. 2008. Eigentümer ohne Risiko. Die Dienstklasse des Finanzmarkt-Kapitalismus. *Zeitschrift für Soziologie* 37: 516-535.
- Yamamura, Kozo, und Wolfgang Streeck. 2003. *The end of diversity? Prospects for German and Japanese capitalism*. Ithaca: Cornell University Press.
- Zorn, Dirk, Frank Dobbin, Julian Dierkes und Man-shan Kwok. 2005. Managing investors: how financial markets reshaped the american firm. In *The sociology of financial markets*, eds. Karin Knorr Cetina, Alex Preda, 141-162. Oxford University Press: Oxford.
- Zysman, John. 1983. *Governments, markets, and growth. Financial systems and the politics of industrial change*. Oxford: Robertson.

Korrespondenzanschrift: Prof. Dr. Jürgen Beyer, Universität Hamburg, Institut für Soziologie, Allende-Platz 1, 20146 Hamburg
E-Mail: juergen.beyer@uni-hamburg.de

WHAT IS A FINANCIAL MARKET?

Karin Knorr Cetina

Abstract: The main point of this paper is to dissociate *financial* market activities from the concept with which market actions are most often associated, that of exchange. Unlike market transactions in producer markets, financial market actions are activities of investment and speculation. These involve position taking – the building and managing of inventories of particular financial instruments, or in more abstract language, of the interest taken in the primary and secondary parties upon whose promises the position is based. Position-taking involves time transactions that are not ordinary actions but promissory engagements. The paper spells out the promise basis of financial transactions and distinguishes between primary engagements between promise makers (e. g. firms) and promise takers (e. g. investors, speculators), and the secondary engagement promise takers find in the market when they take a position on a promising investment (e. g. when they buy an asset). It uncovers the relational underpinning of financial market activities, and addresses the complexity of the market as a situation in which both concrete relational parties and the aggregate of all relations matter for participants.

I. What is a Financial Market?

KK: What is the market for you, the price action, individual participants, or what?

RG: Everything. Everything.

KK: Everything? The information?

RG: Everything. Everything. How loudly he's screaming, how excited he gets, who's selling, who's buying, where, which center, what central banks are doing, what the large funds are doing, what the press is saying, what's happening to the CDU, what the Malaysian prime minister is saying, it's everything – everything all the time.

RG is a currency trader. When I talked to him at his desk on the trading floor of one of the top ten global banks in Zurich, he had been in the business for more than fifteen years and traded on several continents. He offered his definition of a market immersed in his activities, eyes glued to the screen, ears picking up what went on around him on the floor, fingers furiously hitting keys or lingering close to the keyboard. He was making deals on the EBS, the electronic broker system, intermittently talking to a contact in Singapore about the situation in Asia on his conversational dealing window and observing “everything” on his six screens: price movements, individual buyers and sellers, central bank activities in various countries, the Malaysian prime minister, a German political party (the CDU). There is much to learn from the market concept he proposed. It is curiously inclusive, a major point seemingly being that nothing can be excluded from potential market relevance. It is informational: what mattered for him was to know it all, and then to act upon this knowledge. It places the emphasis

on agents and their “doings”; instead of the traditional focus on the market as a mechanism of allocation, for instance, it points to the market as a system of activities.

I would here like to take my lead from the emphasis on action at work in the notion of financial markets commonly held by insiders. I take the position that financial markets are first and foremost systems of activities. Few concepts today are as widely used as the concept of a market, few are accorded more importance, and few slip away more easily when looked at closely. Financial markets in particular have a stunning albeit ever-more ambivalent presence in our world. They are dramatized in public discourse, where their ups and downs are endlessly reported and storied. And they dramatize our lives: they have become the measure of well-being in countries where individuals depend on them for pensions and income, and governments and corporations for growth and investments. Much as producer markets epitomized a rising industrial era, driving Adam Smith to high-flying and Marx to damning treatises, today’s financial markets epitomize a postindustrial age – both popular beliefs and academic theories appear captivated by their machinations. And yet when we search for a market concept capturing what we observe in, say, currency trading, we will not readily find it in sociology and related fields. Economic sociology, for example, has richly interesting things to say about the production economy, but it offers few ready-to-hand concepts we could simply apply to the financial economy. Economists offer sophisticated analyses and models, of course, yet these tend to be founded on neoclassical assumptions and focus on aggregate mechanisms and functions. If we wish to study financial markets from a social science perspective, we first have to answer the “what is a financial market?” question. What actually happens in financial markets? What type of action is involved and what motivates participants? When Keynes spoke of the “finance motive” as a special kind of motive, how does this illuminate financial agents’ behavior? Who are these agents and what ties them together? Is a financial market in some sense a coordinated, collective form? Think of the popular contrast between markets, hierarchies, and networks. Markets feature in such contrasts as the least structured form; in fact, the mechanism of supply-and-demand adjustment guaranteeing a balanced, working market in economics is not a principle of social coordination at all, but rather an invisible hand that works through individual actors – self interested, dispersed participants adjust their choices to price signals.

But financial markets, the above quote suggests, are not just an abstract mechanism and an alternative to hierarchies and networks. They are also activity systems that pose their own questions – regardless of economic roles they may play (e. g. Williamson 1981: 549). And if we are interested in them in this way, as I am here, we will need richer behavioral assumptions and observations than offered in the economic literature. My goal in this brief paper is to build on such observations (s. Knorr Cetina and Bruegger 2002) to suggest that financial markets should be seen as a nexus of fundamental underlying relational structures – between, for example, investors or speculators and the firm in which they invest, between bond traders and their brokers and the government whose bond they hold, between market participants and the future on which they place their bets. There is also the relationship between all of those “in” the market and the market itself. This last relationship cannot be treated here, but I would like to suggest that it opens a view on the pathways through which market coordination works. Compared with hierarchies and networks, advanced financial markets are

the only form in which an object, the market itself, assumes coordinating force (s. Knorr Cetina 2009: chs. 3, 4).

The relational model of financial markets has several advantages. It captures how much of what is going on in these markets is realized interactionally, by investors talking to their brokers, for instance, or traders dealing with one another through their conversational dealing system, or analysts walking the floor to learn dealers' market views, or Reuters calling traders to ask "what's going on". The relational model also has the advantage of pointing to the normative and contractual obligations and commitments involved in market transactions. Underlying these transactions are relational engagements based on promises that lead to such commitments. Financial markets also have cognitive and emotional appeal. Here too, the relational model helps; it may help conceptualize the draw financial markets can have and the shifts in perspective they impose. Most importantly, perhaps, a relational model goes beyond an atomistic focus on individual actions and participants and helps take into account the collaborative, situated, and object-centered patterns of financial action. In the nucleus of such markets, I maintain, lie "small structures"-molecules rather than atoms, sequences rather than particles.

In order to clarify the type of action involved here, we need to consider the concept serving as prime contender for this type: the concept of exchange, discussed in *section II*. Contrary to common idiom and assumptions, I maintain that we should not think of financial action as a form of exchange. Nor should we think of it in the received sociological action-theory sense, since this provides little leverage when it comes to the temporal and binding aspects constitutive of financial actions. Hence I will here not build on action-theory frameworks that target "economic action" (e. g. Beckert 1996, 2003). I consider these frameworks important in regard to the primary economy, but believe financial action has distinctive features.

The core activities in financial markets, I shall argue, are investment and speculation, and these involve claims and commitments exercised over time and oriented to future outcomes. In other words, they involve time transactions. The underlying mechanism of future projection and connection, that is the time machine at work here, consists of promises. I will use the notion of promising to define the cultural bedrock upon which financial markets rest and their dynamics become thinkable; this will be discussed in *section III*. Promises have the temporal direction we need, but they also imply an engagement that links promiser and promisee – this helps clarify how markets are a nexus of relational structures. Financial markets are based on such engagements; atomistic market concepts do not capture this feature, nor do notions of embeddedness separating economic action from social relations. There is also a dimension of desire in a promise; what is promised must be wanted. In fact, the way this plays out in financial markets is that promises come first, and wants follow; most financial activities I have observed do not result from needs but rather from the promise of things and mobilization of desire. Though there is no room to address this here, let us note that it is crucial to understand the promise apparatus as involved in the production of this wanting (s. Knorr Cetina 2009: ch. 4).

Time transactions and the engagements they imply are embodied in what insiders call position-taking. In *section IV*, I will take the participants' perspective and discuss position-taking, thus adding another facet to the exposition: a facet pointing to finan-

cial engagements being not just symbolic but also material commitments, with existential consequences: a position in the market puts one's self and future on the line. The concept of position-taking also brings into the picture the market as an intentional object to which transactions are oriented and by which they are shaped. Positions are realized *in* the market, their environment. But taking a position also means taking a stance toward the market and interacting with it as a relational object to which the self is responsive and which responds back thereby stimulating further actions. Recognizing this will allow me to discuss trading, speculation, and the management of position as sequences and chains of action.

II. What Financial Market Action is Not: A Form of Exchange

When most people think "market", they are also thinking of a form of exchange – markets are places where we can get the goods produced in the economy, provided we are willing to pay for them in exchange. Going to the market, we feel, means taking something we have and trying to exchange it for something we want, for example an old cuckoo's clock for money on the local flea market. In fact, in the popular *and* scientific conception, markets seem inextricably tied up with exchange; economic and sociological definitions of the economy regularly consider the market as an interface linking producers and consumers through some form of exchange (e. g. Lie 1992; Hillebrandt 2007). This widespread association between markets and exchange would seem to make exchange the notion of choice when we try to conceptualize financial market action. And the concept is adequate when the economy is the primary economy, in which market exchange accomplishes a particular function, that of "distribution", of getting the goods from producers to consumers. But does "exchange" also illuminate the nature of financial market activities, which fulfill quite a different function? The answer, I wish to claim, is no; when we are talking about finance, exchange fails to get at the heart of the matter. The core activities in financial markets are investment and speculation; and these involve action structures quite different from those exchange-related concepts suggest. However much investment and speculation involve buying and selling, taking place, for example, in stock or securities "exchanges", their action structures point beyond exchange transactions.

To see the difference, consider briefly what transpires in securities exchanges and how this activity is realized in today's advanced financial markets. The stock exchange has been a potent symbol of financial markets; but its role is limited, despite the fact that some of its practices have influenced economists' thinking. Arguably, two ideas lie at the root of the modern stock exchange. The first idea is that of a market place, a place here being a mechanism that brings together dispersed buyers and sellers, those who have a particular good and those who want it. For centuries, markets in general have been associated with particular places, as historians have shown (e. g. Agnew 1986: 20 ff.). The stock exchange is no exception. In fact, securities exchanges are perhaps the most sophisticated and economically complex version of the central markets of the past. The New York Stock Exchange itself started out in 1790 as a concrete gathering place, the now famous buttonwood tree on Wall Street under which those interested in trading securities met (it moved indoor in 1817). But the stock exchange

also concretely exemplifies a second idea that has captivated economic thinking: the idea of price discovery and adjustment. This idea is embodied in the neoclassical model of general equilibrium theory, some early inspiration for the model apparently coming from the working of stock exchanges. When Walras and Edgeworth justified their idea that markets tend toward equilibrium, they seem to have been inspired by the nineteenth-century Paris commodity and stock markets where expert brokers shouted their way to the discovery of a “fair” price (Earl 1995: 299-300). Imagine that without deposit or fee, market participants make provisional buying and selling offers they can cancel when they find better deals. Once no better deal is discovered, the last agreement becomes binding. In such a process of *tatonnement*, of groping toward a price upon which buyers and sellers agree and supply meets demand, a market clearing equilibrium is gradually approximated through provisional commitments. In essence, this process resembles a continuous auction, one enabled by the stock exchange. In the exchange, buyers and sellers indicate their interest to a floor broker who will ascertain the current bid-ask quotation, meaning the highest price offered among the sellers already in the market and the lowest price offered among the buyers. The broker will then confirm the order with the client and call it out to the floor, thus trying to obtain a favorable price within the current trading range. This “open outcry” system is designed to match orders: one broker invites another with a complementary order to take what he has to offer.

What the stock exchange has historically accomplished is a regularizing of such auction activities through standardized trading rules, defined assets, and a general professionalisation through membership-ensured training, solvency, and broker reliability. In economic language, it has rendered the exchange process efficient by solving some of the problems involving information, comparability, and consistency of decentralized unregulated markets. But an exchange remains essentially a mechanism for facilitating and executing buying and selling; it matches up interested parties with the help of brokers and smoothes out excess supply and demand by means of market-harmonizing traders. In other words, an exchange is a trading service, and one geared only to particular markets. The currency market, for instance, has never been located primarily at exchanges. Its recent history lies with the generalized and private trade conducted within networks of banking institutions far from the public eye and the regulatory frameworks familiar from exchanges.

Rather than bigger, more complex trading centers in London, Frankfurt, New York or Tokyo, the most recent version of such exchanges involves electronic broker systems, bid and offer ordering, and matching algorithms; these automatically update themselves on a split second basis, provide price and deal displays and histories (the boards in exchanges), and transmit done deals to accounting systems – without human-outcry price finding or indeed any human intervention. The physical reduction of the exchange to an electronic service integrated into over-the-counter trading is an apt metaphor for the role exchange plays in the financial markets studied: *exchange mechanisms are a subcomponent of these markets, but they are neither the whole market nor its essence.* To be sure, the visibility of both security exchanges and the traditional open-outcry system adds luster to the idea that exchange lies at the heart of markets; their iconic status also reinforces an understanding of markets in terms of equilibrium an understanding for which exchanges serve as a working illustration. Yet what lies behind the

frantic buying and selling activities in exchanges and elsewhere is an attempt to manage financial positions so that they remain profitable; this is a much more complex and extended process than order-matching or the exchange of goods.

III. Markets from Promises: The Engagement Model

If exchange is not at the heart of financial markets, what is? The core activities in financial markets are, as indicated, investment and speculation; and these turn around finance rather than exchange. For example, they involve the lending of money in the hope of financial returns on the investment; lenders hope for dividends, interest payments, and value changes of a credit instrument in a profitable direction. When it comes to financial markets, the crucial qualifying concept is finance, and finance is about claims and commitments exercised over time and oriented to future outcomes. Within this definition, two features are present that I would like to distinguish from the start. The first is relational: finance transfers capital from lenders to borrowers; the claims and commitments of finance are established between two differently positioned parties and their intermediaries or representatives. The second feature is temporal; financing something implies that the commitment extends over a period of time during which the borrower can produce financial returns on the investment with the capital provided. Financial commitments, let us note, are made through two major channels in Western economies, bank lending and financial markets. The relational and temporal aspects of finance are present in both cases, but they are realized differently in the market channel on which I focus here. There can be many reasons why borrowers – a firm or government – need financing. But why should lenders supply their funds to those seeking credit? When banks lend money to loan-seekers, they simply fulfill one of their institutional roles. They have client funds (e. g. savings deposits) available that they recycle into the economy by financing loans while earning money from the interest they charge. Investors and speculators however, are not in the business of institutional loan making and they cannot charge for credit. They can only take a “direct interest” in the fund-seeking party, based on something that holds out this interest to them. Direct interest-taking has several behavioral and relational implications that cannot be discussed at length in this context; for example a person interested in an object is likely to follow every move of this object and to engage it in communication. But what prompts the interest in the first place and leads, in our case, to a financial commitment? The “hope” for returns to which I have referred captures the subjective, wishful-thinking side of a finance motive. However, when it comes to money, we may assume that the likelihood of fulfillment also matters, and this brings into view the second party to the transaction, the party to which the hope refers. What prompts the interest, I would suggest, is the promise originating with this party. Investment and speculation are based on promises; when investors and speculators take a direct interest in a borrower they buy into a promise. We need not distinguish between investment and speculation here; in a morally neutral sense, speculation refers to the buying or selling of financial instruments with a view to future gains, as does investment; investment and speculation are both based upon the promise of future earnings.

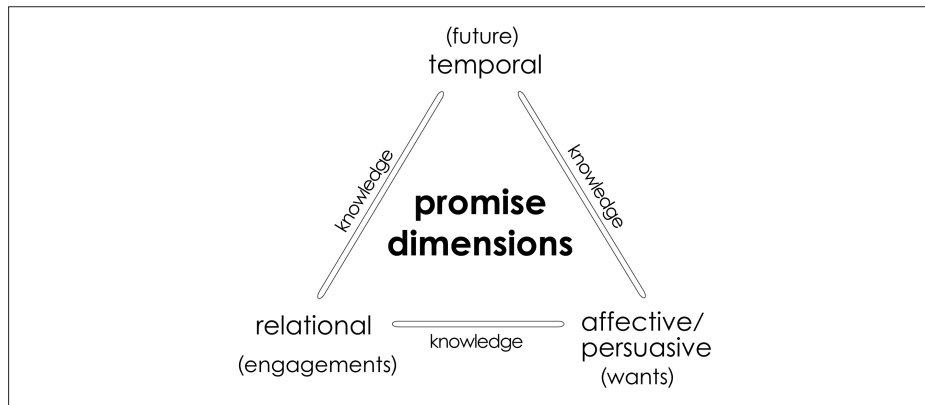
Promises, then, are the motivating force that prompts financial commitments. But promises are also acts; in fact, when promises are successful, they are acts of considerable performative force. They set into motion chains of activities that we need to consider when trying to understand investment and speculation. In finance, promises not only provide an incentive for the lender, but effectively bring about relationships, specify timelines, and put into place obligations. First, the content of promises, who promises what to whom when, under what conditions, is not external to financial deals but constitutive of them; the deal comprises a promiser and a promisee and various specifications and indications of promise realization (it is an implied contract about promise realization). Second, investment and speculation imply engagements that result from this promise structure; when people make promises, they assume a relationship with a promise-receiving party. Third, in financial market promises are the mechanism through which the present and future become locked in step. By articulating and perhaps negotiating what will be done with the transferred resources, and what one is to get in return within what time frames, promises engage the future and make it potentially real. Fourth, promising involves the imagination; think of the storied nature of financial transactions and the epistemic imaginaries they invoke. In sum, the dynamism and temporal orientation of financial markets can be understood to unfold in terms of the implications of promises. What I am here suggesting is that promising can serve as an anchoring concept for the relational, temporal, and affective-persuasive dimensions of financial market transactions. The concept allows us to see these dimensions as components of a promise-script underlying such transactions.

To explain the power of promises we can draw on speech act theory, which offers valuable insight regarding the nature and functioning of the scripts involved. The creator of speech act theory, John Austin (1962), pointed out that under appropriate conditions, some utterances not only send out messages about the world but also perform actions. For example, when the Queen of England calls a ship "Queen Elizabeth" under the right institutional conditions, she performs the act of naming or baptizing the ship. Similarly, under the right institutional conditions, pronouncing two people "man and wife" constitutes an act of marrying them. The speech actions will have durable consequences that are intended, for example the consequence that the marriage will remain in effect over time, and will trigger other sequences of actions, for example the sharing of new wealth between the marriage partners or joint custody over children born to the marriage. Austin and others extended this idea to all speech acts. The utterance "there is going to be a thunderstorm" asserts something about the future state of the weather, but it may also serve to warn the hearer not to go out sailing or mountain climbing. Speech acts have been further analyzed in terms of the type of action they perform; and analysts have specified the conditions under which a particular utterance is successful as a particular type of action. In Searle's taxonomy (1969), promises are part of a class of speech acts called commissives. These commit the speaker to a future action. Searle associated promises with four types of conditions of success. There is a preparatory condition, which specifies what needs to be presupposed for a promise to go into effect: the promise maker must be able to actually carry out the promised act and the promise receiver must want the thing promised. There is a sincerity condition, which indicates that in making the promise, the promiser must have the intention of fulfilling it: he or she should not be insincere about it. There is an es-

sential condition, which says no other actions are necessary beyond the speech act of promising: in other words, the act of promising brings into effect the consequences of a promise. And there is what Searle calls the propositional content condition, which says that what is promised (the content of the promise or the proposition) must represent a future course of action. We cannot promise something that has already been performed (see Geis 1995: 6; Searle and Vanderveken 1985: 12-20, 22). Most of these conditions imply that the actions involved are not isolated acts but involve interpersonal and other relationships. They imply what Habermas calls an “engagement” (1979: 59-64) between the parties involved: a commitment by one party to fulfill the promise and a claim to the promised object by the receiving party. In other words, the respective acts institute a type of relationship. In speech act theory, promises have sometimes been called social or communicative acts rather than purely linguistic acts (Geis 1995: 19). In fact, they are not only interpersonal in nature but also engage the future in the present.

The theoretical elaboration of promising in terms of speech acts sheds light on a number of aspects of financial transactions. For example, a question of great interest to market participants is whether the promising party (say a firm) can carry out the promised act (increase dividends) and whether it is sincere in attempting to implement mechanisms that produce growth. Historically such questions were an issue when active trading markets were created (e. g. Sylla 1998; Bernstein 1996; Preda 2009), and they continue to be raised today when governments resort to markets as a source of funding debt or pensions. They also resurface regularly when shifts in capacity and influence between banking and loan-based components and market-based components of the financial system occur (e. g. Sylla 1998). The respective controversies can be witnessed in countries such as Germany in which the banking system has long dominated and a shift to more active trading markets and a broader view of public service and welfare-financing (e. g. of pensions, the railroads, the postal service) is taking hold (Deutschmann 2003). In today’s financial capitalism, answering questions of trust in financial promises lies in the hands of specialists who have expanded the conditions for effective promising into complex tasks, accomplished through, for instance, the science of financial analysis. The preparatory condition – a promise is not working when the promised thing is not desired – also often appears delegated to analysts who arouse these desires by working out what the promising investments are. Speech act theory provides a useful gloss on the complexities of this arrangement, but it does not give us a full picture, which must be specifically analyzed in different domains of practice. For example, it has no place for the intermediaries involved in financial promising. It basically knows only two types of actors, a promiser and a promisee. Nonetheless, speech act theory does help underscore the fact that promises are not simple utterances but *complex little apparatuses* entailing, even in the case of personal and private promises, a generative dynamics or, in speech act idiom, performative force. Like other speech acts, promises make things happen and bring about effects they forge relationships, open up particular futures, evoke emotions, and stimulate knowledge creation. It is as a complexifying framework bringing out the structure and dynamics of financial action that I find the promising concept helpful in analyzing financial markets. The following “promise triangle” specifies these dimensions.

Figure 1: Promise dimensions: temporal, relational, and affective/persuasive.
All three dimensions raise questions of evidence and knowledge.



Notably, what we have here is a structural and not a historical scheme. I do not wish to suggest that the institutional arrangements of today's financial markets have evolved in concert from, as it were, the DNA of promises. But to see promises only as structures is too limited. We can see that promises and the art of promising are a cultural vehicle used in many areas not only in finance but in the economy in general, and also, for instance, in the sciences. The promise-venue for generating funds, instituting an orientation toward the future, and initiating the future in the present by launching things on a promised track is not limited to financial capitalism. The fact that promises tend to be couched in narratives in those areas exciting the imagination may make their cultural tilt more plausible. But the main point I wish to make here is that financial markets emerge from the apparatus of promising as *systems in their own right, centered on the production and management of promissory engagements*. This is a different notion of markets than one defining them as price-finding or product-allocating mechanisms. The market is here seen as having a generative and connective tissue in which participants get caught up temporally, affectively, epistemically, and through the engagement process.

The promise analytic can be briefly illustrated by considering the engagement process it postulates. Why are engagements important in investment and speculation, what does an engagement look like, and how is it linked with the other elements of the promise-apparatus model? The notion of engagement is a way to conceptualize financial markets' temporal and relational underpinning: engagements are bindings of self and other that extend over time, and that imply interdependence, a focusing of interests, and heightened emotions; these emerge from the risks engagements carry and the lure of the underlying promises. Let us again consider the notion of exchange, contrasting as it does with the notion of engagement. As Slater very aptly puts it, market exchange rests on the principle that "when we finish the transaction we are quits" (2002: 237). The idea of a money-mediated exchange derives its interest and usefulness from the fact that it involves completable transfers of goods that do *not require* further obligations or activities. In other words, it is inherent to the exchange activity that this activity in itself balances out claims and obligations among the parties to the

exchange. The very notion of market exchange is about the establishment of such balances, or in Adam Smith terminology, about the harmonization of diverse interests that are brought together and made commensurable in exchange (1991: 13 in Slater and Tonkiss 2001: 42). When investment and speculation are seen as initiating an engagement process, however, this suggests a relationship not ending but rather *beginning* with the transaction. Buying or selling a financial instrument can be instantly accomplished, but if this transaction is to count as an act of investment or speculation it makes sense only within a framework of commitments, expectations, and subsequent actions. In other words, when investors and speculators make a financial move they initiate a course of action whose intermediate payoffs (e. g. interest, dividends) and ultimate outcome (e. g. the re-sale value of the instrument) lie in the future. Financial activity normally also involves more than one deal, for example the buying of an instrument and its later selling at a profitable price. Moreover, participants regularly “build” their financial involvement around two or more trades, creating cumulative inventories through activity “structures”. It is the unfolding of this process and its management over time that determines the outcome of investment and speculation.

The relational aspects of investment and speculation have relevance for individualizing theories of finance, which are based on either investor expectations (e. g. Moynihan 1997) or, on the other side of the spectrum, crowd behavior. What we need is something in-between the two poles; the general issue raised here is that of the sociality of finance. To be sure, economic sociology has challenged the idea that economic man is an atomized being by holding against it the idea of embeddedness proposed by Granovetter and others: the idea that economic actions are not isolated from the social networks and cultural or political environments in which participating actors are situated (Granovetter 1985; Barber 1995; Baker 1990; Fligstein 2001). But structurally, embeddedness claims are not about the relationship between the transacting parties (Beckert 2003). Rather, they are about the nature of the variables that may influence each transaction partner separately from outside the transaction. It is perfectly conceivable for an economic transaction to conform to the sort of atomistic pattern described by Slater (“when we finish the transaction we are quits” (2002: 237)) and yet for the actors involved to be embedded in networks of relationships that influence how each of them conducts the exchange. A transaction based on a promise, however, itself involves an engagement between promiser and promisee, or if you wish a type of social contract. It refers not to a one-time communicative exchange but to a mutual commitment two parties enter over time. What we learn from the analysis of promises, then, is that financial market transactions, unlike perhaps economic transactions between producers and consumers in primary (producer) markets, are structurally, or if you wish essentially, social engagements and this holds true regardless of whether or not embeddedness applies.

Who are the parties in the engagements? One group is clearly composed of investors and speculators and their representatives: the promise-takers who advance resources to an investment opportunity in the hope of financial returns. The other group includes the actors to whom the responsibility for promise realization can be attributed. For example, when we buy a stock we become dependent on the activities and success of a firm’s management; when we buy into a currency or buy government bonds, the state begins to matter; government policy and those holding office may af-

fect the instrument's value. These promise-givers deeply affect market actors. Participants put themselves on the line when they enter into engagements whose outcomes potentially interfere with their life chances and their psychological well-being. Conversely, the aggregate activities of promise takers also affect the promise holders: a rising currency value that results from large demand for the currency may negatively affect a country's exports and through this the state of the economy, and so on. We can think of this engagement as principal or "fundamental" since it reflects performance hopes linked to fundamental economic attributes an actor holds out as a promise. As we shall see, there is also a second type of engagement that overlays the first and this is with the market. In practice, the two types of engagement cannot easily be disentangled. For example, though some participants attempt to separate out "market risk" from other risks, all risks become lumped together in prices and may demand holistic assessments of the situation.

To understand how the fundamental engagement process works, let us note that engagements are frequently implied by financial transactions in a straightforward way. Many financial instruments are in fact legal contracts, as suggested. They commit one side to certain obligations and establish a financial claim elsewhere in the economy. When investors and speculators (or their representatives) buy a financial instrument such as a futures contract, they obtain a claim on certain quantities of the commodity or security underlying the contract. When they buy a share in a company, they acquire both a claim on the dividends the corporation may pay in the future and a claim on the firm's residual value in case it is liquidated. But the legal specification leaves aside the softer promissory messages constituting financial transactions as investment and speculative "opportunities". These messages are at issue when investors and their representatives hold companies or governments directly responsible for their performance, a move that renders the promise-structure of financial transactions readily apparent. Companies, central banks, ministries of finance and other agencies prepare and edit earning statements, debt and balance of payment reports, and similar statistics in accordance with their responsibility, and they also publish goals, plans, visions, and so forth. Investors and their representatives may not only "punish" the parties involved, a process amounting to the market mechanism by disengaging from the promise (by withdrawing their money) when they feel it is not being honored; at the same time they sue the management of corporations and accounting firms for misrepresentations in balance sheets and earning reports. To sue, legal standards have to be implemented. On an intermediate level, behavioral codes prescribing "good corporate governance" or (government) "transparency" may exist and publicity-means may be used to try and enforce such codes.

In practice, the fundamental engagement process turns out to be complicated, despite its simple relational structure. It often involves multiple actors, multiple levels of activity, and indirect forms of promising and engagement. For example, the promise an asset or a financial instrument holds is commonly assessed by analysts, strategists, and economists at the investment banks that launch stocks and bonds on the market, and communicated by sales agents, brokers, broker dealers, and financial advisors. Thus promises are also issued and warranted by financial intermediaries and representatives who act on behalf of both financial objects and those who seek money. The main task of financial analysts, for instance, is to articulate and evaluate such promises. As a con-

sequence, the engagement between the investing side and the promising side is indirect and mediated. But it is nonetheless an engagement. Like the relational aspects of direct promises, those of indirect promises become clear when disappointed investors sue the intermediaries, for example investment banks, brokers, analysts, and accounting firms, for their alleged misrepresentations and misguidance. Speech act theory itself suggests another venue for indirect promises. It implies that certain forms of communication, for example positive earning statements by corporations, can in themselves count as promises in the appropriate context. The promise, in this case, appears to emanate from the object (earning numbers) rather than to be constructed, as a promise, by the agents involved. Nonetheless, these agents recognize their potential if indirect responsibility for the signaling effect of the numbers they give out, and for the possibility of a particular construal of these numbers. Consequently, some companies issue their reports accompanied by warnings and disclaimers suggesting that a promise of future earnings equivalent to those stated is not intended.

IV. Taking Positions in the Market: Secondary Engagements

What do participants actually do when they enter an engagement? To answer this question we need to introduce an additional party to the engagement process. It is not a new kind of party but rather the aggregate of those parties discussed so far: the market. Entering the market adds levels of complexity to the engagement process. First, the market is difficult to “nail down”, since it is collective and reflexive: it is neither a particular individual such as a political leader or a CEO, nor a corporate actor or government agency. Rather, we encounter the market as an agentic flow of transaction and information events derived from inputs and activities of participants (including oneself). Second, the market is an environment in which financial activities are situated. This is indicated, for instance, when the market is experienced as “everything” – as the referential whole of relevant activities and contextual events and the horizons of things that may become relevant. In this sense the market is the world in which participants move. Third, the agentic flow of the market holds out its own promises to participants and affects their positions. As a result, introducing the market brings into play a secondary engagement process and trading as a central component of this process. Thus, instead of two parties to an engagement we now have two levels of engagements: one, for example, with the firm whose shares are bought and one with the market in which these shares are positioned. And we have chains of interlocking activities pursued through trading. The market, of course, is the central topic of this paper, but here we can begin to assemble some of its puzzling manifestations in active trading markets, in particular its role as an environment for financial action.

The market actually naturally appears on stage once we look at the activity of entering an engagement. Let us step back somewhat from the abstract discussion of engagements and consider how participants describe what they do. In native terminology, a financial engagement of the sort described is called “position taking”. Opening a position is what it takes to accept a promise and commit to the promiser, and thereby to become a market participant. The notion of position-taking is rarely if ever discussed in the economic and practical literature on finance, yet it is central not only to the un-

derstanding of financial transactions in all financial markets but also to the distinctiveness of finance. Position-taking signals the durational, moral, and affective aspect of financial activities; the fact that they are not just quick, atomistic, exchange interactions but complex commitments that extend over time. A position in the market is what ensues when someone engages in an act of investment or speculation (s. a. Bruegger 1999: 109-113). When acquiring (or selling before acquiring) a financial instrument, one enters a position (in stock market parlance, one acquires an inventory). Once entered, positions are simply the volume of assets someone holds, for example the millions of dollars a currency trader has on his or her account. In accounting language, the position is the balance obtained when adding up one's purchasing and selling activity. When entering a position, a trader goes "long" or "short" on a financial instrument. If traders buy more than they sell of one or another instrument, the positions they hold are long. If they sell more than they buy, the positions are short. A long position thus corresponds to positive holdings of an instrument or asset, while a short position corresponds to a negative inventory. For example, a short position in dollars means a trader has sold dollars without yet owning them. Short positions are possible when the delivery time for an instrument (i. e. for the dollars owed) lies in the future and the period until then can be used to acquire the instrument that is owed. In foreign exchange spot trading, payments are made two bank-working days after the transaction, which gives traders ample time to acquire short-sold currencies. Futures and options are particularly suitable for short selling since their delivery period may lie months or weeks ahead.

Positions thus refer to an accounting reality, but they are also clearly linked to a market engagement. While the term bridges both domains, it is plain that positions are not only taken in books but also in markets, and that such markets also determine the fate of positions. For example, traders enter one or another short position in the hope of profiting from a future downturn of prices that will allow them to buy this or that financial instrument at prices lower than the ones at which they have already been sold. Conversely, traders go long on instruments in the hope that the market will validate their move by rising prices, so that they can sell the relevant objects at higher prices than those at which they were bought. Without a position, a trader is not "in" the market; conversely, in order to be in the market and count as a market participant, a trader has to take a position – one has to invest one's money and put one's financial future on the line. Positions do not result from pure acts of exchange motivated by consumption, though in accounting terms, the results may be similar temporarily: the buyer acquires an inventory of an item. The notion of position-taking also signals strong boundaries between market and non-market activities, manifest, for example, in the distinction between traders who are market makers on the one hand and brokers on the other hand. Market makers trade for their own account and risk their own money through position-taking though in institutional trading, this money is advanced to them by the bank for which they work. For their part, brokers are mediators bringing together buyers and sellers for a fee; but they may not take positions in the market. Thus brokers are not strictly speaking *in* the market, while traders are. The term position-taking clearly indicates what it takes to become a market participant and what market participation excludes (one cannot, for example, be only halfway in the market).

It also indicates the existence both of a flow of things, the market, which must be distinguished from non-market environments and of additional components of the engagement process: position management and trading. Position-taking refers to a change in a mode of existence; one type of activity and understanding ends and another begins. Implied in the language of position-taking is a transition from mere acting to “being”, as expressed in the notion “being in the market” that members associate with taking a position. Within the native language of financial markets, the switch from a transaction vocabulary to the more existential vocabulary of being is significant. In Heideggerian terms, “being-in” implies thrownness into a new reality, or what Schutz calls a leap. Once participants have taken the leap and become market participants, new things show up as important, require attention, and pose potentially new emotional, cognitive, and other demands. Practically immediately, a first-time investor buying a financial instrument will be “exposed” (native term) to a market’s price movements and related phenomena, irrespective of whether or not he or she plans to actively manage the position, learn adequate behavior, and participate in the relevant information contexts. The person becomes “vulnerable” to losses and changes in financial futures and a target for information and other market matters that will press themselves into view. He or she will be tossed around in a river of ever new matters affecting the position. Here we need to note that positions in liquid markets change continuously, meaning that their value goes up and down or trends sideways as the price of an instrument changes when other market participants enter and exit positions. The current value of a position is calculated by “marking it to market”, by determining the difference between the average original buying price of the instrument one holds (the position may have resulted from a series of trades) and the current price, and by multiplying this difference by the volume of the position. Thus, if a trader is USD 10 million long and has bought these dollars at a rate of 1.4075 Swiss Franks (CHF) per dollar, and the current rate is 1.4100 CHF/USD, then the difference is 0.0025, which, multiplied by 10 million, results in a value of the position of 25000 CHF (s. Bruegger 1999: 111). One of the coping tasks with which professional (and other) market participants are confronted is responding to these market-created changes in the value of their position. For example, participants may wish to take profit when the value of the position goes up, buy more of an instrument when they think the upward trend will continue, or sell it short when they feel the opposite might be the case. Taking a position thus sets into motion a response sequence; it stimulates and in fact often requires further actions that are at the same time constrained by an existing position. This is what is called position management, a process that routinely involves trading as well as market observation and other knowledge-activities.

Trading, then, is part of position management. It is part of the management of promissory engagements, that is, engagements whose temporal, relational, and other aspects remain in effect when participants trade, *and that shape these trades*. Though trading routinely involves buying and selling, and often fast buying and selling, it is again not simply an exchange transaction. What goes on when financial instruments are traded or “exchanged” still involves, and in fact is, position-taking based on promises; but we are now talking about an even more extended, involved, and reflexive process that may include different positions held simultaneously, routine and ad hoc position adjustments, structured relationships between positions, and new designs in accor-

dance with perceived market developments. Initial entry into a market position also involves a market trade unless the financial instrument is acquired in an initial public offering; trading is internally related to position-taking and managing. Of course, it is also possible to simply hold positions (e. g. own certain stocks) and do nothing about them. One would still be in the market and be exposed to the moves of others; doing nothing is the passive form of position management, with outcomes here being left completely to others. If no one traded beyond acquiring a position, the engagement process would be strictly between the principal promise-holders (i. e. a government or firm) on which successful promise realization would depend and the promise takers (investors and speculators). With trade, new promises and chances of successful promise realization emerge from the aggregate of activities – from a secondary engagement with the market. High tradeability of instruments, called “liquidity”, is one of the most important features of a credit market system; it stimulates, economists maintain, broad market participation and taps more resources for the financing and realization of growth than traditional lending. This is because high tradeability allows the possibility of intervention in primary promise-realizations. Phrased differently, high tradeability fosters a kind of secondary promise-taking based on the trading of existing instruments rather than on promises connected to new issues or original investments.

Some students of finance have linked this orientation directly or in more obscure ways to speculation, seen as a form of advantage-taking unrelated to investment purposes (e. g. Strange 1986; Krier 2005). Historically, there indeed appears to be a close link between the uptake of trading by investment banks and the rise of speculation in the last decades of the twentieth century. Accordingly, during the mid-twentieth century investment banking was oriented toward the flotation or issuing of new securities (stocks and bonds) to the general public for the purpose of acquiring funds for firms or governments, in a primary securities market (Krier 2005: 36 f.). In the context of a climate of deregulation in the United States in the 1970s and 1980s, and beginning already in the 1960s, banks created trading departments, and traders on the sell side began to commit large portions of an investment bank's assets to “speculative” positions that emerged as a secondary securities market. Krier reports “the first real trader” to arrive at Morgan Stanley in 1958.

Soon the tenth floor of Morgan's building at 15 Broad Street had scores of frenetic young traders taking positions in T-bills, negotiable CD's, foreign exchange, and Fed funds. Before long, Leach oversaw 1 billion USD of market transactions daily. The rise of bought money, negotiable CD's and daring trading would have an enduring effect on banking. Bankers formerly had been preoccupied with the “asset” side of the business – that is making loans. Now the liability side the money on which loans were based took an equal importance. ... This new environment ... elevated the trader to unaccustomed eminence (Chernow 1990: 40-41; cited in Krier 2005: 37).

But while trading may intensify speculation, we should be careful not to see trading as unrelated to investment. One way the line is sometimes drawn between speculation and investment is by associating the former with a short time horizon and an interest in buying financial instruments only to resell them quickly once their price has sufficiently appreciated. Investment money, on the other hand, would be more patient money, money that is willing to wait, perhaps until an investment has borne fruit, a production cycle has been carried out, or a technology has been developed. This may

take years, however, and most large-scale institutional investors (e. g. pension funds) must disclose their yields after much shorter time spans; they must also sell intermittently when prices fall below certain points. Thus investors will be pushed to speculative trading simply to maintain value. Conversely, speculators may be pushed to longer “waits”, for example during market downturns when they try to recover losses. What this means is that the difference between investment and speculation cannot be fixed in terms of time periods. In fact, the principal difference between these notions might simply be that when we say investment, we shine the analytic light more on the projects that are financed and on their economic impact, and when we say speculation, we highlight more position management and the foresight, uncertainty, and risk aspects of financial positions.

Investment and speculation, then, both involve trading, which is to say position management. Within the limits set by the nature of an engagement and the liquidity of the market, an actor engaged in a promise process can withdraw from it fully or partially at his or her own timing, add to the engagement, safeguard the engagement against failures by the promising party and other risks, and shift from one engagement to another, all through trading. Trading thus points to the *possibilities of intervention* in the promissory activities of finance. Professional traders use these possibilities extensively: they manage not only their positions but also the promises on which these are based to make their holdings profitable and aid in the process of promise realization.

V. Summary

Let us review what this brief analysis of financial markets as a nexus of engagements has suggested. First, I have distinguished between the primary, underlying, “fundamental” engagement between promise makers (e. g. firms) and promise takers (e. g. investors, speculators), and the secondary engagement promise takers find in the market when they take a position on a promising investment (e. g. when they buy an asset). The basic goal here was to uncover the relational underpinning of financial market activities, and to situate these activities, including trading, squarely within the engagement process, rather than seeing them as the result of a disengaging force that contradict notions of relational bonds. Second, I have addressed the complexity of the market as a situation in which both concrete relational parties and the aggregate of all relations matter for participants. In that context, I have emphasized that the market is an environment of some consequence once it is entered: it is the referential whole within which positions are taken and rules of inclusion and exclusion are at play, and where those who take positions find themselves thrown into a new reality in which they can, however, intervene through trading. But with these interventions, and with secondary engagements in general, the market not only matters as an environment but becomes a “business partner” for participants, a synthetic agent with whom market interactions take place.

The main point of this analysis, however, has been to dissociate *financial* market activities from the concept with which market actions are most often associated, that of exchange. Unlike market transactions in producer markets, financial market actions are activities of investment and speculation. These involve position taking: the building

and managing of inventories of particular financial instruments, or in more abstract language, of the interest taken in the primary and secondary parties upon whose promises the position is based. Positions are not acts of balancing out transactions through payments; they are commitments of financial resources with a view to future outcomes that depend on the situated behavior of the engaging parties and their context. Accordingly, position-taking involves time transactions that are not ordinary actions but promissory engagements. Their promise basis accounts for the phenomenon that demand and supply adjustments act not on prices, but on the promised rates of return, a phenomenon that can be related to the regular occurrence of bubble, runs and panics in financial markets. Promissory engagements are thus the agentic molecules of financial markets, the basis of the connective tissue in which market participation unfolds.

References

- Agnew, Jean-Christophe. 1986. *Worlds apart. The market and the theater in anglo-american thought 1550-1750*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Austin, John L. 1962. *How to do things with words*. Oxford: Oxford University Press.
- Baker, Wayne E. 1990. Market networks and corporate behavior. *American Journal of Sociology* 96: 589-625.
- Barber, Bernard. 1995. All economies are embedded. The career of a concept and beyond. *Social Research* 62: 387-413.
- Beckert, Jens. 1996. What is sociological about economic sociology? Uncertainty and the embeddedness of economic action. *Theory and Society* 25: 803-840.
- Beckert, Jens. 2003. Economic sociology and embeddedness. How shall we conceptualize economic action? *Journal of Economic Issues* 37: 769-787.
- Bernstein, Peter L. 1996. *Against the gods. The remarkable story of risk*. New York: John Wiley & Sons.
- Buegger, Urs. 1999. *Wie handeln Devisenhändler? Eine ethnographische Studie über Akteure in einem globalen Markt*. Universität St. Gallen (Dissertation).
- Chernow, Ron. 1990. *The house of morgan. An american banking dynasty and the rise of modern finance*. New York: Simon Schuster.
- Deutschmann, Christoph. 2003. Die Verheißung absoluten Reichtums. Kapitalismus als Religion. In *Kapitalismus als Religion*, Hrsg. Dirk Baecker, 145-174. Berlin: Kulturverlag Kadmos.
- Earl, Peter E. 1995. *Microeconomics for business and marketing. Lectures, cases, and worked essays*. Aldershot: Edward Elgar Publishing.
- Fligstein, Neil. 2001. *The architecture of markets. An economic sociology of twenty-first-century capitalist societies*. Princeton: Princeton University Press.
- Geis, Michael L. 1995. *Speech acts and conversational interaction*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Granovetter, Mark. 1985. Economic action and social structure. The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology* 91: 481-510.
- Habermas, Jürgen. 1979. *Communication and the evolution of society*. Boston: Beacon Press.
- Hillebrandt, Frank. 2007. Kaufen, Verkaufen, Schenken. Die Simultanität von Tauschpraktiken. In *Märkte als soziale Strukturen*, Hrsg. Jens Beckert, Rainer Diaz-Bone, Heiner Ganßmann, 281-295. Frankfurt a. M.: Campus.
- Knorr Cetina, Karin. 2009. *Maverick Markets. The global microstructures of currency trading* (Forthcoming).
- Knorr Cetina, Karin, and Urs Buegger. 2002. Global microstructures. The virtual societies of financial markets. *American Journal of Sociology* 107: 905-950.
- Krier, Dan. 2005. *Speculative management. Stock market power and corporate change*. Albany: State University of New York Press.

- Moynihan, Brendan. 1997. *Trading on expectations. Strategies to pinpoint trading ranges, trends, and reversals*. New York: John Wiley & Sons.
- Lie, John. 1992. The concept of mode of exchange. *American Sociological Review* 57: 508-523.
- Preda, Alexandru. 2009. *Framing finance. The boundaries of markets and modern capitalism*. Chicago: University of Chicago Press.
- Searle, John R. 1969. *Speech acts. An essay in the philosophy of language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Searle, John R., and Daniel Vanderveken. 1985. *Foundations of illocutionary logic*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Slater, Don. 2002. From calculation to alienation. Disentangling economic abstractions. *Economy and Society* 31: 234-249.
- Slater, Don, and Fran Tonkiss. 2001. *Market society. Markets and modern social theory*. Cambridge: Polity Press.
- Smith, Adam. 1991. *The wealth of nations* (1776). New York: Knopf.
- Strange, Susan. 1986. *Casino capitalism*. Oxford: Blackwell.
- Sylla, Richard A. 1998. US securities markets and the banking system 1790-1840. *Federal Reserve Bank of Saint Louis Review* 80: 83-98.
- Williamson, Oliver E. 1981. The economics of organizations. The transaction cost approach. *American Journal of Sociology* 87: 548-577.

Correspondence: Prof. Dr. Karin Knorr Cetina, Universität Konstanz, Fakultät für Soziologie, Postfach D-46, 78457 Konstanz
E-Mail: karin.knorr@uni-konstanz.de

2. Konsum

LEBENSSTILE UND KONSUM

Jörg Rössel und Simone Pape

Zusammenfassung: Im Gegensatz zu den Wirtschaftswissenschaften hat die Wirtschaftssoziologie das Thema Konsum bisher vernachlässigt. Dabei existieren mit der Lebensstilforschung und der Konsumsoziologie schon etablierte Subdisziplinen, die das Konsumverhalten aus einer sozialwissenschaftlichen Perspektive betrachten und die bisherige wirtschaftssoziologische Forschung um zwei wichtige Felder ergänzen können: erstens die Erfassung und Untersuchung der Heterogenität von Präferenzen der wirtschaftlichen Akteure und zweitens deren sozialstrukturelle Einbettung. In diesem Aufsatz wird ein Modell entwickelt, das erstens die theoretische Verbindung zwischen Lebensstilen und Konsum klärt, zweitens die Bedingungen für das Auftreten eines lebensstilgesteuerten Konsums angeben kann und drittens Teile der Forschung über Spezifika und Hauptdimensionen des Konsums in gegenwärtigen Gesellschaften synthetisieren kann.

I. Einleitung

Das Thema Konsum stellt eines der größten Desiderate der Wirtschaftssoziologie dar. Während sich in mikroökonomischen Lehrbüchern die ersten Kapitel ganz selbstverständlich mit der Rolle von Konsum und Marktnachfrage beschäftigen (Frank 2005; Varian 1995), wird dieser zentrale Aspekt wirtschaftlichen Handelns in der Wirtschaftssoziologie bislang weitgehend ausgeblendet, die ihren Fokus vor allem auf die soziale Organisation der Produktion und Distribution von Gütern und Dienstleistungen richtet (s. den Beitrag von Beckert und Besedovsky in diesem Band; Zelizer 2002: 332). Damit wird nicht nur die konstitutive Bedeutung von Konsum für wirtschaftliche Aktivitäten übersehen, sondern auch die Tatsache, dass in gegenwärtigen Gesellschaften die Produktion von Gütern und Dienstleistungen gegenüber der Aufrechterhaltung einer angemessenen Konsumnachfrage, z. B. durch Marketing, an Bedeutung verliert (Frenzen et al. 1994: 403). Eine Auseinandersetzung mit den Themen Konsum und Marktnachfrage ist daher von zentraler Bedeutung für die Weiterentwicklung der Wirtschaftssoziologie, insbesondere für die Analyse der Konstitution von Märkten (Zelizer 2002). Die sozialwissenschaftliche Erforschung des Konsums stellt allerdings ein ausgesprochen fragmentiertes und heterogenes Feld dar, das von unterschiedlichen Disziplinen mit verschiedenen methodischen und theoretischen Ansätzen und ausgesprochen divergierenden Herangehensweisen geprägt ist. Diese reichen von erklärenden Perspektiven, die die Bedingungen für spezifische Formen des Konsumverhaltens ange-

ben wollen, über zeitdiagnostische Arbeiten bis hin zu postmodernen und interpretativen Positionen (Simonson et al. 2001).¹ Daher werden in diesem Beitrag zwei klare Orientierungen gewählt: erstens wird der Fokus auf einer erklärenden Perspektive liegen, die Konsumverhalten nicht nur zeitdiagnostisch interpretiert, sondern aus spezifischen Bedingungen erklären will. Dabei sollen gleichwohl die Themen einer stärker interpretativen Konsumforschung (Konsum und Erlebnisorientierung, Konsum und Identität) aufgegriffen werden², um auch die größere Reichweite von soziologischen im Vergleich zu wirtschaftswissenschaftlichen Ansätzen zu demonstrieren. Zweitens wird das inhaltliche Augenmerk in diesem Beitrag auf die Verbindung von soziologischer Lebensstil- und Konsumforschung gelegt. Die lebensstilspezifische Perspektive auf den Konsum ermöglicht nur eine partielle Erklärung des Konsumverhaltens, wie wir in diesem Aufsatz deutlich machen wollen. Sie erlaubt aber einerseits Aussagen über die Bedingungen der Entstehung spezifisch moderner Formen des Konsums; andererseits verdeutlicht sie die Vorteile eines soziologischen Zugangs zum Konsumverhalten, der die sozialstrukturelle Positionierung von Konsumenten explizit theoretisch berücksichtigt.

Die Lebensstilforschung und die Konsumsoziologie haben in den vergangenen zwanzig Jahren einen Aufschwung erlebt (Wiswede 2000: 27). Während im deutschsprachigen Raum der Schwerpunkt stärker auf der Analyse von Lebensstilen liegt, ist für den angelsächsischen Raum die Beschäftigung mit dem Konsum deutlicher ausgeprägt.³ Dies liegt wohl nicht zuletzt daran, dass diese beiden Konzepte eine nicht unerhebliche Schnittmenge aufweisen. So wird Konsum in einer klassischen Formulierung als „sämtliche Verhaltensweisen, die auf die Erlangung und private Nutzung wirtschaftlicher Güter und Dienstleistungen gerichtet sind“ definiert (Wiswede 2000: 24). Diese Definition macht deutlich, dass der Begriff des Konsums nicht auf den bloßen Kaufakt beschränkt ist, sondern unterschiedlichste Formen des Umgangs mit und der Nutzung von Konsumgütern beinhaltet. Dies können z. B. Tagträume sein, die einen imaginierten Konsum von bestimmten Objekten ermöglichen (Campbell 1997; D’Astous und Deschênes 2005), oder auch Strategien der Identitätsbildung, die bestimmte Konsumgüter als Teil oder Bestätigung der eigenen Identität betrachten (Belk 1988; Gao et al. 2009; Hellmann 2008; kritisch dazu: Cohen 1989; Warde 1994). Dagegen können Lebensstile als typische Muster ästhetisch orientierter Verhaltensweisen definiert werden, die empirisch zumeist durch Indikatoren des Freizeitverhaltens oder des materiellen

1 Sehr eindrücklich wird diese Fragmentierung der sozialwissenschaftlichen Konsumforschung bei der Betrachtung der Artikel zum Thema Konsum in den beiden Ausgaben des von Richard Swedberg und Neil Smelser herausgegebenen „Handbook of Economic Sociology“ (Frenzen et al. 1994; Zelizer 2002). Diese haben sowohl thematisch als auch hinsichtlich der verwendeten Literatur nur eine geringe Schnittmenge. Der übereinstimmende Anteil zitierter Autoren und Texte liegt bei unter 10 Prozent. Dies spricht kaum für eine Kanonisierung der sozialwissenschaftlichen Konsumforschung.

2 Eine Wirtschaftssoziologie, die nicht nur innerhalb der Soziologie anerkannt werden will, kann auf die Berücksichtigung einer erklärenden Perspektive nicht verzichten. Sie muss in der Konkurrenz zu anderen Disziplinen zeigen können, dass sie besser und mehr erklären kann als diese. Auch wissenschaftstheoretisch muss dieser Fokus auf die Erklärungskraft von Theorien als zentral angesehen werden (Hedström 2005).

3 So werden zahlreiche Phänomene, die von der deutschsprachigen Lebensstilforschung behandelt werden, im angelsächsischen Raum unter dem Begriff „cultural consumption“ zusammengefasst.

Konsums operationalisiert werden (Rössel 2005). Der Blick auf diese beiden Definitionen macht deutlich, dass Lebensstile und Konsum zwar nicht deckungsgleich sind, aber doch erhebliche Überschneidungen aufweisen. Wie kann das Verhältnis dieser beiden Konzepte dann genauer beschrieben werden? *Erstens* werden Lebensstile in empirischen Studien zumeist, wie bereits angesprochen, ganz überwiegend über das Konsumverhalten von Personen operationalisiert. Im Sinne der oben zitierten Definition von Konsum ist auch der Besuch von Kulturveranstaltungen (eine Dienstleistung) oder das einsame Laufen des Joggers oder das Klettern des Bergsteigers Konsum, da er/sie die zuvor erworbenen Utensilien wie Laufschuhe, Steigeisen oder Seil privat nutzt, also konsumiert.⁴ Diese lebensstilrelevanten Komponenten des Konsumverhaltens sind aber *zweitens* nur eine Teilmenge des gesamten Konsums, der eben auch Handlungsweisen enthält, die nur wenig lebensstilbezogen sind, wie der Kauf einer Waschmaschine oder des dazugehörigen Waschmittels. Dies verweist *drittens* darauf, dass Lebensstile eine Art von ästhetischen Prinzipien darstellen, die einem Teilbereich des Konsums zugrunde liegen, ihn also steuern. Eine zentrale Frage unseres Beitrages ist daher, wie der theoretische Zusammenhang zwischen Lebensstilen und Konsum genau zu fassen ist; unter welchen Bedingungen das Konsumverhalten durch die Lebensstile strukturiert wird und wann nicht. In *Abschnitt II* wird eine theoretische Verknüpfung dieser beiden Konzepte vorgestellt, mit deren Hilfe zentrale Themen von Teilen der Konsumforschung erfasst werden können. Auf dieser Grundlage kann dann in *Abschnitt III* die Entstehung und die Besonderheit des modernen Konsums mit seiner Unersättlichkeit und seiner Orientierung an symbolischen und ästhetischen Kriterien erklärt werden.

Aus sozialwissenschaftlicher Perspektive ist zentral am lebensstilorientierten Konsum, dass in der modernen Gesellschaft nicht alle Akteure in gleicher Weise hedonistisch sind, sondern sich dabei von unterschiedlichen ästhetischen Prinzipien oder kulturellen Präferenzen leiten lassen. Anders als in der klassischen Lehrbuchökonomie angenommen, können also Konsumententscheidungen nicht einfach unter Berücksichtigung der jeweiligen Budgetgerade und der Preisrestriktionen erklärt werden. Darüber hinaus müssen auch die unterschiedlichen Präferenzen der Akteure und ihre sozialstrukturellen Grundlagen in Rechnung gestellt werden.⁵ Des Weiteren ist zu berücksichtigen, dass die Nutzung symbolisch aufgeladener und damit lebensstilrelevanter Güter und Dienstleistungen nicht mit dem Kauf endet, sondern der Nutzen in hohem Maße vom Handeln des jeweiligen Konsumenten selbst abhängt. Erst der entsprechende Geschmack und die entsprechenden Interpretationsfähigkeiten des jeweiligen Konsumenten generieren den Nutzen oder den Genuss des Besuchs einer klassischen Oper (Bourdieu 1987; Stigler und Becker 1977). Sowohl die unterschiedlichen Präferenzen wie auch die unterschiedlichen Fähigkeiten zur Interpretation von Konsumgütern oder Dienstleistungen werden allerdings durch die Position einer Person in der Sozialstruktur geprägt. Diesen Punkten wollen wir uns in *Abschnitt IV* zuwenden, in dem verschiedene soziologische Lebensstilkonzepte, ihre sozialstrukturelle Basis sowie die damit einherge-

4 Mit diesen Hinweisen soll nicht ausgeschlossen werden, dass bestimmte Verhaltensweisen als Bestandteil eines Lebensstils nicht zum Konsumverhalten gerechnet werden können.

5 Auch in der marketingorientierten Konsumforschung wird die Tatsache nur wenig beachtet, dass Menschen je nach sozialstrukturell geprägtem Lebensstil unterschiedliche Arten von Erlebnissen suchen (Carù und Cova 2003).

henden Konsummuster vorgestellt werden. Hierbei werden die Notwendigkeit der Interpretation symbolisch aufgeladener, lebensstilrelevanter Güter und Dienstleistungen sowie die zugrundeliegenden ästhetischen Kriterien an Beispielen aus der empirischen Forschung verdeutlicht. Im abschließenden *Abschnitt V* soll die Relevanz des Lebensstilkonzepts für die Konsumforschung und die Wirtschaftssoziologie noch einmal zusammengefasst werden.

II. Lebensstile und Konsum: der theoretische Zusammenhang

In der Lebensstilforschung findet sich häufig die Behauptung, dass soziales Handeln und Einstellungen von Personen nicht mehr allein durch traditionelle Kategorien der Sozialstrukturanalyse wie Klasse und Schicht erklärt werden können und dass diese durch Lebensstilkonzepte ersetzt oder ergänzt werden müssen (Hermann 2004: 164-165; Otte 2005: 9). Auch in der Konsumforschung wurde das Lebensstilkonzept mit dem Hinweis eingeführt, dass demographische und sozialstrukturelle Variablen nicht ausreichen, um die Marktsegmentierung befriedigend zu erfassen (Frenzen et al. 1994: 413-414; vgl. aber Cosmas 1982). Wie kann aber nun der theoretische Zusammenhang zwischen Lebensstilen und Konsum hergestellt werden? Die bisherige Diskussion hat ergeben, dass die Begriffe Konsum und Lebensstile eine relativ große Schnittmenge aufweisen und daher zwischen den beiden Konzepten auch keine theoretischen, erklärenden Verknüpfungen hergestellt werden können. Wenn Konsum und Lebensstile in hohem Maße deckungsgleiche Phänomene sind, dann kann das eine nicht die Ursache und das andere nicht eine Wirkung darstellen. Hier soll daher eine partielle Neudefinition des Lebensstilkonzepts vorgenommen werden, die eine Erklärung des Konsumverhaltens aus der Lebensstilperspektive ermöglicht. Daher wird an ein theoretisch relativ offenes Modell aus der individualistischen Theoriediskussion angeknüpft, das die Handlungen von Akteuren erstens als zielgerichtet begreift und zweitens davon ausgeht, dass die Handlungsalternativen eines Akteurs durch spezifische Handlungsressourcen und -restriktionen beschränkt sind (s. *Abbildung 1*). Dieses theoretische Modell hat den großen Vorteil, dass es ohne Probleme an die dominanten theoretischen Ansätze (Theorien des geplanten Handelns, Dual-Process Modelle, Behavioral Decision Theory) der erklärenden Konsumforschung anschlussfähig ist (Simonson et al. 2001: 253-254). Im hier zugrunde liegenden Modell wird menschliches Handeln als das Ergebnis von zwei Filtermechanismen begriffen (Opp 1999: 173): ein erster Filterprozess strukturiert die Menge aller möglichen Handlungsalternativen nach ihrer Zugänglichkeit für den Akteur; man könnte dabei von einer Opportunitäts- oder Gelegenheitsstruktur sprechen. Diese Opportunitätsstruktur wird durch das Verhältnis von zwei Größen gebildet: erstens den externen Restriktionen für eine spezifische Handlungsalternative, und zweitens den Ressourcen, über die der Akteur verfügt. Sind die objektiven Strukturen der Handlungssituation gegeben, greifen im zweiten Filterprozess nun die Vorlieben des Akteurs, so dass er aus der gegebenen Opportunitätsstruktur diejenigen Alternativen auswählt, die seinen persönlichen Vorlieben bzw. seinen Präferenzen entsprechen.

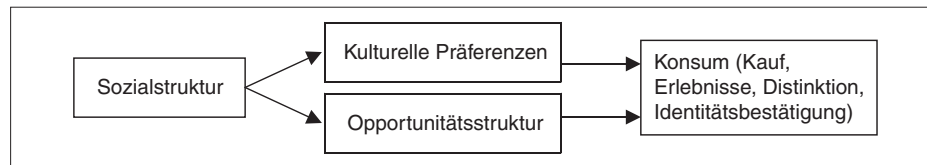
Dieses hier nur kurz eingeführte Handlungsmodell erlaubt die Formulierung eines sozialen Mechanismus für die Auswahl von Handlungsalternativen: Wir können erstens

davon ausgehen, dass Akteure zielgerichtet handeln, dass sie also Handlungen auswählen werden, von denen sie annehmen, dass sie ihren Präferenzen oder Vorlieben entsprechen. Dies geschieht aber zweitens im Rahmen einer Opportunitätsstruktur, die eine Einschränkung der Handlungsalternativen für den Akteur bedeutet. Eine Person mit einer Vorliebe für klassische Musik kann z. B. aus einer breiten Palette von Konsumangeboten wählen, um diesem Musikgeschmack zu folgen: Vom Hören einer CD im heimischen Wohnzimmer über den Besuch eines Konzertes auf den billigsten Plätzen bis hin zum privaten Engagement eines international renommierten Orchesters gibt es eine unendliche Vielzahl von Möglichkeiten, klassische Musik zu konsumieren. Welche dieser Alternativen tatsächlich gewählt wird, hängt also nicht nur von den Vorlieben und dem Geschmack dieser Person ab, sondern von ihrer Opportunitätsstruktur, also den Kosten der verschiedenen Optionen auf der einen Seite und ihrer Ressourcenausstattung auf der anderen Seite. Insofern muss die Bedeutung von kulturellen Vorlieben und Lebensstilen aus theoretischer Perspektive in gewissem Maße eingeschränkt werden. Sie werden vor allem bei Konsumententscheidungen relevant sein, bei denen geringe Kostendifferenzen zwischen den Alternativen existieren. Dagegen wird ihre explanatorische Bedeutung in Handlungssituationen mit hohen Kostenunterschieden der Optionen gering sein (Mensch 2000). So haben Diekmann und Preisendörfer (2003) zeigen können, dass das Umweltbewusstsein von Personen vor allem in Situationen mit niedrigen Kosten das faktische Umwelt- und Konsumverhalten beeinflusst, dagegen in Hochkostensituationen wenig Relevanz besitzt. In den letztgenannten Situationen sind vor allem die Handlungsrestriktionen und die Ressourcenausstattung der Akteure für die Erklärung zentral. Daher kann man auch für Lebensstile bzw. kulturelle Präferenzen einen relativ großen Einfluss nur in Niedrigkostensituationen vermuten, während sie in Hochkostensituationen eine geringere Erklärungskraft aufweisen dürften. Entscheidungen im letztgenannten Situationstyp werden stärker durch die Verfügung über finanzielle Mittel bestimmt werden, also durch Merkmale, die in höherem Maße an Klasse und Schicht als zentrale Aspekte der Sozialstruktur gebunden sind. Mit der Unterscheidung zwischen Hochkosten- und Niedrigkostensituationen ist auch eine erste Hypothese zur Erklärungskraft von Lebensstilen formuliert: diese sollten sich vor allem in Niedrigkostensituationen als erklärungskräftig für das Konsumverhalten erweisen. Haben Personen also z. B. die Wahl zwischen zwei ungefähr gleich teuren Weinflaschen, so sollten die kulturellen Präferenzen für die Auswahl entscheidend sein, bei einem hohen Preisunterschied werden die Ressourcen der betreffenden Akteure im Durchschnitt eine größere Rolle spielen.

Will man an die skizzierte handlungstheoretische Perspektive anknüpfen, dann sollte allerdings der Lebensstilbegriff durch das Konzept der kulturellen Präferenzen von Personen ersetzt werden (Rössel 2004, 2005). Lebensstile werden typischerweise als Muster von Handlungen in ästhetisierbaren Verhaltensbereichen definiert, so dass sie zumeist eine Schnittmenge mit dem Konsumbegriff bilden und daher nicht sinnvoll zur Erklärung der gesamten Breite des Konsumverhaltens herangezogen werden können. Will man Lebensstilbegriffe zur Erklärung von Konsum einsetzen, so muss ein vergleichbares Konzept auf der Ebene der Handlungsziele oder -präferenzen gefunden werden. Man könnte hier von kulturellen Präferenzen sprechen, die die Vorlieben der Akteure für bestimmte Klassen von ästhetisierbaren Handlungen und deren Konsequenzen angeben. Dies schließt auch die Präferenzen für den Konsum spezifischer äs-

thetisierbarer Güter und Dienstleistungen ein. Betrachtet man die Ursprünge der Lebensstildiskussion in den Arbeiten von Pierre Bourdieu, so fokussiert dieser theoretische Vorschlag stärker auf die Begriffe Geschmack und Habitus bei Bourdieu und weniger auf seinen Lebensstilbegriff (Bourdieu 1987; Katz-Gerro und Yaish 2008; Müller 1986).

Abbildung 1: Sozialstruktur, kulturelle Präferenzen und Konsum



Die Orientierung am Begriff der kulturellen Präferenzen bringt allerdings noch weitere Konsequenzen mit sich, die für die Betrachtung des Konsumverhaltens von entscheidender Bedeutung sind. *Erstens* kann nicht allein der Kauf von bestimmten Gütern und Dienstleistungen, sondern auch der spezifische Umgang der Konsumenten mit ihnen durch kulturelle Präferenzen erklärt werden (s. *Abbildung 1*). Je nach ästhetischen Vorlieben kann eine Person eine wetterfeste Wanderjacke tatsächlich zum Bergsteigen nutzen oder nur als robuste Alltagsbekleidung. *Zweitens* zielen kulturelle Präferenzen nicht in erster Linie auf eine instrumentelle Nutzung eines Konsumgutes, sondern auf eine erlebnisorientierte und hedonistische Verwendung (Charters 2006; Holbrook und Hirschman 1982; Schulze 1992). Damit ist gemeint, dass Käufer ein bestimmtes Produkt nicht allein im Hinblick auf die Erreichung eines externen Zieles kaufen und verwenden (z. B. ein Auto, um damit die Strecke von der Wohnung zur Arbeit zurückzulegen), sondern um damit ein subjektives Erlebnis und einen bestimmten Genuss zu erreichen. So kann man z. B. für einen Konzertbesuch in der Regel keine instrumentellen Ziele nennen; dieser findet zumeist wegen des musikalischen Genusserlebnisses statt. In der Konsumforschung wird an dieser Stelle häufig von utilitaristischen und hedonistischen Motiven gesprochen, wobei die Analyse von hedonistischen Erlebnissen und Gefühlen einen immer grösseren Raum in der Forschung einnimmt (Holbrook und Hirschman 1982: 134; Simonson et al. 2001: 254 – 255; Voss et al. 2003). *Drittens* haben kulturelle Präferenzen für Personen noch weitergehende Relevanz: Sie strukturieren die Herausbildung eines mehr oder weniger einheitlichen Lebens- bzw. Konsumstils⁶, der für seine Träger in unterschiedlichem Maße bedeutsam sein kann. In der Lebensstil- und Konsumforschung wird einerseits diskutiert, in welchem Ausmaß Lebensstile und Konsumgüter noch die Funktion der Abgrenzung und Distinktion haben (Berger und Heath 2007; Rössel 2005: 234-235), andererseits wird deren Bedeutung als Teil und als Bestätigung der eigenen Identität betont (Belk 1988; Gao et al. 2009; Rössel 2005: Kapitel 3; kritisch dazu: Cohen 1989; Warde 1994). So kann beispielsweise der Verzehr von sehr exotischen Speisen einerseits der Abgrenzung gegenüber ku-

⁶ Ob Personen tatsächlich einen einheitlich gestalteten Lebens- oder Konsumstil haben ist eine empirische Frage, deren Beantwortung daher in dieser Formulierung auch nicht vorweg genommen werden soll.

linarisch wenig interessierten Menschen dienen. Er kann andererseits aber auch die Selbstwahrnehmung als Gourmet und Liebhaber von ausgewählten Köstlichkeiten bestätigen.

Der hier vorgeschlagene theoretische Rahmen erlaubt also die Erklärung ganz unterschiedlicher Aspekte und Formen des Konsumverhaltens. Der Vorteil einer spezifisch soziologischen Perspektive ist dabei vor allem, dass man die Existenz verschiedener sozialstrukturell basierter kultureller Präferenzen in der Bevölkerung berücksichtigen kann. Unterschiedliche soziale Gruppen suchen verschiedene Arten von Konsumerlebnissen und wollen verschiedene Identitäten im Konsum verwirklichen. Es handelt sich allerdings um einen partiellen theoretischen Rahmen, da er allein die Relevanz von kulturellen Präferenzen für die Erklärung von Konsumverhalten berücksichtigt und keine allgemeine Theorie des Konsums darstellt. Daher muss im nächsten Schritt noch einmal die Frage behandelt werden, unter welchen Bedingungen diese Betrachtungsweise erklärungskräftig ist. Es wurde oben schon betont, dass die Erklärungskraft von kulturellen Präferenzen vor allem in Situationen hoch sein sollte, in denen zwischen den Konsumalternativen nur geringe Kostendifferenzen existieren. Im Anschluss daran sollen noch zwei weitere Bedingungen für die Erklärungskraft von kulturellen Präferenzen diskutiert werden: erstens die Ästhetisierbarkeit von Gütern und Dienstleistungen und zweitens das Korrespondenzprinzip der Sozialpsychologie (vgl. auch Otte 2004; Rössel 2006a).

Eine der zentralen Thesen in der Lebensstil- und der Konsumforschung ist die der Ästhetisierung des Alltagslebens (Charters 2006; Featherstone 1987; Schulze 1992). Das Konzept der Ästhetisierung verweist auf die Ausdehnung von Verhaltensbereichen, in denen die Akteure mit ihrem Konsum einen unmittelbaren sinnlichen Genuss anstreben und das Handeln auf der Basis ihres jeweiligen Geschmacks steuern können (Holbrook und Hirschman 1982: 138; Schulze 1992: 58). Oben wurde schon ausgeführt, dass kulturelle Präferenzen vor allem für den hedonistischen und erlebnisorientierten Aspekt des Konsums von Gütern und Dienstleistungen relevant sind, dagegen weniger für die rein instrumentellen Aspekte. Für die Erklärungskraft von Lebensstilen ist aber aus dieser Diskussion die Hypothese abzuleiten, dass diese vor allem in hochgradig ästhetisierbaren Verhaltens- und Konsumbereichen groß sein sollte. Beim Kauf eines Spülmittels werden daher die kulturellen Präferenzen in der Regel eine geringere Rolle spielen, während sie beim Kauf eines Gemäldes von herausragender Bedeutung sein werden.⁷

Mit der empirischen Analyse des Verhältnisses von kulturellen Präferenzen einerseits und Konsumverhalten andererseits begibt man sich in ein klassisches Forschungsgebiet der Sozialpsychologie. Die Erforschung des Zusammenhangs von Einstellungen (kulturellen Präferenzen) und Verhalten hat dort eine lange Tradition (Ajzen und Fishbein

⁷ Entsprechend dem hier vorgestellten Argument werden auch in der Marktforschung Güter als mehr oder weniger ästhetisierbar betrachtet (Charters 2006: 240-242). Im Prinzip können natürlich alle Güter und Dienstleistungen von den Konsumenten ästhetisiert werden; auch Spülmittel, Berufsunfähigkeitsversicherungen und Streusalz. Ob es tatsächlich objektive Merkmale von Produkten gibt, die sie mehr oder weniger ästhetisierbar machen, ist eine spannende Frage für die zukünftige Forschung, deren Behandlung allerdings den Rahmen dieses Beitrags sprengen würde.

1980: 12-27). Forschungsleitend war ursprünglich die Annahme, dass Einstellungen gegenüber Objekten auch mit Verhaltensmustern gegenüber diesen Objekten einhergehen (Ajzen und Fishbein 1980: 15). Allerdings wurde in zahlreichen empirischen Studien deutlich, dass die statistische Korrelation zwischen Einstellungs- und Verhaltensmustern nicht besonders stark ist. Für dieses Phänomen wurden zahlreiche Erklärungen vorgeschlagen. Als besonders erfolgreich und empirisch überzeugend hat sich das von Ajzen und Fishbein (1980: 27) vorgeschlagene Korrespondenzprinzip erwiesen. Damit ist lediglich gemeint, dass Einstellungen und Verhalten im Hinblick auf das jeweilige Objekt, die Spezifität des Verhaltens, den Zeitrahmen und den Kontext des Verhaltens möglichst korrespondierend gemessen werden müssen, um die Korrelation zwischen Einstellungen und Verhalten in gültiger Weise zu überprüfen. Will man also die Besuchshäufigkeit von Personen in der Mailänder Scala als einem Beispiel von Kulturkonsum erklären, so sollte man die Einstellungen dieser Personen zum Besuch der Mailänder Scala bzw. deren Besuchsintentionen abfragen und nicht deren allgemeine Einstellungen zum Opernbesuch. Auf dieser Grundlage kann geschlussfolgert werden, dass Lebensstile bzw. kulturelle Präferenzen besonders dann erklärungskräftig sind, wenn sie in einer Weise gemessen wurden, die mit dem jeweiligen Explanandum besonders gut korrespondiert.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass das Konsumverhalten und der konventionelle Begriff der Lebensstile eine breite Schnittmenge aufweisen. Will man das Konsumverhalten und seine verschiedenen Aspekte systematisch mit Bezug auf den substanziellen Gehalt des Lebensstilkonzepts erklären, so muss man den Begriff der Lebensstile durch ein Konzept kultureller Präferenzen ersetzen. Diese Präferenzen strukturieren den Konsum vor allem unter drei Bedingungen: erstens in Situationen mit geringen Kostendifferenzen zwischen den Konsumalternativen, zweitens, wenn es sich um ästhetisierbare Güter und Dienstleistungen handelt und drittens, wenn eine hohe Korrespondenz in der Messung von kulturellen Präferenzen einerseits und Konsumverhalten andererseits existiert. Diese theoretisch formulierten Bedingungen haben sich in der empirischen Forschung bisher gut bewährt (Rössel 2006a).

III. Entstehung und Besonderheiten des modernen Konsums

Ein zentrales Thema der Konsumsoziologie und der Konsumforschung im Allgemeinen sind diagnostische Aussagen über zentrale Merkmale des Konsumverhaltens in gegenwärtigen Gesellschaften, die vom Konsum in industriellen oder traditionellen Gesellschaften abgegrenzt werden.⁸ Wir wollen an dieser Stelle vor allem auf die schon oben (*Abschnitt II*) angesprochene Ästhetisierung, den Hedonismus und die Unersättlichkeit als drei eng miteinander verbundene zentrale Prinzipien des modernen Konsums einge-

⁸ Diese zeitdiagnostischen Diskussionen stellen allerdings für eine erklärende Soziologie ein besonders problematisches Feld dar, da systematische empirische Evidenz, die eine klare Abgrenzung von zentralen Merkmalen des Konsums in Gegenwartsgesellschaften von denen in Gesellschaften der Vergangenheit ermöglicht, in der Regel nicht vorliegt (interessante Längsschnittdaten für das 20. Jahrhundert finden sich bei Buchmann und Eisner 1999 sowie Schmidt und Spieß 1996).

hen und diese Merkmale vor dem Hintergrund des im vorhergehenden Abschnitt erläuterten theoretischen Modells erklären.⁹

In Deutschland hat vor allem Gerhard Schulze (1992) die These vertreten, dass es zu einer Ästhetisierung des Alltagslebens und einer zunehmenden Erlebnisorientierung in Konsum und Freizeit gekommen sei. Der Gegensatz zu einer solchen Ausrichtung ist ein Konsum, der vor allem an externen Kriterien, Notwendigkeiten und instrumentellen Zielen orientiert ist (Schulze 1992: 37). Mit einer zunehmenden Erlebnisorientierung der Akteure richten sich die Personen zunehmend an symbolischen und ästhetischen Kriterien aus (Frenzen et al. 1994: 411). Die objektiven und instrumentellen Aspekte eines Gutes treten also zugunsten des Subjekts in den Hintergrund, so dass das Individuum sich weniger an äußeren Gegebenheiten als an seinen inneren ästhetischen Motiven orientiert (Charters 2006; Holbrook und Hirschman 1982; Schulze 1992: 427-431; Stihler 1998: 108-111).

Betrachtet man den Ausgangspunkt der Rede von der Ästhetisierung im Begriff der „aisthesis“, so geht es hier um Dinge, die die Sinne betreffen und den Sinnen angenehm gemacht werden sollen (Köhnke und Kösser 2001: 193). In der soziologischen Diskussion über Ästhetisierung handelt es sich um eine Sinneswahrnehmung, die nicht auf die schönen Künste verengt ist, sondern alle leiblichen Sinne und Erlebnisse einbezieht (vgl. für eine engere Definition Charters 2006). Als Kronzeuge sei hier Pierre Bourdieu angeführt, dessen Ausführungen als typisch für den soziologischen Diskurs betrachtet werden können: „Ein umfassendes Verständnis des kulturellen Konsums ist freilich erst dann gewährleistet, wenn ‚Kultur‘ im Sinne von ‚Bildung‘ dem globaleren ethnologischen Begriff von ‚Kultur‘ eingefügt und noch der raffinierteste Geschmack für erlesenste Objekte wieder mit dem elementaren Schmecken von Zunge und Gaumen verknüpft wird“ (Bourdieu 1987: 17). Ästhetisierung des Alltagslebens und des Konsums bedeutet also nicht, dass alle Lebensbereiche von künstlerischen Gesichtspunkten durchdrungen werden, sondern dass Güter und Dienstleistungen immer stärker auf ästhetische Kriterien in dem hier erläuterten weiten Sinne hin betrachtet werden.

Das Konzept der Ästhetisierung des Konsums ist eng mit der Vorstellung einer Entwicklung zu einem modernen Hedonismus im Konsumverhalten verwandt (vgl. Holbrook und Hirschman 1982; Voss et al. 2003). Colin Campbell (1997: 508-510) verweist darauf, dass dieser moderne Hedonismus gegenüber traditionellen Formen der Genussorientierung weniger auf Sinnesempfindungen ausgerichtet ist, sondern zunehmend auf emotionale Zustände, die einen hohen Erregungsgrad versprechen. Entsprechend weist er dem modernen Konsum eine idealistische Dimension zu, die vom ästhetischen Empfinden des Einzelnen abhängig ist (Campbell 1997: 505). Auch Hol-

9 Ein vor allem in der postmodernen Literatur stark diskutiertes Thema ist die zunehmende Bedeutung von Konsum für die Ausgestaltung und Bestätigung der Identität in gegenwärtigen Gesellschaften (Belk 1988; Hellmann 2008; kritisch dazu: Cohen 1989; Warde 1994). Vor allem Warde (1994) hat darauf aufmerksam gemacht, dass die Aspekte von Identität, die Akteure mit ihrem Konsumverhalten aufbauen und bestätigen wollen, in starkem Maße durch sozialstrukturell basierte Gruppenzugehörigkeiten und lebensstilbasierte Routinen strukturiert werden. Insofern könnte dieses Thema auch in der hier vorgeschlagenen theoretischen Perspektive behandelt werden. Eine nähere Berücksichtigung dieser umfangreichen Diskussion würde allerdings den Rahmen dieses Artikels sprengen.

brook und Hirschman (1982: 138) sehen den hedonistischen Konsum in ästhetischen Kriterien begründet, wie sie in den oben definierten kulturellen Präferenzen erfasst werden. Der Lebensstil der Bohemiens, die die konventionelle bürgerliche Moral überwinden wollen und die großen Wert auf Originalität und Kreativität legen, wird laut Campbell vom Rest der Gesellschaft imitiert, da ihre unkonventionelle Lebensart Vergnügen und Freude zu bereiten verspricht (Campbell 2001: 250-255, 257-259). Im Kern geht es also auch beim Konzept des modernen Konsums wiederum um eine Orientierung an ästhetischen Standards, wie sie auch dem Zusammenhang von Lebensstilen und Konsum zugrundeliegt.

Neben der Tatsache, dass die Akteure im Prozess der Modernisierung ihren Konsum qualitativ verändern, indem sie verstärkt ästhetische und symbolische Produkteigenschaften beachten, fällt auf, dass sie in einer bislang ungekannten Quantität und Unersättlichkeit konsumieren. Unersättlich ist der moderne Konsument nach Gerhard Schulze zum einen, da die Erlebnisqualität selbst nicht durch das Produkt gewährleistet werden kann, sondern von den inneren Zuständen des Individuums abhängig ist. Konsum per se kann die Bedürfnisse des Akteurs deshalb nur partiell befriedigen, was zu einer permanenten Steigerung der Nachfrage nach Konsumerlebnissen führt. Zum anderen ist zu beachten, dass der Markt dem modernen Konsumenten pausenlos Erlebnisse anbietet, so dass die Nutzung eines Erlebnisses zur Gewohnheit wird und die abnehmende Qualität des Erlebnisses durch eine quantitative Steigerung ausgeglichen werden muss (Schulze 1992: 63-67). Eine vergleichbare Konzeption der Unersättlichkeit findet sich auch bei Campbell. Echte Befriedigung kann der moderne Konsument zwar nur aus realen Erlebnissen bzw. Gütern schöpfen, er nutzt jedoch Tagträume, um einen behaglichen Gefühlszustand herzustellen (für eine systematische Erfassung von Konsumtagträumen vgl. D'Astous und Deschênes 2005). Diese Illusionen spielen für Campbell eine zentrale Rolle bei der Erklärung der Unersättlichkeit des modernen Konsumenten. Sie können dazu führen, dass das reale Leben langweiliger als vorher erscheint, was zu erneutem Tagträumen animiert. Der Akteur sucht dann im Konsum das Vergnügen, das er imaginär antizipiert hat. Beinhaltet die Tagträume nun potenziell realisierbare Ereignisse, werden sie mit der Realität verglichen. Das führt meist zu einer Desillusionierung, die weitere Tagträume zur Folge hat und in erneute Desillusionierungen mündet. So entsteht ein unablässiges Streben nach neuen Erlebnissen, die angenehme Emotionen versprechen (Campbell 1997: 510-513). Sowohl bei Schulze als auch bei Campbell findet sich das Konzept einer Erwartungs-Enttäuschungsspirale, in der die Konsumenten immer wieder neue ästhetisierte Wunschträume des Konsums entwickeln, die jedoch von den realen Gütern und Dienstleistungen zumeist enttäuscht werden. Das erzeugt neue Wünsche und neue Konsumvorstellungen, die wieder nur beschränkt halten, was sie versprechen, usw. (vgl. auch Ritzer 1997).

Diese Ausführungen machen deutlich, dass Ästhetisierung, Hedonismus und Unersättlichkeit keine voneinander unabhängigen Merkmale gegenwärtigen Konsums darstellen, sondern relativ eng miteinander verknüpft sind. Sie verweisen alle auf die Steuerung des Konsums durch ästhetische Kriterien und kulturelle Präferenzen, die im oben entwickelten theoretischen Modell eine zentrale Rolle einnehmen. Daher ist das Auftreten und die Verbreitung dieser spezifischen Merkmale des gegenwärtigen Konsums von den gleichen Bedingungen abhängig, die auch die Erklärungskraft von Lebensstilen beeinflussen.

Die Ursachen für die Ausbildung des modernen Konsums und seine Ausbreitung über weite Teile der Bevölkerung können im tiefgreifenden Wandel der Lebensbedingungen nach dem Zweiten Weltkrieg gefunden werden. Der materielle Lebensstandard und die frei verfügbare Zeit der Bevölkerung nahmen signifikant zu. Dieser von Ulrich Beck als Fahrstuhl-Effekt bezeichnete Prozess basiert auf einem Anstieg der Einkommen bei gleichzeitiger Reduzierung der Arbeitszeit und zunehmender Lebenserwartung (Beck 1986: 128). Da die Individuen mehr Geld zur Verfügung haben und sich insbesondere der Anteil des diskretionären Einkommens, also des Einkommens, das nach Abzug der Ausgaben zur Erfüllung der Grundbedürfnisse übrig bleibt, erhöht hat, können sich große Teile der Bevölkerung ästhetisierbare Güter leisten (Beck 1986: 124-125; Stihler 1998: 95-97; Toivonen 1992). In die Sprache des theoretischen Modells übertragen kann davon gesprochen werden, dass in gegenwärtigen Gesellschaften Konsumentscheidungen häufiger unter Bedingungen einer Niedrigkostensituation getroffen werden. Daher steigt der Einfluss kultureller Präferenzen auf das Konsumverhalten. Parallel zu dieser Entwicklung kam es durch die gestiegene Produktivität der Wirtschaft zu einer Vergrößerung der Produktvielfalt und einer Konsumfelderweiterung, so dass auch ästhetisierbare Güter und Dienstleistungen in größerer Vielfalt auf dem Markt angeboten werden. Auch hier lässt sich aus dem oben entwickelten theoretischen Modell ableiten, dass dies zu einer Bedeutungssteigerung von Lebensstilen und spezifisch modernen Merkmalen des Konsums führen sollte, da erst das Vorhandensein ästhetischer Alternativen eine Erklärung von Konsumverhalten durch kulturelle Präferenzen möglich macht.

Die Erweiterung des Spielraums für einen lebensstilbasierten, ästhetisierten und hedonistischen Konsum der Akteure ist jedoch nicht allein durch ihre verbesserte ökonomische Situation zu begründen, sondern auch durch Veränderungen im Bereich der Wertvorstellungen, die mit der wirtschaftlichen Prosperität einhergehen. Eine hinreichend abgesicherte ökonomische Existenz gewährleistet die Befriedigung basaler Bedürfnisse und lässt Raum für die Entwicklung postmaterieller Werte und Begehren, wie den Wunsch nach Selbstverwirklichung, Bildung und Kreativität (Inglehart 1989; Rössel 2006c). Im Prozess des Wertewandels verändern sich allerdings nicht nur die Ziele der Akteure, sondern auch die Rahmenbedingungen des Handelns, da in einer postmaterialistisch geprägten Gesellschaft die Toleranz für bisher abweichende Formen des Konsums deutlich gestiegen ist. Auch dies führt zu einer abnehmenden Häufigkeit von Konsumentscheidungen, die sich als Hochkostensituationen begreifen lassen und zu einer Zunahme von entsprechenden Niedrigkostensituationen.¹⁰ Dies kann beispielsweise an der öffentlichen Inszenierung unterschiedlicher Spielarten von Sexualität beobachtet werden, die noch vor wenigen Jahrzehnten sehr viel stärker sanktioniert und also mit höheren Kosten verbunden gewesen wäre. Während die Entwicklung des Wohlstands in gegenwärtigen Gesellschaften die Häufigkeit von ökonomischen Niedrigkostensituationen im Konsumbereich gesteigert hat, hat der Wertewandel zu einer größeren Relevanz von sozialen Niedrigkostensituationen geführt und damit den Spielraum für eine Steuerung des Konsums durch kulturelle Präferenzen erweitert.

10 Hier wird deutlich, dass der Begriff der Kosten selbstverständlich nicht mit monetären Kosten gleichgesetzt werden muss (Opp 1999).

In der Konsumforschung werden unter anderem die Ästhetisierung, der Hedonismus und die Unersättlichkeit als drei spezifische Merkmale des Konsums in gegenwärtigen Gesellschaften genannt. Diese resultieren aus einem Konsumverhalten, das sich primär an ästhetischen Kriterien bzw. kulturellen Präferenzen und nicht an instrumentellen Orientierungen bemisst. Insofern lässt sich die Ausbreitung dieser Merkmale mit Hilfe des in *Abschnitt II* entwickelten theoretischen Modells konsistent erklären. Wenn die ästhetische Differenzierung von Gütern und Dienstleistungen zunimmt und wenn Konsumententscheidungen seltener Hochkostensituationen darstellen, dann werden die hier betrachteten spezifischen Merkmale des modernen Konsums häufiger auftreten. Die Prozesse der Zunahme des wirtschaftlichen Wohlstands und des Wertewandels haben genau zu diesen beiden Situationen geführt, so dass der Konsum in gegenwärtigen Gesellschaften immer stärker durch kulturelle Präferenzen gesteuert wird. Auch die Phänomene der Ästhetisierung, des Hedonismus und der Unersättlichkeit im Konsumverhalten können so erklärt werden.

IV. Strukturen und Dimensionen des lebensstilorientierten Konsums

In den vorhergehenden Abschnitten wurde der theoretische Zusammenhang zwischen Lebensstilen respektive kulturellen Präferenzen einerseits und dem Konsum andererseits skizziert. Dabei wurde deutlich, dass das Konsumverhalten der Akteure in seinen unterschiedlichen Aspekten durch unterschiedliche kulturelle Präferenzen geprägt wird. Es geht also nicht allein um die Frage, *was* die Personen konsumieren, sondern auch *wie* sie dies tun. An dieser Stelle sollen die Grundstrukturen und Dimensionen des gegenwärtigen lebensstilorientierten Konsums auf der Grundlage zentraler Texte aus der Lebensstilforschung dargestellt werden. Dabei geht es immer um die Frage, welche ästhetischen Prinzipien bzw. kulturellen Präferenzen dem Konsumverhalten zugrundeliegen und welche typischen Konsummuster daraus in bestimmten sozialen Gruppen resultieren. Zu berücksichtigen sind hierbei sowohl der Gegenstand des Konsums als auch der Prozess des Konsumierens selbst. Darüber hinaus soll in diesem Abschnitt auch die sozialstrukturelle Basis von kulturellen Präferenzen und Konsum verdeutlicht werden. Eine spezifisch soziologische Analyse von Lebensstilen und Konsum wird nicht nur die Vielfalt und die Heterogenität von Präferenzen systematisch berücksichtigen, sondern auch deren Verankerung in spezifischen sozialstrukturellen Positionen Rechnung tragen.

Der Klassiker der modernen Lebensstilforschung ist Pierre Bourdieu mit seiner soziokulturellen Klassentheorie (Müller 1986). Während er die drei von ihm postulierten Klassenformationen (herrschende Klasse, Mittelklasse, Arbeiter und Bauern) entlang des Umfangs ihres ökonomischen und kulturellen Kapitals (Bildung, Wissen, Kompetenzen) vertikal geschichtet anordnet, konzipiert er zusätzlich eine horizontale Dimension der Klassenstruktur, die die relative Verteilung dieser beiden Kapitalarten abbildet. So kann er in den verschiedenen Klassen einzelne Fraktionen unterscheiden, die eher über kulturelles oder eher über ökonomisches Kapital verfügen. Ungleiche Existenzbedingungen, also die Zugehörigkeit zu unterschiedlichen Klassen bzw. Klassenfraktionen, führen zur Ausbildung verschiedener Habitusformen, also unterschiedlicher Geschmacksrichtungen bzw. kultureller Präferenzen und in der Folge zu unterschiedlichen

Praxisformen, die als Lebensstile konzipiert werden (Bourdieu 1987: 279). Konsum lässt den Geschmack und das kulturelle Kapital eines Akteurs sichtbar werden, da der Geschmack die materiellen, real existierenden Eigenschaften von Konsumgütern um symbolische Eigenschaften ergänzt. Er verwandelt die Objekte in Signale der Distinktion, die die soziale Einordnung des Konsumenten ermöglichen. Analog zu den drei Klassen in der Gesellschaft identifiziert Bourdieu drei verschiedene Geschmacksrichtungen, den Luxusgeschmack der herrschenden Klasse, den präntiösen Geschmack der Mittelklasse und den Notwendigkeitsgeschmack der unteren Klasse. Während die Angehörigen der herrschenden Klasse, deren Geschmack von Großzügigkeit und Freiheit bestimmt ist, in sämtlichen Bereichen des Konsums eine Präferenz der Form (Qualität) gegenüber der Funktion (Quantität) erkennen lassen, legen die Akteure mit einem Notwendigkeitsgeschmack, der von Mangel geprägt ist, eher Wert auf den Inhalt bzw. die Funktion von Dingen und Erlebnissen (Bourdieu 1987: 283-298). Während Personen mit einem Notwendigkeitsgeschmack ein Gemälde oder eine Fotografie vor allem anhand der Schönheit des abgebildeten Gegenstandes beurteilen (Sonnenuntergang), werden Akteure mit einem formorientierten Geschmack eher deren formale und stilistische Aspekte betonen. Dies macht deutlich, dass sich nicht allein die Vorlieben der verschiedenen sozialen Klassen unterscheiden, sondern auch die Art und Weise, in der sie Konsumgüter rezipieren und konsumieren. Die Mittelklasse strebt stets nach oben und versucht dementsprechend, den Geschmack der herrschenden Klasse zu imitieren. Präntiös ist dieses Vorgehen, da den Akteuren aus der Mittelklasse sowohl die finanziellen Möglichkeiten als auch das kulturelle Kapital für jenen Stil fehlen, so dass sie nur vorgeben können, den gleichen Geschmack wie die oberste Klasse zu haben. Ihre fehlende Vertrautheit mit dem Geschmack der Herrschenden können sie allerdings nicht verbergen (Bourdieu 1987: 391-395).

Bereits im sehr alltäglichen Bereich der Ernährung, also in Situationen mit eher geringen Kostendifferenzen zwischen den Konsumalternativen, macht Bourdieu deutlich, wie sehr der Konsum eines Akteurs durch seinen Geschmack und sein kulturelles Kapital geprägt wird: Die untere Klasse zeichnet sich durch eine Vorliebe für schwere, sättigende Speisen aus, deren Zubereitung die Notwendigkeit der primären Bedürfnisbefriedigung widerspiegelt. Der Luxusgeschmack der oberen Klasse dagegen entbehrt die elementare Versorgungsproblematik völlig. Entsprechend werden dort eher leichte, verfeinerte Gerichte bevorzugt, nicht zuletzt aus dem Bedürfnis heraus, „sich von eben dieser körperlichen Notwendigkeit (der unteren Klasse) zu distanzieren und dem (kulturellen) Genuss gegenüber der (natürlichen) Bedürftigkeit den Vorrang einzuräumen“ (Prahl und Setzwein 1999: 75). Aber nicht nur die Nahrung selbst, sondern auch die Art und Weise, wie sie konsumiert wird, drückt den Lebensstil aus: So wird in der oberen Klasse in der Regel Wert auf einen geregelten Ablauf der Mahlzeit und bestimmte Tischsitten gelegt, während in der unteren Klasse das Sattwerden und die unkomplizierte Geselligkeit wichtiger sind, so dass z. B. alle Speisen gleichzeitig auf den Tisch kommen und der Suppenteller möglicherweise auch für den Hauptgang benutzt wird (Bourdieu 1987: 288-322). Diese klassenspezifischen Unterschiede in den konsumierten Gütern und in der Art und Weise des Konsums können auch in gegenwärtigen Gesellschaften noch in Gaststätten beobachtet werden (Rössel und Hölcher 2004). Selbst eine so alltägliche Handlung wie die Nahrungszubereitung und -aufnahme

me hängt also eng mit dem Geschmack und dem kulturellen Kapital des Akteurs zusammen.

Unterschiede im Konsum ergeben sich jedoch nicht nur aus dem Volumen an Kapital, also in verschiedenen Klassen. Auch innerhalb einzelner Klassen lassen sich verschiedene Fraktionen identifizieren, deren Praxis sich in Abhängigkeit von ihrer Kapitalstruktur unterscheidet. Für Unternehmer und Industrielle ist ein ausgeprägter Luxuskonsum typisch, z. B. das Fahren von teuren Autos, Urlaub in Luxushotels und sportliche Betätigungen wie Golfspielen oder Reiten. Dieses Muster konnte in einer neueren Studie auch für die besonders wohlhabenden Bevölkerungsgruppen in Großbritannien dokumentiert werden (Majima und Warde 2008). Der ausgeprägte Luxuskonsum der ökonomisch potenteren Fraktion ist der lediglich gebildeten Fraktion der herrschenden Klasse finanziell kaum möglich. Typische Reiseziele sind hier eher die Berge oder ein Aufenthalt auf dem Land, wobei Aktivitäten mit einem kontemplativen, eher asketischen Gepräge bevorzugt werden. Die Bedeutung der Ausstattung mit verschiedenen Kapitalsorten und damit auch die Gegensätze zwischen den Klassenfraktionen werden auch deutlich, wenn man sich dem Bereich der Kunst zuwendet: Während das bürgerliche, finanzstarke Lager sichere Werte präferiert und daher überwiegend ältere, bereits als legitim anerkannte und damit teure Kunst schätzt, findet zeitgenössische Kunst ihr Publikum eher im intellektuellen Lager (Bourdieu 1987; vgl. für die Niederlande Kraaykamp 2002).

Insgesamt ergibt sich bei Bourdieu ein Bild des geschmacksgesteuerten Konsums, das stark durch die Verteilung von Ressourcen (Kapitalsorten) in der Gesellschaft geprägt ist. Die dominante vertikale Achse ist durch einen klassenbasierten Gegensatz einer volkstümlichen Trivialkultur einerseits und einer elitären Hochkultur andererseits geprägt, der auch in der neueren Forschung zum Konsumverhalten empirisch demonstriert werden konnte (Le Roux et al. 2008). Dabei zeigt sich allerdings bei Bourdieu, im Unterschied zu weiten Teilen der neueren Lebensstilforschung (vgl. Rössel 2004), ein gewisser Realismus hinsichtlich der Bedeutung der finanziellen Ressourcenausstattung für den Luxuskonsum, der zu klaren Abgrenzungen in den Geschmacks- und Konsumformen der verschiedenen Fraktionen der herrschenden Klasse, aber auch zwischen den Klassenformationen führt.

Einen großen Gegenentwurf zu Bourdieus soziokultureller Klassentheorie hat in Deutschland Gerhard Schulze mit seiner Studie „Die Erlebnisgesellschaft“ (1992) entwickelt. Sein Zugang ist durch eine interaktionistische und interpretative Orientierung geprägt: Einerseits gehören Menschen nicht einfach sozialen Klassen an, sondern sie suchen sich ihre Interaktionspartner und ihr jeweiliges soziales Milieu auf der Grundlage ihrer subjektiven kulturellen Präferenzen selbst. Andererseits geht Schulze davon aus, dass ästhetische Reaktionen nicht allein von den objektiven Eigenschaften bestimmter Güter oder Dienstleistungen abhängen, sondern von den subjektiven Interpretationen der Individuen (Schulze 1992: 94-97). Schulze verweist einerseits darauf, dass die Fähigkeit zur Dekodierung komplexer Zeichen vom formalen Bildungsgrad der Konsumenten abhängt, so dass die elaborierten Kunstwerke der Hochkultur eher von höher gebildeten Personen rezipiert werden können. Andererseits ist der Lebensstil von Personen stark durch das Alter bestimmt. Vor allem jüngere Menschen bevorzugen Action und Spontaneität; mit zunehmendem Alter ist dagegen eine Ausrichtung auf Ordnung und Strukturiertheit zu beobachten (Schulze 1992: 369-371).

Die Vielfalt der ästhetischen Zeichen und Angebote kann nach Schulze durch drei sogenannte alltagsästhetische Schemata zusammengefasst werden, die die kaum zu überschauende Vielfalt von ästhetischen Optionen bündeln: das Hochkultur- (Klassische Musik, ernste Literatur, Oper, Kunstmuseen), das Spannungs- (Actionorientierung, Kino, Actionfilme, Pop- und Rockmusik) und das Trivialschema (Heimattfilm, Trivialliteratur, Arztserien, Schlager und volkstümliche Musik). An der Nähe oder Ferne zu diesen Schemata lässt sich ablesen, welche Personen welche Art von Genuss bevorzugen und wie sie über Stil als soziale Erkennungs- und Identitäts- und Distinktionsmarker erzeugen (Schulze 1992: 163). Annette Spellerberg (1996: 122) hat in ihrer Lebensstilanalyse auf Schulzes Konzept zurückgegriffen und dabei die Dimension des Aktionsradius ergänzt, die durch die beiden Pole der Zurückgezogenheit auf die Privatsphäre und den außerhäuslichen, öffentlichen Pol gekennzeichnet ist. Der für das Trivialschema typische alltagsästhetische Stil wäre in dieser Dimension nah am Pol der Zurückgezogenheit auf die Privatsphäre zu verorten. Im Gegenzug dazu befände sich der Stil des Spannungsschemas am anderen, außerhäuslichen, öffentlichen Pol. Das Hochkulturschema ist sowohl durch häusliche als auch außerhäusliche Aktivitäten gekennzeichnet und nähme in dieser Dimension eine mittlere Position ein.

Der dem Hochkulturschema zuzuordnende Akteur, dessen Lebensphilosophie durch die Suche nach Perfektion geprägt ist, genießt und erlebt kontemplativ. Dies bedeutet, dass ähnlich wie bei Bourdieu ein Primat der Form gegenüber dem Inhalt besteht und generell eine Zurücknahme des Körpers zu beobachten ist (Schulze 1992: 143). So verwundert es nicht, dass eine positive Korrelation zwischen der Bildung und der Orientierung am Hochkulturschema besteht. Das Hochkulturschema ist sowohl durch häusliche als auch außerhäusliche Aktivitäten gekennzeichnet, wobei der Konsum zu Hause im Vergleich zu den anderen Schemata stark von aktiven Tätigkeiten wie z. B. Fortbildung oder etwas niederschreiben, charakterisiert ist. Idealtypisch für diese Gruppen wären Bildungsreisen, auf die man sich schon vorher durch Lektüre vorbereiten muss, und die die Bequemlichkeit einem anstrengenden, aber bildenden Besichtigungsprogramm unterordnen. Dagegen findet sich eine Abneigung der höher Gebildeten gegen das Trivialschema, deren Anhänger Gemütlichkeit als Erlebnisform genießen, bevorzugt in der Zurückgezogenheit auf die Privatsphäre. Die Lebensphilosophie dieser Personen wird von einem Harmoniedenken und einer anti-exzentrischen Distinktionsweise geprägt, die sich häufig im Konsum passiver Erlebnisse wie z. B. dem Ansehen von Heimatfilmen und der Lektüre der Bildzeitung widerspiegelt. Auch das Buchen von Pauschalreisen, in deren Planung wenig investiert werden muss, ist typisch für diesen alltagsästhetischen Stil. Quer zu dem Faktor Bildung und der durch ihn konstituierten Differenzierung zwischen trivialem und hochkulturellem Konsum steht der Faktor Alter, der mit der Orientierung am Spannungsschema negativ, mit der Orientierung am Trivialschema dagegen positiv korreliert (Schulze 1992: 630-634). Der dem Spannungsschema nahestehende Konsument ist narzisstisch ausgerichtet: „In der einfachen Form dieser Philosophie geht es darum, das Selbst gut zu stimulieren und in Szene zu setzen (Unterhaltungsmilieu), in der elaborierten, gebildeten Form um seine Entfaltung (Selbstverwirklichungsmilieu)“ (Schulze 1992: 156). So kauft z. B. der gebildete Angehörige des Spannungsschemas gern im Naturkostladen und seine Wohnung kann durchaus wie eine „Mischung von Nachlässigkeit und gewählter Stilisierung“ (Schulze 1992: 313) anmuten, während jüngere, weniger gebildete Personen dieser Neigung

eher durch das Fahren auffällig getunter Autos nachgehen. Diese Gruppe konsumiert bevorzugt außer Haus, wobei auffällt, dass der nach Unterhaltung strebende Konsument häufig passive Konsumaktivitäten wählt, wohingegen der sich selbst verwirklichende, meist höher gebildete Akteur ebenso wie der typische Hochkulturanhänger investitionsintensivere außerhäusliche Aktivitäten wie z. B. den Besuch von Ausstellungen oder Weiterbildungen auf dem Gebiet der Bildung oder Persönlichkeit vorzieht (Schulze 1992: 125-167, 283-330, 621-623).

Im Gegensatz zu Bourdieus Beschreibung der Strukturen und Dimensionen des Konsums fällt bei Schulze eine Durchbrechung der primär vertikalen Strukturierung auf. Die drei alltagsästhetischen Schemata mit ihren jeweiligen ästhetischen Prinzipien lassen sich nicht ohne Weiteres auf einer vertikalen Dimension abbilden und können daher angemessener die reale Vielfalt der kulturellen Präferenzen der Akteure erfassen. Darüber hinaus lassen sie sich auch bis zu einem gewissen Grad miteinander kombinieren, so dass bestimmte Konsumstile nicht eindeutig einem Schema zugeordnet, sondern aus Grenzüberschreitungen zwischen ihnen erklärt werden können. Die alltagsästhetischen Schemata von Schulze haben sich als ausgesprochen erklärungskräftig für ganz unterschiedliche Bereiche des Konsums vom Ernährungsverhalten (Gerhards und Rössel 2002) über den kulturellen Konsum (Rössel 2006a) bis hin zur Wohngestaltung (Rössel und Hölscher 2005) erwiesen. Im Hinblick auf eine angemessene Erfassung des Konsumverhaltens ist vor allem bedeutsam, dass die Schemata sehr gut die Unterschiedlichkeit von Erlebnissen und Identitäten erklären können, die Konsumenten in ihrem Verhalten suchen und bestätigen wollen. Fernerhin werden im Gegensatz zu Bourdieu Konsum und Lebensstile als fast ausschließlich präferenzgesteuert betrachtet. Zwar werden die kulturellen Präferenzen sozialstrukturell eindeutig in einem durch Bildung und Alter strukturierten sozialen Raum lokalisiert. Die Bedeutung ökonomischer Ressourcen für bestimmte Bereiche des Konsumverhaltens wird aber im Gegensatz zu Bourdieus Theorie fast vollständig ausgeblendet.

Die gegenwärtige angelsächsische Forschung über Lebensstile und Konsum ist von einer These geprägt, die gewisse Übereinstimmungen mit den theoretischen Aussagen von Schulzes Studie über Deutschland hat. Dabei handelt es sich um das Konzept des kulturellen Allesfressers (Cultural Omnivore), das vor allem in den Vereinigten Staaten von Richard A. Peterson formuliert wurde (Peterson und Kern 1996).¹¹ Der Kerngehalt dieser These ist die Annahme, dass eine ausschließliche Orientierung an der klassischen Hochkultur und klassischen Distinktionsgütern (französische Küche, Wein) in gegenwärtigen Gesellschaften ihre soziale Funktion verloren hat (Baumann und Johnston 2007; Gebesmair 2004; Majima und Warde 2008). An ihre Stelle ist eine Vorliebe für die kulturelle Vielfalt getreten, die neben der Hochkultur auch Elemente der populären Kultur einschließt (Warde et al. 2008). Dies würde z. B. einer Kombination von Hochkultur- und Spannungsschema in Schulzes Modell entsprechen. Nach Petersons

11 Eine Auswertung des Social Science Citation Index zeigt, dass Publikationen mit dem Verweis auf das Konzept des kulturellen Allesfressers in den 1990er Jahren noch relativ selten sind, seit Beginn des neuen Jahrtausends aber deutlich zunehmen, wobei die bisherigen Höhepunkte in der Diskussion in den Jahren 2007 und 2008 lagen. Dabei lässt sich auch eine deutliche thematische Erweiterung feststellen. Zu Beginn der Diskussion ging es fast ausschließlich um kulturellen Konsum, gegenwärtig wird das Spektrum auf die unterschiedlichsten Güter und Dienstleistungen erweitert.

Ansicht wird damit der hochkulturelle Snobismus im Sinne Bourdieus zugunsten einer geschmacklichen Vielfalt verdrängt, die nun als vorherrschender Distinktionsmechanismus fungiert. Die empirischen Überprüfungen der These in verschiedenen Ländern kommen zumeist nicht zu einer Bestätigung der radikalen Allesfresserthese (Neuhoff 2001; Rössel 2006b), jedoch zeigt die Forschung insgesamt keine Fortexistenz des Hochkultursnobismus, sondern eher eine dosierte Grenzüberschreitung zwischen hochkulturellem und populärem Geschmack: Vor allem bei Personengruppen mit einem Alter von über 40 Jahren finden sich z. B. Hinweise darauf, dass hier hochkulturelle Neigungen zum Teil mit Elementen des sogenannten Trivialschemas angereichert werden, deutlich erkennbar im Genre der Operette. Diese Form der Grenzüberschreitung tritt bei jüngeren Altersgruppen allerdings eher selten auf, hier kommt es dagegen häufiger zu einer Vermischung von Hochkultur- und Spannungsschema (Gebesmair 2004). Diese Relativierung der radikalen Allesfresser-Hypothese wird zudem durch Untersuchungen des Konsums in den USA und in Großbritannien gestützt, die eher auf eine weitere Auffächerung hinweisen: Die Zahl der reinen Hochkultursnobs nimmt zwar ab, jedoch nicht zugunsten eines Anwachsens der Allesfresser, sondern es zeigt sich eine Zunahme von Personen, die bestimmte Arten von kultureller Konsumption miteinander verbinden, sozusagen „Quasi-Allesfresser“ (López-Sintas und Katz-Gerro 2005: 310; Warde et al. 2008).

Im Bereich des Kinobesuchs zeigt sich die Tendenz zur Allesfresserei bei hochkulturorientierten Personen darin, dass sie in Umfragen angeben, mehr Filmarten und Beispielfilme zu kennen und gesehen zu haben als andere Personen. Darüber hinaus haben sie eine breitere Vorliebe für Filmgenres und zeigen sich gegenüber einer größeren Anzahl von Filmarten tolerant (Rössel 2006b: 266-268). Aber auch in anderen Konsumbereichen lässt sich eine vergleichbare Entwicklung beobachten, wie die Untersuchung von Warde und Martens (2000) zum Essen außer Haus verdeutlicht: Je höher das Haushaltseinkommen und je höher die Bildung einer Person ist, desto häufiger isst sie außer Haus und bedient sich dabei zudem einer höheren Vielfalt von unterschiedlichen, häufig exotischen Küchen als andere Personen (Warde und Martens 2000: 78-81; 83).

Die Allesfresser-Hypothese im Sinne Petersons kann so interpretiert werden, dass es auf einer oberflächlichen Ebene zu einem Rückgang von Snobismus, Distinktion und Elitismus kommt, da kulturelle Allesfresser neben dem hochkulturellen Geschmack im Sinne Bourdieus auch populäre Vorlieben haben. Es darf jedoch nicht verkannt werden, dass gerade diese breite Kenntnis gut dazu geeignet ist, sich abzuheben und weniger breit informierte oder weniger tolerante Personen auszuschließen. Dabei sind die zugrundeliegenden Abgrenzungsprinzipien der kulturellen Allesfresser nach Johnston und Baumann (2007: 169) Authentizität und Exotik. Sie grenzen die authentische Vielfalt von der standardisierten Massenware ab, die auch von den kulturellen Allesfressern nicht mehr toleriert werden kann. Dies wird von ihnen am Beispiel der Beschreibung von Gerichten und Lebensmitteln in entsprechenden Zeitschriften demonstriert. Das Streben nach authentischen Erfahrungen, mit denen in der Regel Einfachheit, Traditionalität, eine bestimmte geographische oder auch personelle Herkunft verbunden wird, vermittelt zunächst den Eindruck des Rückgangs von Distinktion: gewünscht wird ein simpler Konsum frei von snobistischen Motiven. Es ist jedoch zu berücksichtigen, dass jene „authentischen“ Produkte und Ereignisse gleichzeitig oft teuer und

nicht ohne Weiteres zugänglich sind, so dass sie nur für Konsumenten verfügbar sind, die wissen, wo und wie sie diese Güter erlangen und die sie sich vor allem leisten können (Baumann und Johnston 2007: 178-188). Exotik als zweites grundlegendes Merkmal der kulturellen Allesfresserei beruht insbesondere auf den Eigenschaften des Ungeöhnlichen und Fremden. Diese befriedigen das Interesse nach aufregenden, auffälligen Produkteigenschaften. Die Verbreitung ausländischer Restaurants z. B. und damit vorher unbekanntem bzw. seltenen Zutaten und Gewürzen stellt also eine Erweiterung der Konsum-, aber auch der Distinktionsmöglichkeiten dar. Darüber hinaus ist von Bedeutung, dass Güter als exotisch und dadurch wertvoll immer nur im Vergleich mit anderen als banal, gewöhnlich und nicht raffiniert bewerteten Gütern erscheinen (Baumann und Johnston 2007: 188-195). In der Studie von Baumann und Johnston zeigt sich damit sehr eindrücklich, dass die kulturellen Allesfresser zwar in begrenztem Maße ästhetische Grenzüberschreitungen vornehmen. Sie bevorzugen aber nicht die Vielfalt um der Vielfalt willen, sondern orientieren sich an relativ klar ausgeprägten, distinktiven ästhetischen Prinzipien, auch um den Preis hoher finanzieller Aufwendungen. Damit wird auch deutlich, dass die Allesfresserthese in gewisser Hinsicht die Vorzüge von Bourdieus Theorie einerseits und von Schulzes Ansatz andererseits kombiniert. Sie berücksichtigt die Strukturierung des Konsums durch eine größere Anzahl von kulturellen Präferenzen, stellt aber auch in Rechnung, dass Konsummöglichkeiten durch finanzielle Mittel und strukturelle Restriktionen begrenzt sind. Dies ermöglicht im Gegensatz zu Schulzes Modell, das nur eine schwache sozialstrukturelle Prägung des Konsums unterstellt, die Analyse der Verkopplung von Klassenstruktur und Konsummustern.

V. Zusammenfassung

Die Bestimmung des Verhältnisses zwischen Lebensstilen einerseits und Konsum andererseits hängt vor allem von der Definition des Lebensstilbegriffs ab. Fokussiert man, wie ein großer Teil der Lebensstilforschung, auf typische Muster ästhetisch orientierter Verhaltensweisen, dann weist dieses Konzept eine erhebliche Schnittmenge mit dem Konsumbegriff auf. Unter dieser Bedingung dürfte eine analytische Verknüpfung zwischen Lebensstilen und Konsum kaum herzustellen sein. Wir nehmen daher in diesem Aufsatz stärker die kulturellen Präferenzen in den Blick, die den Lebensstilen und dem ästhetisch orientierten Konsum zugrunde liegen und denen die Akteure unter Berücksichtigung ihrer Ressourcenausstattung einerseits und ihrer externen Handlungsrestriktionen andererseits folgen. Es kann festgehalten werden, dass kulturelle Präferenzen vor allem in Niedrigkostensituationen, im Bereich des ästhetisierbaren Konsums und bei einer hohen Korrespondenz mit dem Konsumverhalten erklärungskräftig sind. Neben den Kaufentscheidungen sind sie auch für die Analyse anderer Aspekte des Konsumverhaltens relevant, insbesondere für den Erlebniswert von Konsumgütern, für ihre Funktionen für soziale Distinktion und die Bestätigung der eigenen Identität. Dies konnte vor allem am Beispiel der drei alltagsästhetischen Schemata von Schulze demonstriert werden, die mit ausgesprochenen Unterschieden in der Art der gesuchten Erlebnisse, der damit verbundenen Identitäten und Distinktionsmuster verbunden waren.

Die hier vorgeschlagene theoretische Orientierung ermöglicht auch eine konsistente Erklärung der Entstehung der Spezifika des modernen Konsums. Dieser wurde von verschiedenen Autoren unter anderem durch seine Ästhetisierung, seinen spezifischen Hedonismus und seine Unersättlichkeit beschrieben. Mit diesen Charakterisierungen wird unterstellt, dass sich der moderne Konsum vorwiegend nicht an instrumentellen Zielen orientiert, sondern an ästhetischen Kriterien, wie sie z. B. in den hier dargestellten kulturellen Präferenzen vorliegen. Aus der Perspektive des vorgestellten theoretischen Modells kann die Entstehung des modernen Konsums aus dem Abbau von materiellen und normativen Handlungsrestriktionen einerseits und der Zunahme einer Vielfalt ästhetischer Produkte andererseits erklärt werden. Sollte die hier vorgestellte theoretische Skizze in der zukünftigen Forschung bestätigt werden, würde dies für die Fruchtbarkeit der Verbindung von Lebensstil- und Konsumforschung sprechen.

Betrachtet man die Strukturen und Dimensionen des gegenwärtigen Konsums in der Lebensstilforschung, so kann einerseits das Muster der empirisch vorfindlichen kulturellen Präferenzen demonstriert werden und andererseits die sozialstrukturelle Verankerung von Präferenzen und Konsummustern verdeutlicht werden. Unterscheidet Pierre Bourdieu in seiner soziokulturellen Klassentheorie vorwiegend entlang einer vertikalen Achse zwischen dem Form- und Luxusgeschmack der oberen Klassen und dem Substanz- und Notwendigkeitsgeschmack der unteren Klassen, so wird sowohl im Modell von Gerhard Schulze wie auch in den im angelsächsischen Sprachraum aktuell verbreiteten Diskussionen über die Allesfresserthese deutlich, dass die gegenwärtigen Konsummuster durch eine größere Anzahl von ästhetischen Dimensionen geprägt sind. Auch Grenzüberschreitungen zwischen diesen ästhetischen Prinzipien sind durchaus möglich. Gerade diese Grenzüberschreitungen, die dann wiederum die Herausbildung von kulturellen Präferenzen und Szenen prägen, dürften für einen großen Teil der gegenwärtigen künstlerischen und popkulturellen Avantgarde grundlegend sein. Anders als Gerhard Schulze insistieren die Verfechter der Allesfresserthese darauf, dass auch der gegenwärtige Konsum weiterhin durch Muster der symbolischen Distinktion geprägt und in bestimmten Bereichen auch durch ökonomische Restriktionen beschränkt ist. Auch in einer Gesellschaft mit unterschiedlichen kulturellen Präferenzen bleiben damit die Konsummuster durch die Ungleichheit von Bildung, Einkommen und Vermögen, also die Klassenstruktur, geprägt.

Damit werden auch die Vorteile einer spezifisch soziologischen Herangehensweise an die Erklärung von Konsumverhalten deutlich. Erstens zeigt die Lebensstilforschung die faktische Vielfalt der Präferenzen und kulturellen Vorlieben der Konsumenten auf, zweitens kann diese auch aus spezifischen sozialstrukturellen Konstellationen abgeleitet werden. Die Einsicht in die Einbettung der Akteure in sozialstrukturelle Kontexte ist ein Beitrag der soziologischen Analyse von Konsum und Lebensstilen, der auch für die Wirtschaftssoziologie insgesamt von Bedeutung sein könnte.

Literatur

- Ajzen, Icek, und Martin Fishbein. 1980. *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Baumann, Shyon, und Josée Johnston. 2007. Democracy versus distinction: a study of omnivorousness in gourmet food writing. *American Journal of Sociology* 113: 165-204.
- Beck, Ulrich. 1986. *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Belk, Russell W. 1988. Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research* 15: 139-168.
- Berger, Jonah, und Chip Heath. 2007. Where consumers diverge from others: identity signaling and product domains. *Journal of Consumer Research* 34: 121-134.
- Bourdieu, Pierre. 1987. *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Campbell, Colin. 1997. Consuming goods and the good of consuming. *Critical Review* 8: 503-520.
- Campbell, Colin. 2001. The desire for the new: its nature and social location as presented in theories of fashion and modern consumerism. In *Consumption: critical concepts in the social sciences*, ed. Daniel Miller, 246-251. London: Routledge.
- Carù, Antonella, und Bernard Cova. 2003. Revisiting consumption experience. A more humble but complete view of the concept. *Marketing Theory* 3: 267-286.
- Charters, Steve. 2006. Aesthetic products and aesthetic consumption: a review. *Consumption, Markets and Culture* 9: 235-255.
- Cosmas, Stephen C. 1982. Life styles and consumption patterns. *Journal of Consumer Research* 8: 453-455.
- D'Astous, Alain, und Johnathan Deschênes. 2005. Consuming in one's mind: an exploration. *Psychology & Marketing* 22: 1-30.
- Diekmann, Andreas, und Peter Preisendörfer. 2003. Green and greenback. The behavioral effects of environmental attitudes in low-cost and high-cost situations. *Rationality and Society* 15: 441-472.
- Featherstone, Mike. 1987. Lifestyle and consumer culture. *Theory, Culture & Society* 4: 55-70.
- Frank, Robert H. 2005. *Microeconomics and behavior*. New York: McGraw-Hill.
- Frenzen, Jonathan, Paul M. Hirsch und Philip C. Zerrillo. 1994. Consumption, preferences, and changing lifestyles. In *The handbook of economic sociology*, eds. Richard Swedberg, Neil Smelser, 403-425. Princeton: Princeton University Press.
- Gao, Leilei, Christian S. Wheeler und Baba Shiv. 2009. The shaken self: product choices as a means of restoring self-view confidence. *Journal of Consumer Research* 36 (im Erscheinen).
- Gebesmair, Andreas. 2004. Renditen der Grenzüberschreitung. Zur Relevanz der Bourdieuschen Sozialtheorie für die Analyse sozialer Ungleichheiten. *Soziale Welt* 55: 181-204.
- Gerhards, Jürgen, und Jörg Rössel. 2002. Lebensstile und ihr Einfluss auf das Ernährungsverhalten von Jugendlichen. *Soziale Welt* 53: 261-284.
- Hedström, Peter. 2005. *Dissecting the social. On the principles of analytical sociology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hellmann, Kai-Uwe. 2008. Das konsumistische Syndrom. Zum gegenwärtigen Entsprechungsverhältnis von Gesellschafts- und Identitätsform unter besonderer Berücksichtigung der Raum-Konsum-Relation. In *Räume des Konsums*, Hrsg. K.-U. Hellmann, Guido Zurstiege, 19-50. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hermann, Dieter. 2004. Bilanz der empirischen Lebensstilforschung. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 56: 153-179.
- Holbrook, Morris B., und Elizabeth C. Hirschman. 1982. The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research* 9: 132-140.
- Inglehart, Ronald. 1989. *Kultureller Umbruch. Wertwandel in der westlichen Welt*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Katz-Gerro, Tally, und Meir Yaish. 2008. Cultural capital: between taste and participation. *Consumers, Commodities and Consumption* 9.

- Köhnke, Klaus Christian, und Uta Kösser. 2001. *Prägnanzbildung und Ästhetisierung in Bildangeboten und Bildwahrnehmungen*. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag.
- Kraaykamp, Gerbert. 2002. Cumulative advantages and inequality in lifestyles. *Netherland Journal of Social Science* 38: 121-143.
- Leroux, Brigitte, Henry Rouanet, Mike Savage und Alan Warde. 2008. Class and cultural division in the UK. *Sociology* 42: 1049-1071.
- López-Sintas, Jordi, und Tally Katz-Gerro. 2005. From exclusive to inclusive elitists and further: twenty years of omnivorousness and cultural diversity in arts participation in the USA. *Poetics* 33: 299-319.
- Majima, Shinobu, und Alan Warde. 2008. Elite consumption in Britain, 1961-2004: Results of a preliminary investigation. *Sociological Review* 56: 261-284.
- Mensch, Kirsten. 2000. Niedrigkostensituationen, Hochkostensituationen und andere Situationstypen: ihre Auswirkungen auf die Möglichkeit von Rational-Choice-Erklärungen. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 52: 256-270.
- Müller, Hans-Peter. 1986. Kultur, Geschmack und Distinktion. Grundzüge der Kulturosoziologie Pierre Bourdieus. In *Kultur und Gesellschaft*. Sonderheft 27 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Hrsg. Friedhelm Neidhardt, M. Rainer Lepsius, Johannes Weiß, 162-190. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Neuhoff, Hans. 2001. Wandlungsprozesse elitärer und populärer Geschmackskultur? Die „Allesfresser-Hypothese“ im Ländervergleich USA/Deutschland. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 53: 751-772.
- Opp, Karl-Dieter. 1999. Contending conceptions of the theory of rational action. *Journal of Theoretical Politics* 11: 171-202.
- Otte, Gunnar. 2004. *Sozialstrukturanalyse mit Lebensstilen. Eine Studie zur theoretischen und methodischen Neuorientierung der Lebensstilforschung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Otte, Gunnar. 2005. Hat die Lebensstilforschung eine Zukunft? *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 57: 1-31.
- Peterson, Richard A., und Roger M. Kern. 1996. Changing highbrow taste: from snob to omnivore. *American Sociological Review* 61: 900-907.
- Prahl, Hans-Werner, und Monika Setzwein. 1999. *Soziologie der Ernährung*. Opladen: Leske + Budrich.
- Ritzer, George. 1997. *Die McDonaldisierung der Gesellschaft*. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Rössel, Jörg. 2004. Von Lebensstilen zu kulturellen Präferenzen. Ein Vorschlag zur theoretischen Neuorientierung. *Soziale Welt* 55: 95-114.
- Rössel, Jörg. 2005. *Plurale Sozialstrukturanalyse. Eine handlungstheoretische Rekonstruktion der Grundbegriffe der Sozialstrukturanalyse*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Rössel, Jörg. 2006a. Kostenstruktur und Ästhetisierung. Zur Erklärungskraft von Lebensstilen. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 58: 453-467.
- Rössel, Jörg. 2006b: Allesfresser im Kinosaal? Distinktion durch kulturelle Vielfalt in Deutschland. *Soziale Welt* 57: 259-272.
- Rössel, Jörg. 2006c. Ronald Inglehart: Daten auf der Suche nach einer Theorie – Analysen des weltweiten Wertewandels. In *Kultur. Theorien der Gegenwart*, Hrsg. Stephan Moebius, Dirk Quadflieg, 545-556. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Rössel, Jörg, und Michael Hölscher. 2004. Soziale Milieus in Gaststätten: eine Beobachtung. *Sociologus* 54: 173-203.
- Rössel, Jörg, und Michael Hölscher. 2005. *Plurale Sozialstrukturanalyse und Wohnbedingungen*. Manuskript. Universität Leipzig.
- Schulze, Gerhard. 1992. *Die Erlebnisgesellschaft. Kulturosoziologie der Gegenwart*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Simonson, Itamar, Ziv Carmon, Ravi Dhar, Aimee Drole und Stephen M. Nowlis. 2001. In search of identity. *Annual Review of Psychology* 52: 249-275.
- Spellerberg, Annette. 1996. *Soziale Differenzierung durch Lebensstile. Eine empirische Untersuchung zur Lebensqualität in West- und Ostdeutschland*. Berlin: Edition Sigma.
- Stigler, George J., und Gary S. Becker. 1977. De gustibus non est disputandum. *The American Economic Review* 67: 76-90.

- Stihler, Ariane. 1998. *Die Entstehung des modernen Konsums: Darstellung und Erklärungsansätze*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Toivonen, Timo. 1992. The melting away of class differences? Consumption differences between employee groups in Finland 1955-1985. *Social Indicators Research* 26: 277-302.
- Varian, Hal R. 1995. *Grundzüge der Mikroökonomik*. München: Oldenbourg.
- Voss, Kevin E., Eric R. Spangenberg und Bianca Grohmann. 2003. Measuring the hedonic and utilitarian dimensions of consumer attitude. *Journal of Marketing Research* 40: 310-320.
- Warde, Alan. 1994. Consumption, identity formation and uncertainty. *Sociology* 28: 877-898.
- Warde, Alan, und Lydia Martens. 2000. *Eating out. Social differentiation, consumption and pleasure*. Cambridge: University Press.
- Warde, Alan, David Wright und Modesto Gayo-Cal. 2008. The omnivorous orientation in the UK. *Poetics* 36: 148-165.
- Wiswede, Günter. 2000. Konsumsoziologie – Eine vergessene Disziplin. In *Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven*, Hrsg. Doris Rosenkranz, Norbert F. Schneider, 23-72. Wiesbaden: Leske + Budrich.
- Zelizer, Viviana. 2002. Culture and consumption. In *Handbook of economic sociology*, eds. Richard Swedberg, Neil Smelser, 331-354. Princeton: Princeton University Press.

Korrespondenzanschrift: Prof. Dr. Jörg Rössel, Soziologisches Institut, Universität Zürich, Andreasstraße 15, 8050 Zürich

E-Mail: roessel@soziologie.uzh.ch

ETHICAL CONSUMPTION: THE CASE OF FAIR TRADE*

Matthias Zick Varul

Abstract: Neoliberal capitalism incorporates consumption as a realm of freedom and thus as a central field for expressing authentic selfhood. But this freedom also defines consumers as ultimately responsible for their choices, rendering the construction and expression of self in consumption potentially a moral project. Ethical consumption actualises this potential, as it is not only an attempt to use market power to achieve moral and/or political aims (*doing* good) but also a practice in which consumers can construct and express themselves as ethical persons (*being* good). In order to achieve this end, acts of ethical consumption need to be communicated as the expression of an authentic character disposition. I argue that this outcome is mainly achieved through linking the moral cause up to an aesthetic preference structure in what I describe as “ethical taste” and as “taste for ethics”. The authenticity of the thus constituted ethical self is warranted by referring back to a promise of equitable exchange implied by the everyday practice of consumer capitalism.

I. Introduction

“Ethical consumption” seems to be a contradiction in terms. Consumption is usually seen as a moral problem. Locally, the promotion of material self-interest in consumer cultures appears to threaten family and community cohesion (de Graaf et al. 2002); and globally, the demand for ever more products at ever lower prices does not seem to respond to a consideration of its exploitative effects on workers around the world or its environmental implications (e. g. Bosshart 2007).

It is therefore surprising that an increasing number of affluent consumers is prepared to pay more for environmentally friendly or socially responsible products. The level of ethical consumption is difficult to assess, but, although it seems highly unlikely that it will ever become a majority practice, there are indications that it is a growing phenomenon, at least in the academically educated middle classes (Cowe and Williams 2001). According to a report by the Co-operative Bank (2003) in the United Kingdom, ethical spending accounted for GBP 6.9 billion, with “ethical consumerism” being defined here as personal consumption where a choice of product or service exists which supports a particular ethical issue – be it human rights, the environment or animal welfare. Part of this spending is, for instance, on organic food (GBP 920 million) where it is not clear how much of it is spent out of ethical considerations and how much out of health concerns. Another large chunk is accounted for by energy-efficient

* This article is based on the ESRC-funded research project “Fair Trade Consumption as an Everyday Practice” (RES-000-22-1891), which ran from September 2006 to February 2008. I wish to thank my colleague Dana Wilson-Kovacs, who was responsible for the fieldwork in the United Kingdom and contributed substantially to the interpretation of the material.

household appliances (GBP 829 million) where long-term cost savings may be a more decisive factor than consideration for the environment. Spending on fair trade for which the ethical motive seems most unambiguous is estimated by the Fairtrade Labelling Organization (2007) at 2.3 billion Euros worldwide, with a growth rate of 47 per cent since 2006. While growth does not vary much across the board, volumes are spread unevenly in Europe. In 2005, for instance, the retail value of labelled products in the United Kingdom amounted to 206 million Euros (equivalent to 3.46 Euros per capita), compared with Germany's 58 million Euros (0.70 Euros per capita).

Terms like "ethical consumption", "political consumption" and "anti-consumerism" cover a wide field of practices, and there is no authoritative definition for any of them (cf. e. g. Binkley and Littler 2008; Harrison et al. 2005; Micheletti 2003). What they have in common is that consumers use their purchasing power not solely to enhance their personal well-being,¹ but at least partly in order to promote a moral or political cause, defying concepts of the consumer as "private economic hedonist" (Sassatelli 2006: 231). Such causes can be very diverse, including boycotts in protest against a country's human rights record or a company's exploitative practices, the avoidance of produce from larger multinational corporations or any branded goods (Klein 2000), vegetarians and vegans trying to reduce the suffering of animals, and patriots supporting "their" economy by, for example, "buying American" (Frank 1999).

The case of fair trade is particularly interesting because it attempts not only to achieve moral objectives through the use of market mechanisms but also to re-moralise those mechanisms themselves. Under the slogan "in the market against the market" (Brown 1993: 156), moral consumption seems to challenge the amorality of the market from within. More than two decades in the running, however, it has become clear that the conflict is not that great after all. The amoral market is quite accommodating towards ethical consumers – it is capable of supplying morality where there is a demand.

I shall, however, argue that ethical consumerism must be understood not just instrumentally, as a means to exert political influence through the power of the purse, but also as a search for authentic self-expression, a self-construction as a moral person. Through this effort, character is affirmed within the culture of indeterminacy that is consumerism. I further argue that this is achieved through linking personal character to ethical products by establishing such choices as guided by individual taste. The source of authenticity and morality mobilised in such a search is not, I conclude, to be found in the post-colonial imageries of fair trade but in the ethical self's entanglement in the everyday practices of consumer capitalism.

I use Niklas Luhmann's (1990a: 17-18) notion of morality as the communication of respect and disrespect referring not just to particular performances in specific functional contexts but to the person as a whole. Talcott Parsons (1951: 129) had made the distinction between approval and esteem, with the former referring to rewarding *specific* performances and the latter to more *general* judgements about a person; Luhmann's "moral communication" clearly refers to the latter. The normative currency of a money-mediated market society, however, is not (moral) esteem but (functional)

¹ Soper (2007), suggesting the concept of "alternative hedonism", points out that ethical consumption is not wholly "altruistic" but seeks a balance of benefits for oneself and for others.

approval, since “there is no symbolic quantification of the objects of approval to compare with money with respect to simplicity and lack of ambiguity” (Parsons 1951: 131). The market is amoral because money insulates the evaluation of specific performances from the person performing them in a way not achieved by any other means of communication (Simmel 1989). Decoupling specific normative expectations in functionally differentiated contexts from the recognition of the person as a whole facilitates highly complex societies in which irresolvable moral conflicts can be bracketed out as private matters. The task of acknowledging individuals as whole persons in moral communication is shifted to the margins: to the family (Luhmann 1990b: 200) and to friendship networks. But the separation of spheres is not absolute: the fact that persons act in different contexts and do not undergo brainwashing when migrating between systems not only brings to bear the non-economic orientations of those engaged in economic activity – individuals also absorb moral ideas from economic interactions. The accumulation of money as tokens of approval will tend to tip over from the quantity into the quality of esteem, for in the “absence of a definitive goal for the system as a whole” economic productivity becomes the most significant field of contribution to the common good (Parsons 1964: 278).

According to Thorstein Veblen (1994), such esteem, in order to be socially relevant, must be performed in practices of conspicuous leisure and consumption, which demonstrate the reward for having complied with social expectations, be they, as Veblen suggests, mere “pecuniary prowess” or productive contribution (Varul 2006). The problem is that the sources of wealth are obscured by the anonymity of money. Specific approvals may be extrapolated into general esteem, but in the process they are put behind the veil of undifferentiated, odourless, general money, and hence beyond the possibility of moral communication.

Such a moral vacuum is difficult to accept. Thus, the ascent of consumer culture has been accompanied by a wide range of attempts to counteract the socially corrosive effects of consumerism by channelling free time and money into culturally uplifting and reproductive activities (Cross 1993).

II. Ethical selving through ethical consumption

Sociology, traditionally production-centred, has until recently not paid much attention to this problem. In the age of organised capitalism, Talcott Parsons and Neil Smelser (1956: 222) still could confidently postulate that consumption was led by normative expectations (“in accordance with the American value system”) oriented towards reproduction. It was only after the consumerist revolution of the 1980s that the sovereignty and hence unmanageability of the consumer-citizen (Gabriel and Lang 2006) were not only grudgingly conceded but enthusiastically affirmed (Abercrombie 1990; Hilton 2001). Consequently, the thesis of a de-moralised sphere of consumption as a sphere of unfettered hedonism persists. The rules we follow, according to postmodern consumer studies and lifestyle sociology, are *aesthetic*, not *moral* (e. g. Ziehe 1993). Consumerism as aestheticisation of everyday life (Featherstone 1991: 71 ff.) excludes moral motives; any consistency is provided by *taste*.

However plausible this case may be, strong arguments have been brought forward for the persistence of moral motives in ordinary consumption. As would be expected, given that family communication is the paradigm of inclusive moral communication, “daily provisioning” for the household still consists in shopping expeditions driven by considerations for the well-being of people close to oneself as well as anxieties about not being “a good mother” (DeVault 1991; Miller 1998). Nevertheless, any such re-moralisation of consumption must be performed against the amoralising force of money, and, because the amorality of consumption remains the default assumption in much of the social sciences (Miller 2001), its moral aspects continue to be overlooked. Ultimately the sphere of consumption is set up as the realm of freedom – unencumbered self-expression. As Slater (1997: 5) puts it, as consumers we see ourselves as people who choose, who are inescapably “free” and self-managing, who make decisions about who we are or want to be and use purchased goods, services and experiences to carry out these identity projects.

But as Slater also points out, it is precisely this freedom that throws us into the field of ethics as marked out by Michel Foucault. Because it is seen no longer as just an enactment of role performances but as a result of personal decisions, consumption becomes an expression of “personal truth and authenticity” – supported by “many of the ‘authentic values’ in which modern consumer goods come wrapped” (Slater 1997: 16).

What starts out as liberation from conventions and traditions turns into a moral imperative in its own right. If “every choice we make is an emblem of our identity” and thus “a message to ourselves and others as to the sort of person we are”, then “[t]he self is not merely enabled to choose, but obliged to construe a life in terms of its choices, its powers and its values. Individuals are expected to construe the course of their life as the outcome of such choices, and to account for their lives in terms of the reasons for those choices” (Rose 1990: 227).

No longer guided by a fixed set of role expectations, this situation involves an evaluative communication of the whole authentic person nonetheless. And as *all* social interaction, even “private”, “casual” social interaction such as in friendship networks, lifestyle communities and leisure activities, is structured by normative expectations, there is a strong temptation to revert to moral communication. Shopping itself can be interpreted as an ongoing culture war between lifestyle groups in which each side documents its moral superiority through purchased goods (Douglas 1992). But while there is plenty of moral communication, there no longer appear to be unquestioned moral authorities – individuals seem to be free to choose in a market for moralities offering values like “solidarity”, yet these individuals are at the same time free of institutional moral demands and coerced to choose their own morally relevant practice (Bode and Zenker 2001: 490-491). All sorts of moral demands can be supplied for, even the countercultural rejection of consumer capitalism itself, which, as Joseph Heath and Andrew Potter (2005) suggest, could be seen as driving consumer culture by forcing it to innovate and differentiate. For those uneasy with aspects of consumer culture, alternative trading organisations open up conduits for “consuming differently” instead of not consuming at all or consuming less overall. Anti-consumption is transformed into anti-consumerist consumption (Binkley and Littler 2008: 525) within post-Fordist niche

markets (Little 2008: 95 ff.), affording a wider repertoire of ethical self-construction and self-expression than mere abstinence would.

The literature on fair trade has, from the beginning, emphasised moral motives that do not square with consumerist egoism/materialism (e. g. Renard 1999: 496). Non-moral motives for buying ethical were discussed mainly as a matter of concern (e. g. Strong 1997: 35) or even condemnation (Johnston 2002). But once research began to engage directly with fair-trade consumers instead of primarily looking at organisational discourses, a more intricate relationship between a sense of moral obligation and personal self-images suggested itself (Shaw and Shiu 2002). Fair-trade activists, Lyon (2006: 456) found, “situated their interest in fair trade within their lifestyle choices, their sense of self and their vision of the world”. So while it remains largely undetected in the study of mainstream consumption, the link between consumerist self-construction and the ascription of moral responsibility is clearly evident in ethical consumption.

To characterise this entanglement of morality and self-expression, Barnett, Cloke, Clark and Malpass (2005) have adopted Rebecca Allahyari’s (2000: 4) concept of “moral selving”, defined as “the work of creating oneself as a more virtuous, and often more spiritual, person”. In keeping with their own governmentality-informed perspective, I speak of “ethical” rather than “moral selving” – with “ethics” denoting practices of freedom and self-construction (Foucault 1987), and “morals” denoting the judgemental aspect, the communication of others’ ethical or unethical behaviours and attitudes. The concept of ethical selving underlines both what Barnett et al. found in their study and the results of our own research: the main concern of ethical consumers is to *be* good and not just to *do* good. This concept emphasises ethics as the *teleological* aspect of the relation to the self: “the kind of being to which we aspire when we behave in a moral way” (Foucault 1991: 355), a teleology that has made a grand reappearance in contemporary neo-Aristotelian virtue ethics. The judgemental aspect will then re-enter as soon as the aimed-for or achieved self is communicated to others.

Zadek, Lingayah and Forstater (1998: 32 ff.) had already noted that fair-trade goods could be used by way of conspicuous consumption as a “badge of social belonging” or in order to boost one’s sense of self through the “feel-good factor” that comes with them. But in the perspective of ethical selving, fair-trade goods come to be not only props but outright “symbols of the self” (Csikszentmihalyi and Rochberg-Halton 1981: 55 ff.) or even “extensions of the self” (Belk 1988) in that they symbolically and materially incorporate the virtuous character that the ethical consumer aspires to be. Fair-trade goods are not just signifiers that refer to something signified; they are *symbols* in that they both *signify* and *are* “justice”, “fairness” and “virtue”. They are the material objectifications of their producers, whom the “vignettes” showcased by fair-trade organisations consistently present as living strictly according to a quasi-Protestant work ethic (Diaz Pedregal 2008: 11); they are industrious, frugal and committed to their families and communities. Our interviewees, when prompted to describe producers, agree on two central characteristics: poverty and hard work.

In this respect the symbolisation of the self works by employing what Grant McCracken (1988: 105 ff.) calls “displaced meaning”, not only, as Roberta Sassatelli (2006: 221) rightly suggests, to represent symbolically a political aim that cannot be fully achieved in reality, but also on the level of character: the inner ethical self, which

cannot realise itself to the full, is represented as an objectified ego-ideal in the purchased (and often ingested) goods.

There appears, at a second glance, an inner contradiction between ethical selving as self-construction and ethical selving as self-expression which is inherent in the concept of “moral selving” as used by Barnett et al. On the one hand, it is about how subjects make themselves, transform themselves, *create* themselves. On the other hand, the expression of such a self as authentic suggests its quasi-natural pre-existence, its being part of an inner self that is, as such, *given* – and can either be expressed adequately or be distorted. In Allahyari’s original concept there already is a tension between “creating oneself as more virtuous” and the “experience of an underlying moral self” (2000: 4). Barnett, Cloke et al., too, postulate pre-existing “ethical dispositions” (2005: 28). This ambiguity is, I think, not simply a weakness resulting from forcing together Foucauldian ethics of freedom and the Aristotelian essentialism underlying modern virtue ethics (e. g. Nussbaum 1992) – it reflects an “objective” contradiction found in the field of ethical consumption and perhaps more widely in contemporary consumer culture. While assembling identities through consumption choices by way of *bricolage* (Lévi-Strauss 1962; Hitzler 1994), individuals are perceived as guided by personal *taste*, which as a naturalisation of culturally acquired skills (Bourdieu 1979: 73) seems to emerge from deep inside the person (1979: 59-60) and hence as an immediate expression of that person’s essential identity.² Against the background of a social-theoretical tradition that by and large sees identity, subjectivity and the self as emerging from processes of social interaction rather than a given entity (e. g. Mead 1935), we can read Foucault’s challenge to Sartre’s existentialism as a critique of contemporary consumerist quests for authentic selfhood: “Sartre avoids the idea of the self as something which is given to us, but through the moral notion of authenticity, he turns back to the idea that we have to be ourselves – to be truly our true self. I think that the only acceptable practical consequence of what Sartre has said is to link his theoretical insight to the practice of creativity – and not of authenticity. From the idea that the self is not given to us, I think that there is only one practical consequence: we have to create ourselves as a work of art” (Foucault 1991: 351).

“Authenticity” thence is post-modernised in that, as Eric Arnould and Linda Price (2000: 146) suggest, the “issue is not whether the individual ‘really’ has an authentic experience, but rather whether the individual endows the experience with authenticity”. For this reason, in the eyes of conservative critics like Alasdair MacIntyre (1981), not only Sartre’s existentialist ethics of radical choice, but the whole of contemporary culture is beset with an arbitrary “emotivism”. For ethical consumption this point

2 ... and, of course, of social position. Barnett, Cafaro and Newholm therefore are right to point out that a possible problem with virtue ethics is “that it can easily lead to a paternalist and censorious judgement of the apparent vices of specific groups” (2005: 18). In our own research we found that the reluctance to buy fair trade often is taken to indicate the moral failings of competing segments of the middle classes (with one interviewee identifying “businessman types in their forties and fifties” as the opposite pole). Also, having a low income is not always accepted as a valid excuse for not buying fair trade. Social distinction could not be identified as a central driving force in fair-trade consumption, but the inevitable communication of social position through consumption patterns could be identified as one of the limiting influences on fair-trade growth (Varul 2009).

throws up the question of how any ethical claim can be made at all: how its moral communication is possible; and how, if it differs from mainstream expressive consumerism in that it lays claim to moral motives, such morality can result from individual expression rather than from intersubjective normative expectations.

III. Ethical consumers: expressing or creating ethical selves?

In order to show how this dilemma is resolved in a convergence of ethics and aesthetics, I draw on material from a recent study on fair-trade consumption in the United Kingdom and Germany (Varul 2008c). We conducted 35 in-depth interviews with fair-trade shoppers in Devon, England, and 22 in Württemberg, Germany, and also analysed promotional material from fair-trade organisations and companies in both countries. We interviewed “actively”, as proposed by James Holstein and Jaber Gubrium (1997), so as to maintain a certain level of “consumer anxiety” (Warde 1994; Woodward 2006). The resulting accounts have, on this basis, been interpreted not just as accounts of and for practices beyond the interview situation, but as identity performances in their own right. For the interpretation we applied techniques oriented towards an “objective hermeneutics” (Oevermann 1993).³

I begin with an account of an inner conflict that is paralleled in most other accounts, but normally in a less articulated form. After commenting extensively on the feeling of guilt associated with shopping for fashion and other luxuries, this participant asserts:

“I could go out feeling bad about all these things and I also need to feel happy; I need to relax. I need to express myself. I want to feel desirable. So I end up thinking ... Well, I have a little system in my mind that if I do something that I think is unethical I will try to compensate with something ethical” (Ms A., academic, early 40s, living with partner, no children).

Here the contradiction between expression and creativity is quite obvious: the inner self is resistant to the sacrifices involved in ethical consumption; the ethical self has to be *built up* against an inner self that is full of consumerist desires, and, from a moral point of view, appears not really worth having. The ethical self-to-be-achieved is not something that comes naturally. But the affirmation of hedonistic desires as genuine *needs* implies a dialectics of asceticism and hedonism (Lupton 1996: 143 ff.) where the aim is not simply to adopt ethical conduct despite oneself, giving in to external normative expectations. The *telos* is not an ethically pure self. The ethical self-to-be-achieved must still be a sincere *expression* of an authentic inner self. An ethical self that is ascetic in the sense of “self-denying” does not count as self-expression, and after the “expressivist turn” (Taylor 1989: 368), such failure would constitute as great (or greater) a violation as the failure to buy into ethical consumption. So even where there is a story of inner conflict between an ethical character ideal and a reluctant hedonistic actual self, and it therefore seems inevitable that ethical selving must be a *creative* act, it is communicated as an *expressive* one. At the same time, the (unethical) inner self

³ The process of interpretation cannot be described in detail in this article, nor can the results be presented in full.

must not be caged in. For the sake of authentic expression, testifying to the subject's sincerity, it needs to be co-represented.

The tension between those two objectives contained in the project of ethical selving (creating oneself and being oneself as a virtuous person) is eased by communicating purchasing decisions as led by *taste*, which enables the transformation of self-construction into self-expression, taste as being culturally constructed, but constructed as natural. Rather than trying to *do* good against an inner urge not to, fair-trade consumers appear to seek reassurance of *being* good by letting morally right behaviour flow from an ethical preference structure that partly defines them as persons.

We found two ways in which this can be accomplished: directly through a predilection for ethical products themselves in which the normative and the aesthetic directly coincide in an *ethical taste*, and indirectly in a *taste for ethics*, where the preference is not the product itself as its object but the practices that lead to its purchase (e. g. a taste for scrutinising, debating, campaigning).

1. Ethical taste

The reference point for ethical taste can be any aspect of the ethical product's "commodity aesthetics" (Haug 1971). In health consumerism, for instance, it tends to be the gustatory sensation of the edible product (Varul 2004: 336 ff.); in fair trade it is more often the visual appearance.

Commenting on the packaging of Cafédirect fair-trade coffee (cf. image 1), Ms A., for instance, engages in a touristic daydream: "I like all their Peruvian mountains and their imagery like that. At least you see it's a place ... there's no people spoiling the place."

Image 1: Cafédirect 5065 instant coffee



In the case of Ms A., the ethical taste for the romanticism afforded by fair-trade imagery competes against a taste for refined food and drink – as here when accounting for the temptations of non-fair-trade speciality tea:

"I did several times stop at [name of delicatessen shop], which I love and stand in with all the teas and coffees and get really, really tempted and then each time I have managed at the last minute to walk away, but it was a real struggle" (Ms A.).

As discussed earlier, the construction and expression of an authentic self are not performed by means of total self-transformation. One could say that the claim to authentic expression is even strengthened by the fact that it is able to counteract an inertia rooted in hedonistic desires that are equally legitimate parts of the recounted/performed personality.

But that is not to say that such conflict is necessary in ethical taste. The refined taste, the connoisseurship, as articulated in an attraction to the delicatessen, already has an affinity to a taste for fair trade in that, in both cases, provenience is a central criterion for the appreciation of a product (Nicholls 2004: 113-114).

In other cases, there seems to be no such conflict at all. For Mr B. (teacher in his twenties, living with partner, no children), if there is a conflict, it is more about admitting that the attraction to fair trade is in large part based on taste:

“there is a kind of aesthetic pleasure and I will admit to the fact that I do buy fair trade partly because I think it’s cool”.

Fair trade for him is an element of his

“Guardian-reading alternative lifestyle, you know, you compost and read the Guardian and I buy fair-trade coffee”,

a lifestyle community in which members

“build themselves a bit by what they wear and buy and eat and drink; you know, that kind of foody culture as well”

with the “foody” culture, in this case, not colliding with the ethical cause but fully coinciding with it. He also talks about the pleasure in buying something that is special as opposed to the standard brands, which give less opportunity to cast oneself as an individual personality. Fair-trade consumption is explicitly part of an aesthetic project that has been emancipated from its earlier, definitely rather square⁴, associations with an austere Christian and/or left-wing activism; an aesthetics he locates in a, definitely hipper, “indie” subculture where being different, being an individual in itself is held up as a value. But how is this taste an *ethical* one?

Is this taste not just an arbitrarily chosen lifestyle element that happens to be considered “ethical” but otherwise is devoid of any moral significance? Mr B. does not give a moral account of why what he does is right in terms of a legitimacy of fair trade. Although he says it is:

“something I feel quite passionate about and have kind of geared my day-to-day consuming towards it for quite a while.”

He also says that:

“I don’t know much about it.”

In the light of this admission, of course, the claimed passion must refer to *style* of consumption itself rather than its moral *justification*. This inclination does not necessarily mean that such a justification is irrelevant – but it is not seen as necessary in account-

⁴ Christian activists among our participants were very self-conscious about the detrimental effects of the “churchy” image of fair trade.

ing for it. What is more important is that there is a more or less natural attraction to what is right. The *ethical* significance becomes clear when *moral* judgement is passed.

“Some friends would say: ‘Oh well, I don’t buy it.’ And I wouldn’t expect them to because it’s not their way. Erm, but no, I don’t know I would question a friend who does buy it and I feel I should buy it but perhaps another friend I don’t think I would. It’s... it depends, I guess, on the... my perception of their identity and whether I think they should or shouldn’t.”

This case is indeed an exceptional one, as the requirement of adequate expression of the inner self actually surpasses the assumption that this inner self should of course be one in which the propensity to do right outweighs hedonistic inertia. But the fact that it can be used in a prescriptive moral judgement is evidence that it is, indeed, a case of *ethical* consumption in which the difference between the aesthetic and the ethical disappears.

While in order to illustrate this tendency I have referred to a nearly ideal-typical statement of fair trade as style of consumption, there clearly is a tendency of aestheticisation in fair-trade marketing (as well as in other forms of ethical consumption) (Wright 2004), including an aestheticisation of activism itself (Littler 2008: 41), which encourages a taste for ethics.

2. Taste for ethics

In this second type of taste it is not the ethical product itself that is an object of appreciation; rather, it is a natural inclination to be interested, to scrutinise the ethical validity of one’s own behaviour, to be politically interested. Ms A., for example, reports involvement in a range of related political activities concerning development issues; her account is decidedly individualistic and communicated as an expression of personal preference. So she answers the question “Are you a political person at all?”:

“Completely!”

but at the same time claims to be

“naïve about party politics, a bit suspicious but more that I don’t really understand it well enough.”

The political activities are thence communicated as personal properties, characteristics.

“I have my boycotts and my letter writing and my little bits of charity.”

The individualistic approach matches up with the above-cited appreciation for the absence of people in the Cafédirect landscape and a stated distaste for crowds, which shows that the distinction between ethical taste and a taste for ethics is only an analytical one, and that the two can be interlinked through a common aesthetic principle (here: distaste for the masses).

The two forms of taste also play into each other on the level of marketing, as in recent Divine chocolate slogans such as “equality treat”, which merge the aesthetic desirability of the product, including, in the case of that campaign, the desirability of the producers (Wright 2008), and try to infuse pleasure into moral/political concepts like “solidarity” and “justice”.

There are, of course, less ambiguous cases in which ethical taste not only is less pronounced alongside the taste for ethics, but is outright rejected. Seeing the ethical purity of fair trade threatened by an expanding market for “ethical” produce, these individuals respond by “distinguishing between ‘real’ critical consumers (‘activists’ and ‘committed’) and ‘lifestyle’ or ‘fashion-oriented’ consumers ready to jump on the bandwagon of FT” (Sassatelli 2006: 226). But while this situation could be expected to result in a conflict between, to apply Weber’s (1978: 24-25) terminology, affectually oriented practices and value-rationally oriented practices, I argue that this rational pursuit of values, too, can be understood as a matter of taste – a taste for ethics in which taste does not inform the choice of products but rather the *way* the right product is identified.

One participant, for example, expressly excludes the possibility of gustatory factors in her decision, as “coffee tastes like coffee to me: I can’t really taste any difference, but other people might be able to” (Mrs C., 20s, postgraduate student, no children).

And she clearly draws a line between the right (critical, reflective) way of doing fair trade and the (unreflected and inconsequential) mainstream off the supermarket shelves:

“I think there are people that tend to say: ‘Oh, I’ll do that because that’s a good thing to do’ ... Erm and it doesn’t necessarily make them think about the other choices of the other things that they are buying. It’s easy to kind of feel good about buying something fair trade and it doesn’t encourage you to think further about why you are having it.”

That the moral judgement is passed on (unspecified) others should not detract from the fact that even the judgemental elements of discourses about fair-trade consumption tend to be functional in the delineation of *one’s own* ethical self rather than to embark on a moral crusade. They are usually not designed to engage in actual confrontation, or any attempt to change others. Mrs C., for instance, states that “I don’t try to be particularly evangelical about it.”

Rather, such judgements demonstrate the contrast with their own approach. In this case, what is challenged is insincerity in fair trade as a displacement of meaning – that is, the temptation to be satisfied with the symbolic representation of an ethical self and then indulge in feeling smug, while hardly changing one’s actual shopping behaviour beyond a few flagship items. What is expressed is not just an objection against other people’s use of fair-trade produce to buy oneself a good conscience and leave it at that; it is an objection that flows out of an *unease* with such an attitude based on and giving voice to a *distaste* that is also directed against shortcomings detected in the respondent’s own behaviour – against the temptations of a self-satisfied mindset that threatens to surface up if the propensity to critically scrutinise weakens. It is a distaste that is authenticated, as in Ms A.’s case, in a confession of deficiency:

“I’m not an ethical consumer because I still buy plenty of things that I probably shouldn’t and I still support loads of things that I probably shouldn’t but that’s the way I want to be” (Mrs C.).

Again, the admission of shortcomings as an expression of an authentic self also verifies, of course, the sincerity of the account overall – and as a consequence also authenticates the tendency to question, to enquire, to self-scrutinise as a genuine character trait. It is also a confirmation of the importance given to the motivational side, the concern

about character in which it is not enough to *do* the right thing but to *do it out of the right motivation*. This account does not mean that in a quasi-Kantian take it is only the intention that counts, no matter whether the outcomes actually match those intentions or not. It is better described in terms of a pragmatic approach in which there is a mutual reinforcement of intentions and results, with adverse results feeding back into the formation of habits (Dewey 1922) – the right motivation is seen as more likely to produce morally desirable results, and those results indicate the moral viability of character. What counts is the deeply ingrained personal disposition that Aristotle (Eth. Nic. 1105b) called *hexis*, on which Bourdieu (1979: 193) modelled his *habitus*, though cutting off the link to ethics and hence overlooking the role of taste as a *moral* attribute of social distinction.

It may be counter-intuitive to count political preferences and aversions as tastes alongside the aesthetic appreciation of product packaging and lifestyle accessories. There may well be strong rational arguments behind the political convictions voiced. But the point is that in the performance of identity that is the interview, they are communicated as *preferences*, which – like any sovereign consumer choice – do not need to be further justified. In particular, the connections to feelings that have a visceral component like guilt and embarrassment can be seen as functionally equivalent to the distaste viscerally expressed through the nausea of the art lover offended by a kitsch painting (Bourdieu 1979: 59). From the extensive accounts of how different ethical claims are negotiated (e. g. local sourcing versus fair trade, justice and development versus “food miles”) and from the effort invested in sourcing products from a wide range of shops, markets, catalogues and increasingly the internet, it is clear that this effort is not a “chore”; to the contrary, there seems to be pleasure, a “warm glow” (Leclair 2002: 954), in highly reflective ethical shopping, whereas the supermarket experience is related to manifest displeasure. Going to the Oxfam store “you feel that you are doing good by supporting that shop in the first place because you know you are helping the wider charity and that’s good. Erm and then within that you are potentially, if you are buying something Fair Trade from that shop, you are potentially doing another good thing as well. And also I guess it makes me feel good on a broader level because if I have made a choice to go there rather than the supermarket” (Mrs C.).

IV. In search of the ethical authenticity of the consumer

In whatever form, it is central for fair-trade consumers to reassure themselves that they are not just blindly following a trend but that the choice of fair trade expresses something essential about themselves. That this expression uses the market as a conduit, with products as symbols of the self which refer to displaced meanings, may suggest that, ultimately, such authentic selfhood is not authentic after all, and perhaps not even *invented* but *borrowed* – borrowed from Third World producers who, rural and ethnic, represent a lost authenticity unavailable to the First World consumer. The search for authenticity can tap into the aestheticisation of pristine nature and traditional rural life – or into an idealised and distorted (Berlan 2008) image of the producers as moral icons, as noble yet naïve savages. The imageries used in fair-trade marketing do indeed suggest that authenticity lost is to be regained by accessing a suppos-

edly unalienated world of exotic and rural communities in what Raymond Bryant and Michael Goodman (2004: 359) call “Edenic narratives”.

1. Borrowed authenticity?

Fair trade expresses dissatisfaction with an anonymised and formally rationalised market. Ronan LeVelly (2006: 4) understands fair trade as an attempt to reintroduce the concrete, material rationality of a personalised *oikos*-style economy in which there is an imagined personal acquaintance between consumer and producer. Some, therefore, see in fair trade the potential to reverse commodity fetishism (e. g. Hudson/Hudson 2003) by creating a (deceptive) familiarity with “the producer”:

“I know it sounds stupid but you know I can feel as though if I was going to go over there and see that person I could say I have seen your picture on the... and I would feel that you know they would be a stranger to me but I would be able to go up to them and say to them you know hello I bought your... I have seen your photo and I have bought your stuff with your photo on it over in England” (Mrs D., teacher, early 40s, three children).

Others, however, have pointed out that the way the information flow is organised sets the relation of production up as a “spectacle’ for Northern consumers” (Bryant/Goodman 2004: 359) – for consumers, that is, who do not have their own productive activities revealed (Lyon 2006: 458). The authenticity of the producer becomes part of the commodity, a symbolic use value. Through partially revealing “the social relations behind production, exchange and consumption”, fair-trade advertising “(inadvertently?) renders the producers’ lives consumption items” (Wright 2004: 666).

“By inviting me to consume the landscape alongside the coffee, to consume even the people reduced to coffee, the promise is that the authenticity lost in post-industrial society can be reclaimed from the ‘other’ by commodity purchase” (Wright 2004: 677).

In a way, this representation is a case of “eating the other” (hooks 1992) by not only consuming exotic fair-trade produce but, with it, the pictorial and narrative representation of exotic fair-trade producers – thus performing the double feat of ingesting and distancing them (Johnston 2002) in an act of what Mary Louise Pratt (1992: 7) termed “anti-conquest”.

Although fair-trade consumers do not buy into this borrowed authenticity (or if they do so, they do it in a diminished way), such representations still have their effects. I have argued elsewhere that they retract on the recognition agenda of fair trade (Varul 2008a), and such a retraction can have immediate consequences for how the redistribution of power and resources is organised (Wright/Madrid 2007). Also, such idealising discourses limit the scope of fair trade as basic agricultural and artisanal goods.

“The near complete dominance of handicrafts in the mix of products offered through alternative trade retards the diversification of production that is fundamentally necessary for the economic advancement of developing countries” (Leclair 2002: 957).

Thus, this approach requires those who are supposed to benefit to enact the part of the exploited and vulnerable, condemning them to an ethically pure “traditional and anti-consumerist way of life” (Gould 2003: 344).

However, this culinary involvement generally is far less intensive (and indeed far less eroticised) than the imageries of fair-trade marketing suggest. To the contrary, as Virginie Diaz Pedregal (2005) points out:

“Hors de l’objet éthique, l’Autre n’existe que peu: les consommateurs éthiques écoutent rarement des musiques ‘ethniques’, ne lisent ou ne voient que très occasionnellement des livres et des films d’auteurs étrangers.”

This observation matches our own results. We found that the actual engagement with “the other”, even in their pictorial representation, is low. Commodity-racist cross-dressing (McClintock 1995), “ethnic chic” (Dwyer and Jackson 2003) with its exoticising tastes is far less present in consumer accounts than some fair-trade advertising would suggest. (To be precise, it is nearly absent.) Some of our respondents were very critical when shown mainstream fair-trade promotional images (as used in Varul 2008a). In general, however, respondents did not have much to say on the topic of connectivity and how producers are imagined, and there was very little evidence of authenticity-borrowing. This finding could significantly reduce the burden on producers to enact expected native/ethnic personae, fair-trade promoters might take note of the fact that their target customers may be less orientalist than the discourse that is served up to them, and shows that the authenticity sought as an ethical *consumer* is more about what we are *here* than about our post-colonial identifications overseas.

2. The ethics of authentic consumerists

If they are not grounded in imported identifications, is there some source of authentic consumer ethics? Bruce Baugh (1988: 482 ff.) offers a Sartrean take on the question of authenticity that forges together aesthetic and moral judgement in a way that offers a perspective beyond Foucault’s emphasis on creativity and MacIntyre’s cultural pessimism: an authentic work (in both the artistic and the moral sense) emerges from practical engagement that not just adopts what is but transforms it.

“A work that arouses our indignation and disgust, if it does so by offending our everyday ends, does not transform our understanding of the world. It is only when the provocation can actually claim our recognition as being in some way a valid way of presenting the world that we will adopt the end of the work’s existence and the work will transform our world by organizing it around that end.”

And therefore:

“Authenticity is not retreat into an imaginary world (a *U-topia*), but a transformation of this one.”

Still, if authentic ethics is one that is transformative, what is the source driving that transformation which transcends the here and now but is at the same time rooted in precisely this here and now in a way that it can truly be “us”? In order not to descend into what MacIntyre decried as the evils of emotivism, there must be a committing moral framework – and a framework, at that, which is not superimposed using some

theoretical system but one that is based on a shared understanding of who we are. Conservative *zeitgeist* critics tend to complain that after Enlightenment and Revolution, there is no such framework left. Allegedly, our “democratized self which has no necessary social content and no necessary social identity can be anything, can assume any role or take any point of view, because it *is* in and for itself nothing” (MacIntyre 1981: 32).

One can lament this situation as a fateful legacy of romantic “occasionalism” (Schmitt 1986: 97) or celebrate it as contemporary consumers’ skill at self-extension through daydreaming (Campbell 1987) with a genuine civilising potential (Sznajder 2000; Varul 2008b). In any case, in the “contemporary culture of authenticity” (Taylor 1991: 32) the invocation of virtue ethics and reference to the expression of an inner moral self pose the question of how we know what a good character worth expressing is. As Charles Taylor (1991: 43 ff.) has argued, even the idea of an ethics of authenticity postulates a shared framework, just like the virtue ethics, whose loss MacIntyre mourns, requires an unquestioned cultural framework of right and wrong. It is only through this framework that the paragon of virtue ethics, Aristotle, could describe (to take the virtue particularly relevant for fair trade) “justice” (δικαιοσύνη) as a virtue that is to be measured by the outcome it produces. Otherwise, all the reconstruction of calculi for arithmetic and geometric justice (Eth Nic 1130b ff.) would not make sense, and the definition that justice is what a just person does would suffice (Eth. Nic. 1105b).

So, in an approach to character in which “if it is possible for an individual to represent a potential action as indicative of an admirable or virtuous character then it is likely to be undertaken” (Campbell 1990: 44f), the question immediately arises: How does one know what is admirable? Even for the ideal-typical romantic consumer as daydreamer, because the imagined possibility of realisation is essential for the consumerist daydream to be pleasurable as the object of longing, there must be social affirmation (be it only that of an imagined audience). Colin Campbell’s Weberian formula highlights the central shortcoming in Foucauldian approaches: the absence of any notion of legitimacy (Fraser 1993: 17 ff.). If the ethical selfer not only *constructs* or *creates* herself or himself as a good character but also needs to *express* this character, there is a necessary element of conspicuousness (Varul 2006) – and such a search for recognition always requires a shared understanding of legitimacy (Honneth 1984). As Foucault (1987: 118) himself emphasises, the ethical self-construction of “free men” serves to create social accountability – and hence cannot be but intersubjective: “*Ethos* implies also a relation with others to the extent that care for self renders one competent to occupy a place in the city, in the community or in interindividual relationships.” In short: ethical selving without the possibility of moral communication (along the lines of Luhmann’s notion cited above) does not make much sense. Ethical selving constructs accountability for social interaction that then inevitably will be the object of intersubjective evaluation.

I have already pointed out that research shows that, contrary to the postmodernist speculations of the 1980s and 1990s, everyday consumption still *does* operate on moral assumptions. While an explicit legal or traditional normative framework might be absent, the regularities of everyday practice act as a moral background that accounts not

only for such moral assumptions intuitively being understood as binding rules, but also for moral innovation, as

“the sources of changed behaviour lie in the development of practices themselves. The concept of practice inherently combines a capacity to account for both reproduction and innovation. At any given point in time a practice has a set of established understandings, procedures and objectives. Such formal and informal codifications govern conduct within that practice, though often without much reflection or conscious awareness on the part of the bearers” (Warde 2005: 140).

It can be argued that the concept of fairness which is activated in fair trade is rooted in everyday practices in contemporary market societies. Indeed, one could say that ethical consumers act on “a desperate urge to reclaim capitalism, to salvage morality from it” (Kozinets and Handelman 1998: 478) in that they demand the realisation of the promise of just (meritocratic) distribution, a promise whose universality in capitalist societies (Miller 1999: 61 ff.) is countered by its other legitimising narrative, the “promise of absolute wealth” (Deutschmann 2001), whose realisation for a limited number of people profoundly puts in question any appearance of equitability (Neckel 2001). I have argued elsewhere that this promise of equitability (and recognition) lies in the experience of ordinary practices of capitalist exchange (Varul 2005), and there are strong indications that fair-trade discourses seek to activate such assumptions (Varul 2008a: 655 ff.), which also are the best account for what fair-trade consumers expect to be the redistributive effects of their buying habits (Varul 2009). However different their stories otherwise were, what was shared by *all* our respondents was the intuitive notion of what is violated in the current terms of trade between “North” and “South”: the equitability that (contrary to fact) is assumed to be structuring distribution through markets in the North. Very simply, as one respondent put it:

“the concept of Fair Trade should be I think to sort of ensure that people doing a job get an appropriate salary for doing that job, I think that’s the kind of bottom line of what Fair Trade should be about” (Ms E., public relations officer, early 30s).

The assertion of Michael Barratt Brown (1993: 3) has an instant plausibility that is difficult to refute:

“One of the unfairest things in the world is the system of trade by which we receive many of the things we enjoy – sugar, chocolate, coffee, nuts, bananas, tobacco – and many of the minerals which go into making the machines and vehicles upon which we rely in our daily lives, from people who receive a bare pittance for their work and enjoy (if that is the word) a standard of living that is a bare twentieth of our own.”

Neoliberal economists and philosophers arguing against this kind of reasoning openly admit that they are up against common-sense intuitions (classically, Friedman 1961: 166; Hayek 1976: 62-63). Being rooted in practices rather than in an explicit system of morality, this is a case of what Oakeshott calls “moral life”, which is not a “habit of reflective *thought*, but a habit of *affection* and *conduct*”, that “we acquire ... in the same way as we acquire our native language” (Oakeshott 1962: 61, 62). While not even the official fair-trade discourse spells out an explication of how the current inequitable distribution between Third World producers and First World corporations, supermarkets and consumers is unjust – it is seen as wholly sufficient to describe the terms of trade and the differences in the standards of living – it is immediately clear that these prac-

tices offend the sense of what is just exchange, acquired through everyday economic practices.

V. Conclusion

Fair trade, having set out as a small movement that centred very much on ideas about Third World farmers and their living conditions, has turned out to also be a consumerist identity project in affluent societies. Ethical products help to create consumer markets for those who do not like to see themselves as mass consumers and those who are concerned about the negative effects that consumerism has on distant others, the environment and themselves. For this clientele, buying ethical products also presents an adequate response to the root dilemma of consumerism as a culture of choice: namely, that because the consuming self emerges as the outcome of free decisions, it is necessarily undetermined, arbitrary. To lay claim to an affinity to fair-trade products which is rooted not only in a value-rational decision but in a character-defining taste is a plausible way out of this dilemma. The link between ethics and aesthetics maintains both the morality and the personal involvement in purchasing decisions. Nevertheless, such personalised ethics are not thinkable without a social frame of reference. In activating an implicit norm of equitable exchange lying dormant in everyday capitalist exchanges, fair-trade consumers bring to light a broken promise of capitalist praxis – a reference that roots their claim to authentic ethical selfhood not in flimsy identifications with distant others, but in the very practice they hold responsible for the misery they are trying to remedy: capitalist exchange. And if even oppositional practices source their moral impetus from their involvement in the ordinary praxis of consumer capitalism, it seems to be high time for the various forms of mainstream consumerism to be re-examined as, possibly, a less articulate form of “ethical consumption”.

References

- Abercrombie, Nicholas. 1990. The privilege of the producer. In *Enterprise cultur*, eds. Russell Keat and Nicholas Abercrombie, 171-185. London: Routledge.
- Allahyari, Rebecca Anne. 2000. *Visions of charity*. Berkley: University of California Press.
- Arnould, Eric J., and Linda L. Price. 2000. Authenticating acts and authoritative performances. In *The why of consumption*, eds. Srinivasan Ratneshwar, David Glen Mick and Cynthia Huffman, 140-163. London: Routledge.
- Barnett, Clive, Philip Cafaro and Terry Newholm. 2005. Philosophy and ethical consumption. In *The ethical consumer*, eds. Rob Harrison, Terry Newholm and Deirdre Shaw, 11-24. London: Sage.
- Barnett, Clive, Paul Cloke, Nick Clarke and Alice Malpass. 2005. Consuming ethics. Articulating the subjects and spaces of ethical consumption. *Antipode* 37: 24-45.
- Baugh, Bruce. 1988. Authenticity revisited. *Journal of Aesthetics and Art Criticism* 46: 477-487.
- Belk, Russell. 1988. Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research* 15: 139-168.
- Berlan, Amanda. 2008. Making or marketing a difference? An anthropological examination of the marketing of fairtrade cocoa from Ghana. *Research in Economic Anthropology* 28: 171-194.

- Binkley, Sam, and Jo Littler. 2008. Cultural studies and anti-consumerism. *Cultural Studies* 22: 519-530.
- Bode, Ingo, and Claudia Zenker. 2001. Solidarität im Angebot. Über moralisierte Märkte. *Leviathan* 29: 484-506.
- Bosshart, David. 2007. *Cheap? The real cost of living in a low price, low wage world*. London: Kogan Page.
- Bourdieu, Pierre. 1979. *La distinction*. Paris: Minuit.
- Brown, Michael Barratt. 1993. *Fair trade*. London: Zed Books.
- Bryant, Raymond L., and Michael K. Goodman. 2004. Consuming Narratives. The political ecology of "alternative" consumption. *Transactions of the Institute of British Geographers* 29: 344-366.
- Campbell, Colin. 1987. *The romantic ethic and the spirit of modern consumerism*. Oxford: Blackwell.
- Campbell, Colin. 1990. Character and consumption. *Culture & History* 7: 37-48.
- Co-operative Bank. 2003. *The ethical consumerism report 2003* (Broschur).
- Cowe, Roger, and Simon Williams. 2001. *Who are the ethical consumers?* Manchester: Co-operative Bank.
- Cross, Gary. 1993. *Time and money*. London: Routledge.
- Csikszentmihalyi, Mihaly, and Eugene Rochberg-Halton. 1981. *The meaning of things*. Cambridge: Cambridge University Press.
- de Graaf, John, David Wann and Thomas H. Naylor. 2002. *Affluenza. The all-consuming epidemic*. San Francisco: Berrett-Koehler.
- Deutschmann, Christoph. 2001. The promise of absolute wealth. Capitalism as religion. *Thesis Eleven* 66: 32-56.
- DeVault, Marjorie. 1991. *Feeding the family*. London: University of Chicago Press.
- Dewey, John. 1922. *Human nature and conduct*. New York: Henry Holt.
- Diaz Pedregal, Virginie. 2008. *La morale de l'histoire ... du commerce équitable*. Paper presented at the 3rd Fair Trade International Symposium, 14th to 16th May 2008, Montpellier.
- Diaz Pedregal, Virginie. 2005. Éthique et objets ethniques. Pratiques et représentations des consommateurs. *Consommations & Sociétés* 5. <http://www.argonautes.fr/sections.php?op=viewarticle&artid=236>.
- Douglas, Mary. 1992. In defence of shopping. In *The shopping experience*, eds. Pasi Falk and Colin Campbell, 15-30. London: SAGE.
- Dwyer, Claire, and Peter Jackson. 2003. Commodifying difference. Selling EASTern fashion. *Environment and Planning D* 21: 269-91.
- Fairtrade Labelling Organizations International (FLO). 2007. *Annual report*. Bonn.
- Featherstone, Mike. 1991. *Consumer culture and postmodernism*. London: SAGE.
- Foucault, Michel. 1987. The ethic of care for the self as a practice of freedom. An interview with Michel Foucault. *Philosophy & Social Criticism* 12: 112-132.
- Foucault, Michel. 1991. On the genealogy of ethics. In *The Foucault reader*, ed. Paul Rabinow, 340-372. London: Penguin.
- Frank, Dana. 1999. Buy American. *The untold story of economic nationalism*. Boston, MA: Beacon Press.
- Fraser, Nancy. 1993. *Unruly practices*. Cambridge: Polity Press.
- Friedman, Milton. 1962. *Capitalism and freedom*. Chicago: University of Chicago Press.
- Gabriel, Yiannis, and Tim Lang. 2006. *The unmanageable consumer*. London: SAGE.
- Gould, Nicholas J. 2003. Fair trade and the consumer interest. A personal account. *International Journal of Consumer Studies* 27: 341-45.
- Harrison, Rob, Terry Newholm and Deirdre Shaw, eds. 2005. *The ethical consumer*. London: Sage.
- Haug, Wolfgang Fritz. 1971. *Kritik der Warenästhetik*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Hayek, Friedrich August von. 1976. *Law, legislation and liberty*, vol. 2. London: Routledge & Kegan Paul.
- Heath, Joseph, and Andrew Potter. 2005. *The rebel sell*. Chichester: Capstone.
- Hilton, Matthew. 2001. Consumer politics in post-war Britain. In *The politics of consumption: material culture and citizenship in Europe and America*, eds. Martin Daunton and Matthew Hilton, 241-259. Oxford: Berg.

- Hitzler, Roland. 1994. Sinnbasteln: Zur subjektiven Aneignung von Lebensstilen. In *Das symbolische Kapital der Lebensstile*, Hrsg. Ingo Mörth und Gerhard Fröhlich, 75-92. Frankfurt a. M.: Campus.
- Holstein, James A., and Jaber F. Gubrium. 1997. Active interviewing. In *Qualitative Research*, ed. David Silverman, 113-129. London: SAGE.
- Honneth, Axel. 1984. Die zerissene Welt der symbolischen Formen: Zum kulturosoziologischen Werk Pierre Bourdieus. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 36: 147-64.
- hooks, bell. 1992. *Black looks: race and representation*. Boston, MA: South End Press.
- Hudson, Ian, and Mark Hudson. 2003. Removing the veil? Commodity fetishism, fair trade, and the environment. *Organization & Environment* 16: 413-430.
- Johnston, Josée. 2002. Consuming global justice. In *Protest and globalisation*, ed. James Goodman, 38-59. Annandale, NSW: Pluto Press Australia.
- Klein, Naomi. 2000. *No logo*. London: Flamingo.
- Kozinets, Robert V., and Jay Handelman. 1998. Ensouling consumption. A netnographic exploration of the meaning of boycotting behaviour. *Advances in Consumer Research* 25: 475-480.
- Leclair, Mark S. 2002. Fighting the tide. Alternative trade organizations in the era of global free trade. *World Development* 30: 949-958.
- LeVelly, Ronan. 2006. Le commerce équitable. Des échanges marchands contre et dans le marché. *Revue Française de Sociologie* 47: 319-340.
- Lévi-Strauss, Claude. 1962. *La Pensée sauvage*. Paris: Plon.
- Littler, Jo. 2008. *Radical consumption*. Maidenhead: McGraw-Hill.
- Luhmann, Niklas. 1990a. *Paradigm lost. Über die ethische Reflexion der Moral*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas. 1990b. *Soziologische Aufklärung 5*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Lupton, Deborah. 1996. *Food, the body and the self*. London: SAGE.
- Lyon, Sarah. 2006. Evaluating fair trade consumption. Politics, defetishization and producer participation. *International Journal of Consumer Studies* 30: 452-464.
- MacIntyre, Alasdair. 1981. *After virtue*. Notre Dame, Indiana: Notre Dame University Press.
- McClintock, Anne. 1995. *Imperial Leather*. New York: Routledge.
- McCracken, Grant. 1988. *Culture and consumption*. Bloomington: Indiana University Press.
- Mead, George Herbert. 1935. *Mind, self, and society*. Chicago: University of Chicago Press.
- Micheletti, Michele. 2003. *Political virtue and shopping*. New York: Palgrave.
- Miller, Daniel. 1998. *A theory of shopping*. Cambridge: Polity.
- Miller, David. 1999. *Principles of social justice*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Miller, Daniel. 2001. The poverty of morality. *Journal of Consumer Culture* 1: 225-43.
- Neckel, Sighart. 2001. "Leistung" und "Erfolg". Die symbolische Ordnung der Marktgesellschaft. In *Gesellschaftsbilder im Umbruch*, Hrsg. Eva Barlösius, Hans-Peter Müller und Steffen Sigmund, 245-265. Opladen: Leske + Budrich.
- Nicholls, Alex. 2004. Fair trade new product development. *Service Industries Journal* 24: 102-77.
- Nussbaum, Martha. 1992. Human functioning and social justice. *Political Theory* 20, 202-246.
- Oakeshott, Michael. 1962. *Rationalism in politics*. London: Methuen.
- Oevermann, Ulrich. 1993. Die objektive Hermeneutik als unverzichtbare methodische Grundlage für die Analyse von Subjektivität. In *"Wirklichkeit" im Deutungsprozess*, Hrsg. Thomas Jung und Stefan Müller-Dohm, 106-189. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Parsons, Talcott. 1964. *Social structure and personality*. Glencoe, Ill.: Free Press.
- Parsons, Talcott. 1951. *The social system*. London: Routledge.
- Parsons, Talcott, and Neil J. Smelser. 1956. *Economy and society*. London: Routledge.
- Pratt, Mary Louise. 1992. *Imperial eyes*. London: Routledge.
- Renard, Marie-Christine. 1999. The interstices of globalization. The example of fair trade coffee. *Sociologia Ruralis* 39: 484-500.
- Rose, Nikolas. 1990. *Governing the soul*. London: Routledge.
- Sassatelli, Roberta. 2006. Virtue, responsibility and consumer choice. In *Consuming Cultures, Global Perspectives*, eds. John Brewer and Frank Trentmann, 219-250. Oxford: Berg.
- Schmitt, Carl. 1986. *Political Romanticism*. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology Press.

- Shaw, Deirdre, and Edward Shiu. 2002. The role of ethical obligation and self-identity in ethical consumer choice. *International Journal of Consumer Studies* 26: 109-16.
- Simmel, Georg. 1989. *Die Philosophie des Geldes*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Slater, Don. 1997. *Consumer culture and modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Soper, Kate. 2007. Re-thinking the "good life". The citizenship dimension of consumer disaffection with consumerism. *Journal of Consumer Culture* 7: 205-229.
- Strong, Carolyn. 1997. The problems of translating fair trade principles into consumer purchase behaviour. *Marketing Intelligence & Planning* 15: 32-7.
- Sznaider, Natan. 2000. Consumerism as a civilizing process. Israel and Judaism in the second age of modernity. *International Journal of Politics, Culture and Society* 14: 297-314.
- Taylor, Charles. 1991. *The ethics of authenticity*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Taylor, Charles. 1989. *Sources of the self*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Varul, Matthias Zick. 2004. *Geld und Gesundheit*. Berlin: Logos.
- Varul, Matthias Zick. 2005. *The morality of capitalism? Labour value, recognition, and social justice*. Paper presented at the CRESC Conference Cultural and Social Change. Disciplinary Exchanges 11-13 July, University of Manchester.
- Varul, Matthias Zick. 2006. Waste, industry and romantic leisure. Veblen's theory of recognition. *European Journal of Social Theory* 9: 103-117.
- Varul, Matthias Zick. 2008a. Consuming the campesino. *Cultural Studies* 22: 654-679.
- Varul, Matthias Zick. 2008b. After heroism. Religion versus consumerism. *Islam and Christian-Muslim Relations* 19: 237-255.
- Varul, Matthias Zick. 2008c. *Fair trade consumerism as an everyday practice*. Full research report, RES-000-22-1891. Swindon: ESRC.
- Varul, Matthias Zick. 2009. Ethical selving in cultural context. Fair trade consumption as an everyday ethical practice in the UK and Germany. *International Journal of Consumer Studies*.
- Veblen, Thorstein. 1994. *The theory of the leisure class*. Harmondsworth: Penguin.
- Warde, Alan. 2005. Consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture* 5: 131-155.
- Warde, Alan. 1994. Consumption, identity-formation and uncertainty. *Sociology* 28: 877-898.
- Weber, Max. 1978. *Economy and society*. Berkeley: University of California Press.
- Woodward, Ian. 2006. Investigating consumption anxiety thesis. *Sociological Review* 54: 263-282.
- Wright, Caroline. 2004. Consuming lives, consuming landscapes. Interpreting advertisements for Cafédirect coffees. *Journal of International Development* 16: 665-680.
- Wright, Caroline. 2008. *Selling fair trade chocolate*. Gender, "race" and the double fetish. Seminar paper presented at the University of Hull's Social Sciences Department, 30th April.
- Wright, Caroline, and Gilma Madrid. 2007. Contesting ethical trade in Colombia's cut-flower industry. A case of cultural and economic injustice. *Cultural Sociology* 1: 255-275.
- Zadek, Simon, Sanjiv Lingayah and Maya Forstater. 1998. *Social labels. Tools for ethical trade*. Luxembourg: European Commission.
- Ziehe, Thomas. 1993. Vom Lebensstandard zum Lebensstil. In *Die Aktualität des Ästhetischen*, Hrsg. Wolfgang Welsch, 67-93. München: Wilhelm Fink.

Correspondence: Dr. Matthias Zick Varul, University of Exeter, Department of Sociology and Philosophy, Armory Building, Rennes Drive, Exeter, EX4 4RJ, United Kingdom
E-Mail: m.z.varul@exeter.ac.uk

KONSUM, KONSUMENT, KONSUMGESELLSCHAFT

Die akademische Konsumforschung im Überblick

Kai-Uwe Hellmann

Zusammenfassung: Die Triade Produktion, Distribution und Konsumtion gehört klassisch zum festen Inventar der Wirtschaftssoziologie. Freilich wurde diesen drei Bereichen bislang ganz unterschiedliche Aufmerksamkeit geschenkt. War es anfangs vor allem die Produktion (Arbeit und Kapital), ist es nunmehr die Distribution (Markt und Geld). Doch auch die Konsumtion (Kaufen und Verbrauchen) spielt eine wichtige Rolle. Im folgenden Beitrag wird ein Überblick über die akademische Konsumforschung gegeben, soweit dies für die Wirtschaftssoziologie von Bedeutung ist.

I. Zum Verhältnis von Wirtschaftssoziologie und Konsumforschung

Der Endzweck aller Produktion ist immer Konsumtion, so hat es Adam Smith vor mehr als 230 Jahren formuliert: „Consumption is the sole end and purpose of all production; and the interest of the producer ought to be attended to, only so far as it may be necessary for promoting that of the consumer“ (Smith 1963: 190 f.). Sicher kann man diese schlichte Teleologie nicht auf Wirtschaft insgesamt übertragen. Dennoch stellt Konsumtion neben Produktion und Distribution eine unverzichtbare Bezugsgröße wirtschaftlichen Handelns dar, gleichsam eine Variable, welche in dieser Gleichung nie fehlen darf.

Fragt man vor diesem Hintergrund nach der Relevanz der akademischen Konsumforschung¹ für die Wirtschaftssoziologie, gibt es keine eindeutige Antwort. Zweifels- ohne überlappen sich die Gegenstandsbereiche von Wirtschaftssoziologie und Konsumforschung. Einige wenige wirtschaftssoziologische Lehrbücher, Enzyklopädien und Reader haben dem Bereich der Konsumtion sogar eigene Kapitel oder Beiträge gewidmet.² Gleichwohl war Konsumtion bislang kaum eigenständiges Forschungsthema der Wirtschaftssoziologie (Frenzen et al. 1994).³

1 Betrachtet man den gegenwärtigen Forschungsstand, macht die Konsumsoziologie im disziplinär strengen Sinne neben Anthropologie, Marketing, Haushalts-, Mikro- und Neuroökonomie, Psychologie, Politologie, Philosophie etc. nur einen kleinen Anteil der akademischen wie kommerziellen Erforschung von Konsumphänomenen aus; zur Unterscheidung von akademischer und kommerzieller Konsumforschung vgl. Schrage (2008). Aus diesem Grund wird hier von Konsumforschung im rein akademischen, aber fachübergreifenden Sinne gesprochen, um nicht einen Großteil laufender Forschung außen vorhalten zu müssen.

2 Vgl. Smelser (1968), Kutsch und Wiswede (1986), Smelser und Swedberg (1994, 2005), Beckert und Zafirovski (2005).

3 Das semantische Repertoire, dessen sich die akademische Konsumforschung bedient, umfasst

Durchforstet man etwa die *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* (KZfSS), die *Soziale Welt* und die *Zeitschrift für Soziologie* (ZfS), ergibt sich folgende Verteilung der Beiträge für die drei Kategorien Produktion, Distribution (inkl. Austausch) und Konsumtion (vgl. *Tabelle 1*):⁴

Tabelle 1: Prozentuale Verteilung von Artikeln in drei deutschen soziologischen Fachzeitschriften zu den Themen Produktion, Distribution und Konsumtion

Zeitschrift	Produktion	Distribution	Konsumtion
KZfSS	74,50 %	6,00 %	6,50 %
Soziale Welt	81,77 %	3,11 %	3,11 %
ZfS	56,25 %	17,86 %	2,68 %
Durchschnitt	75,86 %	6,17 %	3,98 %

Wie die Zahlen eindeutig belegen, wurde den Belangen der Produktion die mit Abstand größte Aufmerksamkeit im Fach entgegengebracht, während Distributions- und Konsumtionsthemen allenfalls am Rande Erwähnung fanden (Wiswede 2000).

Angesichts dieser Situation stellt sich die Frage, wie die Relevanz der Konsumforschung für die Wirtschaftssoziologie systematisch einzuschätzen ist. Die Brisanz dieser Frage ist darin begründet, dass nur ein Teilbereich dessen, was in der Konsumforschung international untersucht wird, dem Gegenstandsbereich der Wirtschaftssoziologie eindeutig zugerechnet werden kann.⁵ Häufig befasst sich die multidisziplinäre Er-

mehrere Begriffe. So erfasst „Verbrauch“ zumeist nur den schlichten Verzehr von Sach- und Dienstleistungen aller Art. „Konsum“ bezieht demgegenüber eine symbolische Dimension mit ein; hier geht es primär um Bedeutungen, Mitteilungen, Kommunikation durch Konsumgüter. „Konsumtion“ bezeichnet wiederum die gesamte Sphäre des Konsums und ist strikt komplementär gebaut zu den Begriffen „Produktion“ und „Distribution“. Der Begriff „Konsumismus“ steht für eine Ideologie oder Weltanschauung, in der dem Konsum allergrößte Beachtung für die persönliche Lebensführung geschenkt wird. Und „Konsumerismus“ meint in der Regel politische Aktivitäten wie Verbraucherschutz und Verbraucherbewegung.

⁴ Zur Erläuterung: Die Zusammenstellung der drei Kategorien rekrutiert sich aus 200 Artikeln der KZfSS von 1948 bis 2007, 417 Artikeln der Sozialen Welt von 1949 bis 2007 und 112 Artikeln der ZfS von 1972 bis 2007, deren zentrale Themen *Arbeit, Beruf, Betrieb, Freizeit, Geld, Markt, Tausch, Verbände, Verbrauch* und *Werbung* dem Gegenstandsbereich der Wirtschaftssoziologie eindeutig zugerechnet werden konnten (vgl. zu dieser Frage auch den Anhang bei Beckert und Besedovsky in diesem Band). Die erste Kategorie „Produktion“ umfasst die Bereiche (in Klammern: Anzahl der Artikelzahl aus den drei Zeitschriften nach obiger Reihenfolge): *Arbeit* (58/113/28), *Beruf* (62/81/18), *Betrieb* (27/110/14) und *Verbände* (2/46/3); in der Kategorie „Distribution“ waren es die Bereiche *Geld* (1/1/1), *Markt* (9/12/19) und *Tausch* (2/–/–); und die Kategorie „Konsumtion“ setzt sich zusammen aus den Bereichen *Freizeit* (5/–/1), *Verbrauch* (8/6/2) und *Werbung* (–/5/–). Herausgenommen wurden alle Beiträge, die sich auf das Wirtschaftssystem als solches bezogen (26/50/23), also Produktion, Distribution und Konsumtion übergreifen.

⁵ So begreift Eugen Buß (1985) die Konsumsoziologie sogar als eine eigenständige spezielle Soziologie. Stephen Edgell und Kevin Hetherington (1996) unterscheiden wiederum vier „cycles of production/consumption“, nämlich „market“, „state“, „household“ und „communal“. Darüber hinaus findet ein Großteil der internationalen Konsumforschung außerhalb der Soziologie statt, vgl. überblicksartig Miller (1995), teilweise sogar ohne jede eindeutige disziplinäre Selbstzurechnung.

forschung von Konsumphänomenen nämlich mit Aspekten, die kaum noch mit Wirtschaft, Markt und Geld im engeren Sinne zu tun haben. Genau darin wird aber die Spezifik der neuen Wirtschaftssoziologie gesehen: dass sie sich vorwiegend mit Ereignissen, Vorgängen und Zuständen befasst, die unmittelbar den Markt betreffen, marktvermittelt sind oder wenigstens noch vergleichsweise marktnah in Erscheinung treten (Beckert et al. 2007; Beckert 2009). Demgegenüber umfasst der Gegenstandsbereich der Konsumforschung sehr viele Ereignisse, Vorgänge und Zustände, die erst nach der „Marktentnahme“ (Vershofen 1959) von Bedeutung werden, den Konsumalltag betreffen und dann oftmals eine große Marktferne aufweisen, weshalb sie bei streng disziplinärer Auslegung außerhalb der Zuständigkeit der Wirtschaftssoziologie liegen (Zelizer 2005).

Im Folgenden wird, nach Vorgabe einer Arbeitsdefinition des Konsumbegriffs, ein Schema vorgestellt, das die historische Entwicklung und gegenwärtige Verfassung der angelsächsischen, speziell nordamerikanischen Verbraucherforschung („consumer research“), die weltweit den größten Aufwand treibt, systematisch zu erfassen sucht. Sodann wird es um die Frage gehen, worauf dieser erstaunliche Entwicklungsverlauf zurückzuführen ist (II). Dieser Abschnitt leitet zur Unterscheidung von zwei Ordnungen des Konsums über, die helfen können, das spezifisch Moderne des Konsums der modernen Gesellschaft zu erfassen (III). Im Anschluss daran werden zwei Bereiche der Konsumforschung vorgestellt (IV und V), die sich unmittelbar im Einzugsgebiet der neuen Wirtschaftssoziologie befinden. Eine Schlussbetrachtung hinsichtlich zukünftiger Entwicklungschancen der Konsumforschung rundet diesen Beitrag ab (VI).

II. Perspektiven der Konsumforschung

Beginnt man mit einer ersten Bestimmung dessen, womit sich Konsumforschung praktisch beschäftigt, umfasst deren Gegenstandsbereich tendenziell alles, was vor, während und nach der Planung und Tötigung des Erwerbs von Sach- oder Dienstleistungen geschieht. Einbezogen werden also nicht bloß das Einkaufen, sondern auch das Suchen, Auswählen, Ausprobieren, Mitnehmen, Einlagern, Gebrauchen, Verbrauchen und Entsorgen irgendwelcher Sach- oder Dienstleistungen, einschließlich aller Aktivitäten, die sich im Umfeld solcher Tätigkeiten abspielen mögen wie Vorzeigen, Angeben, Mitteilen, Teilen, Ausleihen, Neiden – bis hin zur Berücksichtigung rein individuell erlebter Tagträume, Phantasien und Imaginationen. Es handelt sich daher um ein enorm breites Spektrum an Fragestellungen und Forschungsaktivitäten.

Fragt man vor diesem Hintergrund nach einem ersten Orientierungsschema, bietet es sich an, mit Erich und Monika Streißler (1966) zwischen Konsum im engeren Sinne, so die Perspektive der Wirtschaftswissenschaften, und Konsum im weiteren Sinne, so die Perspektive der Sozialwissenschaften, zu unterscheiden.⁶ Während die Wirtschaftswissenschaften unter Konsum die Verwendung des verfügbaren Einkommens für Zwecke des Verbrauchs verstehen und primär an Vorgänge wie Nachfrage und Marktentnahme denken, geht es der Konsumforschung viel umfassender um sämtliche For-

⁶ Vgl. die ähnlich gebaute Unterscheidung der Wirtschaftssoziologie im engen und Wirtschaftssoziologie im weiten Sinne bei Beckert und Besedovsky in diesem Band.

men der Nutzung potenziell wie tatsächlich erworbener Sach- und Dienstleistungen zum Zwecke der Befriedigung unterschiedlichster Bedürfnisse.⁷ „In this respect it is crucial to distinguish between a purely economic and a wider social action conception of what ‚consumption‘ means“ (Campbell 1987: 38). Insofern sind die Wirtschaftswissenschaften vorrangig mit Konsum im engeren Sinne beschäftigt, weil sie nur das Nachfrage- und Einkaufsverhalten von Endverbrauchern untersuchen, die sich über Werbung, durch persönliche Empfehlung oder am „Point of Sale“ für ein bestimmtes Angebot entscheiden. Was anschließend damit passiert, fällt nicht mehr in deren Zuständigkeit. „Economic theory has been primarily concerned with the exchange process, with little explicit interest in looking beyond the point of sale“ (Schary 1971: 51). Demgegenüber interessiert sich die Konsumforschung gerade für den Konsum im weiteren Sinne, und das heißt letztlich für alles, was die Rolle des Konsumenten an Überlegungen, Mitteilungen und Handlungen umfasst. „Consumption comprises a set of practices which permit people to express self identity, to mark attachment to social groups, to accumulate resources, to exhibit social distinction, to ensure participation in social activities, and more things besides“ (Warde 1996: 304).

Wendet man sich damit der Erforschung des Konsums im weiteren Sinne zu, ergibt sich eine relativ unübersichtliche Forschungslage, über Jahrzehnte und viele Länder verstreut, mit jeweils unterschiedlichen Schwerpunkten. Angesichts dieser Unübersichtlichkeit wird auf einen Systematisierungsvorschlag von Per Østergaard und Christian Jantzen (2000) zurückgegriffen, in dem sie verschiedene Entwicklungsstadien der nordamerikanischen Verbraucherforschung („consumer research“) miteinander vergleichen.

So wurde die Konsumforschung bis in die 1950er Jahre hinein von der „Buyer Behavior“-Perspektive beherrscht. Im Mittelpunkt stand die Untersuchung des Kaufverhaltens am „Point of Sale“ (Copeland 1924; Phillips und Duncan 1951). Grundlegend hierfür war die Stimulus-Response-Annahme. Demnach ist das Kaufverhalten weitgehend von jenen Anreizen abhängig, die jeweils angeboten werden. Im Hintergrund dieser Annahme stand die Verhaltenspsychologie, die den Konsument gleichsam als Tier betrachtet, bei dem es zwar physisch-psychische Antriebe und Bedürfnisse gibt, aber ohne jede Eigendynamik und innere Beteiligung. Mögliche Verhaltensvarianten werden lediglich exogen initiiert. Die Forschungsmethode beschränkte sich auf Versuchsanordnungen im Labor mit kleineren Probandengruppen.

Mitte der 1950er Jahre trat die „Consumer Behavior“-Perspektive hinzu. Der Forschungsradius erstreckte sich jetzt deutlich über das unmittelbare Kaufverhalten hinaus. Untersucht wurde nunmehr auch das Konsumverhalten. Gefragt wurde danach, aufgrund welcher Parameter Konsumenten ihre Kaufentscheidungen fällen. Außerdem kam es zur Ergänzung der Verhaltenspsychologie durch die Kognitionspsychologie. Plötzlich wurde der Konsument als ein Rechenzentrum verstanden, das unterschiedliche Informationen (Produkte, Preise, Mengen etc.) daraufhin vergleicht, welche Kosten und Nutzen-Relationen sich errechnen lassen, um möglichst nutzenmaximierend zu entscheiden (Bettman 1979; Belk 1995; Kroeber-Riel und Weinberg 1996). Zur be-

⁷ Vgl. Warde (1996: 303): „Consumption is a process concerned with the acquisition and use of goods and services. Economists are particularly interested in one form of acquisition: that which involves the transfer of money in exchange for ownership of, or access to, commodities.“

liebtesten Forschungsmethode avancierten Fragebögen und computergestützte Analysen mit großen Fallzahlen.

1969 wurde die „Association for Consumer Research“ (ACR) gegründet, die jährlich ihre große ACR-Konferenz ausrichtet und die Konferenzergebnisse seit 1974 in Form der „Advances in Consumer Research“ veröffentlicht. Zudem wurde 1974 das *Journal of Consumer Research* begründet, die mit Abstand renommierteste Fachzeitschrift für Konsumforschung weltweit.

Mit der „Consumer Research“-Perspektive verschob sich der Fokus in mehrfacher Hinsicht. So wurde der Konsument nicht mehr als Tier oder Computer gesehen, sondern als ein Verhaltenssystem, gesteuert von einer Vielzahl innerer Antriebe, die hochdynamisch, auf Abwechslung bedacht und von außen nicht mehr ohne weiteres einsehbar sind. Dadurch wurde der Konsument zusehends unberechenbarer. Um ihm dennoch auf der Spur zu bleiben, verlegte sich die Marktforschung verstärkt auf qualitative Methoden, etwa tiefenpsychologische Interviews, um sich auf diese Art und Weise in den Besitz wichtiger „Consumer Insights“ zu bringen. „In the 1970s continued interest in the psychological dimension of consuming would lead to the emergence of ‚psychographics‘, a term coined to mean the combining of demographic and psychological factors to define market segments. Increasingly, lifestyles, behavioral traits, and buyer attitudes earned a place in consumer profiles alongside age, income, education, race, ethnicity, religion, and other demographic data“ (Cohen 2003: 299). Emotionen und Phantasien spielen seitdem eine zunehmend wichtigere Rolle (Hirschman und Holbrook 1982; Holbrook und Hirschman 1982; Carù und Cova 2007). Dementsprechend verstärkte sich auch die Nachfrage nach neuen psychologischen Konzepten, die dem Innenleben der Konsumenten und der Relevanz des Konsums für deren Identitätsbildung eine deutlich größere Aufmerksamkeit schenken (Belk 1995: 62).

Im Laufe der 1980er Jahre, so Østergaard und Jantzen (2000: 8 ff.), traten schließlich noch die „Consumer Studies“ hinzu (Belk 1995: 68). Diese Perspektive zeichnet sich dadurch aus, dass vermehrt auf die (Re)Kontextualisierung der Konsumenten geachtet wird: In welchem Umfeld handelt der einzelne Konsument? Ist er eingebettet in ein soziales Netzwerk von Familie, Freunden und Bekannten? Wie bewertet der Konsument bestimmte Sach- oder Dienstleistungen rational und emotional? Was genau macht er mit ihnen? Um derartige Sachverhalte herauszufinden, wird immer stärker auf länger dauernde qualitative Befragungen und ethnographische Feldarbeit gesetzt, und konzeptionell kommt es nicht mehr so sehr auf psychologische, sondern sozial- und kulturwissenschaftliche Ansätze an, von denen man sich einen wesentlich besseren Zugang zur Lebenswelt der Konsumenten verspricht.

Østergaard und Jantzen haben diese vier Perspektiven in ein Schema übertragen, das nach fünf Vergleichsgesichtspunkten aufgebaut ist. Erstens wurde danach gefragt, welche Metapher zur Erfassung des jeweiligen Konsumententypus in Gebrauch ist. Zweitens ging es um die Frage, wie man sich das Entscheidungsverhalten der Konsumenten jeweils vorzustellen hat. Drittens wurde nach den zentralen Antriebskräften im Konsumenten gefragt. Viertens wurde festgestellt, welche Forschungsmethoden vorrangig in Anwendung waren. Und fünftens wurden jene Konzepte ermittelt, die der jeweiligen Perspektive vorwiegend zugrunde lagen (vgl. *Tabelle 2*).

Østergaard und Jantzen veröffentlichten ihren Systematisierungsvorschlag im Jahre 2000. Fünf Jahre später unternahmen Eric J. Arnould und Craig J. Thompson (2005)

Tabelle 2: Perspektiven der Konsumforschung nach Østergaard und Jantzen (2000)

Perspektiven	Käuferverhalten	Konsumentenverhalten	Konsumenten-forschung	Konsumenten-konzepte
Metaphorik	Tier	Computer	Tourist ¹	Tribe Member ²
Verfahrensweise	Mechanik	Elektronik	Emotionalität	Metaphysik
Antriebskräfte	Der Bauch und die Bedürfnisse	Das Gehirn und die Wünsche	Das Herz und das Begehren	Das Auge und die Anerkennung ³
Methodenfokus	Experimente	Fragebögen	Tiefeninterviews	Feldarbeit
Erklärungsansätze	Verhaltenspsychologie	Kognitionspsychologie	Erlebnispsychologie ⁴	Sozial- und Kulturtheorien

¹ Vgl. Urry (1991); bei Campbell (1995: 119) heißt es Urrys Buch betreffend: „However, he also notes how tourism constitutes the paradigm case of a consumption practice built around imaginative pleasure-seeking, and that the actual practice of ‚gazing‘ is typically framed by such illusory hedonism.“

² Ursprüngliche Referenz für diesen Terminus ist das Buch *The Times of the Tribes* von Michel Maffesoli (1996), prominentester Vertreter dieses Ansatzes in der „Consumer Research“ ist wiederum Bernard Cova (1997, 1999), Cova und Cova (2002).

³ Die Rede von „Auge“ und „Anerkennung“ rekurriert hier auf den „other directed character“ von David Riesman (1958), eine Figur, die ihre Entscheidungen in hohem Maße davon abhängig macht, was andere darstellen und von einem halten.

⁴ Østergaard/Jantzen sprechen an dieser Stelle von „existential psychology“, gemeint ist damit eine umfassende Betrachtung des Konsumenten aus psychologischer Perspektive; der Terminus „existential“ hat durchaus auch anderswo Verwendung gefunden, vgl. Elliott (1997).

einen weiteren Anlauf, um die Spezifika der nordamerikanischen Konsumforschung auf den Begriff zu bringen. Hierzu schlugen sie das Label „Consumer Culture Theory“ (CCT) vor, obgleich sich darunter eine ganze Reihe verwandter Forschungsansätze subsumieren lässt (Arnould und Thompson 2007). Immerhin hat diese Initiative dazu geführt, dass sich viele nordamerikanische Konsumforscher mit dieser Bezeichnung inzwischen recht gut identifizieren können. Seit 2006 gibt es sogar eine eigene, jährlich stattfindende CCT-Konferenz (Belk und Sherry 2007). Außerdem sind inzwischen die beiden Fachzeitschriften *Journal of Consumer Culture* (Gründung 2000) und ein Jahr darauf *Marketing Theory* hinzugekommen, welche den aktuellen Trend der neueren Konsumforschung in Richtung auf mehr theoriegeleitete Grundlagen- und Gesellschaftserforschung verstärken.

Die CCT-Perspektive richtet ihr Hauptaugenmerk auf die besondere Stellung, welche der Konsum für die Lebensführung vieler Personen heutzutage gewonnen hat und untersucht diesen Zusammenhang durch konkrete, vor allem qualitativ ausgerichtete Fallstudien. „Consumer culture theory is organized around a core set of theoretical questions related to the relationships among consumers’ personal and collective identities; the cultures created and embodied in the lived worlds of consumers; underlying experiences, processes and structures; and the nature and dynamics of the sociological categories through and across which these consumer culture dynamics are enacted and inflected“ (Arnould und Thompson 2005: 870). Die CCT-Perspektive verfolgt insgesamt vier Forschungsprogramme. Das erste Forschungsprogramm umfasst „consumer identity projects“ und konzentriert sich auf die Art und Weise, wie Personen durch

Konsum ihre Identitätsarbeit verrichten. Das zweite Forschungsprogramm beschäftigt sich mit „marketplace cultures“; gemeint ist damit die Entstehung eigenständiger Konsumkulturen, deren Ursprünge oft sehr marktnah lokalisiert werden können, zum Beispiel so genannte „brand communities“ (Muniz und O’Guinn 2001). Das dritte Forschungsprogramm untersucht das „sociohistoric patterning of consumption“, d. h. die Entstehungs- und Wirkungsbedingungen des modernen Konsums. Die Kernfrage lautet hier „what is consumer society and how is it constituted and sustained?“ (Arnould und Thompson 2005: 874). Das vierte Forschungsprogramm befasst sich schließlich mit „mass-mediated marketplace ideologies and consumers’ interpretative strategies“, was eine den Cultures Studies verwandte Perspektive bedeutet, indem die jeweiligen Aneignungsweisen erforscht werden, mittels derer Konsumenten ihren Alltag bewältigen.

Schaut man sich daraufhin nochmals den Systematisierungsvorschlag von Østergaard und Jantzen (2000) an, könnte gesagt werden, dass mit der CCT-Initiative eine fünfte Perspektive hinzuge treten ist, die man „consumer theoretics“ nennen könnte (Arnould und Thompson 2007). Verbunden ist damit der durchaus ernst gemeinte Anspruch, über die bislang vorherrschende Durchführung vergleichsweise kleinteiliger Fallstudien die Theoriebildung nicht völlig aus den Augen zu verlieren. Stand über Jahre hinweg die Methodenfrage im Mittelpunkt der Auseinandersetzung mit dem Mainstream der Marketingforschung, die primär quantitativ ausgerichtet ist, weshalb sich die „consumer research“ ständig für ihren „interpretative approach“ rechtfertigen musste, wird nunmehr ein verstärktes Erkenntnisinteresse an der Konsolidierung der theoretischen Grundlagen angemeldet. Freilich ist festzustellen, dass sich die Konsumforschung in Großbritannien diesbezüglich einen beträchtlichen Vorsprung erarbeitet hat (Featherstone 1991; Gay 1996; Lury 1996; Baumann 1998, 2007; Slater 1997; Gay und Pryke 2002).⁸

III. Die Nichttrivialität des Konsumenten

Nun könnte eine solche Auflistung mehrerer, sich ergänzender Perspektiven der Konsumforschung den Eindruck erwecken, die Entwicklung dieses Fachs hätte eine vergleichsweise stetige, sich gleichmäßig vollziehende Entwicklung genommen. Tatsächlich aber gleicht insbesondere der Übergang der „Consumer Behavior“- zur „Consumer Research“-Perspektive im Laufe der 1960er Jahre, obwohl schon in den 1940er Jahren durch die „Motivational Research“-Revolution vorbereitet, einem Epochenwandel. Wurde der Konsument nämlich zuvor noch als weitgehend berechenbar betrachtet, ohne relevante Binnenkomplexität und Eigendynamik, wofür der bis dahin vorherrschende Stimulus-Response-Ansatz der „Consumer Behavior“-Perspektive symptomatisch war, nahm die „Consumer Research“-Perspektive von dieser Annahme dezidiert Abstand und führte damit nicht bloß einen weiteren Perspektiven-, sondern auch einen Paradigmenwechsel herbei (Cohen 2003: 309).

⁸ Vgl. zu dieser Diskrepanz zwischen der nordamerikanischen und englischen Konsumsoziologie die kritische „footnote“ von George Ritzer (2000).

Man kann diesen Paradigmenwechsel an der Unterscheidung zwischen einer trivialen und einer nicht-trivialen Maschine, wie Heinz von Foerster (1985) sie vorgeschlagen hat, sehr schön verdeutlichen. Demnach handelt es sich bei einer trivialen Maschine um einen Apparat, bei dem zwischen „Input“ und „Output“ eine fest verdrahtete, allseits bekannte und deshalb genau vorhersagbare Relation besteht. Man hat es gleichsam mit einer „white box“ zu tun, die von außen völlig einsehbar ist, ohne jedes Geheimnis. Aus diesem Grunde bleiben Überraschungen strukturell aus: Alles läuft nach Plan, von außen induziert, die innere Mechanik schlichtweg nur in Gang setzend, wie bei einem Uhrwerk. Demgegenüber tritt bei einer nicht-trivialen Maschine zwischen „Input“ und „Output“ eine Eigenleistung der Maschine hinzu, deren „Throughput“-Effekte nicht bekannt sind und deshalb keinerlei fixe Vorhersage mehr erlauben. Insofern erscheint eine nicht-triviale Maschine auch als „black box“, bei der die genaue Beobachtung mehrerer Input-Output-Sequenzen über eine gewisse Zeit hinweg zwar dazu führen kann, eine approximierende Wahrscheinlichkeitsrechnung über das zukünftige Verhalten einer solchen nicht-trivialen Maschine aufzustellen, jedoch ohne jede Gewissheit. Die „black box“ ist eigenaktiv, intransparent und erscheint deshalb als unberechenbar.

Überträgt man diese Unterscheidung auf den Übergang von der „Consumer Behavior“- zur „Consumer Research“-Perspektive, lassen sich die beiden ersten Metaphern „animal“ und „computer“ als Sinnbilder für eine triviale Maschine im Sinne der Kybernetik Heinz von Foersterns deuten: Input bedingt Output. Dieses Verständnis des Konsumenten folgt noch der Annahme, die weitgehende, wenn nicht vollständige Steuerung des Konsumentenverhaltens sei von außen möglich, weil eine eigenständige, endogene, das erwartete Ergebnis eventuell ablenkende Binnenaktivität durch den Konsumenten nicht in Rechnung gestellt werden muss. Möglich und auch wirklichkeitsadäquat war eine solche Metaphorik deshalb gewesen, weil sich die Konsumenten aus Sicht der Unternehmen bis in die 1950er Jahre vergleichsweise konform verhielten. Der Grund hierfür hat wirtschaftshistorisch damit zu tun, dass bis in die 1950er Jahre die Ära der Verkäufermärkte, als die Absatzchancen nahezu aller Produkte lediglich von Preis und Menge abhingen, fast überall noch Bestand hatte (Wildt 1994, 1997; Andersen 1997; Stihler 1998). Relevante Unterschiede im Kauf- und Konsumverhalten, auf die man gesondert hätte Rücksicht nehmen müssen, gab es kaum. Was auf den Markt kam, fand sogleich reißenden Absatz. Von daher war Kontingenz, d. h. die Möglichkeit der Erfahrung, dass es auch ganz anders hätte laufen können, lange Zeit kein Thema.

Die beiden anderen Metaphern „tourist“ und „tribe member“ verweisen hingegen auf die Idee der nicht-trivialen Maschine, der zufolge zwischen Input und Output keine triviale Relation mehr besteht. Vielmehr verhält sich dieses Dazwischen („throughput“) auf eine von außen kaum mehr berechenbare Art und Weise, weshalb der Konsument wie eine „black box“ erscheint: Die Vorhersagbarkeit seines Verhaltens wird zusehends schwieriger, die Absatzchancen ungewisser (Firat et al. 1995; Arvidsson 2006). Zu viele Faktoren üben plötzlich wechselseitig Einfluss aus, weshalb sich ihre Gesamtwirkung kaum mehr überschauen lässt. Zudem ist nicht einmal bekannt, welche und wie viele Faktoren es überhaupt gibt. Genau auf diese Situation nimmt die Metapher des „tourist“ Bezug, als ein Rollenmuster, das ständig auf der Suche nach Abwechslung und „desire for excitement“ (Scitovsky 1981) aus ist, oder auch die Metapher des „tribe member“, das lediglich den Stimmungsschwankungen des Stammeslebens folgt,

mithin der Stamm, vulgo: Zielgruppe, als „black box“ fungiert. Im übrigen war mit diesen beiden Metaphern der vollständige Übergang zu den Käufermärkten wirtschaftshistorisch vollzogen, weil nunmehr die Nachfrage das Angebot zu dominieren begann und sich vermehrt die Frage stellte: Wer ist der Verbraucher? „In this new world, consumption no longer appeared to be determined by the producer. On the contrary, the producer was increasingly subject to the demands and tastes of the consumer. What was emerging was a shift from homogeneity to heterogeneity, from principles of size, uniformity and predictability to those of scope, diversity and flexibility“ (Miles 1998: 9).

Im Zuge dieses Perspektivenwechsels von der Trivialität zur Nicht-Trivialität des Konsumenten(verhaltens), ohne damit eine universale Verbreitung dieser neuen Perspektive zu behaupten, ergab sich die Notwendigkeit, zwischen dem Konsumenten als einem gesellschaftsweit verbreiteten Rollenmuster und seinem konkreten Verhalten stärker zu differenzieren. Erschien die Konsumentenrolle in der trivialen Phase eher flach, ohne jedes Eigenleben und große Unterschiede, gewann diese Rolle in der nicht-trivialen Phase plötzlich an Tiefenstruktur. Zahl und Art der Kaufmotive vervielfältigten sich ins Unüberschaubare, was die Frage aufwarf, wie man dieser Gemengelage von Einstellungen und Verhaltensweisen wieder Herr werden könne.

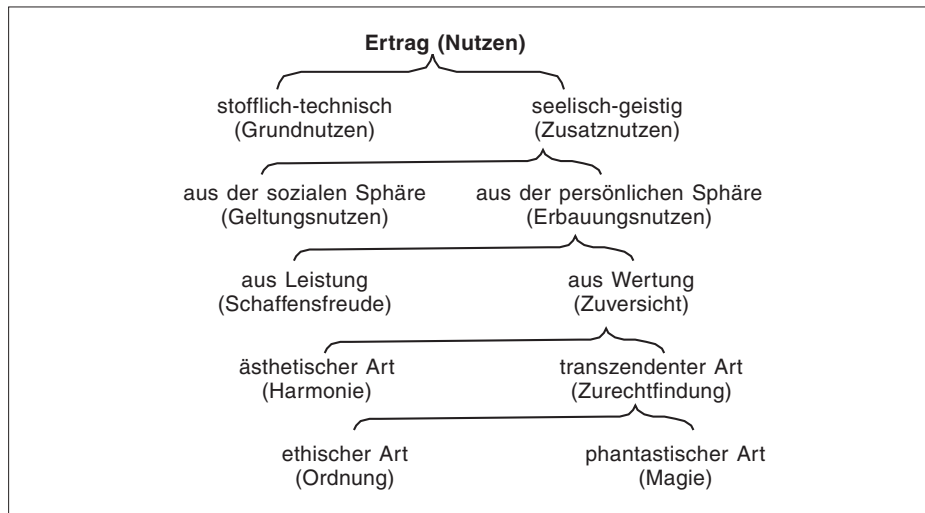
IV. Ordnungen des Konsums

In Deutschland steht besonders der Name Wilhelm Vershofens für einen ersten Anlauf, mit der so genannten „Nürnberger Nutzenleiter“ ein Ordnungssystem entwickelt zu haben, um diesem Vervielfältigungsprozess diverser Konsummotivlagen konstruktiv zu begegnen. Vershofen (1959) schlug darin eine Aufspaltung des Ertrages bzw. Nutzens vor, den eine bestimmte Sach- oder Dienstleistung erbringen kann, und zwar in zwei Dimensionen: auf der einen Seite die Dimension des Grundnutzens, die heute oft die funktionale bzw. rationale Seite einer Sach- oder Dienstleistung genannt wird, auf der anderen Seite die Dimension des Zusatznutzens, die heutzutage zumeist als die expressive bzw. emotionale Seite einer Sach- oder Dienstleistung bezeichnet wird und eine sehr vielschichtige Binnendifferenzierung aufweist (vgl. *Abbildung 1*).

So problematisch solche Modelle im Einzelnen auch sein mögen, orientiert sich die Konsumforschung letztlich doch immer wieder an ihnen. Die Bereitschaft dazu entspringt der Notwendigkeit, sich eine gewisse Übersicht hinsichtlich eines Gegenstandes zu verschaffen, der selbst völlig unsichtbar bleibt. Denn Bedürfnisse können selbst ja nicht manifest werden, man kann darüber allenfalls kommunizieren. Es sind reine Konstrukte, auf die man lediglich durch die Deutung beobachtbaren Verhaltens, und sei es mittels Befragungen, rückschließen kann.

Nimmt man derartige Modelle zum Ausgangspunkt, bietet es sich aus Sicht der Soziologie an, hier noch abstrakter zwischen Konsum erster und Konsum zweiter Ordnung zu unterscheiden (Hellmann 2004a). Der Konsum erster Ordnung bezieht sich demnach auf die Befriedigung primärer Bedürfnisse. Im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit steht das physiologische Wohlbefinden. Hierfür kann durchaus noch die Bedürfnistheorie von Abraham H. Maslow bemüht werden: „If all the needs are unsatisfied, and the organism is then dominated by the physiological needs, all other needs may

Abbildung 1: Die Nürnberger Nutzenleiter nach Wilhelm Vershofen



become simply non-existent or be pushed into the background“ (1943: 373). Die Befriedigung primärer Bedürfnisse ist dabei eine Sache der Notwendigkeit, die keine Kontingenz zulässt: Entweder gelingt die Befriedigung der primären Bedürfnisse ausreichend oder aber das Überleben ist gefährdet. Hiermit ist quasi eine untere Grenze des Konsums markiert, die in fortgeschrittenen Industrienationen nur selten noch erreicht wird.

Der Konsum zweiter Ordnung richtet sich hingegen auf die Befriedigung sekundärer Bedürfnisse, also sämtlicher Bedürfnisse, für die keine physiologische Notwendigkeit reklamiert werden kann. Insofern kann man sagen, dass es sich hierbei, legt man Werner Sombarts Feststellung, Luxus sei jeder Aufwand, der über das Notwendige hinausgeht, zugrunde, durchweg um Luxusbedürfnisse handelt. Im Vordergrund steht das Moment der Kontingenz: Beinahe alles gibt es im Überfluss, und zu allem, was man auswählen kann, Alternativen. Aus diesem Grund gewinnt der Abwägungs- und Auswahlprozess enorm an Bedeutung, bis hin zu der Möglichkeit, dass der Reiz schon darin gesehen wird, sich bloß imaginär mit all diesen Möglichkeiten einzukleiden. Ob auch gekauft wird, ist häufig zweitrangig. „The essential activity of consumption is thus not the actual selection, purchase or use of products, but the imaginative pleasure-seeking to which the product image lends itself, ‚real‘ consumption being largely a resultant of this ‚mentalist‘ hedonism“ (Campbell 1987: 89). Dabei ist das Entwicklungspotential des Konsums zweiter Ordnung nach oben hin nahezu unbegrenzt und auf ständige Selbstüberbietung angelegt (Schulze 1992; Belk et al. 2000, 2003).⁹ Dies gilt gerade für das Bedürfnis nach Selbstdarstellung und Selbstverwirklichung, welches dermaßen unterbestimmt ist, dass sich unbestimmt viele Möglichkeiten des Ausprobierens anbieten. Insofern erleben wir Konsum oftmals nur als rein imaginierendes Ausprobieren solcher Möglichkeiten, als Erleben einer virtuellen Realisierung purer Kon-

⁹ Vgl. hierzu auch den Beitrag von Rössel und Pape in diesem Band.

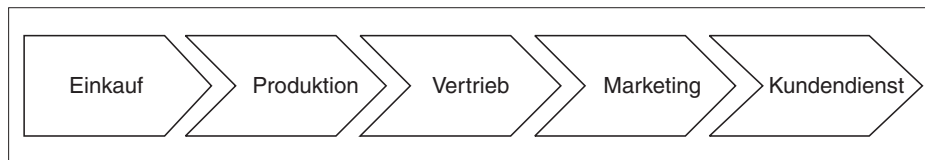
tingenz (Hellmann 2008a).¹⁰ Darin drückt sich Konsum heute ganz besonders intensiv aus, wobei die damit verbundene Erlebnisweise vorwiegend psychischer Natur ist und von daher kaum noch in den Gegenstandsbereich der Konsum-, geschweige denn Wirtschaftssoziologie fällt.

V. Marketing und Shopping

Es sollen noch zwei Forschungsbereiche angesprochen werden, die hochgradig marktrelevant sind: *Marketing* und *Shopping*. Während Marketing sich mit allen nur erdenklichen Formen der Animation zur Marktentnahme befasst, umfasst Shopping alle nur erdenklichen Formen der Marktentnahme.

Wendet man sich zunächst dem Marketing zu, befindet sich diese Unternehmensfunktion innerhalb der Wertschöpfungskette von Michael E. Porter (1989) eher am Ende, was die primären Aktivitäten betrifft (vgl. *Abbildung 2*).

Abbildung 2: Die Wertschöpfungskette der primären Aktivitäten nach Michael E. Porter



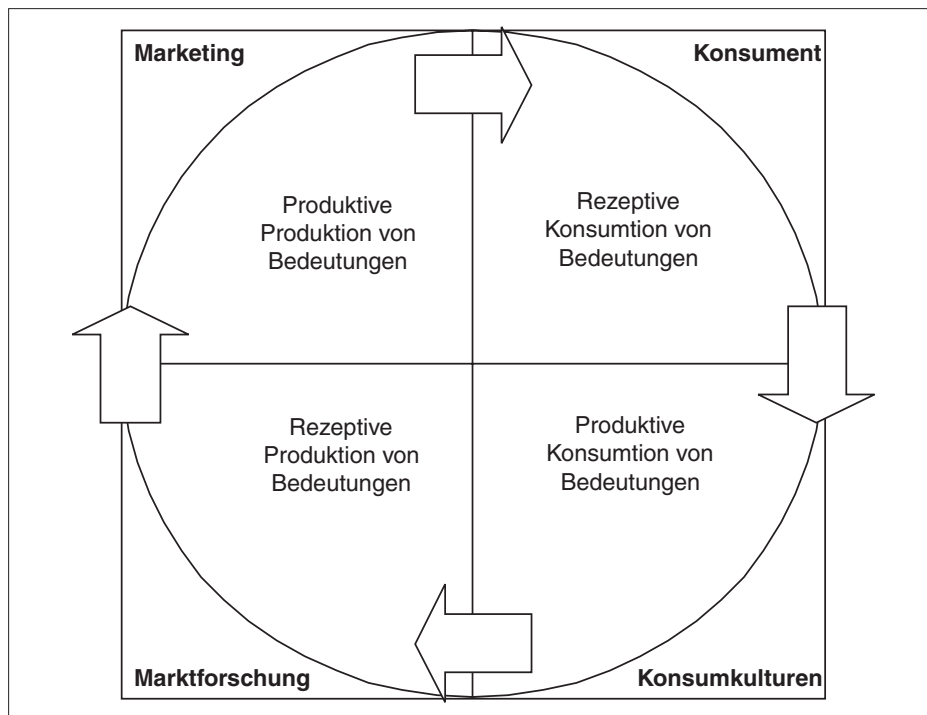
Der Grund hierfür ist, dass sich diese Wertschöpfungskette in erster Linie auf den Warenfluss konzentriert: Egal, ob Sach- oder Dienstleistung, geht es primär um die Erfindung, Herstellung und Auslieferung bestimmter Produkte. Das Marketing, wie Marktforschung und Vertrieb an der Schnittstelle zwischen Unternehmen und Markt angesiedelt (Hellmann 2008c), erfüllt am Schluss „nur“ noch kommunikative Unterstützungsleistung, steht dem „harten“ Produktionsprozess vergleichsweise fern und wird in vielen Unternehmen deswegen auch eher als notwendiges Übel betrachtet, frei nach dem Motto: Werbung muss zwar sein, im Mittelpunkt steht aber die jeweilige Produkttechnologie.

Aus Sicht der Konsumforschung ist eine solche Betrachtungsweise völlig unzulänglich. Denn für die Konsumenten erfüllt gerade das Marketing eine zentrale Funktion, indem es sie darüber informiert und gewiss auch manipuliert, was es Neues am Markt gibt, welchen Nutzen es hat und für wen es gedacht ist (Hellmann 2003: 234 ff.). Insofern aber kann man sagen, dass es in Unternehmen mindestens zwei Wertschöpfungsketten gibt: zunächst die Porter'sche Variante, welche auf die Erfindung, Herstellung und Auslieferung bestimmter Produkte bezogen ist; darüber hinaus aber auch eine Wertschöpfungskette, die mit der Erfindung, Herstellung und Auslieferung bestimmter

¹⁰ Dabei hat Otto Bickel (1960: 112) schon 1938 den Begriff des Markterlebnisses eingeführt: „Unter Markterlebnis verstehen wir demnach die Summe der Eindrücke, Gefühle, unterbewußten Empfindungen und Bewußtseinsinhalte, die der Mensch als Marktsubjekt im Hinblick auf das Umsatzgeschehen erlebt.“

Botschaften zum Zwecke der Absatzsteigerung bestimmter Produkte befasst ist (Karmasin 1998).¹¹ Es handelt sich gewissermaßen um eine Fabrik in der Fabrik, die einen eigenen Produktionskreislauf auszeichnet. Darüber hinaus ist das Marketing in einen unternehmensexternen Kreislauf eingebunden, der im Markt verankert und dort mit der Produktion und Rezeption konsumistischer Erwartungen, Bedeutungen und Botschaften befasst ist (vgl. *Abbildung 3*).

Abbildung 3: Produktion und Rezeption von Erwartungen, Bedeutungen und Botschaften im Wechselspiel (Hellmann 2004b).



Schaut man sich daraufhin den entsprechenden Forschungsstand in der Wirtschaftssoziologie an, gibt es nur wenige Vorarbeiten zu eine soziologischen Theorie des Marketings. Klassisch ist sicher die Studie *Affluent Society* von John Kenneth Galbraith aus dem Jahre 1958, der eine sehr kritische Haltung gegenüber den modernen Werbe- und Verkaufstechniken einnahm.¹² Dabei prophezeite er der Werbung Wirkung ohnehin nur, soweit es Konsum zweiter Ordnung gibt: „Werbung wirkt nur auf Menschen, die

¹¹ Alternativ könnte überlegt werden, zur Veranschaulichung dessen, was Marketing bedeutet und leistet, auf die Theatermetapher Erving Goffmans zurückzugreifen, speziell die Unterscheidung zwischen Aufführung und Publikum. Demnach wäre das Marketing für die „performance“ (Cochoy 1998) zuständig, während wir es vom Standpunkt des Publikums mit einem „retail theater“ (Hellmann 2009) zu tun hätten.

¹² In diesem Zusammenhang darf auch Vance Packards Studie *The Hidden Persuaders* aus dem Jahre 1957 nicht fehlen.

der physischen Not so weit entrückt sind, dass sie nicht mehr wissen, was sie sich noch wünschen sollen. Nur in diesem Stadium lassen sie sich etwas aufschwätzen“ (Galbraith 1968: 142). Immerhin ist damit klargestellt, dass Marketing und Konsum zweiter Ordnung die zwei Seiten ein und derselben Medaille sind.

Ungleich konstruktiver sind die Arbeiten von Michel Callon (1998a, 1998b; Callon et al. 2002; Callon et al. 2005). Bei ihm findet sich etwa die Formulierung: „Like accounting tools, marketing tools perform the economy“ (Callon 1998a: 27). Er identifiziert Marketing als eine Form des Framings: „It is owing to this framing that the market can exist and that distinct agents and distinct goods can be brought into play“ (Callon 1998: 17). Marketing zielt demnach auf die Definition der Situation im Markt, der unterschiedliche Anbieter, Nachfrager und Produkte umfasst. Marketing soll dafür sorgen, dass sich die Situation aus Sicht der Konsumenten möglichst so darstellt, dass sie sich für die Produkte eines bestimmten Unternehmens und damit gegen die aller anderen entscheiden (Cochoy 1998; Araujo 2007; Hellmann 2003, 2007). Callon bezeichnet dieses Annahme- und zugleich Ablehnungsverhalten, zu dem das Marketing die Konsumenten motivieren soll, als „attachment“ bzw. „detachment“, als ein zentrales Momentum der Marktwirtschaft. „In the economy of qualities, this struggle for attachment is at the heart of competition“ (Callon et al. 2002: 207). Und speziell auf die Produkte bezogen, spricht er von einem fortlaufenden „process of qualification-requalification“ (Callon 2002: 200) der Produktqualität, um bestimmte Zielgruppen fürs Unternehmen zu gewinnen. Marketing verhandelt sozusagen permanent die Qualitätsstandards, die in bestimmten Marken oder Branchen gelten sollen. Genau dies ist die Funktion des Marketings: die Produktion von Argumenten zur Qualifizierung und Dequalifizierung bestimmter Produkte, Anbieter und Nachfrager im Markt.

Will man mehr darüber erfahren, wie dieser „process of qualification-requalification“ praktisch abläuft, empfiehlt es sich, die Marketingforschung zu befragen. Dort sind vor allem vier Instrumente zur Marktbearbeitung entscheidend: *Product*, *Price*, *Place* und *Promotion* (McCarthy 1960; Borden 1965; Frenzen et al. 1994: 414 ff.). Inzwischen hat sich der Fokus von dieser rein technischen Form des Marketings jedoch zum Marketing sozialer Beziehungen ausgeweitet. Das so genannte Beziehungsmarketing zielt auf den Aufbau langjähriger, vertrauensvoller Beziehungen zwischen Unternehmen und Kunden (Ballantyne et al. 2003; Grönroos 2007). Insofern geht es längst nicht mehr nur um einen „process of qualification-requalification“ bestimmter Sach- oder Dienstleistungen für bestimmte Zielgruppen, sondern um Zielgruppenqualifizierung (Pepels 2000). Denn deren Kaufkraft ist das eigentlich knappe Gut geworden. Die Bereitschaft der Kunden, sich an ein bestimmtes Unternehmen zu binden, insbesondere qua „brand communities“, wird damit zu einer wichtigen Herausforderung (Muniz und O’Guinn 2001; McAlexander et al. 2002).

Kommt man vor diesem Hintergrund auf den Forschungsbereich „Shopping“ zu sprechen, der noch ungleich marktnäher ausgerichtet ist, werden vor allem zwei Dimensionen unterschieden, die mit der Leitdifferenz Konsum erster Ordnung/Konsum zweiter Ordnung eindeutig korrespondieren (vgl. Hellmann 2005). In der ersten Dimension dreht sich alles um das Zweckkaufen, welches unmittelbar auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse bezogen ist. Hiermit haben sich vor allem die „Buyer Behavior“- und die „Consumer Behavior“-Perspektiven beschäftigt. In der zweiten Dimension geht es um das Erlebniskaufen, welches mit konkreten Bedürfnissen nur sehr

mittelbar noch zu tun hat. An deren Stelle wird das Spielen mit den zur Auswahl stehenden Möglichkeiten voll ausgenutzt, und zwar oftmals ohne den konkreten Kaufakt als eine obligatorische Angelegenheit zu betrachten. Hierfür haben sich vor allem die „Consumer Research“-Perspektive, die „consumer studies“ und zuletzt die „consumer theoretics“ profiliert.

So sprechen Barry J. Babin, William R. Darden und Mitch Griffin (1994: 647) davon, dass *„shopping with a goal can be distinguished from shopping as a goal“*. Während „shopping with a goal“ das geplante Einkaufen bestimmter Sach- oder Dienstleistungen bedeutet, vorrangig utilitaristischen Charakter hat und als „work“ bewertet wird, geht es beim „shopping as a goal“ um den Vorgang selbst, der deutlich hedonistische Züge trägt und als „fun“ erlebt wird. Pasi Falk und Colin Campbell (1997) unterscheiden analog zwischen „shopping for“ und „shopping around“: Ersteres verfolgt rein instrumentelle Absichten und deckt sich mit dem geplanten Einkauf bestimmter Sach- oder Dienstleistungen, während zweiteres einen autonomen Bereich des Erlebens und Handelns betrifft, der erst in Erscheinung tritt, wenn man nicht bloß geplante Einkäufe unternimmt, sondern geplant hat, eher planlos durch die Geschäfte zu schlendern. Rachel Bowlby (2001: 8) unterscheidet wiederum zwischen „doing the shopping“ und „going shopping“. „Doing the shopping“ bezeichnet eine Verpflichtung, die regelmäßig zu erledigen ist und die sich auf den Kauf einer mehr oder weniger festgelegten Anzahl von Artikeln bezieht. Demgegenüber bewegt sich „going shopping“ klar in Richtung Neigung; es stellt eine vage, ja extravagante Tätigkeit dar, die kein bestimmtes Ziel kennt und sich über eine längere Zeit erstrecken kann, ohne dass es am Ende zum Kauf eines bestimmten Gutes kommen muss. Turo-Kimmo Lethonen und Pasi Mäenpää (1997: 143 f.) trennen funktional äquivalent zwischen „necessity shopping“ und „pleasurable shopping“. Shopping von der ersten Art betrifft demnach das „buying-myself-this-and-that-and-now“, während Shopping von der zweiten Art eine „pleasurable social activity in itself“ ist, die ihrer selbst wegen ausgeführt wird und damit eine intrinsische Motivation aufweist. Und schließlich kann man mit Paco Underhill (1999: 161 ff.) zwischen „buying“ und „shopping“ unterscheiden. „Buying“ beschränkt sich auf den Kauf konkreter Güter und bezeichnet gleichsam einen technischen Vorgang, eine Routine, die fast automatisch ausgeführt wird, ohne nennenswerte innere Anteilnahme. Beim „shopping“ steht hingegen das Erleben und Erfahren des möglichen Erwerbs beliebiger Sach- und Dienstleistungen im Vordergrund, weitgehend unabhängig davon, ob tatsächlich eine erworben wird. „Wer erst einmal darauf achtet, wird bemerken, wie häufig Menschen in Warenhäusern oder Geschäften etwas in die Hand nehmen, es vor sich halten und versonnen darauf blicken: Sie träumen gerade, in Empathie verfallen wie Leser eines Romans. Erst recht werden vor den Spiegeln von Umkleidekabinen alternative Lebensläufe skizziert“ (Ullrich 2006: 48).

Man sieht: Beim Forschungsbereich „Shopping“ kommt ein großes Spektrum möglicher Bedürfniskonstellationen und Präferenzordnungen in Betracht, angesiedelt zwischen den beiden Polen der Notwendigkeit und reiner Phantasie, mit denen sich teilweise auch die Wirtschaftssoziologie beschäftigt (Wiswede 1987; Frenzen et al. 1994).¹³ Unmittelbar anschlussfähig dürfte sein, was sich im Umkreis des Zweckkau-

13 Vgl. hierzu auch den Beitrag von Rössel und Pape in diesem Band. Ausgehend von Thorstein und Pierre Bourdieu kann übrigens davon ausgegangen werden, dass die Regulierung sozialer

fens abspielt. Zugrunde liegt ihm eine klare Präferenzordnung, deren manifestes Symbol eine Einkaufsliste ist, die sämtliche Notwendigkeiten des Alltags umfasst, auf die grundsätzlich kein Verzicht geleistet werden kann. Die Kausalkette ist weitgehend klar: Aus einem Bedürfnis folgt der Bedarf und schließlich die Nachfrage (Scherhorn 1959). Ganz anders verhält es sich beim Erlebniskaufen. Hier spielt das konkrete Kaufen und Bezahlen oftmals keine relevante Rolle mehr. Viel wichtiger ist die spezifische Erlebnisqualität, die sich allein oder mit anderen einstellt, wenn man sich rein virtuell auf das Spielen mit den jeweils verfügbaren Möglichkeiten einlässt. „At the exalted level, shopping is a transforming experience, a method of becoming a newer, perhaps even slightly improved person. The products you buy turn you into that other, idealized version of yourself: That dress makes you beautiful, this lipstick makes you kissable, that lamp turns your house into an elegant showplace“ (Underhill 1999: 116 f.). Außerdem ist über die spezifische Rationalität jener Präferenzordnung, die dem Erlebniskaufen zugrunde liegt, noch relativ wenig bekannt. Zumindest variiert sie stark von Konsumentin zu Konsumentin (Firat 1992; Firat et al. 1995, 2006).

In diesem Zusammenhang dürfte wirtschaftssoziologisch von Interesse sein, dass gerade die Möglichkeit des Erlebniskaufens keineswegs als isolierter Vorgang verstanden werden darf. Auffällig ist nämlich eine gewisse Formenverwandtschaft (Isomorphie) zwischen Konsum und Geld. Exemplarisch kann dies an der *Philosophie des Geldes* von Georg Simmel aufgezeigt werden. So dient Geld dazu, die universale Tauschbarkeit des qualitativ Unvergleichbaren zu ermöglichen. Dadurch aber wird dem Geld das Potenzial eines absoluten Mittels verliehen, wie Georg Simmel (1996) es formuliert hat. Denn indem das Geld alles mit allem vermitteln kann, ist es zugleich jenes Mittel, mit Hilfe dessen man sich alle nur geldwerten Zwecke aneignen kann, sofern man ausreichend zahlungsfähig ist. Geld ist dadurch in der Lage, ein Gefühl der vollkommenen Verfügbarkeit über sämtliche Möglichkeiten zu vermitteln, die in Form bestimmter Sach- oder Dienstleistungen überhaupt zur Verfügung stehen. Dies kann soweit gehen, dass man die „Unendlichkeit der im Geldvermögen angelegten Möglichkeiten“ (Deutschmann 2000: 310), die mittels Geld realisiert werden könnten, als solche wertzuschätzen beginnt, indem man lediglich an der Möglichkeit der Verfügbarkeit all dieser Möglichkeiten Gefallen findet. Es handelt sich hierbei gewissermaßen um ein Vergnügen an der puren Simulation, an einem reinen Gedankenspiel, völlig handlungsbefreit, ohne jeden Realisierungseffekt. Und genau dieses Vergnügen zeichnet auch den Konsum zweiter Ordnung aus. „The essential activity of consumption is thus not the actual selection, purchase or use of products, but rather the imaginative pleasure-seeking to which the product image lends itself, real consumption being largely a resultant of this mentalistic hedonism“ (Campbell 1995: 118). Nicht dass damit konkrete Konsumformen als völlig irrelevant behandelt werden. Immerhin werden ja allein diese Formen konkreten Konsums wirklich manifest. Aber das, was den Reiz am Konsum zweiter Ordnung heutzutage oft ausmacht, lässt sich auf solch manifeste Art und Weise nicht mehr vollständig erfassen. Statt dessen ist es dieser „steady flow of fantasies, feelings, and fun“ (Holbrook und Hirschman 1982: 132), der sich vorwiegend in der inneren Wahrnehmung abspielt, auf den es heutzutage mindestens ebenso ankommt.

Ungleichheit durch Konsum in der modernen Gesellschaft als funktionales Äquivalent zur Interaktionsregulierung in einer stratifizierten Gesellschaft gelten kann, vgl. Luhmann (1985).

Und genau darin sind Konsum und Geld isomorph, weil der durch das jeweilige Medium eröffnete Möglichkeitsraum mindestens ebenso attraktiv erscheint wie die damit verbundenen Formen (Stäheli 2007; Hellmann 2008b).

VI. Quo vadis Konsumforschung?

Die akademische Konsumforschung hat in den letzten Jahrzehnten eine rasante Entwicklung erfahren. War der Fokus anfangs noch ganz auf den unmittelbaren Kaufakt gerichtet, hat sich die Perspektive inzwischen enorm erweitert. Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang, dass gerade in den letzten zehn bis fünfzehn Jahren vermehrt Studien, Artikel, Bücher veröffentlicht wurden, die sich nicht mehr damit begnügen, bloß einzelne Komponenten des Konsums zu erforschen, sondern sich auch mit der Frage befassen, ob es nicht längst zur Ausweitung der Konsumzone auf die Gesellschaft als solche gekommen ist (Featherstone 1991; Lury 1996; Miles 1998; Baumann 1998, 2007). Der bekannteste Vorreiter dieser Forschungsrichtung ist Jean Baudrillard mit seinem Klassiker *La société de consommation* aus dem Jahre 1970.

Die Frage, ob wir mittlerweile nicht in einer Konsumgesellschaft leben, dürfte dabei für das aktuelle Selbstverständnis der Konsumforschung geradezu symptomatisch sein, wird damit doch der Anspruch auf universale Geltung des eigenen Gegenstandes angemeldet. Und tatsächlich lässt sich vom Standpunkt der Konsumforschung eine Fülle von Indizien anführen, wonach die Relevanz des Konsums keineswegs mehr auf die Sphäre der Wirtschaft beschränkt ist, sondern weit darüber hinaus geht. Man denke nur an die Verbindung von Konsum und Politik (Riesman 1964; Cohen 2003; Lamla und Neckel 2006). Ohnehin findet der eigentliche Konsum, ob von Sach- oder Dienstleistungen, größtenteils außerhalb des Wirtschaftssystems statt (Zukin und Maiguire 2004; Zelizer 2005).

Freilich ist damit nicht gesagt, dass die moderne Gesellschaft im Kern zur Konsumgesellschaft mutiert wäre, alle anderen Vorsilbengesellschaften hinter sich lassend (Kneer et al. 1997; Pongs 1999). Nur drängt sich dieser Eindruck, alles, was in der Gesellschaft überhaupt geschieht, immer auch unter dem Gesichtspunkt des Konsums zu betrachten, aus Sicht der Konsumforschung geradezu auf. Freilich besteht diese Möglichkeit, den eigenen Gegenstand als universal zu sehen und dadurch mit Gesellschaft als solcher in Eins zu setzen, auch für andere gesellschaftliche Teilbereiche. So ist es für die Politikwissenschaft durchaus schlüssig, die moderne Gesellschaft als eine primär politische Gesellschaft zu beschreiben (Greven 2008). Vom Standpunkt der Theologie mag die moderne Gesellschaft wiederum als eine primär religiöse Gesellschaft erscheinen, selbst wenn sich die großen Kirchen als institutionalisierte Formen der Religion seit längerem schon auf dem Rückzug befinden; der universalen Relevanz des Religiösen, so könnte man sagen, tut dies keinen Abbruch (Luckmann 1991). Und nicht viel anders erweist sich die Situation, kommt man auf Wirtschaft, Recht oder Wissenschaft zu sprechen.

Die Bedingung der Möglichkeit, den eigenen Gegenstand aus Sicht einer speziellen Wissenschaftsdisziplin als universal zu bewerten, so dass die moderne Gesellschaft mit dem je eigenen fachspezifischen Gesellschaftsbegriff zusammenfällt, hat dabei mit der Universalität des jeweiligen Gegenstandes zu tun (Luhmann 1992). Und vom Konsum

wird längst gesagt, dass er eine universale („ubiquitous“¹⁴) Verbreitung gefunden hat; immerhin kann niemand nicht *nicht* konsumieren. Aus Sicht der Konsumforschung erscheint es daher allemal legitim, die moderne Gesellschaft im Kern als eine Konsumgesellschaft zu begreifen (Hellmann 2008b). „Indeed, consumerism is arguably *the* realm within which the tensions of late twentieth-century social life in the developed world are most graphically played out“ (Miles 1998: 5 f.). Aber wie gesagt, gilt diese Möglichkeit auch für die großen Funktionssysteme, weshalb die Annahme, wir lebten in einer Konsumgesellschaft, zwar viel für sich hat, im Rahmen der modernen, polykontexturalen Gesellschaft aber alles andere als konkurrenzlos ist und insofern nicht überschätzt werden sollte.

Kommt man damit auf zukünftige Entwicklungsoptionen der Konsumforschung zu sprechen, sind aktuell Trends beobachtbar, welche die Konsumforschung noch stark beschäftigen dürften. Der erste Trend ist die laufende, durchaus politische und lebensstil-spezifische Debatte um moralischen oder nachhaltigen Konsum sowie „Consumer Social Responsibility“ (Harrison et al. 2005; Koslowski und Priddat 2006; Zaccai 2007).¹⁵ Auffällig an dieser Debatte ist ein offensiv vorgebrachter Appell an die Eigenverantwortung der Konsumenten, sich beim Kauf und Konsum von Sach- und Dienstleistungen aller Art doch intensiver darum zu kümmern, nicht nur ökonomische und rechtliche, sondern auch ökologische, ethische und philanthropische Kosten mit in Rechnung zu stellen. In der Konsequenz geht es um Verbraucheraufklärung und die Aufforderung, bei sämtlichen Kauf- und Konsumententscheidungen darauf zu achten, dass die gesamte Schadensbilanz keinerlei oder nur so geringe Nachteile wie möglich für alle nur denkbaren „stake holder“ aufweist. So wenig lebenspraktisch ein solches Konsumkonzept auch sein mag, gewinnt diese Debatte in der Konsumforschung zusehends an Einfluss und dürfte noch eine ganze Weile die Agenda des aktuell Wichtigen bestimmen.

Ein zweiter Trend zeichnet sich ab, seitdem die technologische Entwicklung es ermöglicht, die Partizipationschancen im Internet drastisch anzuheben. Das zentrale Stichwort ist Web 2.0, eine Chiffre dafür, dass anfangs nur jüngere Generationen als so genannte „early adopter“, inzwischen aber auch ältere, sich verstärkt im Internet engagieren, bei verschiedensten „social networks“ registrieren lassen und dort einen Großteil konsumierbarer Inhalte selbst erstellen („user generated content“). Bemerkenswert ist an dieser Entwicklung, dass damit ein Konzept wiederkehrt, das schon vor bald 30 Jahren von Alvin Toffler (1980) mit der Figur des Prosumenten („prosumer“) entwickelt wurde. Gemeint ist damit eine verstärkte Eigenaktivität und Mitarbeit von Konsumenten beim Kauf und Konsum unterschiedlichster Sach- und Dienstleistungen, um deren Leistungsvermögen vollends zur Geltung zu bringen. Man denke nur an Selbstbedienung, Do it yourself (IKEA), Onlinebanking, Reisebuchung usw. (Firat et al. 1995; Voß und Rieder 2005; Beckett und Nayak 2008). Aufgrund der enormen Dynamik, die sich in diesem Bereich mittlerweile abzeichnet, ist davon auszugehen, dass die Diskussion des arbeitenden Konsumenten, sprich Prosumenten, wie sie seit langem schon von den Cultural Studies geführt wird, auch die Konsumforschung in Zukunft immer stärker beschäftigen dürfte.

14 Vgl. Miles (1998: 1): „Consumerism is ubiquitous and ephemeral“.

15 Vgl. hierzu auch den Beitrag von Zick Varul in diesem Band.

Ein dritter Trend, der noch mit aufgeführt werden soll, hängt mit den beiden ersten zusammen, verfolgt aber eine eigene Richtung. Es geht um die schleichende Verbreitung von Konsumkulturen („consumer cultures“). Damit ist die Ausbildung von Kundenkollektiven gemeint, die sich um bestimmte Sach- oder Dienstleistungen scharen und als posttraditionale Form von Vergemeinschaftung verstanden werden können (Schouten und McAlexander 1995; Firat und Dholakia 1998, 2006; Hitzler et al. 2008). Insbesondere die noch vergleichsweise neue Erscheinung der Markengemeinschaften („brand communities“) ist hier vor allen Dingen anzusprechen (Muniz und O’Guinn 2001; McAlexander et al. 2002; Cova et al. 2007). Dabei handelt es sich bei einer solchen Markengemeinschaft um „a specialized, non-geographically bound community, based on a structured set of social relationships among admirers of a brand. It is specialized because at its center is a branded good or service. Like other communities, it is marked by a shared consciousness, rituals and traditions and a sense of moral responsibility. Each of these qualities is, however, situated within a commercial and mass-mediated ethos, and has its own particular expression. Brand communities are participants in the brand’s larger social construction and play a vital role in the brand’s ultimate legacy“ (Muniz und O’Guinn 2001: 412).

Die Relevanz dieses Phänomens leitet sich daraus ab, dass traditionale Formen der Vergemeinschaftung zusehends an Wirkkraft verlieren. An deren Stelle breiten sich neue Formen der Vergemeinschaftung aus, deren Brutstätten sich zunehmend häufiger an der Schnittstelle von Kommerz und Konsumismus lokalisieren lassen. Es ist davon auszugehen, dass sich die Konsumforschung, sofern dieses Nullsummenspiel zwischen Niedergang und Aufstieg epochal unterschiedlicher Vergemeinschaftungsformen noch anhält, auch zukünftig mit diesem Gegenstand beschäftigt wird, mit zunehmender Tendenz.

Abschließend ist festzuhalten, dass die internationale, vor allem angelsächsische Konsumforschung sich über die letzten Jahrzehnte zu einem riesigen Forschungsbetrieb ausgewachsen hat, der Adam Smiths Formulierung „Consumption is the sole end and purpose of all production“ alle Ehre erweist. Insofern leistet die Konsumforschung einen eminent wichtigen Beitrag zum Verständnis wirtschaftlichen Handelns und steht deshalb in enger Verbindung zur Wirtschaftssoziologie.

Literatur

- Andersen, Arne. 1997. Mentalitätenwechsel und ökologische Konsequenzen des Konsumismus. Die Durchsetzung der Konsumgesellschaft in den fünfziger Jahren. In *Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert)*, Hrsg. Hannes Siegrist, Hartmut Kaelble, Jürgen Kocka, 763-791. Frankfurt a. M.: Campus.
- Araujo, Luis. 2007. Markets, market-making and marketing. *Marketing Theory* 7: 211-226.
- Arnould, Eric J., und Craig J. Thompson. 2005. Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research. *Journal of Consumer Research* 31: 868-882.
- Arnould, Eric J., und Craig J. Thompson. 2007. Consumer culture theory (and we really mean *theoretics*): dilemmas and opportunities posed by an academic branding strategy. In *Consumer Culture Theory (Research in Consumer Behavior 11)*, eds. Russell Belk, John F. Sherry Jr., 3-22: Oxford: Elsevier.
- Arvidsson, Adam. 2006. *Brands. Meaning and value in media culture*. London, New York: Routledge.

- Ballantyne, David, Martin Christopher und Adrian Pane. 2003. Relationship marketing: looking back, looking forward. *Marketing Theory* 3: 159-166.
- Babin, Barry J., William R. Darden und Mitch Griffin. 1994. Work and/or fun: measuring hedonic and utilitarian shopping value. *Journal of Consumer Research* 20: 644-656.
- Bauman, Zygmunt. 1998. *Work, consumerism and the new poor*. Buckingham, Philadelphia: Open University Press.
- Bauman, Zygmunt. 2007. *Consuming life*. Cambridge, Malden: Polity.
- Beckert, Jens. 2009. *Koordination und Verteilung. Zwei Ansätze der Wirtschaftssoziologie*. MPIfG Discussion Paper 09/2.
- Beckert, Jens, Rainer Diaz-Bone und Heiner Ganßmann, Hrsg. 2007. Märkte als soziale Strukturen. Mit einem Vorwort von Richard Swedberg. Frankfurt a. M.: Campus.
- Beckert, Jens, und Milan Zafirovski, Hrsg. 2005. *International encyclopedia of economic sociology*. London: Routledge.
- Beckett, Antony, und Ajit Nayak. 2008. The reflexive consumer. *Marketing Theory* 8: 299-317.
- Belk, Russell W. 1995. Studies in the new consumer behaviour. In *Acknowledging consumption. A review of new studies*, ed. Daniel Miller, 58-95. London: Routledge.
- Belk, Russell W., Güliz Ger und Søren Askegaard. 2000. The missing streetcar named desire. In *The why of consumption. Contemporary perspectives on consumer motives, goals, and desires*, eds. S. Ratneshwar, David Glen Mick, Cynthia Huffman, 98-119. London, New York: Routledge.
- Belk, Russell W., Güliz Ger, Søren Askegaard. 2003. The fire of desire: a multisited inquiry into consumer passion. *Journal of Consumer Research* 30: 326-351.
- Belk, Russell, und John F. Sherry Jr., Hrsg. 2007. *Consumer culture theory (Research in Consumer Behavior 11)*. Oxford: Elsevier.
- Bettman, James R. 1979. *An information processing theory of consumer choice*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Bickel, Otto. 1960. Der Verbraucher in der Spannung zwischen Marktleitbild und Markterlebnis. In *Der Mensch im Markt. Eine Festschrift zum 60. Geburtstag von Georg Bergler*, Hrsg. Wilhelm Vershofen, Paul W. Meyer, Hans Moser, Werner Ott, 107-140. Berlin: Duncker & Humblot.
- Bowlby, Rachel. 2001. *Carried away. The invention of modern shopping*. New York: Columbia University Press.
- Borden, Neil H. 1965. The concept of the marketing mix. In *Science in marketing*, Hrsg. George Schwartz, 386-397. New York, London, Sydney: John Wiley & Sons.
- Buß, Eugen. 1996. *Lehrbuch der Wirtschaftssoziologie*. Berlin, New York: Walter de Gruyter.
- Callon, Michel. 1998a. Introduction: the embeddedness of economic markets in economics, In *The laws of the markets*, Hrsg. Michel Callon, 1-57. Oxford: Blackwell.
- Callon, Michel. 1998b. An essay on framing and overflowing: economic externalities revisited by sociology. In *The laws of the markets*, Hrsg. Michel Callon, 244-269. Oxford: Blackwell.
- Callon, Michel, Cécile Méadel und Vololona Rabearisoa. 2002. The economy of quality. *Economy and Society* 31: 194-217.
- Callon, Michel, und Fabian Muniesa. 2005. Economic markets as calculative devices. *Organizations Studies* 26: 1229-1250.
- Campbell, Colin. 1987. *The romantic ethic and the spirit of modern consumerism*. London, New York: Basil Blackwell.
- Campbell, Colin. 1995. The sociology of consumption. In *Acknowledging consumption. A review of new studies*, ed. Daniel Miller, 96-126. London: Routledge.
- Carù, Antonella, und Bernard Cova, Hrsg. 2007. *Consuming experience*. London, New York: Routledge.
- Cochoy, Franck. 1998. Another discipline for the market economy: marketing as a performativ knowledge and know-how for capitalism. In *The laws of the markets*, ed. Michel Callon, 194-221. Oxford: Blackwell.
- Cohen, Lizabeth. 2003. *A consumers' republic. The politics of mass consumption in postwar America*. New York: Vintage Books.
- Copeland, Melvin T. 1924. *Principles of merchandising*. Chicago: Shaw.
- Cova, Bernard. 1997. Community and consumption. Towards a definition of the „linking value“ of product or services. *European Journal of Marketing* 31: 297-316.

- Cova, Bernard. 1999. From marketing to societal: when the link is more important than the thing. In *Rethinking marketing. Towards critical marketing accountings*, eds. Douglas T. Brownlie, Robin Wensley, Richard Whittington, 64-83. London: Sage.
- Cova, Bernard, und Véronique Cova. 2002. Tribal marketing. The tribalisation of society and its impact on the conduct of marketing. *European Journal of Marketing* 36: 595-620.
- Cova, Bernard, Robert V. Kozinets und Avi Shankar, Hrsg. 2007. *Consumer tribes*. Amsterdam: Butterworth-Heinemann.
- Deutschmann, Christoph. 2000. Geld als „absolutes Mittel“. Zur Aktualität von Simmels Geldtheorie. *Berliner Journal für Soziologie* 10: 301-314.
- Edgell, Stephen, und Kevin Hetherington. 1996. Introduction: consumption matters. In *Consumption matters. The production and experience of consumption*, eds. Stephen Edgell, Kevin Hetherington, 1-8. Oxford, Cambridge: Blackwell.
- Elliott, Richard. 1997. Existential consumption and irrational desire. *European Journal of Marketing* 31: 285-296.
- Falk, Pasi, und Colin Campbell. 1997. Introduction. In *The shopping experience*, eds. Falk Pasi, Colin Campbell, 1-1. London et al.: Sage.
- Featherstone, Mike. 1991. *Consumer culture and postmodernism*. London, Newbury Park, New Delhi: Sage.
- Firat, A. Fuat. 1992. Postmodernism and the marketing organization. *Journal of Organizational Change Management* 5: 79-83.
- Firat, A. Fuat, und Nikhilish Dholakia. 1998. *Consuming people. From political economy to theaters of consumption*. London: Routledge.
- Firat, A. Fuat, und Nikhilish Dholakia. 2006. Theoretical and philosophical implications of postmodern debates: some challenges to modern marketing. *Marketing Theory* 6: 123-162.
- Firat, A. Fuat, Nikhilish Dholakia und Alladi Venkatesh. 1995. Marketing in a postmodern world. *European Journal of Marketing* 29: 40-56.
- Foerster, Heinz von. 1985. Zukunft der Wahrnehmung: Wahrnehmung der Zukunft. In *Sicht und Einsicht. Versuche zu einer operativen Erkenntnistheorie*, Hrsg. Heinz von Foerster, 3-14. Braunschweig, Wiesbaden: Vieweg.
- Frenzen, Jonathan, Paul M. Hirsch und Philip Zerrillo. 1994. Consumption, preferences, and changing lifestyles. In *The handbook of economic sociology*, eds. Neil J. Smelser, Richard Swedberg, 403-425. Princeton: Princeton University Press.
- Galbraith, John Kenneth. 1968. *Gesellschaft im Überfluß*. München, Zürich: Knauer.
- Gay, Paul du. 1996. Consumption and identity at work. London: Sage.
- Gay, Paul du, und Michael Pryke. Hrsg. 2002. *Cultural economy. Cultural analysis and commercial life*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Greven, Michael. 2008. *Die politische Gesellschaft. Kontingenz und Deziision als Probleme des Regierens und der Demokratie*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Grönroos, Christian. 2007. *In search of a new marketing logic*. London: Wiley.
- Harrison, Rob, Deirdre Shaw und Terry Newholm, Hrsg. 2005. *The ethical consumer*. London: Sage.
- Hellmann, Kai-Uwe. 2003. *Soziologie der Marke*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Hellmann, Kai-Uwe. 2004a. Alles Konsum, oder was? Der Kulturbegriff von Luhmann und seine Nützlichkeit für die Konsumsoziologie. In *Luhmann und die Kulturtheorie*, Hrsg. Günter Burkart, Gunter Runkel, 136-168. Frankfurt a. M. Suhrkamp.
- Hellmann, Kai-Uwe. 2004b. Werbung und Konsum: Was ist die Henne, was ist das Ei? Konzeptionelle Überlegungen zu einem zirkulären Verhältnis. In *Konsum der Werbung. Zur Produktion und Rezeption von Sinn in der kommerziellen Kultur*, Hrsg. Kai-Uwe Hellmann, Dominik Schrage, 33-46. Opladen: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hellmann, Kai-Uwe. 2005. Soziologie des Shopping: Zur Einführung. In *Das Management der Kunden. Studien zur Soziologie des Shopping*, Hrsg. Kai-Uwe Hellmann, Dominik Schrage, 7-36. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hellmann, Kai-Uwe. 2007. „Bewegung im Markt“. Zur Übertragbarkeit der Bewegungsforschung auf die Marktanalyse. *Berliner Journal für Soziologie* 17: 511-529.

- Hellmann, Kai-Uwe. 2008a. Das konsumistische Syndrom. Zum gegenwärtigen Entsprechungsverhältnis von Gesellschafts- und Identitätsform unter besonderer Berücksichtigung der Raum-Konsum-Relation. In *Räume des Konsums. Über den Funktionswandel von Räumlichkeit im Zeitalter des Konsumismus*, Hrsg. Kai-Uwe Hellmann, Guido Zurstiege, 19-50. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hellmann, Kai-Uwe. 2008b. Eignet sich die Konsumentenrolle als universale Inklusionsformel? In *Die Natur der Gesellschaft. Verhandlungen des 33. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Kassel 2006*, Hrsg. Karl-Siegbert Rehberg, 3925-3941. Frankfurt a. M.: Campus.
- Hellmann, Kai-Uwe. 2008c. Nachwort. In *Zwischen Methodenpluralismus und Datenhandel. Zur Soziologie der kommerziellen Konsumforschung*, Hrsg. Dominik Schrage, Markus R. Frederici, 191-197. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hellmann, Kai-Uwe. 2009. „Retail Theater“. Zur Inszenierung des Shoppings. In *Theatralisierung der Gesellschaft. Band 1: Soziologische Theorie und Zeitdiagnose*, Hrsg. Herbert Willems, 583-594. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hirschman, Elizabeth C., und Morris B. Holbrook. 1982. Hedonic consumption: emerging concepts, methods and propositions. *Journal of Marketing* 46: 92-101.
- Hitzler, Ronald, Anne Honer und Michaela Pfadenhauer, Hrsg. 2008. *Posttraditionale Gemeinschaften. Theoretische und ethnographische Erkundungen*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Holbrook, Morris B., und Elizabeth C. Hirschman. 1982. The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research* 9: 132-140.
- Karmasin, Helene. 1998. *Produkte als Botschaften. Individuelles Produktmarketing, Konsumentenorientiertes Marketing, Bedürfnisdynamik, Produkt- und Werbekonzeptionen, Markenführung in veränderten Umwelten*. Wien, Frankfurt a. M.: Ueberreuter.
- Kneer, Georg, Armin Nassehi und Markus Schroer, Hrsg. 1997. *Soziologische Gesellschaftsbegriffe. Konzepte moderner Zeitdiagnosen*. München: Fink.
- Koslowski, Peter, und Birger Priddat, Hrsg. 2006. *Ethik des Konsums*. Paderborn: Wilhelm Fink.
- Kroeber-Riel, Werner, und Peter Weinberg. 1996. *Konsumentenverhalten*. München: Vahlen.
- Kutsch, Thomas, und Wiswede, Günter. 1986. *Wirtschaftssoziologie. Grundlegung, Hauptgebiete, Zusammenschau*. Stuttgart: Ferdinand Enke.
- Lamla, Jörg, und Sighard Neckel, Hrsg. 2006. *Politisierter Konsum – konsumierte Politik*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lethonen, Turo-Kimmo, und Pasi Mäenpää. 1997. Shopping in the east centre mall. In *The shopping experience*, Hrsg. Pasi Falk, Colin Campbell, 136-165. London: Sage.
- Luckmann, Thomas. 1991. *Die unsichtbare Religion*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas. 1985. Zum Begriff der sozialen Klasse. In *Soziale Differenzierung. Zur Geschichte einer Idee*, Hrsg. Niklas Luhmann, 119-162. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Luhmann, Niklas. 1992. *Beobachtungen der Moderne*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Lury, Celia. 2001. *Consumer culture*. Cambridge: Polity Press.
- Maffelsoli, Michel. 1996. *The time of the tribes. The decline of individualism in mass society*. London: Sage.
- Maslow, Abraham H. 1943. A theory of human motivation. *Psychological Review* 50: 370-396.
- McAlexander, James H., John W. Schouten und Harold F. Koenig. 2002. Building brand community. *Journal of Marketing* 66: 38-54.
- McCarthy, E. Jerome. 1960. *Basic marketing. A managerial approach*. Homewood: Richard D. Irwin.
- Miles, Steven. 1998. *Consumerism – as a way of life*. London: Sage.
- Miller, Daniel, Hrsg. 1995. *Acknowledging consumption. A review of new studies*. London: Routledge.
- Muniz, Jr., Albert M., und Thomas C. O'Guinn. 2001. Brand community. *Journal of Consumer Research* 27: 412-432.
- Østergaard, Per, und Christian Jantzen. 2000. Shifting perspectives in consumer research: from buyer behaviour to consumption studies. In *Interpretative consumer research. Paradigms, methodologies and applications*, eds. Suzanne C. Beckmann, Richard H. Elliott, 9-23. Copenhagen: Copenhagen Business School Press.
- Packard, Vance. 1957. *The hidden persuaders*. New York: David McKay Company.
- Pepels, Werner, Hrsg. 2000. *Marktsegmentierung. Marktmischen finden und besetzen*. Heidelberg: Sauer.

- Phillips, Charles F., und Delbert J. Duncan. 1951. *Marketing. Principles and methods*. Chicago: Irwin.
- Pongs, Armin. 1999. *In welcher Gesellschaft leben wir eigentlich?* München: Dilemma.
- Porter, Michael E. 1989. *Wettbewerbsvorteile. Spitzenleistungen erreichen und behaupten*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Riesman, David. 1964. *Die einsame Masse. Eine Untersuchung der Wandlungen des amerikanischen Charakters*. Reinbeck: Rowohlt.
- Ritzer, George. 2000. *The sociology of consumption: A sub-field in search of discovery*. <http://www.asanet.org/footnotes/feb00/fn09.html> (letzter Zugriff: 1.4.2009).
- Schary, Philip B. 1971. Consumption and the problem of time. *Journal of Marketing* 35: 50-55.
- Schau, Hope Jensen. 2000. Consumer imagination, identity and self-expression. *Advances in Consumer Research* 27: 50-56.
- Scherhorn, Gerhard. 1959. *Bedürfnis und Bedarf. Sozioökonomische Grundbegriffe im Lichte der neueren Anthropologie*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Schouten, John W., und James H. McAlexander. 1995. Subcultures of consumption: an ethnography of the new bikers. *Journal of Consumer Research* 22: 43-61.
- Schrage, Dominik. 2008. Zur Soziologie der kommerziellen Konsumforschung – eine Einleitung. In *Zwischen Methodenpluralismus und Datenhandel. Zur Soziologie der kommerziellen Konsumforschung*, Hrsg. Dominik Schrage, Markus R. Frederici, 11-28. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schulze, Gerhard. 1992. *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Scitovsky, Tibor. 1981. The desire for excitement in modern society. *Kyklos* 34: 3-13.
- Simmel, Georg. 1996. *Philosophie des Geldes*, Gesamtausgabe Bd. 6. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Slater, Don. 1997. *Consumer culture and modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Smelser, Neil J. 1968. *Soziologie der Wirtschaft*. München: Juventa.
- Smelser, Neil J., und Richard Swedberg, Hrsg. 1994. *The handbook of economic sociology*. Princeton: Princeton University Press.
- Smelser, Neil J., und Richard Swedberg, Hrsg. 2005. *The handbook of economic sociology*, 2. ed. Princeton, Oxford, New York: Princeton University Press and Russell Sage Foundation.
- Smith, Adam. 1963. *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. Homewood: Irwin.
- Stäheli, Urs. 2007. *Spektakuläre Spekulation. Das Populäre der Ökonomie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Stihler, Ariane. 1998. *Die Entstehung des modernen Konsums. Darstellung und Erklärungsansätze*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Streissler, Erich, und Monika Streissler. 1966. Einleitung. In *Konsum und Nachfrage*, Hrsg. Erich Streissler, Monika Streissler, 13-149. Köln, Berlin: Kiepenheuer & Witsch.
- Toffler, Alvin. 1980. *The third wave. The classic study of tomorrow*. New York et al.: Bantam Books.
- Ullrich, Wolfgang. 2006. *Haben wollen. Wie funktioniert die Konsumkultur?* Frankfurt a. M.: Fischer.
- Underhill, Paco. 1999. *Why we buy. The science of shopping*. New York: Simon & Schuster.
- Urry, John. 1991. *The tourist gaze*. London: Sage.
- Vershofen, Wilhelm. 1959. *Die Marktentnahme als Kernstück der Wirtschaftsforschung*. Berlin, Köln: Carl Heymanns.
- Voß, G. Günter, und Kerstin Rieder. 2005. *Der arbeitende Kunde. Wenn Konsumenten zu unbezahlten Mitarbeitern werden*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Warde, Alan. 1996. Afterword: the future of the sociology of consumption. In *Consumption matters. The production and experience of consumption*, eds. Stephen Edgell, Kevin Hetherington, 302-312. Oxford, Cambridge: Blackwell.
- Wildt, Michael. 1994. *Am Beginn der Konsumgesellschaft. Mangelersparung, Lebenshaltung, Wohlstandshoffnung in Westdeutschland in den fünfziger Jahren*. Hamburg: Ergebnisse.
- Wildt, Michael. 1997. Die Kunst der Wahl. Zur Entwicklung des Konsums in Westdeutschland in den 1950er Jahren. In *Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert)*, Hrsg. Hannes Siegrist, Hartmut Kaelble, Jürgen Kocka, 245-266. Frankfurt a. M.: Campus.

- Wiswede, Günter. 1987. Über die Entstehung von Präferenzen. In *Soziologie wirtschaftlichen Handelns*. Sonderheft 28 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Hrsg. Klaus Heinemann, 40-53. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Wiswede, Günter. 2000. Konsumsoziologie – eine vergessene Disziplin. In *Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven*, Hrsg. Doris Rosenkranz, Norbert F. Schneider, 23-72. Opladen: Leske + Budrich.
- Zaccai, Edwin, Hrsg. 2007. *Sustainable consumption, ecology and fair trade*. New York: Routledge.
- Zelizer, Vivian A. 2005. Culture and consumption. In *The handbook of economic sociology*. 2. ed., eds. Neil J. Smelser, Richard Swedberg, 331-354. Princeton, Oxford, New York: Princeton University Press and Russell Sage Foundation.
- Zukin, Sharon, und Jennifer Smith Maguire. 2004. Consumers and consumption. *Annual Review of Sociology* 30: 173-197.

Korrespondenzanschrift: Prof. Dr. Kai-Uwe Hellmann, TU Berlin, Institut für Soziologie, Franklinstr. 28/29, 10587 Berlin
E-Mail: kai-uwe.hellmann@gmx.de

3. Arbeit, Arbeitsmärkte und Organisationen

FLEXIBLE BESCHÄFTIGUNG UND SOZIALE NETZWERKE

Der Einfluss von Professionalisierung

Birgit Apitzsch

Zusammenfassung: Auf der Grundlage eines empirischen Vergleichs von professionalisierter und nicht professionalisierter Projektarbeit untersucht dieser Beitrag die Auswirkungen der Flexibilisierung von Arbeit und Beschäftigung. Qualitative Interviews mit Experten sowie Erwerbstätigen aus Architektur und Filmwirtschaft bilden die Datengrundlage. Es wird gezeigt, dass die Professionalisierung einer Branche weitreichende Konsequenzen für Arbeitsmarktprozesse, Arbeitsorganisation, Lebensverläufe und soziale Integration von Projektarbeitern hat. In der Abwesenheit von Normalarbeit und einer daran orientierten Regulierung ermöglicht die Institutionalisierung des Berufsprinzips eine zumindest funktionale Begrenzung der Ansprüche an Projektarbeiter und eine Formalisierung ihrer Bewertung und Rekrutierung. Die Abwesenheit professioneller Institutionen und eine Dominanz persönlicher Kontrollformen im Arbeitsprozess hingegen haben zur Folge, dass die Abhängigkeit der Beschäftigten von informeller, in sozialen Netzwerken mobilisierter Unterstützung wächst. Projektarbeitsmärkte entwickeln dann einen vereinnahmenden Charakter, der die Autonomie in Bezug auf den Erwerbsverlauf und die private Lebensplanung deutlich einschränkt.

I. Einleitung

Flexible Organisationsformen und Beschäftigungsverhältnisse gewinnen in der Arbeitswelt an Bedeutung. In der Arbeits- und Organisationsforschung wird seit längerem eine Ausbreitung „postbürokratischer“ und marktorientierter Organisationsformen festgestellt (Heckscher 1994; Lundin und Söderholm 1995; Midler 1995; Powell 2001; Whitley 2006). Neuere Studien zeigen überdies einen Rückgang der Beschäftigungsstabilität (Struck et al. 2007). In diesem Beitrag soll untersucht werden, wie die Akteure am Arbeitsmarkt mit den aus Flexibilisierungsprozessen resultierenden Risiken umgehen und welche Konsequenzen die Flexibilisierung für die soziale Integration der Beschäftigten hat.

Projektarbeit kann als Extremfall von Flexibilisierung betrachtet werden: Mit dem erfolgreichen Abschluss des Auftrages werden Projektteams aufgelöst. Entsprechend werden Projekte auch als „temporäre Systeme“ (Goodman und Goodman 1976) betrachtet, in denen verschieden qualifizierte Personen befristet an einer komplexen Aufgabe zusammenarbeiten. Projektarbeit tritt dort auf, wo innovative oder einzigartige

Produkte hergestellt und Dienste erbracht werden. Die Märkte sind typischerweise instabil und durch stark wechselnde Nachfrage charakterisiert (Faulkner und Anderson 1987). Eine Standardisierung der Arbeitsprozesse und eine bürokratische Steuerung der Arbeit sind unmöglich (Mintzberg 1979: 3 f.; vgl. auch schon Stinchcombe 1959). Die Form der Projektarbeit in den sogenannten „kreativen Industrien“ ist Gegenstand einer wachsenden Zahl organisationstheoretischer Studien (Eikhof und Haunschild 2007; Grabher 2002; Jones 1996; Koppetsch 2006). In diesem Zusammenhang wird unter anderem die Funktion von Netzwerkbeziehungen für die Organisation befristeter Kooperation hervorgehoben (Sydow und Windeler 1999). Allerdings zeigen sich im Hinblick auf den Grad der Professionalisierung der Projektarbeit deutliche Unterschiede. Das wird besonders augenfällig, wenn man auf ältere Studien zu heute fast vergessenen Formen flexibler Projektarbeit, wie der durch Stinchcombe (1959) untersuchten Bauarbeit, zurückblickt, und sie mit der heutigen IT- und der Medienbranche vergleicht, der häufig eine Vorreiterrolle bei der Flexibilisierung von Arbeit zugeschrieben wird. Auch die konkrete Ausgestaltung der mit der Projektarbeit verknüpften Beschäftigungsverhältnisse scheint zwischen verschiedenen Branchen zu variieren. Beschäftigung kann im Extremfall an Projektdauer und -erfolg gekoppelt werden und weicht damit vom Normalarbeitsverhältnis ab (vgl. Marsden 2004).

Für Arbeitgeber wie für Beschäftigte ergeben sich in diesem flexiblen Organisations- und Arbeitsmarktkontext spezifische Herausforderungen. Aus Arbeitgeberperspektive rückt das Problem der Koordination komplexer und innovativer Dienstleistungen in volatilen Märkten in den Vordergrund. In begrenzter Zeit müssen qualifizierte Mitarbeiter zusammengeführt und motiviert werden, ohne dass Beschäftigungssicherheit in Aussicht gestellt werden kann. Für die Beschäftigten bedeuten die Befristung der Projekte und der Wechsel in immer neue Positionen eine drastische Zunahme von „Bewährungsproben“ und Bewerbungssituationen (vgl. Kocyba und Voswinkel 2008: 48). Die Unsicherheit hinsichtlich des Erwerbsverlaufs, der materiellen Absicherung, des Aufstiegs und der familiären Statusänderungen nimmt zu. Das Normalarbeitsverhältnis und die mit ihm verknüpften Regulierungen der Einkommens- und Beschäftigungsverhältnisse sind nicht länger praktikabel, und es stellt sich die Frage, was an ihre Stelle tritt. Gibt es auch jenseits des Normalarbeitsverhältnisses Regulierungs- und Stabilisierungsmöglichkeiten; lassen sich Grenzen der Vermarktlichung von Arbeit ausmachen? Oder führt die Flexibilisierung im Gegenteil zu einer Erweiterung der Handlungsspielräume der Beschäftigten, so dass sie besser in der Lage sind, sich an variable Anforderungen des Arbeitsmarktes anzupassen?

Vor dem Hintergrund dieser Flexibilisierung findet das Verhältnis zwischen Arbeit und Lebenswelt zunehmend Aufmerksamkeit in neueren arbeits- und industriesoziologischen Studien. Im Zusammenhang mit veränderten Rationalisierungs- und Kontrollstrategien der Unternehmen ist vielfach von einer „Entgrenzung“ der Arbeit die Rede (vgl. dazu auch den Beitrag von Hirsch-Kreinsen in diesem Band). Den Unternehmen geht es um die Nutzung der rationalisierenden ebenso wie der kreativ gestaltenden Eigenleistungen der Beschäftigten. Als Folge dieser Politik wird eine „Vereinnahmung“ des Subjekts und seiner lebensweltlichen Ressourcen befürchtet (Altmann et al. 1986; Moldaschl und Sauer 2000; Sauer 2002). Die Strukturierungsleistungen von Arbeitnehmern stehen im Vordergrund. Die Rolle des sozialen Umfelds und die Bedeutung zertifizierter Fachqualifikationen wurden jedoch nicht systematisch berücksichtigt, so-

dass sich nur erste Annahmen formulieren lassen. Im Zusammenhang mit der Diskussion über die Erosion des Normalarbeitsverhältnisses hat bereits Osterland (1990: 359) die These angedeutet, dass der Rückzug in informelle Unterstützungsnetzwerke an die Stelle institutionalisierter Risikoregulierung treten könnte. Die Verlagerung von vormals institutionell abgesicherten Beschäftigungs- und Qualifizierungsrisiken in die Privatsphäre wurde auch in der so genannten „Flexicurity“-Diskussion (Kronauer und Linne 2005: 14 ff.) aufgegriffen. In die gleiche Richtung gehen die Ergebnisse der qualitativ angelegten Studie von Gottschall und Betzelt (2001) über „Alleindienstleister“ in der Kulturindustrie, die auf Marktrisiken mit einem verstärkten Rückgriff auf partnerschaftliche und familiäre Unterstützungsleistungen reagieren. In diesem Zusammenhang ist auch die viel zitierte These vom „Arbeitskraftunternehmer“ (Voß 1998, 2001) zu erwähnen. Ihr zufolge ist die alltägliche Ausbalancierung zwischen Erwerbs- und Privatleben stärker als in traditionellen Arbeitsverhältnissen von eigenständigen Strukturierungs- und Organisationsleistungen der Beschäftigten abhängig. Die Unterwerfung der Lebensführung unter die Anforderungen der Erwerbskarriere laufe, wie Voß argumentiert, zudem auf eine Eigenverantwortung für die Qualifizierung und eine Instrumentalisierung von sozialen Beziehungen hinaus. Der Arbeitskraftunternehmer sehe alle beruflichen wie privaten Beziehungen nur noch unter dem Gesichtspunkt des Nutzens für die eigene Erwerbskarriere. Auch dieser Problematik soll hier genauer nachgegangen werden.

Meine These ist, dass die Risiken projektförmiger Flexibilisierung zu einem wichtigen Teil durch die Professionalisierung einer Branche beeinflusst werden. Von der Professionalisierung hängen nicht nur die Formalisierung und Standardisierung der Ausbildungswege ab, sondern auch die Art der Rekrutierung, die Formen der Koordination und Kontrolle, die Struktur der Lebensläufe und der sozialen Beziehungen. In der Studie, deren Ergebnisse im Folgenden dargestellt werden sollen, habe ich daher zwei unterschiedlich stark professionalisierte Projektarbeitsmärkte, die Medienwirtschaft und die Architektur, ausgewählt und vergleichend untersucht.¹

Zunächst skizziere ich die Charakteristika der Arbeitsmärkte und der Projektarbeit in der Architektur und der Film- und Fernsehwirtschaft (*Abschnitt II*). Im Anschluss daran werden die Zusammenhänge zwischen Organisationsformen, Arbeitsmarktstrukturen und Rekrutierungspraktiken genauer beleuchtet; dabei konzentriere ich mich auf die Rolle sozialer Netzwerke und des Berufsprinzips. Nicht nur die professionelle Logik (Freidson 2001; vgl. auch Stinchcombe 1959) durchdringt diese verschiedenen Ebenen. Auch der Stellenwert sozialer Netzwerke begründet sich im Arbeitsprozess und prägt Erwerbsverläufe. Kurz gesagt stellen sich diese Zusammenhänge wie folgt dar: Die Verfassung eines Teilarbeitsmarktes, und insbesondere seine Professionalisierung, prägt einerseits die Möglichkeiten der Herausbildung einer formalen Organisationsstruktur. Von der Dominanz persönlicher vs. formaler Strukturen sowie der Existenz universalistischer, institutionalisierter Bewertungsmaßstäbe für Qualifikation und Leistung hängt

¹ Dazu wurden in beiden Bereichen insgesamt 16 Experteninterviews mit Branchenvertretern von Kammern und Berufsverbänden, Gewerkschaften sowie Produktionsfirmen durchgeführt. Die wesentliche Datenbasis stellten die leitfadengestützten Interviews zur Beschäftigungssituation, Erwerbsverlauf, sozialer Integration und Lebensplanung mit 57 erwerbstätigen (angestellten wie freiberuflich tätigen) Architekten und Filmschaffenden (vor allem Kameraleute aus dem szenischen, freien Produktionsbereich) dar.

es andererseits ab, welcher Stellenwert und welche Funktion informellen Beziehungen in den Rekrutierungspraktiken zukommen (*Abschnitt III*). Wenn die informellen Beziehungen in den Rekrutierungsprozessen an Bedeutung gewinnen, bedarf es jedoch eines besseren Verständnisses der Dynamiken der Entstehung, Stabilisierung und der Instrumentalisierbarkeit von Netzwerken. Diese Fragen werden in *Abschnitt IV* theoretisch und empirisch erörtert. In *Abschnitt V* stehen die Auswirkungen der Flexibilisierung von Arbeit und Beschäftigung auf die soziale Integration und Erwerbsverläufe der Beschäftigten im Vordergrund: Wie wirkt sich die Projektifizierung von Arbeit und Beschäftigung auf die Lebenswelt der Beschäftigten aus? Welche Folgen hat es, wenn am Arbeitsmarkt zunehmend auf informelle Netzwerke zurückgegriffen wird? Stellen informelle Beziehungen den Beschäftigten biographische Planungs- und Orientierungsmöglichkeiten, oder gar strategische Ressourcen zur Behauptung im flexiblen Arbeitsmarkt bereit? Wie machen sich Unterschiede im Grad der Beruflichkeit der Arbeit geltend? Um diese Fragen zu klären, werden im Folgenden Rekrutierungspraktiken, Lebensplanung, Erwerbsverläufe und soziale Integration von Architekten und Filmschaffenden vergleichend untersucht.

II. Architektur und Medien als Projektarbeitsmärkte

Architektur und Film- und Fernsehwirtschaft zeichnen sich nicht nur durch eine hochflexible, projektförmige Arbeitsorganisation aus, sondern auch durch flexible Beschäftigungsbedingungen. Für beide ist ein im Vergleich zur Gesamtwirtschaft überdurchschnittlich hoher Anteil an Selbstständigen charakteristisch; es dominieren kleinbetriebliche Strukturen. Auch für die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sind Beschäftigungsdauer und Einkommen häufig oder regelmäßig (wie in freien Film- und Fernsehproduktionen) an die Projektlaufzeit gebunden. Man kann hier also von einer Projektifizierung von Arbeit *und* Beschäftigung sprechen.

Beide Bereiche unterscheiden sich jedoch deutlich in Bezug auf das Ausmaß der Professionalisierung, d. h. die qualifikationsbasierte Regulierung des Arbeitsmarktzugangs und die Existenz von Instanzen professioneller Kontrolle. Die Professionalisierung der Architektur wurde bereits im 18. Jahrhundert von staatlicher Seite vorangetrieben, um eine qualifizierte Ausbildung der Staatsbaubeamten zu sichern. Im späten 19. Jahrhundert etablierten sich zunehmend Privatarchitekten, deren Interessenorganisationen schrittweise eine Regulierung der Gebühren und des Zugangs zum Planungsmarkt durchsetzen konnten. Das geschah zunächst in starker Abgrenzung und später in zunehmender Kooperation mit der Vertretung der Baubeamten (Bolenz 1991; Clark 1985). Seit Mitte des 20. Jahrhunderts werden die Tätigkeit und der Zugang zum Architekturberuf durch Kammern kontrolliert sowie durch Gesetze und Verordnungen reguliert. So ist das Führen der Berufsbezeichnung „Architekt“ und damit der Zugang zum Bauplanungsmarkt an die Kammermitgliedschaft gebunden, die ihrerseits ein abgeschlossenes Architektur- oder Bauingenieurstudium und, je nach Bundesland, eine zertifizierte zwei- bis dreijährige Berufspraxis und den Besuch von Weiterbildungsveranstaltungen voraussetzt (vgl. auch Syben 1997). Darüber hinaus ist die Vergütung von Planungsleistungen entlang der verschiedenen Projektphasen eines Bauvorhabens in der Honorarordnung für Architekten und Ingenieure (HOAI) im Detail definiert.

Die auf die individuelle Berufstätigkeit konzentrierte Regulierung ist typisch für das von Littek, Heisig und Lane (2005) so bezeichnete „kontinentale Modell der Professionalisierung“ (Littek et al. 2005) mit seiner Dominanz von Freiberuflern und kleinen Unternehmen. Neben den Kammern der einzelnen Bundesländer als einheitlicher Interessenvertretungs- und Kontrollinstanz besteht eine bunte Vielfalt berufsständischer Vereinigungen. Diese fördern den Austausch zwischen verschiedenen Architektengruppen und vertreten ihre Interessen, nicht selten mit der Folge zusätzlicher Schließungen, innerhalb des Architektenarbeitsmarktes.

Im Kontrast dazu sind Ausbildungswege und Karrieren in der Film- und Fernsehbranche kaum durch zertifizierte Fachqualifikationen strukturiert. Es dominiert vielmehr das informelle, erfahrungsbasierte Lernen und der Aufstieg über Assistenzpositionen. Die so erworbene Qualifikation ist weder in ihren Inhalten standardisiert noch zertifiziert. Seit den 1990er Jahren wurde überdies die Vielfalt und Zahl der medien-spezifischen Studiengänge und Ausbildungswege stark erhöht. Die Heterogenität der Zugangswege ist damit angestiegen, und von einer Durchsetzung des „Berufsprinzips“ (Baethge und Baethge-Kinsky 1998)² im Sinne einer Entsprechung von Aufgabenprofilen und zertifizierten Ausbildungsinhalten kann damit nach wie vor keine Rede sein. Dieser geringe Professionalisierungsgrad fällt zusammen mit der Privatisierung des Mediensektors. Der Arbeitsmarkt der Medienschaffenden wird damit nicht länger durch die vertikal integrierten öffentlich-rechtlichen Sender, sondern durch private Produzenten dominiert. Die Produktionsfirmen kennen in der Regel weder Mitbestimmung noch Tarifbindung und stellen die Mitarbeiter nur noch für die Produktionsdauer ein (vgl. Baumann 2002; Baumann und Voelzkow 2004; Elbing und Voelzkow 2006; Windeler 2004; Marrs und Boes 2003).

Sowohl Bau- und Bauplanungsvorhaben als auch die Produktion von Filmen und Fernsehinhalten sind projektförmig organisiert. In beiden Bereichen arbeiten die Beteiligten projektbezogen zusammen, das Projektziel ist vorab mehr oder weniger präzise definiert, die Dauer der Zusammenarbeit ist zeitlich begrenzt. Gemeinsam sind den Bauplanungsvorhaben und den Film- oder Fernsehproduktionen auch der innovative und einzigartige Charakter der Produkte, die Befristung der Projekte und die hohen Flexibilitätsanforderungen an die Beteiligten. Die Projektorganisation in beiden Bereichen unterscheidet sich jedoch im Hinblick auf die Begrenzung der Tätigkeitsbereiche sowie das Ausmaß an Interdependenz der Projektbeteiligten: Architekten können prinzipiell in allen Planungsphasen autonom tätig sein. Die Organisation von Film- und Fernsehproduktionen ist hingegen vertikal und horizontal ausdifferenziert. Aufgabenbereiche sind vergleichsweise eng zugeschnitten. Während der Dreharbeiten und, in unterschiedlicher Intensität auch während der Vorbereitung, arbeiten verschiedene Abteilungen oder „Departments“ wie Regie, Kamera, Kostüm und Ausstattung zusammen. Diese „Departments“ weisen ihrerseits eine feine Abstufung von Leitungs- und Assistenzpositionen auf.

Im Bereich der Bauplanung variiert die Auslastung insbesondere der kleinen Büros stark, und abhängig von der Projektgröße arbeiten Architekten oft in mehreren Projekten gleichzeitig. Für Film- und Fernsehproduktionen dagegen ist charakteristisch, dass

² Bereits Weber betrachtete den Beruf als Kopplung von erworbenen Qualifikationen, Tätigkeiten, Erwerbschancen, Identität und gesellschaftlichem Status (Weber 1972: 80, 1988: 171).

die Beteiligten zumindest während der Dreharbeiten eng zusammenwirken und gleichzeitig anwesend sein müssen. Verteilte oder sequenzielle Zusammenarbeit ist nicht möglich. Die Projektbeteiligten müssen wechselnde, meist lange Arbeitszeiten in Kauf nehmen und auch regional mobil sein, soweit das Drehbuch es verlangt (vgl. auch Marrs und Boes 2003).

III. Der Einfluss der Arbeitsorganisation auf Nachfrage und Rekrutierung in Projektarbeitsmärkten

Wenn Projektmitglieder nur für die Dauer des Projekts zusammenarbeiten und die Aufgaben und Qualifikationsanforderungen in kaum vorhersehbarer Weise variieren, stellt sich die Frage nach der Bewertung von Qualifikationen und Leistungen in besonders zugespitzter Weise. Die Interviewten berichten, dass sie bei der Besetzung von Projektstellen breite Erfahrungen gesammelt und oft Empfehlungen ausgesprochen haben. Die Architekten rekrutieren freie Mitarbeiter, sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, Praktikanten und studentische Mitarbeiter für ihr Büro. Filmschaffende dagegen werden durch die fachlich Vorgesetzten angeworben, sodass in der Regel die Regie die Leitung der Kameraabteilung besetzt, und diese wiederum die untergeordneten Assistenzenpositionen. Zusätzlich geben die Erwerbsverläufe der interviewten Architekten und Filmschaffenden darüber Auskunft, wie Projektstellen besetzt werden.

Die Analyse der Rekrutierungspraktiken und Erwerbsverläufe macht Unterschiede in der Regulierung des Zugangs für Film- und Architekturprojekte deutlich. Während in der Architektur formale Rekrutierungswege wie informelle Beziehungen genutzt werden, um Projektstellen zu besetzen, verläuft die Anwerbung von Mitarbeitern in der Film- und Fernsehbranche nahezu ausschließlich über informelle Kanäle. Hilfreich ist oft die Bekanntschaft mit Kollegen aus früheren Projekten; außerdem werden informelle Beziehungen genutzt, um Informationen über potenzielle Mitarbeiter zu gewinnen.

Die Nutzung von informellen Rekrutierungskanälen wird allgemein damit erklärt, dass in Netzwerken Informationen über freie Stellen sowie über potenzielle Kandidaten schneller, umfassender und verlässlicher weitergegeben werden (vgl. Granovetter 1995; Marsden und Gorman 2001). Baumann (2002) hat dieses Argument konkretisiert, indem er die informellen Rekrutierungspraktiken mit der Qualifikationsstruktur eines Teilarbeitsmarktes in Beziehung gesetzt hat. Vor allem würden Netzwerke dort bei der Stellenbesetzung bevorzugt werden, wo fachliche Qualifikationen nicht transparent sind (Baumann 2002). Für die Beurteilung von Leistung und Qualifikation stellen, so kann also im Umkehrschluss erwartet werden, kodifizierte professionelle Normen, die in einer einheitlichen formalen und zertifizierten Ausbildung vermittelt werden, wichtige Bewertungsmaßstäbe bereit. In dieser Hinsicht bestehen jedoch deutliche Unterschiede zwischen Architekten und Filmschaffenden (vgl. *Abschnitt II*).

Bei näherer Betrachtung der Selektionskriterien lassen sich die Unterschiede in den Rekrutierungspraktiken von Architekten und Filmschaffenden jedoch nicht allein auf die Transparenz der Fachqualifikationen zurückführen. Vielmehr werden bei der Auswahl extra-funktionale Kriterien angelegt, die sich gerade nicht aus den technischen Erfordernissen der Tätigkeiten ableiten lassen (vgl. Dahrendorf 1956; Offe 1970: 89 ff.). Dazu gehören bei den Architekten Selbstständigkeit, Motivation sowie „Ge-

schick“ im Umgang mit Bauherrn und Handwerkern. Diese Kriterien korrespondieren mit dem Leitbild professioneller Autonomie. Viele der extra-funktionalen Kriterien, die bei der Rekrutierung für Film- und Fernsehproduktionen eine Rolle spielen, beziehen sich auf die Interaktivität, Interdependenz und auf die Erwartungen an die Selbststeuerungsfähigkeit der Projektteams. Dazu können Zuverlässigkeit, das Einordnen in die Projekthierarchie, Teamfähigkeit sowie die partikularistischen und diffusen Kriterien „sich gut verstehen“, „die gleiche Sprache sprechen“, Sympathie, Persönlichkeit, die „passende Chemie“ und Ähnlichkeit der Arbeitseinstellungen gezählt werden. Die Bewertung dieser extra-funktionalen Eigenschaften lässt sich jedoch nur persönlich kommunizieren und setzt damit informelle Beziehungen voraus. Dort, wo auch die fachlichen Qualifikationen nicht in einer formalen Ausbildung erworben und zertifiziert werden, wird auch deren Einschätzung in Netzwerken kommuniziert. So kommt es zu einer Verknüpfung der Bewertung mit extra-funktionalen Kriterien, konkret: der umfassenden Einschätzung der Person und ihrer Arbeitsweise durch die direkten Kollegen beziehungsweise Vorgesetzten. Human- und Sozialkapital sind daher in diesen wenig professionalisierten Projektarbeitsmärkten untrennbar miteinander verbunden.

Darüber hinaus ist die Möglichkeit, in Netzwerken soziale Kontrolle auszuüben, im Projektgeschäft von Bedeutung. Die Instrumentalisierung informeller Beziehungen für die Koordination und Kontrolle des Arbeitsprozesses ist dort umso wahrscheinlicher, wo nicht auf institutionalisierte professionelle Kontrollinstanzen zurückgegriffen werden kann. Die Entsprechung von Qualifikationsangebot und Arbeitsplatzgestaltung hingegen verringert den Abstimmungs- und Kontrollbedarf im Arbeitsprozess. Sie macht die Bewertung der Arbeit somit unabhängiger vom relationalen Kontext der Produktion oder der Dienstleistung. Dort, wo der Abstimmungsbedarf jedoch groß und besonders kritisch für die Produktion beziehungsweise die Dienstleistung ist, stellt gerade die *Qualität* der Abstimmung eine wesentliche Quelle von Unsicherheit dar. Auftraggeber delegieren daher häufig die Koordination und die Zusammenstellung des Arbeitsteams an Personen, die über ein größeres Fachwissen verfügen und mit den Projektbeteiligten enger zusammenarbeiten. Dieses Phänomen ist bereits aus traditionellen flexiblen Arbeitszusammenhängen, wie der Hafen- oder Minenarbeit, bekannt und wird auch als „subcontracting“ und „gang work“ bezeichnet (vgl. Littler 1982: 66 f.).

In Bauplanungsvorhaben sind es traditionell die Architekten, die die Zusammenarbeit von Fachingenieuren und Bauhandwerkern steuern (vgl. auch Syben 1997: 13 f.). Die in der Ausbildung vermittelten und durch professionelle Instanzen (wie Architektenkammern) kontrollierten Normen der Berufsausübung sowie die klar definierten Zuständigkeitsbereiche entlasten die Koordination und Kontrolle der Arbeit. So wird eine Formalisierung der Organisation möglich.³ In Film- und Fernsehproduktionen nehmen Produktionsleiter, Regisseure sowie die jeweiligen *Heads of Department* die Funktionen der Koordination und der Personalauswahl wahr. Dort lassen sich trotz der Abwesenheit institutionalisierter Berufsrollen relativ stabile informelle Regeln der Aufgabenzuweisung identifizieren. Doch sind die Aufgabenbereiche deutlich enger geschnitten und korrespondieren nicht mit einheitlichen Qualifikationsanforderungen, geschweige denn mit einem transparenten, einheitlichen Qualifikationsangebot. Die

3 Stinchcombe (1959) hat die professionelle Kontrolle als zur bürokratischen Arbeitsorganisation alternative *rationale* Organisationsform bezeichnet.

persönliche Kontrolle (Edwards 1984) und die informelle Abstimmung (Mintzberg 1979: 3 f.) stellen die wichtigsten Mittel dar, die Zusammenarbeit zu koordinieren.

In den Filmprojekten, wo die Abstimmung besonders kritisch ist und hauptsächlich auf der informellen Abstimmung und persönlichen Kontrolle im Team aufbaut, besteht die Tendenz zur Herausbildung stabiler Kooperationen über die einzelnen Projekte hinaus.⁴ Erst in der längeren beziehungsweise wiederholten Zusammenarbeit können sich Routinen ausbilden, die die Abstimmung erleichtern. Somit begünstigen die Dominanz persönlicher Kontrollformen und die Interaktivität der Projektarbeit die Herausbildung stabiler Kooperationsbeziehungen zwischen Teammitgliedern. Persönlich bekannte Mitarbeiter werden bevorzugt empfohlen und rekrutiert; sie genießen darüber hinaus einen privilegierten Zugang zu Informationen über zukünftige Projektstellen.

Die Fähigkeit zur eigenständigen Koordination in Arbeitsgruppen lässt sich in Anlehnung an Untersuchungen über ältere Formen flexibler Arbeit als „gang skill“ (Finlay 1982: 52) bezeichnen. Sie kann einerseits als Instrumentalisierung der Kooperationsbeziehungen durch den Arbeit- oder Auftraggeber betrachtet werden. Andererseits wird damit eine Ungewissheitszone (Crozier und Friedberg 1979: 43 f.) begründet, die nicht unerhebliche Autonomie- und Verhandlungsspielräume für die Beschäftigten eröffnet. Der Zusammenhalt des Arbeitsteams erleichtert somit nicht nur die Koordination der Zusammenarbeit, sondern bildet auch eine potenzielle Machtressource gegenüber Arbeit- oder Auftraggebern. Nicht zuletzt kompensiert die soziale Integration im Team Belastungen, die sich aus langen Arbeitszeiten, der räumlichen Entfernung vom Wohnort und dem hohen Leistungsdruck ergeben.

Die enge, abstimmungs- und zeitintensive Zusammenarbeit in einer Filmcrew begünstigt jedoch auch die Ausweitung der Ansprüche der Gruppe an ihre Mitglieder in den privaten und persönlichen Bereich hinein. In der Folge gewinnen partikularistische und diffuse Kriterien an Bedeutung, auf deren Grundlage die Teammitglieder für zukünftige Projekte ausgewählt werden. Exemplarisch dafür steht die Beschreibung eines Kameramanns:

„Und ich sage mal, salopp, wenn das so Leute sind, mit denen ich auch gerne noch abends ein Bier trinke, dann war es die richtige Entscheidung so“ (F31-487-493).

Wenngleich die Fachqualifikation eine größere Autonomie im Arbeitsprozess ermöglicht, wird auch in Architekturbüros, zumindest räumlich und während langer Arbeitszeiten, eng zusammengearbeitet; auch hier sind partikularistische und diffuse Kriterien von Bedeutung für die Rekrutierungsentscheidung. Informelle Rekrutierungspraktiken sind jedoch insgesamt wesentlich weniger wichtig als in der Film- und Fernsehwirtschaft. Es kann auf kodifizierte, universalistische Kriterien zur Bewertung der Leistung und der Fachqualifikation zurückgegriffen werden, die die Bedeutung askriptiver und partikularistischer Kriterien relativieren (vgl. auch Freidson 2001: 81). Auch in den Beziehungen zwischen Architekten und Bauherrn ist der Aufbau von gegenseitigem Vertrauen wichtig, um die unvermeidlichen Informationsasymmetrien zu reduzieren. Ent-

⁴ Diese Tendenz der Verstetigung von projektbasierten Kooperationsbeziehungen in „Projektnetzwerken“ (Sydow und Windeler 1999) wurde bislang vornehmlich aus Organisationsperspektive, und weniger im Zusammenhang mit der Dynamik *persönlicher* informeller Netzwerke, persönlicher Kontrolle und professioneller Steuerungsformen untersucht.

sprechend werden einmalige und größere Aufträge häufig auf der Grundlage von Arbeitsproben oder nach einer Vergabe von Teilleistungen vergeben. Auch Empfehlungen anderer Bauherrn und Vertrauen, welches in anderen Lebensbereichen aufgebaut wurde (z. B. Nachbarschaft, Familie, Hobbies), spielen eine Rolle. Andererseits gilt auch hier, dass Fehler durch andere Professionsangehörige und Kammern zurechenbar gemacht und berufsrechtlich sanktioniert werden können. Insgesamt reduzieren die qualifikationsbasierte Zugangsregulierung und die professionellen Kontrollinstanzen das Risiko einer fehlerhaften Dienstleistung erheblich. Die Folge ist eine geringere Abhängigkeit der Auftragsakquise oder Rekrutierungsentscheidung von diffusen Sozialbeziehungen.

Der Partikularismus von Rekrutierungsentscheidungen sowie die Nutzung von Netzwerken werden somit maßgeblich durch folgende Faktoren befördert: die Abwesenheit universalistischer Kriterien zur Bewertung der Fachqualifikation, die Interaktivität und Interdependenz des Arbeitsprozesses (bzw. der Stellenwert persönlicher Kontrollformen), die Dauer der gemeinsam verbrachten Arbeits- und Freizeit und schließlich die Möglichkeit der Selektion durch die unmittelbaren Vorgesetzten und Kollegen. Wie im vorangehenden Abschnitt beschrieben wurde, fehlen in der Film- und Fernsehbranche im Gegensatz zur Architektur kodifizierte professionelle Standards, institutionalisierte professionelle Kontrollinstanzen sowie einheitliche und formale Ausbildungswege, die mit institutionalisierten Berufsbildern und Zuständigkeitsbereichen korrespondieren. Die Interaktivität und Interdependenz im Arbeitsprozess ist bei Filmproduktionen ungleich größer als bei Bauplanungsvorhaben. Der hohe Anteil freiberuflich Tätiger und die Kopplung der Beschäftigungs- an die Projektdauer steigern allerdings in beiden Bereichen die Varianz der Kooperationsmöglichkeiten. Diese Bedingungen fördern die Entwicklung von partikularistischen, tendenziell freundschaftlichen Beziehungen zwischen Kollegen im Filmgeschäft.

IV. Die Eigendynamik sozialer Netzwerke in flexiblen Arbeitsmärkten

Filmschaffende und Architekten sind also in ihren Strategien zur Beschäftigungs- und Einkommenssicherung in unterschiedlichem Ausmaß auf die Unterstützung von befreundeten Kollegen und Vorgesetzten beziehungsweise Auftraggebern angewiesen. Zudem begünstigt die Arbeitssituation in je spezifischer Weise die Anreicherung von beruflichen Beziehungen mit diffusen oder affektuellen Elementen. Dort, wo der Zugang zum Arbeitsmarkt jedoch überwiegend durch informelle Netzwerke vermittelt wird, bedarf es eines besseren Verständnisses der Prozesse der Netzwerkentstehung und -stabilisierung. Auch diese Netzwerke, so wird im Folgenden argumentiert, bieten nur bedingt Sicherheit. Dies lässt sich vor allem auf zwei allgemeine Charakteristika von sozialen Netzwerken zurückführen: Zum einen beruht die Reproduktion und Stabilisierung informeller Netzwerke auf partikularistischen und damit wenig transparenten Kriterien. Zum anderen können diese Beziehungen nicht explizit ökonomisch genutzt werden und bedürfen langfristiger Pflege (vgl. Bourdieu 1983). Eine Reduzierung des Austauschs auf beschäftigungssichernde oder andere instrumentelle Funktionen würde den Bestand der Beziehung bedrohen.

Informelle Beziehungen entwickeln sich in der wiederholten, engen Zusammenarbeit in Filmprojekten. Vor allem in der Film- und Fernsehbranche beruht die Anwer-

bung, wie gezeigt, zu einem großen Teil auf partikularistischen und diffusen statt auf funktional spezifischen und universalistischen Kriterien (Parsons 1951: 64 ff.). Zu diesen Kriterien gehören unter anderem Sympathie, Ähnlichkeit der Einstellungen zur Arbeit, der außerberuflichen Bindungen, der Lebensstile und sogar des Humors (vgl. *Abschnitt III*). Die Tendenz der Ausweitung der Ansprüche der Gruppe an ihre Mitglieder wurde von Rose Laub Coser in Anlehnung an Lewis Cosers Konzept „gieriger Institutionen“ als „Gier“ partikularistischer Beziehungen bezeichnet (R.L. Coser 1984: 229). Gerade die Bevorzugung von Kollegen oder Mitarbeitern mit ähnlichen Arbeitseinstellungen („Leidenschaft Film“) kann mit Lazarsfeld und Merton (1954) auch als „wertbasierte Homophilie“ bezeichnet werden (vgl. auch Marsden und Gorman 2001; McPherson et al. 2001). Aufgrund der Freiräume bei der Selektion von Kooperationspartnern wird die Tendenz zur Wahl „Gleichgesinnter“ in aufeinanderfolgenden Projekten verstärkt und mündet in vergleichsweise stabile, partikularistische und gar freundschaftsähnliche Kooperationsbeziehungen.⁵

Die Intensität und Flexibilität der Einbindung in Projekte führen außerdem dazu, dass außerberufliche Aktivitäten kaum planbar sind und nicht regelmäßig wahrgenommen werden können. Diese Problematik lässt sich durch die Beschreibung eines Kameraassistenten veranschaulichen:

„In einer Filmproduktion bekomme ich abends, wenn Drehschluss ist, aber auch erst zu Drehschluss, bekomme ich die Dispo für den nächsten Tag. Darauf sehe ich dann, wann ich am nächsten Tag anfangen kann. Aber das ist trotzdem auch keine Sicherheit, dass ich dann abends um 18 Uhr oder 21 Uhr frei habe. Das heißt, ich kann mich während der ganzen Produktion privat nur sehr schwer verabreden. Also, es lässt sich da überhaupt nichts planen, auch familiär, die Zeiten lassen sich überhaupt nicht planen. Dass ich nicht einen Mannschaftssport machen kann, dem kann ich nicht als Hobby nachgehen, oder sich in irgendwelchen Freundeskreisen einmal in der Woche treffen – das geht nicht. ... Und dadurch gehen schon viele soziale Kontakte kaputt, durch so arbeiten“ (F22-570-581).

Durch die Intensität und Flexibilität der Projekteinbindung schränken sich auch die Möglichkeiten der Pflege beschäftigungsrelevanter Beziehungen ein. Zwar dienen der Besuch branchenrelevanter Veranstaltungen und die Teilnahme an Aktivitäten in der (knappen) Freizeit während einer Filmproduktion der Pflege der Beziehungen zu Vorgesetzten und Kollegen. Insgesamt werden die Beziehungen zu Kollegen jedoch überwiegend während der Zusammenarbeit stabilisiert. Eine längere, über mehrere Produktionen dauernde Unterbrechung der Zusammenarbeit kann jedoch die Stabilität der Beziehung gefährden. Eine solche Unterbrechung kann einerseits durch außerberufliche Aktivitäten zustande kommen. Andererseits wird die Kooperationsbeziehung gefährdet,

⁵ Zwar bestehen durch formale Strukturen induzierte Beziehungen zunächst einmal unfreiwillig und müssen nicht zwingend affektive Bindungen beinhalten (vgl. Lipset et al. 1956: 157). In Projektarbeitsmärkten, in denen Mitarbeiter durch die Projektleiter im Extremfall für jedes Projekt erneut rekrutiert werden und die Rekrutierung darüber hinaus wenig formalisiert abläuft, ist der Freiraum bei der Selektion hingegen vergleichsweise groß. Durch diese Selektionsmöglichkeiten werden sich Konflikte innerhalb des Teams kaum manifestieren und es werden einseitig positive affektive Bindungen verstärkt. Eine Abneigung äußert sich vielmehr darin, dass in Folgeprojekten nicht mehr zusammengearbeitet wird. Das hat für die jeweils Untergebenen eine Verschlechterung der Beschäftigungschancen zur Folge.

wenn mit anderen fachlich Vorgesetzten in anderen Genres oder Positionen gearbeitet wird. Eine Unterbrechung der Kontakte gefährdet gleichzeitig die soziale Integration in das Arbeitsteam.

Die Projektorganisation prägt schließlich auch die Art der beruflichen Beziehungen. So haben Architekten in einem Büro eher als Filmschaffende Kontakt zu Projektmitgliedern auf allen Hierarchieebenen. Filmschaffende hingegen vertiefen in Projekten vor allem vertikale Beziehungen, da in der Regel Positionen nicht doppelt besetzt werden.

Dort, wo Architekten Aufträge bei privaten Bauherrn oder Architektenkollegen selbst akquirieren, erleichtert der außerberufliche Entstehungskontext der oft freundschaftlichen Beziehungen, seien es das gemeinsame Studium, die Nachbarschaft, die Familie, der Sportverein, oder die lokale Kunstszene, offenbar den Zugang zu prestigeträchtigen Bauvorhaben. Sichtbare Arbeitsergebnisse sind insofern relevant, als sie, zusätzlich zu informellen Beziehungen und zu Gutachtertätigkeiten, die Möglichkeit eröffnen können, weitere Aufträge zu akquirieren. In den Interviews wurde jedoch immer wieder deutlich, wie ambivalent die Verknüpfung von affektuellen und instrumentellen Beziehungsinhalten eingeschätzt wird. Der freundschaftliche Charakter der Beziehung erschwert die Interessenverfolgung im Konfliktfall und wird selbst durch eine zu offensichtliche Instrumentalisierung gefährdet. Dies lässt sich auch durch die Erfahrungen eines Architekten illustrieren:

„Wie, also abgesehen von den Kontakten, die man schon hat, die man sich in der Vergangenheit aufgebaut hat, wie kommt man an Aufträge? ... das klappt gut, aber nur, wenn es nicht zielgerichtet ist. Aber in dem Moment, wenn ich wüsste, ich spreche jetzt den und den an mit dem Ziel, irgendwann das Thema drauf zu bringen ‚Mensch, wir könnten doch mal zusammenarbeiten, wie sieht das denn aus?‘ – wäre das ganze Gespräch ab der Sekunde total verkrampft. Würde nicht funktionieren“ (A16-340-349).

Gleichzeitig ist die Beschäftigungs- und Einkommenssicherung mithilfe sozialen Kapitals immer unsicher, insofern die Kriterien für den Zugang gerade nicht universalistisch sind, und insofern die Instrumentalisierung immer der Verschleierung bedarf, denn „[a]lles, was zur Verschleierung des Ökonomischen beiträgt, trägt auch zur Erhöhung des Schwundrisikos bei“ (Bourdieu 1983: 197). Im Umkehrschluss heißt dies, dass sich eine zu explizite Nutzung sozialer Beziehungen für die individuellen Arbeitsmarktstrategien verbietet.

V. Biographische Planungsperspektiven in Projektarbeitsmärkten

Die beiden untersuchten Projektarbeitsmärkte bieten den Erwerbstätigen wenig Sicherheit im Hinblick auf zukünftige Beschäftigungs-, Aufstiegs- und Einkommenschancen und muten ihnen ein hohes Maß an Flexibilität zu. In der Sicht der Beschäftigten tritt daher die Frage in den Vordergrund, wieweit informelle Netzwerke einerseits, fachliche Qualifikationen andererseits eine Aussicht auf sichere Beschäftigung eröffnen und eine berufliche Lebensplanung ermöglichen.

In Granovettters (1995, 2002) bekannter Studie zur Rolle sozialer Netzwerke in Arbeitsmärkten werden vor allem die Informationsflüsse in Netzwerken über offene Stel-

len und potenzielle Bewerber thematisiert. Bei den dort untersuchten hochqualifizierten Berufsgruppen führten vor allem Informationen, die im Rahmen „schwacher Beziehungen“ in Situationen ohne drohende Arbeitslosigkeit ausgetauscht wurden, zu zufriedenstellenderen, längerfristigen und besser bezahlten Stellen. Zu diesen „schwachen Beziehungen“ gehören beispielsweise entfernte arbeitsbezogene Kontakte. In den „erweiterten internen Arbeitsmärkten“ Manwarings (1984) sind es demgegenüber die eher engen Beziehungen von Festangestellten zu außerbetrieblichen Gemeinschaften, die für eine Rekrutierung neuer Beschäftigter in interne Arbeitsmärkte genutzt werden und die deren Integration in die betrieblichen Arbeitszusammenhänge erleichtern.

Die hier untersuchten Berufsgruppen zeichnen sich demgegenüber durch projektformige, befristete und höchst unsichere Beschäftigungsverhältnisse aus. Sie befinden sich damit regelmäßig in der Situation, dringend neue Beschäftigungsmöglichkeiten erschließen zu müssen. Beschäftigungsmöglichkeiten und Aufträge werden zwar auch durch informelle Beziehungen vermittelt. Allerdings können Projektarbeiter kaum auf unintendiert eingeleitete Stellenwechsel warten, wenn die Beschäftigung an kurze Projekte gebunden ist. Aufgrund der weitgehenden Abwesenheit von internen Arbeitsmärkten und stabilen Beschäftigungsverhältnissen im freien Film- und Fernsehproduktionsmarkt dienen Netzwerke dort also nicht nur der Erhöhung der Aufstiegschancen und der Verbesserung der beruflichen Position, wie dies bei der Nutzung von schwachen Beziehungen durch hochqualifizierte Beschäftigte in Granovetters Studie der Fall war. Vielmehr sind die Möglichkeiten der Beschäftigungs- und Einkommenssicherung untrennbar mit dem informell vermittelten Projektzugang verbunden. Die Abhängigkeit von persönlichen Netzwerken ist hier ungleich größer als in Arbeitsmärkten, in denen Normalarbeitsverhältnisse die dominante Beschäftigungsform darstellen, oder wo das Berufsprinzip institutionalisiert ist.

Die Notwendigkeit der Festigung der beschäftigungsrelevanten Beziehungen kann auch Einschränkungen der beruflichen Mobilität nach sich ziehen. Sie reduziert zum einen die Möglichkeiten, Arbeitserfahrung und Reputation in verschiedenen Produktionsbereichen, Positionen und Berufen zu akkumulieren. Gerade die Arbeit in verschiedenen Produktionsbereichen oder Genres, in verschiedenen Positionen oder Filmberufen wäre jedoch eine Möglichkeit, um Nachfrageschwankungen auszugleichen oder Aufstiege innerhalb der Teamhierarchie anzubahnen. Zum anderen kann die Abhängigkeit von einem oder von wenigen fachlich Vorgesetzten, die regelmäßig für Projekte Rekrutierungsentscheidungen treffen, kaum durch den Aufbau zusätzlicher Kooperationsbeziehungen reduziert werden. Die Dominanz der engen vertikalen Beziehungen bei der Projektrekrutierung bindet somit die beruflichen Schicksale von Teammitgliedern in einer Art Vakanzkette (Rosenfeld 1992: 41 f.) aneinander. Im Extremfall werden Aufstiege nur durch die Karriere des jeweiligen fachlichen Vorgesetzten möglich. In der Konsequenz können sich die gleichen Netzwerkstrukturen, die eine Stabilisierung der Beschäftigungschancen fördern, als mobilitätshinderlich erweisen.

Mit wachsender Berufserfahrung und zunehmendem Alter empfinden die Filmschaffenden bestimmte Aspekte ihrer Arbeitssituation immer mehr als belastend. Dazu gehören die Unsicherheit in Bezug auf zukünftige Beschäftigungs-, Einkommens- und Aufstiegschancen, die Ansprüche an die kurzfristige Verfügbarkeit, die lange Arbeitszeit, der Anpassungsdruck bezüglich der Lebensführung und die schwierige Vereinbarkeit von Erwerbsarbeit sowie außerberuflichen Bindungen. Alle Interviewpartner berichte-

ten trotz der durchgängig hohen Motivation und Identifikation mit dem Filmgeschäft und unabhängig von ihrem beruflichen Erfolg von gelegentlichen Überlegungen, den Beruf zu wechseln oder sich zumindest ergänzende Einkommensquellen zu erschließen. Aspekte, die in der Phase des Berufseinstiegs besonders attraktiv erschienen, wie die Intensität der Einbindung in ein Projekt, das Verschwimmen der Grenzen zwischen Berufs- und Privatleben, die räumliche Mobilität, werden für die Älteren eher zum Anlass einer Suche nach alternativen, stabileren Beschäftigungsmöglichkeiten. Bedürfnisse nach sicherer und einträglicher Beschäftigung sowie nach Abgrenzbarkeit und Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben machen sich immer stärker geltend. Auch die unsichere Versorgung im Rentenalter wird zunehmend als problematisch gesehen.

Ein Wechsel des Berufs wird dadurch erschwert, dass die Berufserfahrung in der Filmbranche kaum in anderen Branchen verwertbar ist. Eine Investition in formale Qualifikationen, die alternative Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen könnte, wird jedoch durch die informellen Rekrutierungspraktiken entmutigt und durch die unplanbare Projekteinbindung erschwert. Die Unregelmäßigkeit und Kurzfristigkeit der Projekte lassen die Grenzen zwischen Erwerbslosigkeit und Pausen zwischen Projekten verschwimmen. Für die Beschäftigten ist es unter diesen Bedingungen schwierig, den richtigen Zeitpunkt für den Ausstieg zu finden.

All dies deutet darauf hin, dass die Chance autonomen Handelns am Arbeitsmarkt, nicht nur in langfristiger, sondern sogar in kurzfristiger Sicht, für Filmschaffende deutlich eingeschränkt ist. Somit können Filmarmbeitsmärkte weder als Teile des unstrukturierten Arbeitsmarkts (Sengenberger 1987: 120), noch Filmschaffende als „Arbeitskraftunternehmer“ (Voß 2001) interpretiert werden. Vielmehr sind, wie in *Abschnitt IV* ausgeführt, die filmspezifischen Projektarmbeitsmärkte durch informelle und wenig transparente Netzwerke strukturiert, die wenig Planungssicherheit bieten.

Architekten können demgegenüber auf die einmal erworbenen formalen Fachqualifikationen als Ressource im Arbeitsmarkt zurückgreifen. Auch wenn Empfehlungen und persönliche Bekanntschaft mit Auftraggebern zu Aufträgen beziehungsweise Beschäftigungsverhältnissen verhelfen können, können auch formale Bewerbungen erfolgreich sein. Nicht zuletzt gibt es vielfältige zertifizierte Weiterbildungsmöglichkeiten, die den Zugang zu Sachverständigen- oder Gutachtertätigkeiten eröffnen. Sachverständige und Gutachter werden durch die Kammer öffentlich gelistet. Auf der Grundlage eines durch Gutachter- oder Sachverständigentätigkeiten erschlossenen Bauherrenkontakts können sich wiederum Aufträge für klassische Architektendienstleistungen eröffnen. Somit verfügen Architekten durch ihre Ausbildung trotz projekt- und marktbedingter Unsicherheiten und Flexibilitätsanforderungen über einen vergleichsweise stabilen, von persönlichen Empfehlungen und subjektiven Einschätzungen durch Kollegen und Kunden unabhängigen Arbeitsmarktstatus. Auf der Grundlage ihrer breiten, standardisierten Fachqualifikation steht es ihnen offen, zwischen Kundensegmenten, Tätigkeitsschwerpunkten und Erwerbsformen zu wechseln. Sie sind somit in der Lage, sich unabhängig von informellen Beziehungen den veränderten Marktanforderungen anzupassen.

Die Arbeitsbedingungen der Architekten zeichnen sich insgesamt durch eine vergleichsweise größere Autonomie im Arbeitsprozess und durch geringere Schwankungen von Arbeitsvolumen und Arbeitszeiten aus. Dies erlaubt eine stärkere Trennung von Berufsleben und privater Lebensführung. Zumindest freiberuflich tätigen Architekten

gelingt es leichter, Anforderungen aus verschiedenen Lebensbereichen zu vereinbaren. Angestellte Architekten in kleinen Architekturbüros sind in der Wahl von Arbeitszeit und -ort, und damit in den Möglichkeiten, berufliche und außerberufliche Verpflichtungen auszubalancieren, dagegen stärker eingeschränkt. Allerdings stellt der Übergang in die Selbstständigkeit für viele angestellte Architekten eine naheliegende Möglichkeit für ihren späteren Erwerbsverlauf dar. Somit stellt eine mit der intensiven Einbindung in ein Büro verbundene geringere Autonomie in der Arbeits- und Arbeitszeitgestaltung häufig eine Übergangsphase dar.

VI. Zusammenfassung und Diskussion

Die Flexibilisierung von Arbeit und Beschäftigung, wie sie hier am Beispiel der Projektarbeit untersucht wurde, wirft sowohl aus Organisations- als auch aus Beschäftigtenperspektive die Frage nach alternativen Stabilisierungsformen auf. Diese alternativen Stabilisierungsformen beruhen, so lässt es sich aus der arbeitsmarkt- und organisations-theoretischen Literatur ableiten, möglicherweise auf professionellen Institutionen oder informellen Netzwerken. Die Institutionalisierung des Berufsprinzips (Baethge und Baethge-Kinsky 1998) als Verknüpfung von standardisierter, formaler und zertifizierter Ausbildung und Arbeitsplatzgestaltung nach einheitlichen Berufsbildern sollte zum einen die Koordination der Arbeit erleichtern. Zum anderen sollte sie sowohl Arbeitgebern als auch Arbeitnehmern den Umgang mit zwischenbetrieblicher Mobilität von Beschäftigten erleichtern (vgl. auch Sengenberger 1987; Tolbert 1996). Netzwerke haben sowohl eine Informations- als auch eine Koordinierungsfunktion. Die Informationsfunktion ist seit der einschlägigen Studie Granovetters (1995, 2002) Gegenstand der Arbeitsmarktforschung. Die Koordinationsfunktion von Netzwerken als besonders flexibler und dennoch kontinuierlichstiftender Hybrid- oder Sonderform neben Markt und Hierarchie wird in der Literatur über industrielle Distrikte (Powell 1996; Saxenian 2001), aber auch im Kontext neuer Organisationsstudien (Sydow und Windeler 1999) diskutiert. Zudem ersetzen informelle Netzwerke interne Arbeitsmärkte und professionelle Institutionen in ihrer Funktion, Beschäftigungs- und Aufstiegschancen zu vermitteln.

Trotz des wachsenden Interesses an Projektarbeit fand die Möglichkeit der professionellen Steuerung in diesem Organisationskontext bislang seit der einschlägigen Studie von Stinchcombe (1959) zur Bauarbeit wenig Berücksichtigung. Ebenso bedarf es der Erklärung, warum Netzwerke in Projektarbeitsmärkten verstärkt genutzt werden. Auch die Auswirkungen der Projektifizierung von Arbeit und Beschäftigung unter der Bedingung von professioneller vs. Netzwerksteuerung auf die Erwerbsverläufe und soziale Integration bedürfen eines besseren Verständnisses. Im Vergleich der beiden unterschiedlich stark professionalisierten Projektarbeitsmärkte wird deutlich, dass das institutionalisierte Berufsprinzip als Verknüpfung formaler fachlicher Qualifikationen mit der Arbeitsplatzgestaltung und der Arbeitsmarktposition in verschiedener Hinsicht Freiräume eröffnen kann. Dies gilt umso mehr für flexible Arbeit und Beschäftigung, wie im Fall der hier untersuchten Projektarbeitsmärkte. Als allgemeines Fazit ist festzuhalten, dass sich die Flexibilisierung von Beschäftigung in Abhängigkeit von der Professionalisierung eines Teilarbeitsmarktes sehr unterschiedlich auswirken kann.

In diesem Beitrag habe ich zunächst die Bedingungen spezifiziert, unter denen Arbeitgeber und Beschäftigte auf informelle Beziehungen zurückgreifen. Ich habe argumentiert, dass vor allem zwei Aspekte das Ausmaß beeinflussen, in dem in informellen Netzwerken Informationen über die Eignung potenzieller Projektmitglieder ausgetauscht und informelle Kontrollmöglichkeiten genutzt werden: die Verfügbarkeit universalistischer Maßstäbe für die Bewertung von Qualifikation und Arbeit sowie die Relevanz extra-funktionaler Kriterien. Die Institutionalisierung von Berufsrollen, insbesondere die Zuweisung von Aufgaben aufgrund gesetzter Regeln und die kodifizierten Kriterien der Bewertung der Arbeit und der Qualifikation (vgl. Stinchcombe 1959) ermöglichen die Formulierung funktional spezifischer und universalistischer Anforderungen an die Beschäftigten. Auf der Grundlage ihrer Ausbildung, der Existenz kodifizierter professioneller Normen und der Instanzen der professionellen Kontrolle sind Architekten unabhängiger von der persönlichen Kontrolle im Arbeitsprozess. Sie verfügen über einen von informellen Beziehungen unabhängigen Arbeitsmarktstatus und können sowohl formale als auch informelle Rekrutierungsverfahren nutzen. Die Autonomie im Arbeitsprozess und die Standardisierung der Qualifikationen verringern die Abhängigkeit von informellen Netzwerken im Arbeitsmarkt sowie der privaten Lebensplanung vom Erwerbsverlauf. Eine „Entgrenzung“ der Arbeit, und vor allem der Arbeitszeit, bedeutet daher in beiden Bereichen Verschiedenes: Architekten sind, zumindest als Freiberufler, besser in der Lage, berufliche und außerberufliche Aktivitäten und Verpflichtungen auszubalancieren.

In Bezug auf die durch die professionellen Institutionen vermittelte Autonomie unterscheidet sich die Situation der Architekten grundsätzlich von der der Filmschaffenden. Deren Arbeitszusammenhänge zeichnen sich durch Interdependenz und Interaktivität aus. Es entstehen, so wurde hier argumentiert, aus der Verschiebung hin zu nicht professionellen projektförmigen Produktionsformen für die Beschäftigten spezifische Probleme, wie die Abhängigkeit von persönlichen Beziehungen, die Instrumentalisierung der Privatsphäre, die Unsicherheit der Beschäftigung und der beruflichen Karriere. An die Stelle planmäßiger Arbeit tritt die kurzfristige, dafür umso intensivere Einbindung in Projekte, die die Beschäftigten als ganze Person und nicht mit Begrenzung auf die Berufsrolle inkludieren. Die Beobachtbarkeit und damit die sozialen Kontrollmöglichkeiten erhöhen sich (vgl. R. L. Coser 1961). Partikularistische und diffuse Rekrutierungsentscheidungen werden dadurch begünstigt.

Durch die Abhängigkeit von gemeinschaftsartigen sozialen Beziehungen zur Beschäftigungs- und Einkommenssicherung erhöht sich somit auch der Konformitätsdruck innerhalb der Arbeitsteams und es werden die Mobilitätschancen eingegrenzt. Soziale Bindungen und Identifikationsmöglichkeiten werden tendenziell durch die Projektarbeitsmärkte monopolisiert und diese erinnern damit an die von Coser beschriebenen „gierigen“ Institutionen (vgl. Coser 1974). Die Ausdifferenzierung der sozialen Kreise (Simmel 1992: 309 ff.), denen eine Person angehört, wird durch den Partikularismus arbeits- und beschäftigungsrelevanter Beziehungen sowie die Einschränkung der Freiräume für die Anbahnung und Pflege außerberuflicher Bindungen rückgängig gemacht. Die Entdifferenzierung instrumentell-beruflicher sowie affektueller Beziehungen wird begünstigt und die persönliche Lebensplanung abhängiger vom Erwerbsverlauf. Paradox erscheint der Umstand, dass diese Ausweitung der Ansprüche an die Loyalität, Anpassung, Flexibilität und Verfügbarkeit der Beschäftigten gerade nicht auf dem Ver-

sprechen von Beschäftigungs- und Einkommenssicherheit beruhen. Projektbeschäftigte profitieren auch nicht von institutionell abgesicherten, auf Grundlage transparenter und universalistischer Kriterien gewährten Ansprüchen und einklagbaren, statusähnlichen Rechten (vgl. Streeck 1988; Streeck und Thelen 2005: 10). Die Vereinnahmung der Beschäftigten wird, abgesehen von einem Mindestmaß an staatlich gewährleisteten Sozialleistungen, nicht durch Status kompensiert (vgl. Streeck 1988).

Durch diese vergleichende Untersuchung wurde also deutlich, dass die Professionalisierung eines Teilarbeitsmarktes auf die Bedeutung von Netzwerken in flexiblen Arbeits- und Beschäftigungskontexten einen entscheidenden Einfluss hat: Professionelle Institutionen begünstigen, wenn schon nicht eine quantitative, dann zumindest eine funktionale Begrenzung der Ansprüche an die Beschäftigten.

Literatur

- Altmann, Norbert, Manfred Deiß, Volker Döhl und Dieter Sauer. 1986. Ein „Neuer Rationalisierungstyp“ – Neue Anforderungen an die Industriosozologie. *Soziale Welt* 37: 191-206.
- Baethge, Martin, und Volker Baethge-Kinsky. 1998. Jenseits von Beruf und Beruflichkeit? – Neue Formen von Arbeitsorganisation und Beschäftigung und ihre Bedeutung für eine zentrale Kategorie gesellschaftlicher Integration. *MittAB* 31: 461-472.
- Baumann, Arne. 2002. Informal labour market governance: the case of the british and german media production industries. *Work, employment and society* 16: 27-46.
- Baumann, Arne, und Helmut Voelzkow. 2004. Recombining governance modes: the media sector in Cologne. In *Changing governance of local economies: responses of european local production systems*, Hrsg. Colin Crouch, Patrick Legalés, Carlo Trigilia, Helmut Voelzkow, 261-282. Oxford: Oxford University Press.
- Bolenz, Eckhard. 1991. *Vom Baubeamten zum freiberuflichen Architekten: Technische Berufe im Bauwesen (Preußen/Deutschland, 1799 – 1931)*. Frankfurt a. M.: Lang.
- Bourdieu, Pierre. 1983. Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In *Soziale Ungleichheiten*, Soziale Welt, Sonderband 2., Hrsg. Reinhard Kreckel, 183-198. Göttingen: Otto Schwartz.
- Burt, Roland S. 1992. The social structure of competition. In *Networks and organizations. Structure, form, and action*, eds. Nitin Nohria, Robert G. Eccles, 57-91. Boston: Harvard Business School Press.
- Clark, Vincent Alan. 1985. Entstehung und Professionalisierung der Architektenberufe in England und Deutschland im 19. und 20. Jahrhundert, In *Bildungssystem und Professionalisierung in internationalen Vergleichen. Bildungsbürgertum im 19. Jahrhundert* 1, Hrsg. Werner Conze, Jürgen Kocka, 529-542. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Coser, Lewis A. 1974. *Greedy institutions. Patterns of undivided commitment*. New York: Free Press.
- Coser, Rose Laub. 1961. Insulation from observability and types of social conformity. *American Sociological Review* 26: 28-39.
- Coser, Rose Laub. 1984. The greedy nature of Gemeinschaft. In *Conflict and consensus. A Festschrift in honor of Lewis A. Coser*, eds. Walter W. Powell, Richard Robbins, 221-239. New York: Free Press.
- Crozier, Michel, und Erhard Friedberg. 1979. *Macht und Organisation*. Königstein i. Ts.: Athenäum Verlag.
- Dahrendorf, Ralf. 1956. Industrielle Fertigkeiten und soziale Schichtung. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 8: 540-568.
- Edwards, Richard C. 1984. Forms of control in the labor process: an historical analysis. In *Critical studies in organization and bureaucracy*, eds. Frank Fischer, Sirianni Carmen, 109-142. Philadelphia: Temple University Press.

- Eikhof, Doris Ruth, und Axel Haunschild. 2007. For art's sake! Artistic and economic logics in creative production. *Journal of Organizational Behavior* 28: 523-538.
- Elbing, Sabine, und Helmut Voelzkow. 2006. Marktkonstitution und Regulierung der unabhängigen Film- und Fernsehproduktion – Staat, Verbände und Gewerkschaften im deutsch-britischen Vergleich. *Industrielle Beziehungen* 13: 314-339.
- Faulkner, Robert R., und Andy B. Anderson. 1987. Short-term projects and emergent careers: evidence from Hollywood. *American Journal of Sociology* 92: 879-909.
- Finlay, William. 1982. Workers' control and control of workers: the case of West Coast longshoremen. *Critical Sociology* 11: 51-61.
- Freidson, Eliot. 2001. *Professionalism. The third logic*. Cambridge: Polity Press.
- Goodman, Richard Alan, und Lawrence Peter Goodman. 1976. Some management issues in temporary systems: a study of professional development and manpower – the theater case. *Administrative Science Quarterly* 21: 494-501.
- Gottschall, Karin, und Sigrid Betzelt. 2001. Alleindienstleister im Berufsfeld Kultur – Versuch einer erwerbssoziologischen Konzeptionalisierung. *ZeS-Arbeitspapier* 18: 1-25.
- Grabher, Gernot. 2002. Cool projects, boring institutions: temporary collaboration in social context. *Regional Studies* 36.3: 205-214.
- Granovetter, Mark S. 1995. *Getting a job. A study of contacts and careers*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Granovetter, Mark S. 2002. The strength of weak ties. In *Social networks. Critical concepts in sociology* 1, ed. John Scott, 60-80. London, New York: Routledge.
- Heckscher, Charles, und Lynda M. Applegate. 1994. Introduction. In *The post-bureaucratic organization: new perspectives on organizational change*, ed. Charles Heckscher, Lynda M. Applegate, 1-13. Thousand Oaks: Sage.
- Jones, Candace. 1996. Careers in project networks: The case of the film industry. In *The boundaryless career. A new employment principle for a new organizational era*, eds. Michael B. Arthur, Denise M. Rousseau, 58-75. New York: Oxford University Press.
- Kocyba, Hermann, und Stephan Voswinkel. 2008. Kritik (in) der Netzwerkökonomie. In *Ein neuer Geist des Kapitalismus?*, Hrsg. Gabriele Wagner, Philipp Hessinger, 41-62. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Koppetsch, Cornelia. 2006. Zwischen Disziplin und Kreativität. Zum Wandel beruflicher Identitäten im neuen Kapitalismus. *Berliner Journal für Soziologie* 16: 155-172.
- Martin Kronauer, und Gudrun Linne, Hrsg. 2005. *Flexicurity. Die Suche nach Sicherheit in der Flexibilität*. Berlin: Edition Sigma.
- Lazarsfeld, Paul F., und Robert K. Merton. 1954. Friendship as social process: a substantive and methodological analysis. In *Freedom and control in modern society*, eds. Morroe Berger, Theodore Abel, Charles H. Page, 18-66. New York: D. Van Nostrand.
- Lipset, Seymour Martin, Martin Trow und James Coleman, 1956. *Union democracy. The inside politics of the international typographical union*. New York: Free Press.
- Littek, Wolfgang, Ulrich Heisig und Christel Lane. 2005. Die Organisation professioneller Arbeit in Deutschland. Ein Vergleich mit England. In *Organisation und Profession*, Hrsg. Thomas Klattetzki, Veronika Tacke, 73-188. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Littler, Craig R. 1982. *The development of the labour process in capitalist societies*. London: Heinemann Educational Books.
- Lundin, Rolf A., und Anders Söderholm. 1995. A theory of the temporary organization. *Scandinavian Journal of Management* 11: 437-455.
- Manwaring, Tony. 1984. The extended internal labour market. *Cambridge Journal of Economics* 8: 161-187.
- Marrs, Kira, und Andreas Boes. 2003. Alles Spaß und Hollywood? Arbeits- und Leistungsbedingungen bei Film und Fernsehen. In *Dienstleistungsarbeit. Auf dem Boden der Tatsachen. Befunde aus Handel, Industrie, Medien und IT-Branche*, Hrsg. Markus Pohlmann, Dieter Sauer, Gudrun Trautwein-Kalms, Alexandra Wagner, 187-242. Berlin: Edition Sigma.
- Marsden, David. 2004. The 'network economy' and models of the employment contract. *British Journal of Industrial Relations* 42: 659-684.

- Marsden, Peter V., und Elizabeth H. Gorman. 2001. Social networks, job changes, and recruitment. In *Sourcebook of labor markets*, eds. Ivar E. Berg, Arne L. Kalleberg, 467-501. New York: Kluwer Academic/Plenum Publishers.
- McPherson, Miller, Lynn Smith-Lovin und James M. Cook. 2001. Birds of a feather: homophily in social networks. *Annual Review of Sociology* 27: 415-444.
- Midler, Christophe. 1995. „Projectification“ of the firm: the Renault case. *Scandinavian Journal of Management* 11: 363-375.
- Mintzberg, Henry. 1979. *The structuring of organizations. The synthesis of the research*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Moldaschl, Manfred, und Dieter Sauer. 2000. Internalisierung des Marktes – Zur neuen Dialektik von Kooperation und Herrschaft. In *Begrenzte Entgrenzungen*, Hrsg. Heiner Minssen, 205-224. Berlin: Edition Sigma.
- Offe, Claus. 1970. *Leistungsprinzip und industrielle Arbeit*. Frankfurt a. M.: Europäische Verlagsanstalt.
- Osterland, Martin. 1990. „Normalbiographie“ und „Normalarbeitsverhältnis“. In *Lebenslagen, Lebensläufe, Lebensstile*, Hrsg. Peter A. Berger, Stefan Hradil, 351-362. Göttingen: Otto Schwartz & Co.
- Parsons, Talcott. 1951. *The social system*. New York: The Free Press.
- Polanyi, Karl. 2001. *The great transformation. The political and economic origins of our time* (1944). Boston: Beacon Press.
- Powell, Walter P. 1996. Weder Markt noch Hierarchie. Netzwerkartige Organisationsformen. In *Organisation und Netzwerke. Institutionelle Steuerung in Wirtschaft und Politik*, Hrsg. Patrick Kenis, Volker Schneider, 213-271. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Powell, Walter W. 2001. The capitalist firm in the twenty-first century: emerging patterns in western enterprise. In: *The twenty-first century firm*, ed. Paul DiMaggio, 33-68. Princeton und Oxford: Princeton University Press.
- Rosenfeld, Rachel A. 1992. Job mobility and career processes. *Annual Review of Sociology* 18: 39-61.
- Sauer, Dieter. 2002. *Neue Zumutungen an Arbeitskraft im Prozess kapitalistischer Restrukturierung. Unselbstständige Selbstständige oder Arbeitskraftunternehmer? Kontroversen über Autonomie und Herrschaft in der neuen Unternehmensorganisation*. ISF München.
- Saxenian, Annalee. 2001. Inside-out: regional networks and industrial daptation in Silicon Valley and route 128. In *The sociology of economic life*, eds. Mark Granovetter, Richard Swedberg, 357-375. Boulder und Oxford: Westview Press.
- Sengenberger, Werner. 1987. *Struktur und Funktionsweise von Arbeitsmärkten. Die Bundesrepublik Deutschland im internationalen Vergleich*. Frankfurt a. M., New York: Campus Verlag.
- Simmel, Georg. 1992. *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung* (1922). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Stinchcombe, Arthur L. 1959. Bureaucratic and craft administration of production: a comparative study. *Administrative Science Quarterly* 4: 168-187.
- Streeck, Wolfgang. 1988. *Status und Vertrag als Grundkategorien einer soziologischen Theorie der industriellen Beziehungen*. Discussion Paper FS I 88 – 3. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung.
- Streeck, Wolfgang, und Kathleen Thelen. 2005. Introduction: institutional change in advanced political economies. In *Beyond continuity. Institutional change in advanced political economies*, eds. Wolfgang Streeck, Kathleen Thelen, 1-39. New York: Oxford University Press.
- Struck, Olaf, Michael Grotheer, Tim Schröder und Christoph Köhler. 2007. Instabile Beschäftigung. Neue Ergebnisse zu einer alten Kontroverse. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 59: 294-317.
- Syben, Gerd. 1997. Integration and disintegration of roles and actors: the German contracting system under change. In *Le Groupe Bagnolet*, working paper No. 10.
- Sydow, Jörg, und Arnold Windeler. 1999. Projektnetzwerke: Management von (mehr als) temporären Systemen. In *Kooperation im Wettbewerb. Neue Formen und Gestaltungskonzepte im Zeichen der Globalisierung und Informationstechnologie*, Hrsg. Johann Engelhard, Elmar J. Sinz, 211-235. Wiesbaden: Gabler Verlag.

- Tolbert, Pamela S. 1996. Occupations, organizations, and boundaryless careers. In *The boundaryless career. A new employment principle for a new organizational era*, eds. Michael. B. Arthur, Denise M. Rousseau, 331-349. New York und Oxford: Oxford University Press.
- Voß, G. Günter. 2001. Auf dem Weg zum Individualberuf? Zur Beruflichkeit des Arbeitskraftunternehmers. In *Aspekte des Berufs in der Moderne*, Hrsg. Thomas Kurtz, 287-314. Opladen: Leske + Budrich.
- Voß, G. Günter. 1998. Die Entgrenzung von Arbeit und Arbeitskraft. Eine subjektorientierte Interpretation des Wandels der Arbeit. *Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung* 31: 473-487.
- Weber, Max. 1972. *Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriß der verstehenden Soziologie* (1921). Tübingen: Mohr.
- Weber, Max. 1988. *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie I* (1920). Tübingen: Mohr.
- Whitley, Richard. 2006. Project-based firms: new organizational form or variations on a theme? *Industrial and Corporate Change* 15: 77-99.
- Windeler, Arnold. 2004. Organisation der TV-Produktion in Projektnetzwerken. In: *Organisation der Content-Produktion*, Hrsg. Jörg Sydow, Arnold Windeler, 55-76. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Korrespondenzanschrift: Birgit Apitzsch, Universität Duisburg-Essen, Institut für Soziologie,
Lotharstr. 65, 47057 Duisburg
E-Mail: birgit.apitzsch@uni-due.de

„BETRIEBLICHE SOZIALORDNUNG“ ALS BASIS ÖKONOMISCHER LEISTUNGSFÄHIGKEIT

Hermann Kotthoff

Zusammenfassung: Das Konzept „Betriebliche Sozialordnung“ verweist auf ein System reziproker Erwartungen zwischen Unternehmern/Managern und Beschäftigten in einem Betrieb, das Koordination und Kooperation als Voraussetzung für wirtschaftlich ertragreiches Arbeiten ermöglicht. Es werden verschiedene Typen von Sozialordnung vorgestellt und Ansätze erörtert, die versuchen, ihre ökonomischen Wirkungen abzuschätzen. Wengleich eine vertrauensbasierte und integrative (High-Trust-)Sozialordnung in der Regel, insbesondere bei qualifizierter und kreativer Arbeit, eine notwendige Voraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg ist, so gibt es durchaus auch Konstellationen, in denen wirtschaftlicher Erfolg mit einer instrumentalistischen (Low-Trust-)Sozialordnung gekoppelt ist.

I. Einleitung

Warum arbeiten die Arbeiter?¹ Die Antwort scheint auf der Hand zu liegen: Sie arbeiten aus Selbstinteresse, zu ihrem Vorteil. Sie begeben sich auf den Arbeitsmarkt und schließen als freie Bürger einen Arbeitsvertrag ab, um Geld zu verdienen. Hier liegt bereits der erste Stolperstein, denn es handelt sich beim Arbeitsvertrag lediglich formal und scheinbar um einen freien Vertrag. Der Arbeiter unterschreibt, weil er muss, denn er hat keine andere Alternative sein Brot zu verdienen, er tut es aus strukturellem Überlebenszwang. Aber auch für den Arbeitgeber, der strukturell die überlegene Macht auf dem Markt besitzt, sind mit dem Vertragsabschluss keineswegs die Probleme gelöst. Denn der Vertrag ist unvollständig, da er nur festlegt, dass der Arbeiter für eine bestimmte Zeit seine Arbeitskraft anbietet, aber nicht wie nützlich oder nutzlos er diese anwendet. Der Arbeitgeber steht vor einem Transformationsproblem (Deutschmann 2002: 95 ff.): Wie kann er die Arbeiter veranlassen, das Potenzial Arbeitskraft in konkrete nützliche Arbeit umzuwandeln, anstatt dass sie bummeln, bremsen, Ausschuss produzieren, Sabotage betreiben, montags blau machen, „krank feiern“, Dienst nach Vorschrift machen oder schon nach kurzer Zeit das Handtuch werfen (Fluktuation)? Darauf haben Industrie- und Arbeitssoziologen seit langem und mit hohem Konsens innerhalb des Fachs die Antwort gegeben: Der Arbeitgeber veranlasst durch äußere Kontrollen, durch Zwang und Macht die Arbeiter dazu, nach seinen Anweisungen zu arbeiten, sei es durch einen bürokratischen Kontrollapparat (Hierarchie, Befehl und Gehorsam) und/oder durch technische Kontrolle, durch die Arbeiter zu Anhängseln

1 So lautet der lakonische Titel eines Aufsatzes von Berger (1995).

der Maschine werden, die ihnen den Produktionsrhythmus aufzwingt. In beiden Fällen wird ihnen die Kontrolle über ihre eigene Arbeit geraubt.

Ein Blick in die Geschichte der Arbeit scheint den Kontrolltheorien Recht zu geben. In der Frühphase der Industrialisierung wurde die Fabrik in zahlreichen Fällen zu kasernierten Arbeitshäusern. Marx bezeichnet die Fabriken seiner Zeit als „satanic mills“. Während der Hochphase der Industrialisierung in Deutschland orientierten sich viele Unternehmer an militärischen Formen der Disziplinierung. Die Fabrik war ein Kasernenhof mit straffer Hierarchie und einem abgestuften System von Disziplinarstrafen. Die klassische Form von Kontrolle im Zeitalter der Massenproduktion ist der Taylorismus, der das Motiv Selbstinteresse (Akkordentlohnung) anspricht und die von Personen ausgeübte Kontrolle durch ein enges Korsett bürokratisch-technischer Kontrolle (Fließband) ersetzt.

Die Kontrolltheorien unterstellen, dass ein mechanisch wirkendes anonymes Kontrollsystem die Arbeiter zum Arbeiten veranlasst. Aber das ist eine Fiktion, denn trotz oder wegen dieses Kontrollsystems hatten die Arbeitgeber wachsende Probleme mit der Transformation von Arbeitskraft in Arbeit. Spätestens seit den Hawthorne-Studien in den USA verbreitete sich die Einsicht, dass es nicht reicht, dass die Arbeiter arbeiten müssen, sie müssen auch arbeiten wollen. Produktives, intelligentes, innovatives, gewinnbringendes Arbeiten lässt sich durch Kontrollsysteme allein nicht erreichen. Nicht nur anspruchsvolle qualifizierte Arbeit, sondern selbst das Inganghalten eines engen tayloristischen Kontrollsystems funktioniert nicht ohne vorausschauendes, umsichtiges, mitdenkendes Verhalten der Arbeiter, das nicht erzwungen werden kann. Die Frage: Warum arbeiten die Arbeiter? stellt sich daher erneut in einer anderen Variante, nämlich: Unter welchen Voraussetzungen *wollen* sie freiwillig mitdenkend, produktiv und gewinnbringend arbeiten? Und woran liegt es, wenn sie es nicht tun?

Auf diese Frage will das Konzept der „Betrieblichen Sozialordnung“ eine Antwort geben. Es geht davon aus, dass produktives Arbeiten eine auf Vertrauen gründende Kooperation und Einverständnis zwischen dem Arbeitgeber und den Beschäftigten voraussetzt, d. h. eine Koordination der arbeitsbezogenen Erwartungen beider Seiten und einen belastbaren Konsens über die Rechte und Pflichten, über Kriterien für gute Arbeit und für faire Behandlung der Arbeiter. Eine solche Kooperation ermöglichendes Einverständnis geht nicht aus dem Arbeitsvertrag hervor und wird auch nicht jedes Mal neu zwischen einem einzelnen Beschäftigten und dem Arbeitgeber ad hoc hergestellt. Vielmehr besteht im Betrieb ein überindividuelles System einer stabilen Erwartungskoordination, eine Makrostruktur von Vorstellungen, Konzepten, Regeln und Routinen richtigen und angemessenen Arbeitshandelns, die das zukünftige Verhalten der Akteure füreinander vorausschaubar macht. Sie baut somit Unsicherheit und Misstrauen ab, indem sie das Risiko, getäuscht und hintergangen zu werden, verringert (vgl. analog Beckert 2007 zur Konstitution von Märkten).

Diese Makrostruktur bezeichne ich als „Betriebliche Sozialordnung“. Sie besteht aus Inhalten, die häufig in einer verallgemeinerten und vagen Weise als informelle oder implizite Regeln bezeichnet werden. Damit ist lediglich gesagt, dass sie nicht aus dem formalen Arbeitsvertrag und den formalen Kontrollsystemen stammen, aber noch nicht, woher sie sonst kommen.

Das Konzept der Betrieblichen Sozialordnung geht davon aus, dass das Arbeitshandeln eingebettet ist in soziale, institutionelle und kulturelle Kontexte, aus deren Koor-

dinationsleistungen (Erwartungsstrukturen) sich auch die arbeitsbezogene Koordination im Betrieb konstituiert. Diese Übertragung, selektive Anwendung und Beeinflussung geschieht nicht mechanisch-deterministisch, sondern in konkreten Interaktionen von Akteuren, deren soziale Identität durch diese Kontexte geprägt ist. Die Kontexte können soziale Beziehungen (direkte soziale Kontakte/Netzwerke) sein wie Vereine, Clubs etc., die Granovetter (1985) vor allem mit „sozialer Einbettung“ meint; ferner Institutionen wie z. B. Familie, Arbeitsmarkt, die vom Staat und Wirtschaftsverbänden geschaffenen Institutionen der *Industrial Relations*, religiöse, politische und Bildungsinstitutionen, schließlich kognitive Konzepte wie z. B. Leitbilder, Managementkonzepte und Orientierungsmuster. Das Arbeitshandeln ist situiert und integriert in diesen sozialen Kontexten. Arbeitshandeln wird damit von einem rein instrumentellen Handeln zu einem sozial-moralischen Handeln. Aus dem nackten Tausch „Leistung gegen Geld“ wird eine Beziehung. Die „Ordnung“ als ganzheitlich-kollektives Geflecht der Erwartungskoordination tritt dem individuellen Akteur als eine eigene Realität gegenüber und konstituiert und modelliert seine Interessen, Ziele und Strategien, sie wird umgekehrt durch sein Handeln bekräftigt oder verändert. Die darin enthaltene wirtschaftssoziologische Kernaussage lautet, dass wirtschaftliche Leistungsfähigkeit erklärt wird durch den sozialen Kontext.

Auf diesem Hintergrund sind seit Anfang des letzten Jahrhunderts zahlreiche Reformbewegungen und auf praktisch-betriebliches Handeln orientierte wissenschaftliche Konzepte entstanden, die anstrebten, durch Reduzierung von Zwang und durch „menschwürdige Behandlung“ die Kooperations- und Leistungsbereitschaft der Arbeiter zu erhöhen. Die bekannteste darunter ist wohl die Human-Relations-Bewegung, die einen Weg zur Lösung des Transformationsproblems in der Beachtung des Grundsatzes „Menschen wie Menschen behandeln“ entdeckte; eine Entdeckung in den Hawthorne-Experimenten, die Roethlisberger als „atemberaubend“ bezeichnet. Die Akkordleistung der Arbeiterinnen stieg, wenn sie z. B. miteinander sprechen durften. „Ein Alpdruck war von ihnen genommen als sie nun auch bei der Arbeit sprechen durften. Man beschäftigte sich eingehend mit ihrem Gesundheitszustand und ihrem Wohlbefinden. Ihre Meinungen, Hoffnungen und Ängste wurden sorgfältig zur Kenntnis genommen. *Dadurch erklärt sich die positive Haltung der Arbeiterinnen und ihre höhere Arbeitsleistung*“ (Roethlisberger 1954: 18 f.). Ein zivilisierter Umgangston und die Beachtung gruppenspezifischer Prozesse gehören seitdem zum Programm von Führungsschulungen und haben zweifellos wesentlich zu einer Verbesserung des „Klimas“ beigetragen.

Die deutsche Industriosozilogie griff im „Betriebsklima-Ansatz“ in den 1950er-Jahren diese Impulse auf. Die Beschäftigten wurden sorgfältig nach ihrem Wohlergehen und ihrer Zufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen befragt, was aber kaum zu einem weiteren Erkenntnisgewinn hinsichtlich der sozialen Beziehungen im Betrieb führte. In den folgenden zwei Jahrzehnten dominierte das Fordismus-Theorem und dessen neomarxistische Interpretation die industriosozilogischen Debatten. Dieses erkannte in dem vorherrschenden Arbeits- und Betriebssystem keine Potentiale für eine sozial-moralische Gestaltung und zeigte kein Interesse an den „weichen Faktoren“. Das hing vermutlich auch damit zusammen, dass die Gefährdung wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit in der damaligen wirtschaftlichen Prosperitätsphase kein Thema war.

Die Situation änderte sich mit dem „Japan-Schock“. Die Befürchtung, dass die westlichen Volkswirtschaften aufgrund von explizit sozial-moralischen Defiziten inter-

national nicht mehr leistungs- und konkurrenzfähig seien, führte zu einem Boom des Managementkonzepts *Unternehmenskultur*. Das Konzept löste eine Welle auch von akademischer Begeisterung für die sogenannten „weichen Faktoren“ aus, die zum Allheilmittel der Gestaltung der betrieblichen Arbeitsverhältnisse avancierten.

Im Zentrum des Konzeptes Unternehmenskultur steht das Interesse an einer „starken“ Kultur, die geprägt ist durch gemeinsam geteilte Normen, Werte, und Basisannahmen vor allem hinsichtlich der Deutung des Unternehmenszieles, der aktuellen Aufgabenstellung, und der richtigen Lösungsansätze (Peters und Waterman 1982; Schein 1995). Kultur wird selektiv definiert aus der Perspektive eines Managements, das einen Feldzug gewinnen will und von der „Truppe“ Höchstleistungen fordert. Dieses aggressiv-elitär gerichtete Korpsgeist-Denken machte den literarischen Reiz, aber auch die Schwäche des Konzeptes aus. Im Geist eines Wirtschaftskampfes wird ein für religiöse Orden typischer Grad an normativem Konsens gefordert, aber die Bedingungen seiner Entstehung und Bewahrung bleiben unbeachtet. Aus sozialwissenschaftlicher Sicht wurde das Konzept schon bald als „Firmenideologie“ (Wittel 1997), „Vereinnahmungsstrategie“ (Neuberger und Kompa 1993), und „kultureller Imperialismus“ (Deutschmann 1989) infragegestellt. Seine analytischen Potenziale kamen kaum zum Tragen und es hat nur wenig empirische Forschung angeregt. Seine Wirkungsgeschichte gleicht einer Mode-Kampagne der Beraterindustrie, die inzwischen abgeflaut ist (Brinkmann 2006).

II. Das Konzept „Betriebliche Sozialordnung“

Das wesentliche Moment der Beziehung zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer im Betrieb ist die asymmetrische Machtverteilung. Kooperation anstatt (Klassen-)Kampf, Goodwill statt Feindseligkeit setzt voraus, dass die Arbeitnehmer den Machtvorsprung des Unternehmers anerkennen, ihn für legitim halten. Anerkannte Macht ist Autorität, die dem Mächtigen zuerkannt, quasi geschenkt wird. Aus Macht wird Herrschaft: ein sozial-moralisches Verhältnis wechselseitiger Anerkennung. Diese Transformation gelingt aber nur, wenn der Machtüberlegene seine Macht so ausübt, dass fundamentale Erwartungen und Bedürfnisse der Machtunterlegenen anerkannt und erfüllt werden. Das ist nur vorstellbar, wenn der Mächtigere den weniger Mächtigen ebenfalls als Person anerkennt, d. h. wertschätzt, sich für seinen Schutz und sein Wohlergehen interessiert und für ihn sorgt. Auf diese Weise entsteht Loyalität und ein Gefühl der Interdependenz und der Zusammengehörigkeit. Die spezifische Moral und Form des jeweiligen Autoritätsmusters prägt wesentlich die Sozialordnung.

Weil das Herrschaftsproblem eine dominante Rolle im Konzept der betrieblichen Sozialordnung einnimmt, steht bei dessen Analyse die Beziehung zwischen dem Unternehmer/Top-Manager und der Belegschaft im Mittelpunkt. Das Führungsverhalten der obersten Entscheidungsebene, deren Kommunikation mit den Beschäftigten, die personalen Aspekte in diesem Verhältnis, die imaginierten Bilder, die sich die Beschäftigten in sehr großen Betrieben, in denen keine direkte Begegnung zwischen der obersten und der unteren Ebene mehr möglich ist, von den Top-Managern machen, stehen im Mittelpunkt. Die Bedeutung des Unternehmers/Top-Managers wird nicht nur in seiner wirtschaftlich-unternehmerischen Funktion auf dem Markt gesehen, sondern maßgeb-

lich auch in seiner sozial-unternehmerischen Wirkung auf das Innenleben der Firma. Seine soziale Identität (Sozialcharakter, Herkunft, Karrieremuster, persönliches Verhältnis zum Betrieb) ist eine wichtige Erklärungsvariable, wie umgekehrt ebenso die soziale Identität, d. h. die gesellschaftliche Persönlichkeitsprägung, der Belegschaft.

Zwar gibt es unterhalb des Gesamtbezuges zahlreiche Differenzierungen wie Abteilungen und Arbeitsgruppen, die ihre eigenen Subkulturen ausbilden, oder die Differenz zwischen Stamm- und Randbelegschaft, zwischen Altbetrieb und fusioniertem oder übernommenem Fremdbetrieb. Jedoch lassen sich die Funktionsweisen solcher Differenzierungen nur auf der Folie der Makrostruktur sinnvoll interpretieren.

Es gibt in Deutschland eine Tendenz, die betriebliche Sozialordnung gleichzusetzen mit den Institutionen der Industriellen Beziehungen im Betrieb, d. h. mit Betriebsrat und Gewerkschaft. Sie kann aber nicht darauf reduziert werden, weil es in zahlreichen Betrieben diese Institutionen nicht gibt oder weil sie nur eine periphere Rolle spielen. Auch wenn andererseits die institutionalisierten Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen in manchen, vor allem großen Betrieben eine herausragende Rolle in der Gestaltung der Sozialordnung spielen, geht diese nicht darin auf.

Kontrolltheorien der Arbeit haben häufig eine stark generalisierende Ausrichtung auf kapitalistische und bürokratisch-technisch subsumierte Arbeit „überhaupt“. Fraglos gibt es einen solchen Bestand an generellen Merkmalen von Arbeitsorganisationen in den industriell entwickelten Ländern. Aber die Unterschiede zwischen verschiedenen Ländern und Ländergruppen, u. a. angelsächsische, kontinental-europäische, skandinavische, ostasiatische, sind erheblich. Und auch innerhalb eines Landes gibt es Unterschiede nach Branchen, Regionen, ja nach einzelnen Betrieben. Da der Einzelbetrieb die konkreteste Form der Organisation von Arbeit ist, ist das Konzept Sozialordnung forschungsstrategisch auf die Beziehungen an diesem Ort konzentriert. Das Ziel ist aber, typische Übereinstimmungen und Gemeinsamkeiten zwischen Betrieben herauszufinden. Auf diese Typen von Betrieblichen Sozialordnungen, nicht den Einzelfall, richtet sich das Erkenntnisinteresse.

Die Erwartungsinhalte, die bei der Koordinierung durch die Makrostruktur „Betriebliche Sozialordnung“ in besonderer Weise Berücksichtigung verlangen, sind außer gerechtem Lohn und zusätzlichen betriebliche Sozialleistungen: die Sicherheit des Arbeitsplatzes (Verzicht des Arbeitgebers auf kurzfristige Personalanpassung durch betriebsbedingte Kündigungen), personale Anerkennung und Wertschätzung aufgrund des kooperativen Beitrags für den Firmenerfolg, „ordentliche“, dem Zivilisationsstand entsprechende Menschenbehandlung (Führungsverhalten), Raum für lebensweltliche Bezüge und für die Vereinbarkeit von Arbeit und Leben.

Und generelle Erwartungsinhalte des Managements an die Beschäftigten sind: Anerkennung der Herrschafts- und Autoritätsansprüche, Leistungs- und Kooperationsbereitschaft, gute und ergebnisorientierte Arbeit; und gegenwärtig in zunehmendem Maße die Erwartung selbstreguliertes, verantwortlich-autonomes, beitragsorientiertes Arbeiten; eine Erwartung, die bisher überwiegend nur an die Fach- und Führungskräfte gestellt wurde.

Die Autoritätsmuster im Betrieb sind eingebettet in die Autoritätsmuster, die in der umgebenden Gesellschaft gültig sind. Diese dienen als Vorbilder und Richtschnur. Häufig waren es Muster, die aus der vorindustriellen Gesellschaft stammen: Patriarchalische, paternalistische, ständische, handwerkliche, feudalistische, militärische Muster.

„Der freie Arbeitsvertrag mit seinen modernen Tugenden der individuellen Freiheit und Gleichheit herrscht ... nur an der Oberfläche des Arbeitsmarktes. Sobald wir jedoch den Betrieb betreten, stoßen wir auf Verhältnisse von Gemeinschaft, Führer und Gefolgschaft. Hier liegt möglicherweise eine wichtigere Erklärung für den Erfolg des modernen Managements als in der Rationalisierung formeller Organisation“ (Deutschmann 2002: 129). Der kapitalistische Betrieb lebt von den sozialmoralischen Polstern, von den Vertrauens- und Kooperationsgeneratoren aus der vordemokratischen Vergangenheit (Fox 1974). Was tritt an ihre Stelle, wenn diese Polster dünner werden oder aufgebraucht sind?

Weil die betrieblichen Koordinationsmuster, wie erwähnt, nicht aus den sozialen Kontexten, in den sie eingebettet sind, deterministisch abgeleitet werden können, sondern interaktiv entstehen, ist der Ansatz „Betriebliche Sozialordnung“ interaktionistisch ausgerichtet. Und weil die gegenwärtigen Interaktionen im Horizont der Beziehungsgeschichte stattfinden, ist der Ansatz in einer pointierten Weise historisch orientiert. Vertrauensbeziehungen wachsen langsam, können aber in einem Augenblick zerstört werden. Eine aktuelle betriebliche Sozialordnung ist ohne ihre Vorgeschichte nicht verständlich. Die gehaltvollsten Untersuchungen von Sozialordnungen sind daher geschichtswissenschaftliche, die bis zur Unternehmensgründung zurückgehen, und soziologische Follow-up-Untersuchungen, die zumindest einen relevanten Abschnitt der betrieblichen Zeitgeschichte einfangen.

Außer dem Konzept „Betriebliche Sozialordnung“ wurden in der deutschen Arbeits- und Industriosozilogie weitere Ansätze entwickelt, die ähnliche Ziele verfolgen und eine Reihe von Berührungspunkten mit dem Konzept Sozialordnung haben, wie das Konzept der „Betrieblichen Sozialverfassung“ (Hildebrandt und Seltz 1989), das die Rolle interessenpolitischer Aushandlungen betont, und das Konzept der „Betrieblichen Arbeitskulturen“ (Senghaas-Knobloch et al. 1996), das die Selbstbehauptungspraktiken von Beschäftigten in tayloristisch-fordistischen Arbeitsprozessen in den Mittelpunkt stellt, sowie das daran anschließende Konzept „Sozialer Erwartungsstrukturen“ (Becke 2008).

III. Typen von Sozialordnungen

In mehreren Studien (Kotthoff und Reindl 1990; Kotthoff 1997; Kotthoff und Wagner 2008) haben wir herausgefunden, dass sich die betrieblichen Sozialordnungen vor allem auf zwei Achsen von Beziehungsqualitäten unterscheiden: Auf dem Kontinuum gemeinschaftlich-instrumentalistischer und autokratisch-liberaler/konstitutioneller Beziehungen.

Integrativ-gemeinschaftliche Sozialordnungen zeichnen sich durch „High-Trust“-Beziehungen aus. Die Koordination der Erwartungen und die darauf gründende Kooperation ist sehr dicht und geschieht in einer wechselseitig positiv gestimmten emotionalen Qualität der Beziehung zwischen Unternehmer/Top-Management und Beschäftigten „... dort (besteht) eine subjektiv gefühlte Zusammengehörigkeit zwischen Unternehmer und Belegschaft, die sich als gemeinsame Verantwortlichkeit für den Betrieb, als wechselseitige Abhängigkeit ... als Relativierung der Kontrollfrage und als Offenheit für direkte Berührungen, kurzum: als eine Beziehungsstruktur, in der Leistungen und Er-

leichterungen mit Leichtigkeit von einer zur anderen Seite wechseln, ausdrückt“ (Kotthoff und Reindl 1994: 354). Die besondere Note dieser Beziehung liegt in dem „Darüber hinaus“, in dem „Extra“, das spontan, freiwillig und großzügig hinzukommt. Konkret zeigt es sich z. B. oft an der Bereitschaft der Beschäftigten zu kurzfristiger Mehrarbeit („helfen, wenn Not am Mann ist“) und Extraleistungen (wenn der Kunde vor der Tür steht) und z. B. an der Bereitschaft des Unternehmens, bei Absatzschwankungen auf betriebsbedingte Kündigungen zu verzichten, oder auf private/familiäre Schwierigkeiten Rücksicht zu nehmen. Der Unternehmer/Manager praktiziert ein Führungsverhalten, das ein persönliches Interesse an und Wertschätzung für die Arbeit der Beschäftigten ausdrückt, und im Modus der Kommunikation die Beschäftigten als Produzenten und nicht als Störfaktoren anspricht. Die Arbeitnehmer stellen reziprok an den Unternehmer/Manager die Erwartung, dass er sich selber mit dem Unternehmen identifiziert, sich anstrengt, es ökonomisch erfolgreich zu führen („Aufträge hereinholt“), und im Innern „für Ordnung sorgt“, d. h. Partikularismen und Anomie verhindert („Verantwortliche zur Rechenschaft zieht“). Der Betrieb ist hier für die Akteure in einer mehr oder weniger ausgeprägten Form eine symbolische Familie.

Dieses Muster der Erwartungskoordination lässt sich in folgende Merkmale verdichten: Produktivismus (Arbeit wird als produktive „schöpferische“ Leistung der Beschäftigten gedeutet und wertgeschätzt), Ökonomismus (die Beschäftigten reflektieren im Arbeitshandeln die Marktabhängigkeit des Betriebs und zollen der unternehmerischen Leistung des Unternehmers Anerkennung); besonders in Klein- und Mittelbetrieben kommt das Merkmal Transparenz und personale Führung hinzu (beide Seiten haben eine Abneigung gegen doppelte bürokratische Wirklichkeiten und bevorzugen die Entscheidung durch persönliche Präsenz des Unternehmers).

In der autokratischen Variante tritt die gemeinschaftliche Sozialordnung u. a. in folgenden Typen auf: „Patriarchate“ (in Klein- und Mittelbetrieben), „Paternalistischer Ständestaat“ bzw. „patrimoniale Bürokratie“ (ein verbreitetes Muster in deutschen Großbetrieben). Diese an vordemokratischen Autoritätsmustern orientierten Typen waren bisher in kontinentaleuropäischen Ländern weit verbreitet, befinden sich aktuell aber mehr und mehr auf dem Rückzug. In der egalitären oder liberal-konstitutionellen Variante tritt die gemeinschaftliche Sozialordnung auf in den Typen „Pragmatische Produktionsgemeinschaften“ (kleine handwerksähnliche Produktionsbetriebe mit einem mitarbeitenden Chef und in der modernen Spielart kleine New-Economy-Betriebe mit egalitär-teamartigen Koordinationsmechanismen) und im Typus „Integrative Bürgergesellschaften“ (Verkörperung der wechselseitigen Anerkennung in stärker versachlichten und distanzierteren Beziehungen unter dem Leitbild Sozialpartnerschaft, in der die Interessenvertretungsinstitution Betriebsrat einen festen Platz hat).

Die *instrumentalistische Sozialordnung* ist am Leitbild des Kontrollparadigmas orientiert. Das Menschenbild ist das des homo oeconomicus. Der Betrieb ist in der Vorstellung des Managements ein Ort nackter Kapitalverwertung bzw. eine Organisationsmaschine, die Handlungsprinzipien Reziprozität und Interdependenz sind nur schwach ausgeprägt. Die Merkmale Produktivismus, Ökonomismus und personale Führung kommen nicht zur Geltung. Das Top-Management zeigt wenig Wertschätzung für die Arbeit der Arbeiter. Die autokratische Variante der instrumentalistischen Sozialordnung ist das repressiv-autoritäre Zwangsregime, dass in Klein- und Mittelbetrieben als persönliche Tyrannei auftreten kann und in größeren Betrieben als ein totalitäres Regime

(„Seelenloses Arbeitshaus“). Prominente Beispiele sind Betriebe im Discounterhandel. In der liberal-konstitutionellen Variante sind es sozial aufgeklärte tayloristisch-fordistische Betriebe, bei denen der Lohnnexus (elaborierte Formen des Akkordlohns) die Loyalität ersetzen soll („Marktgemeinschaften“).

Einen erheblichen Einfluss auf die Ausgestaltung der Betrieblichen Sozialordnung hat die persönliche Bindung des Unternehmers an den Betrieb bzw. Standort. Daher führen sowohl in Eigentümerunternehmen als auch in managergeführten Unternehmen Wechsel an der Spitze häufig zu einer Veränderung der Sozialordnung, nicht selten in Richtung einer Lockerung der integrativ-gemeinschaftlichen Bindungen. Eine Variante von Veränderungen beim Generationswechsel in Eigentümerfamilien ist als „Buddenbrooks-Effekt“ bekannt. Das Interesse der nachfolgenden Generation verlagert sich vom Unternehmen und der lebensweltlichen Verbindung mit der Belegschaft (Letzteres bei Thomas Mann u. a. im Gebrauch des plattdeutschen Dialekts ausgedrückt). Bei managergeführten Betrieben macht es in Hinblick auf die Sozialordnung einen großen Unterschied, ob die Top-Manager intern aus dem Unternehmen rekrutiert werden und lange in der Spitzenposition verbleiben, oder ob sie von außen rekrutiert werden und schon nach kurzer Zeit das Unternehmen wieder verlassen.

Wenngleich Koordination und Kooperation im Blickpunkt des Konzepts Sozialordnung stehen, weil sie die voraussetzungsvollen und am meisten erklärungsbedürftigen Verhaltensweisen sind, so ist damit nicht die Annahme verbunden, dass konfliktorisches Handeln nur eine Nebenrolle spielt. Aufgrund des Machtunterschieds sind Konflikte und Misstrauen im Arbeitgeber-Arbeitnehmerverhältnis strukturell allgegenwärtig, auch in den integrativ-gemeinschaftlichen Sozialordnungen. Die wesentliche Frage ist, ob sich auf dem unsicheren Boden dieses Verhältnisses dennoch in einem Betrieb eine Makrostruktur der Koordination entwickelt, die Kooperation möglich macht und die auftretende Konflikte im Blick auf Verständigung in der Form einer „kooperativen Konfliktverarbeitung“ regelt, oder im Sinne einer unüberbrückbaren Gegnerschaft.

In welchem Zusammenhang stehen integrativ-gemeinschaftliche und instrumentalistische Sozialordnungen mit der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des Betriebs? Eingang wurde festgestellt, dass das Kontrollparadigma, und das wäre nun mit instrumentalistischer Sozialordnung gleichzusetzen, wirtschaftliche Leistungsfähigkeit nicht erklären kann, woraus zu schließen wäre, dass mit zunehmender Ausprägung einer Vertrauenskultur die wirtschaftlichen Ergebnisse linear ansteigen. In dieser generalisierten Form ist die Annahme jedoch unvollständig. Sie muss nach unterschiedlichen Kontexten differenziert werden: vor allem nach der Art der auszuführenden Arbeit, nach der Art des Arbeitsmarktes und nach den unbeabsichtigten Folgen starker Vertrauenskulturen.

Hinsichtlich des Arbeitstypus trifft zu, dass für Arbeitsformen mit einem relativ hohen Maß an Qualifikation, Eigeninitiative und Verantwortlichkeit eine integrativ-gemeinschaftliche Sozialordnung eine notwendige Voraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg ist. In Betrieben mit Arbeitsformen, die aufgrund eines elaborierten technisch-organisatorischen Kontrollsystems relativ wenig auf Qualifikation, Eigeninitiative und Verantwortlichkeit setzen, kann dagegen durchaus eine instrumentalistische Sozialordnung mit wirtschaftlichem Erfolg/hoher Produktivität gekoppelt sein, z. B. wenn sie Arbeitskräfte mit einer nur temporären Beschäftigungserwartung und entsprechend geringeren Ansprüchen beschäftigen und wenn die hohe Fluktuation personalorganisato-

risch bewältigt werden kann (Beispiel Discounterhandel). Und in Betrieben mit anspruchsvollen Arbeitsformen, in denen die Vertrauenskultur eine notwendige Bedingung für wirtschaftlichen Erfolg ist, ist sie noch keine hinreichende Bedingung. Der Grund liegt darin, dass Betriebe mit einer integrativ-gemeinschaftlichen Sozialordnung in der Gefahr stehen, an ihrem eigenen wirtschaftlichen Erfolg zu scheitern. Gemeinschaftliche Sozialordnungen tendieren aufgrund ihrer hohen Stabilität zur Beharrlichkeit und Traditionsbildung, die durch Erfolg noch bestärkt wird. Sie können unflexibel werden und Umweltveränderungen ignorieren, z. B. blind werden gegenüber veränderten Kundenpräferenzen. Wenn diese Beharrungstendenz als unbeabsichtigte Folge von Gemeinschaftlichkeit nicht durch die gleichzeitige Inkorporierung des Gegenprinzips Wandlungsoffenheit in Schach gehalten wird, geraten Betriebe dieses Typs leicht in eine Krise. Die Kunst besteht in der Anpassung der alten Sozialordnung an neue Bedingungen, in der Anwendung ihrer grundlegenden Prinzipien auf eine neue Situation.

Mit dieser Frage beschäftigt sich das in der amerikanischen Organisationspsychologie entwickelte Konzept des „Psychologischen Vertrages“ im Betrieb. Die ursprüngliche Version dieses Ansatzes ist ein Ausschnitt des Konzepts der „Betrieblichen Sozialordnung“, denn es greift die hohe Bedeutung der beiden Erwartungsinhalte der Beschäftigten „Arbeitsplatzsicherheit“ und „betriebliche Entwicklungsmöglichkeiten“ (Karriere) für das Funktionieren einer Vertrauenskultur heraus, allerdings ohne deren soziale Konstitution zu erklären. Durch tiefgreifende Restrukturierungen wurden in den letzten Jahren gerade diese beiden Erwartungsinhalte massiv enttäuscht. Wie kann unter diesen kritischen Bedingungen Kooperation aufrechterhalten werden? Der Ansatz behauptet einen Wechsel von dem alten psychologischen Vertrag nach Art der High-Trust-Beziehung zu einem „transitorischen Vertrag“ (Rousseau 1995), in dem beide Seiten keine Loyalitäts-Garantien mehr geben, aber das Management darauf bedacht ist, kein weiteres Porzellan zu zerschlagen. Der Ansatz wechselt das Thema und fragt nun in einer bescheidenen und defensiven Weise, unter welchen Bedingungen die negativen Folgen der Verletzung des alten psychologischen Vertrages vergleichsweise gering sind und findet einige organisatorische Variablen, die die negativen Folgen abmildern, wie z. B. Fairness des Arbeitgebers, wenn schon nicht im „dass“ des Personalabbaus, dann zumindest im „wie“ (u. a. durch frühzeitige Ankündigung und offene Kommunikation). Dieser Ansatz ist der Versuch, für das Leben nach der großen Enttäuschung, nach dem Ende des High-Trust-Modells, in einem „no-guarantees-contract“ einen praktikablen Weg des Miteinanders auszuweisen, der das Abgleiten in ein komplettes Low-Trust-Modell vermeidet, und für den die Bezeichnung „Swift-Trust“ vorgeschlagen wurde (u. a. Voswinkel 2001).

IV. Die Messung der wirtschaftlichen Effizienz von Betrieblichen Sozialordnungen

Die Auswirkungen der jeweiligen Typen von Sozialordnung auf die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit eines Unternehmens werfen schwierige Messprobleme auf. Von welchen Indikatoren auf der Wirkungsseite kann man annehmen, dass sie mit der Sozialordnung ursächlich zusammenhängen? Aktienkurs, Gewinn, Cashflow, Umsatz, Innovationsrate, Arbeitsproduktivität etc? Bereits Max Weber stellte dazu fest: „Daß die Ge-

sinnung der Arbeiterschaft und insbesondere ihre jeweiligen Beziehungen zum Unternehmer die Leistungen beeinflussen, wird, freilich ohne exakten Nachweis, sehr bestimmt berichtet“ (Weber 1908/09: 155).

In der Tat liegt bis heute kein exakter Nachweis der wirtschaftlichen Folgen von bestimmten Typen der Betrieblichen Sozialordnung vor. Aber es gibt für einige Teilaspekte exakte Messungen und für komplette Typen zumindest brauchbare Annäherungen an die Fragestellung. Um diese empirischen Aussagen geht es im Folgenden.

Methodisch am weitesten fortgeschritten sind Effizienzuntersuchungen zu einer Teil-Dimension von betrieblicher Sozialordnung, nämlich zur institutionalisierten Interessenvertretung durch den Betriebsrat. Diese Untersuchungen wenden elaborierte ökonometrische Methoden an und beziehen sich auf die „harte“ Variable Arbeitsproduktivität, sowie auf verschiedene Verhaltensvariablen (Fluktuation, Fehlzeiten etc.).

An zweiter Stelle wären, was die Reliabilität der Messmethoden angeht, sozialpsychologische Untersuchungen zum „psychologischen Vertrag“ zu nennen, die ebenfalls die ökonomischen Auswirkungen einer Teil-Dimension der betrieblichen Sozialordnung, nämlich wichtige Aspekte des Beschäftigungsverhältnisses (insbesondere Arbeitsplatzsicherheit) mit standardisierten Instrumenten erforschen, und als Indikatoren Einstellungsvariablen (Commitment, Identifikation) heranziehen.

Zur ökonomischen Wirkung der Mitbestimmung im Aufsichtsrat deutscher Unternehmen gibt es mehrere Untersuchungen, die mit nicht-standardisierten Interviews in einer größeren Anzahl von Unternehmen durchgeführt wurden.

Die geringste Reliabilität haben die Untersuchungen, die mit dem Ansatz der betrieblichen Sozialordnung arbeiten. Sie basieren auf Fallstudien, oft sogar auf Einzelfallstudien, die nicht ausschließlich oder primär durchgeführt werden zur Erforschung der ökonomischen Wirkungen, diese aber neben anderen Wirkungen auch im Auge haben. Man kann hier nicht von einer kontrollierten und genauen Messung sprechen. Es handelt sich um Plausibilitätsaussagen auf einem explorativen Grund. Aber die Tiefenschärfe und der Blick für komplexe und überraschende Zusammenhänge sind besser als bei den anderen Methoden.

Die ökonomische Effektivität von Betriebsrat und Aufsichtsratsmitbestimmung. Ökonometrische Untersuchungen zu den wirtschaftlichen Auswirkungen des Vertretungsorgans *Betriebsrat* hatten in den letzten Jahren einen Aufschwung. Die zahlreichen Untersuchungen „... kommen nahezu ausnahmslos zu dem Schluss, dass die Existenz eines Betriebsrats der Unternehmensperformance eher zu- als abträglich ist ...“ (zusammenfassend Frick 2008: 165). Die abhängige Variable wurde u. a. gemessen an den Indikatoren Arbeitsproduktivität, Personalfuktuation und Investitionsneigung. Insbesondere die Arbeitsproduktivität ist in Betrieben mit Betriebsrat höher als in solchen ohne Betriebsrat. Andererseits ist aber z. B. die Fehlzeitenquote in Betrieben mit Betriebsrat höher. Diese Studien messen den Zusammenhang zwischen Ursache und Wirkung zwar exakt, nehmen als Ursache aber allein die Existenz oder Nicht-Existenz eines Betriebsrats und nicht sein Handeln an. So kann nicht nach den Unterschieden der Wirkung von unterschiedlichen Betriebsratstypen gefragt werden. Dies zeigt, dass selbst die fortgeschrittensten Versuche zur Messung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit der Mitbestimmung lediglich Teilantworten geben.

Die wirtschaftlichen Auswirkungen der *Aufsichtsratsmitbestimmung* wurden und werden von Repräsentanten der deutschen Wirtschaftsverbände negativ, nicht selten dramatisch negativ eingeschätzt. Aus diesem Grund berief die Bundesregierung zwei Mal eine Untersuchungskommission. Die Erste Biedenkopf-Kommission untersuchte in den 1960er-Jahren die wirtschaftlichen Auswirkungen der Montan-Mitbestimmung und kam zu dem Ergebnis, sie wirke überwiegend wirtschaftlich neutral, teilweise positiv, aber keinesfalls negativ. Die zweite Biedenkopf-Kommission untersuchte 2006 auf dieselbe Weise die Auswirkungen des nach dem Mitbestimmungsgesetz von 1976 zusammengesetzten Aufsichtsrats und gelangte zu einem fast identischen Ergebnis wie im Fall der Montan-Mitbestimmung: Sie wirke überwiegend wirtschaftlich neutral, teilweise positiv, aber keinesfalls negativ. Deshalb gäbe es keinen Grund, das Gesetz zu revidieren (Kommission 2006).

Zu einem ähnlichen Urteil wie die Kommissionsmehrheit gelangte bereits vorher eine Untersuchung von Höpner (2004), der herausfand: „Der wirtschaftlichen Effizienz des Unternehmens steht die Mitbestimmung nicht ... im Wege.“ Kriterium der Effizienz ist die Frage, ob die Arbeitnehmervertreter im Aufsichtsrat den unternehmensstrategischen Plänen des Managements zugestimmt oder sie abgelehnt haben. Dies sind freilich Aussagen über Konsens bzw. Dissens unterschiedlicher Fraktionen in einem Gremium hinsichtlich unternehmenspolitischer Pläne. Wenn der von den Arbeitnehmervertretern gutgeheißene Plan des Managements sich als Fehlplan erweist, dann müsste man streng genommen in einem solchen Fall auch die ökonomische Wirkung der Mitbestimmung negativ beurteilen. Die Studie gibt daher eine Antwort auf die Frage, ob das Management sich durch das Verhalten der Arbeitnehmervertreter im Aufsichtsrat gestört fühlt oder nicht.

Ende der 1990er-Jahre führte die Bertelsmann Stiftung gemeinsam mit der Hans-Böckler-Stiftung ein umfangreiches Projekt über „Mitbestimmung und neue Unternehmenskulturen“ durch, in dem ebenfalls die ökonomische Wirkung der institutionellen Mitbestimmung (hier verstanden als Betriebsrats- und Aufsichtsratsmitbestimmung zusammen) eine wichtige Untersuchungsfrage war. Das Ergebnis fällt ähnlich, im Ton aber etwas skeptischer aus als die erwähnten Studien, denn es lautet: „Inwieweit die Mitbestimmung ursächlich zur Prosperität der deutschen Volkswirtschaft beigetragen hat, oder ob im Gegenteil deren Erfolg ohne Mitbestimmung noch größer gewesen wäre, ist nicht mit letzter Gewissheit zu entscheiden. Die verfügbare ökonomische Evidenz ist uneinheitlich“ (Bertelsmann Stiftung und Hans-Böckler-Stiftung 1998: 61).

V. Ökonomische Leistungsfähigkeit und Sozialordnung im Licht historisch orientierter Fallstudien

Es gibt inzwischen zahlreiche neuere Fallstudien zur betrieblichen Sozialordnung, die historisch ausgerichtet sind und somit über einen längeren Zeitraum Kontinuität und Wandel verfolgen können, und die sich explizit mit dem Zusammenhang zwischen der sozialen Konstitution des Betriebes und dem wirtschaftlichen Erfolg oder Misserfolg beschäftigen. Diese Studien sind zwar disparate Unikate, die aber in einer Hinsicht methodisch gleich orientiert sind: Da sie die Geschicke der Firma über eine längere

Zeit verfolgen, können sie Zusammenhänge aufdecken, die in geschichtsvergessenen Querschnittsuntersuchungen verdeckt bleiben. Der größte Gewinn ist, dass sie zeigen, wie viel Altes im Neuen und wie viel Neues im Alten enthalten ist. Es sind Anleitungen zum Verständnis von Veränderungsprozessen, von Wachstum und Niedergang. Zu den inspiriertesten Studien über Sozialordnung zählen die, die *nach* der Firmenpleite geschrieben wurden, und die entsprechend der Volksweisheit: „Wer zuletzt lacht, lacht am besten“, Licht und Schatten verteilen können. Eine eigene Gruppe darunter stellen Fallstudien zum Niedergang Volkseigener Betriebe in der ehemaligen DDR dar, auf die ich hier nicht eingehen werde. Des Weiteren zählen dazu geschichtswissenschaftliche Arbeiten zur Unternehmensgeschichte einzelner Firmen (u. a. Kocka 1969; Berghoff 1997; Hecht 1995; 2002; Welskopp 2000). Und schließlich sind industrie- und organisationssoziologische Fallstudien zu nennen, die keine Querschnittsuntersuchungen darstellen, sondern ebenfalls historisch orientiert sind, indem sie eine Verlaufsperspektive oder einen Vorher-Nachher-Vergleich verfolgen (u. a. Gouldner 1954; Knights und Collinson 1985: 197-231; Buhr 1997; Wittel 1996; Kotthoff und Reindl 1990; Kotthoff und Wagner 2008).

In diesen Studien zeigt sich eine erstaunliche Bandbreite an unterschiedlichen Konstellationen:

- Fälle, in denen deutlich wird, wie eine High-Trust-Sozialordnung die entscheidende Entstehungsbedingung für wirtschaftlichen Erfolg ist;
- Fälle, in denen ein solches Unternehmen zu einem späteren Zeitpunkt am eigenen sozialordnungs-basierten Erfolg zugrundegegangen ist;
- Fälle, die zeigen, dass eine Misstrauenskultur sehr wohl mit großem wirtschaftlichem Erfolg verbunden sein kann;
- Fälle, in denen eine misstrauens-basierte Gegnerkultur der Belegschaft ausgerechnet in dem Augenblick zum wirtschaftlichen Ruin führt, wo ein neues vertrauensorientiertes Management auf den Plan tritt.

Ein passender Einstieg in die Betrachtung ist der Hinweis darauf, dass der Slogan „Von Japan lernen heißt siegen lernen“, der zum Logo des Managementkonzepts „Unternehmenskultur“ geworden ist, sich als kurzsichtig erwiesen hat. Deutschmann (1987) hat dies bereits in der Siegesphase des japanischen Clan-Modells skeptisch beurteilt, indem er die Übertragbarkeit des Modells in den westlichen Kontext infrage stellte und darauf verwies, dass das Modell selbst aufgrund von Wandlungerscheinungen in der japanischen Gesellschaft von Innen erodiert.

Scheitern am eigenen Erfolg. Der Wirtschaftshistoriker Berghoff hat die Unternehmensgeschichte des bekannten Musikinstrumentenherstellers (*Mundharmonika-*)Hohner von der Gründung in den 1850er-Jahren bis zum Untergang in den 1980er-Jahren beschrieben und dem Zusammenhang zwischen Sozialordnung und wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit Aufmerksamkeit gewidmet. Die Sozialordnung stellt einen Musterfall einer High-Trust-Organisation in Form eines Unternehmerpaternalismus dar. In der Anfangsphase entspricht sie der von uns beschriebenen Form der „gelenkten Produktionsgemeinschaft“ (Kotthoff und Reindl 1990). Der Chef arbeitet mit in der Produktion und die Arbeiter sitzen an seinem Mittagstisch. Der dynamische Gründer baut den dörflichen und zunächst handwerklich arbeitenden Betrieb in drei Jahrzehnten zu ei-

nem marktbeherrschenden exportorientierten Großunternehmen auf und achtet, auch nachdem er längst nicht mehr in der Produktion mitarbeitet, darauf, sein Lebensmotto: „Ich bin einer von Euch geblieben“ in vielfältigen Ausdrucksformen (Riten, Feste) glaubwürdig vorzuleben. Persönliche Führung (soziale Nähe), Fürsorglichkeit (diverse Wohlfahrtseinrichtungen) und soziale Kontrolle bis in den lebensweltlichen Bereich (Kirchenbesuch) hinein sind kennzeichnend. Der Unternehmer agiert hier in einem umfassenden Sinne als Moralpädagoge mit den Mitteln seiner Zeit, weil er wie selbstverständlich davon ausgeht, dass sein ökonomischer Erfolg von nichts mehr abhängt als von der Moral seiner Belegschaft. Das Engagement der Arbeiter (Commitment), Loyalität und Identifikation mit dem Chef, dem Betrieb und dem Produkt, sind kaum stärker vorstellbar. Ohne Frage ist hier die Sozialordnung neben bedeutenden Innovationen im Vertrieb die entscheidende Basis für die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit. „Familie“ und „Harmonika“ (der Stolz auf das weltbekannte Produkt) sind die kognitiven Fixpunkte dieses Sozialgebildes. Über drei weitere Generationen wird das Unternehmen als Familienunternehmen erfolgreich fortgeführt, wobei trotz vielfältiger Wandlungen in der langen Zeit die Prinzipien der Sozialordnung beibehalten werden, vor allem durch die Mythisierung des Gründervaters und dessen Denkmalpflege. Berghoff bezeichnet sie in der Nach-Gründerzeit als „Patriarchalische Stabilitätskultur“.

Ende der 1950er-Jahre, mitten im „Wirtschaftswunder“, bahnte sich eine schwerwiegende wirtschaftliche Krise an. Die elektrische Gitarre war auf dem Siegeszug und die Mundharmonika bekam ein altmodisches Wandervogelimage. Doch weder die Inhaber, es waren jetzt die Schwiegersöhne der Gründerenkel, noch die Belegschaft erkannten diesen Wandel, sondern hielten an dem zum Inbegriff der Firmenkultur hypostasierten Produkt fest und verschliefen so den Einzug ins Elektronikzeitalter. Nach einer längeren Siechtumsphase wurde die Produktion in den 1970er-Jahren eingestellt und nur der Vertrieb mit wenigen Beschäftigten von einer koreanischen Firma übernommen.

Das Unternehmen Hohner ist auf der Basis seiner Sozialordnung wirtschaftlich groß geworden. Und es ist an den unbeabsichtigten Folgen derselben gescheitert. Die starke Fixierung auf das tradierte Erfolgsmodell hat die Wandlungs- und Anpassungsfähigkeit geschwächt. Die wirtschaftlichen Probleme waren hier keine Frage nachlassenden Commitments der Arbeiter und sinkender Produktivität. Die Sozialordnung, d. h. die Beziehung zwischen den Inhabern und der Belegschaft hatte nicht nur Auswirkungen auf die Arbeitsproduktivität (Produktivismus), sondern auch auf die Wahrnehmung und Deutung der ökonomischen Realität (Ökonomismus). Die Unternehmensgeschichte von Buhr (1997) über das Unternehmen Olympia-Schreibmaschine beschreibt eine frappierend ähnliche Entwicklung wie die von Hohner.

Low-Trust-Kultur als wirtschaftlicher Erfolgsfaktor. In unserer Studie *Die Welt kleiner Betriebe* (Kotthoff und Reindl 1990) lernten wir den Betrieb F. kennen, ein mittelgroßer Hersteller von Polstermöbeln, dessen aktueller Inhaber der Neffe des Gründers ist. Die Polstermöbelproduktion ist harte Akkordarbeit, die branchenüblich in den mittleren Betrieben in einer manufakturrellen Produktionsweise organisiert ist. Zur Zeit des Gründers entsprach die Sozialordnung dem High-Trust-Modell. Wesentlich mitbewirkt durch die Art seiner persönlich orientierten Führung war eine vertrauensbasierte und lebensweltlich gefärbte Kultur entstanden. Die Gründung eines Betriebsrats hatte er

ausdrücklich begrüßt. Noch Jahre nach seinem Tod ist er für die meisten „der Chef“ geblieben. Die Arbeiter berichten: „Er war wirklich wie ein Vater von allen gewesen ... Da ging praktisch jeder für jeden durchs Feuer ... Der gab einem das Gefühl, als wenn man nur allein wichtig wäre ... Die Leute kriegen heute noch Tränen in die Augen, wenn sie vom alten Chef sprechen.“ Wirtschaftlich war er im regionalen Branchenvergleich erfolgreich.

Als sein Neffe, der vorher Manager in einem Großkonzern war, die Nachfolge antrat, eiferte er dem wirtschaftlichen Erfolg des Gründers nach, aber nicht seiner sozialen Orientierung. Er formte in kurzer Zeit den Betrieb zu dem am konsequentesten taylorisierten und mechanisierten Betrieb in der Region um, es wurde ein extrem arbeitsteiliges Akkordsystem und eine minutiöse Leistungskontrolle eingeführt. Von den Arbeitern wird nur noch die gleichmäßige angespannte Arbeitsausführung in dem de-personalisierten und de-qualifizierten Arbeitskorsett erwartet, jedoch nicht mehr, wie zur Zeit des Gründers, auch Geschick, Initiative und Interesse an der Arbeit. Die Arbeiter wurden zum bloßen Kostenfaktor reduziert. Sie empfinden den Inhaber als unnahbar, arrogant und kalt. „Er ist nur der Verwalter für uns, der richtige Chef ist ja gestorben ... Bei dem fehlt etwas, dass man richtiges Vertrauen hat, der einen wieder herausreißt, wenn es einem schlecht geht, der sich kümmert um die Leute.“

Aus der vorher gemeinschaftlichen Sozialordnung ist in wenigen Jahren eine extrem instrumentalistische des Typs „Seelenloses Arbeitshaus“ geworden, eine für deutsche Verhältnisse „very-low-trust-Kultur“, jedoch eine einseitig vom Arbeitgeber instrumentalistisch gestaltete Kultur, denn die Arbeitnehmer hatten (noch?) keine instrumentalistische Haltung, sondern hingen nach wie vor an der gemeinschaftlichen Sozialordnung. Die Belegschaft ist verängstigt und unterwürfig geworden. „Die ganze Firma duckt sich“, sagt eine Arbeiterin. Sie fügen sich, innerlich murrend und stöhnend. Es gibt kein Aufbegehren, denn ihre Widerstandskraft ist gebrochen.

Die bereits vorhandene wirtschaftliche Leistungsfähigkeit ist unter dem Inhaber kräftig angestiegen. F ist zum wirtschaftlich erfolgreichsten Branchenbetrieb in der Region geworden. Der zuständige Gewerkschaftssekretär sieht in ihm ein Modernisierungsvorbild und bezeichnet ihn als „den besten Namen in der Region“, „einer der besonders Fähigen“, „eine echte Bereicherung“. Der Sekretär lobt das extrem taylorisierte und engmaschig kontrollierte Arbeitssystem als vorbildlich wegen seiner perfekten REFA-Organisation und wegen der hohen Akkordlöhne. Wenn Kollegen sich bei ihm über die Zustände beklagen, hält er ihnen entgegen: „Wisst Ihr eigentlich, wie gut Ihr es habt, in was für einer Firma ihr arbeitet?“

Low-Trust-Kultur blockiert Restrukturierung. Knights und Collinson (1985) berichten von einem Restrukturierungsfall in einem mittelgroßen englischen Maschinenbaubetrieb im Familienbesitz mit einer Low-Trust-Kultur. Die ehemals erfolgreiche Traditionsfirma war in wirtschaftliche Schwierigkeiten geraten und der Eigentümer verkaufte sie an einen US-Konzern. Die neuen Eigentümer erkannten in dem bestehenden wechselseitigen Misstrauen den Grund des Übels und traten von Beginn an mit dem Ansinnen auf, eine High-Trust-Kultur aufzubauen. Die zentralen Elemente der in Angriff genommenen Umstrukturierungen waren Mitarbeiterorientierung und Kundenorientierung. Es wurde u. a. Gruppenarbeit und Gruppenlohn eingeführt. Die Arbeiter verdienten mehr als vorher. Großer Wert wurde auf einen menschlichen Umgangston ge-

legt. Obwohl anfangs die Produktivität anstieg, fiel sie bald auf ein bestandsgefährdendes Niveau ab. Die Arbeiter hielten die Goodwill-Offensive der Manager für einen Trick. Sie beurteilten die neue amerikanische Werksleitung deutlich negativer als den alten Familienbesitzer, mit dem sie zuvor auf Kriegsfuß standen. Sie sagten: „Bei dem Alten wusstest du, wo du dran warst. Die Yankees sind ‚brutal honesty‘. Sie sind nice, wenn es ihnen passt.“ Sie konnten sich ein genuines Interesse des Managements „for workers as people“ nicht vorstellen. Nach einigen Jahren stieß der Konzern den Betrieb wegen geringer wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit wieder ab.

Erfolgreiche Anpassung einer High-Trust-Sozialordnung an gewandelte ökonomische Bedingungen: die neue Kraft der alten Tugenden. Wie der Fall Hohner zeigt, ist die Anpassung einer lang eingelebten gemeinschaftlichen Sozialordnung an veränderte wirtschaftliche Bedingungen des Unternehmens eine schwierige Herausforderung, die nicht immer gelingt. In einer Follow-up-Untersuchung über Fach- und Führungskräfte in Großunternehmen (Kotthoff und Wagner 2008) sind wir auf einige Fälle gestoßen, in denen es gelungen ist. Eine davon ist die Firma B., einer der ehemals drei großen deutschen Chemiekonzerne. Am Haupt- und Verwaltungsstandort mit ca. 50 000 Beschäftigten existierte eine stark vertrauensbasierte, gemeinschaftliche Sozialordnung in der Ausprägung eines „bürokratisch-paternalistischen Ständestaates“. Zur Zeit der Erstuntersuchung 1994 war die Firma wirtschaftlich schwer angeschlagen. Im Vergleich mit den beiden anderen Chemieriesen schnitt B. im Urteil der Ökonomen am schlechtesten ab. Sie galt als ein konservativer schwerfälliger Tanker. Veranlasst durch die schwere Krise hatte die Firma über Früh Pensionierung und Abfindungsaktionen viele Beschäftigte „abgebaut“ und damit erstmals in ihrer Geschichte das Prinzip der lebenslangen Anstellung und der Fürsorglichkeit verletzt. Nicht nur bei denen, die gehen mussten, sondern auch bei den „survivors“ war die Stimmung schlecht. Es wurde befürchtet, dass das Management zu einer Low-Trust-Sozialordnung nach amerikanischem Muster wechseln werde. Wut und Empörung über den Vorstand beherrschte die Szene.

Zwölf Jahre später zur Zeit der Zweituntersuchung steht B. wirtschaftlich blendend da, hat seine Konkurrenten überholt, und das Top-Management wird von der Wirtschaftspresse und den eigenen Fach- und Führungskräften mit Lob bedacht. Eine Ursache dafür ist nach Einschätzung der Befragten die umfassende und tiefgreifende Restrukturierung, bei der das Grundmuster der alten Sozialordnung erhalten blieb. Die heutige Sozialordnung ist eine vertrauensbasierte „Inspirierte Hochleistungskultur“. Die Umstrukturierung bestand aus zahlreichen der auch anderswo bekannten Elemente: Dezentralisierung von Verantwortung, Hierarchieabbau, Vermarktlichung der internen Beziehungen, Leistungsentlohnung bei Fach- und Führungskräften u. a. m. Das Besondere aber war, dass das Management nach anfänglich unbefriedigenden Versuchen sich nicht am Leitbild des Intrapreneurs und des Profitcenters orientierte. So wie produktstrategisch an der „konservativen“ Verbundchemie festgehalten wurde, so wurde der Verbund auch zum Leitbegriff der organisatorischen und sozialen Gestaltung des Wandels. Partikularismus und Desintegration wurden vermieden und der Einheitsgedanke, auf der Ebene der Fach- und Führungskräfte in der Ausprägung des „Mannschaftsgeistes“, wurde gestärkt. Aus den Fällen lassen sich folgende Schlussfolgerungen ziehen:

1. In keinem der aus deutschen Betrieben berichteten Fälle ist eine Tendenz der Beschäftigten zu einer instrumentalistischen Form der Sozialordnung festzustellen. Die

Bereitschaft zu Kooperation, Commitment, Loyalität und vertrauensvollen Beziehungen ist in reichem Maße vorhanden. In dem einzigen berichteten englischen Fall aus den 1980er Jahren ist es genau umgekehrt: die Gegnerkultur der Arbeiter ist kulturell so tief verankert, dass sie auch ohne Gegner fortbesteht.

2. Die kooperativ-produktivistische Haltung der Beschäftigten in den berichteten deutschen Fällen trifft selbst dort zu, wo Umstrukturierungen mit Personalabbauaktionen und Einschränkungen materieller Leistungen zu Verunsicherung und herber Enttäuschung geführt haben. Die Beschäftigten halten offensichtlich sehr lange, auch über Enttäuschungsphasen und Verletzungen des psychologischen Vertrages seitens des Managements am High-Trust-Modell fest. Besonders sichtbar wird die Langlebigkeit von High-Trust-Orientierungen der Beschäftigten am Fall des Polstermöbelbetriebes F., wo auch bei schwersten Verletzungen der zuvor bestehenden gemeinschaftlichen Sozialordnung die Belegschaft nicht gleich mit einer instrumentalistischen Arbeitshaltung reagiert, sondern mit Trauer und Resignation.
3. Die Erkenntnis, dass eine instrumentalistische Sozialordnung und wirtschaftliche Leistungsfähigkeit sehr wohl zusammengehen können, ist nicht neu, sie war aber lange Zeit in den Hintergrund gerückt. In der Zeit der Dominanz der Unternehmenskulturdebatte entstand der Eindruck, als sei in der Welt von Morgen nur eine High-Trust-Kultur denkbar. Erst in jüngster Zeit, vor allem in Zusammenhang mit einer Hinwendung zu Phänomenen prekärer Arbeit, ist der Blick wieder mehr auf diese Schattenseite der Arbeitswelt gelenkt worden. Nicht unwesentlich haben dazu vermehrte Berichte und Analysen über die Arbeitsverhältnisse bei einigen großen Discountern, in manchen Call-Centern und über Leiharbeit beigetragen, wo vom Management forciert eine instrumentalistische Gestaltung der Innenbeziehungen gewinnbringend vorangetrieben wird.
4. In Unternehmen, die aufgrund ihres Arbeitssystems auf den mitdenkenden Produzenten und den beitragsorientierten Leistungsträger angewiesen sind, ist eine gemeinschaftliche Form der Sozialordnung fraglos ein sine qua non für wirtschaftliche Leistungsfähigkeit. Wie der Fall Hohner exemplarisch zeigt, hat diese Sozialordnung ihre eigene Achillesferse, und zwar eine Neigung zur Traditionspflege, die zur Selbstbezogenheit und Blindheit gegenüber Veränderungen in der Umwelt wird. Die doppelte Orientierung, gleichzeitig das Bestehende zu hüten und es infrage zu stellen, ist eine Hauptanforderung an gute Führung, der das Top-Management in zahlreichen Fällen nicht gerecht wird. Der Fall des Chemiekonzerns B. zeigt, dass und wie es gelingen kann.

Historische Trends Betrieblicher Sozialordnungen. Zur Zeit der Hochindustrialisierung wurde die Sozialordnung in deutschen Großbetrieben häufig mit extrem autoritär aufgeladenen Begriffen beschrieben, z. B. die Schwerindustrie im Ruhrgebiet als „Industriefeudalismus“. Für die saarländische Schwerindustrie erfand Max Weber die beißende Bezeichnung „Saarabien“. Für die Zeit danach prägten sich Begriffe ein, die die Rolle des fürsorglich-strengen Vaters als Leitbild hatten: patriarchalisch, paternalistisch, oder ständisch. Diese Muster befinden sich seit Jahrzehnten in einer zunehmenden Auflösung. Restformen und Mischformen mit einem deutlich geringeren Grad an persönlicher Abhängigkeit sind sicher noch recht verbreitet. Aber selbst für Klein- und Mittelbetriebe stellte ich in einer Untersuchung in den 1980er Jahren eine Demontage

solcher Muster fest. In zahlreichen Betrieben gab es heftige Konflikte zwischen Teilen der Belegschaft und dem „Patriarchen“, in denen es um die Anerkennung des Betriebsrats als Ausdruck einer liberal-konstitutionellen Sozialordnung und um die Errichtung des vollwertigen Bürgerstatus im Betrieb ging (Kotthoff 1994). Wenn man den erstaunlichen Bedeutungsgewinn der Institution Betriebsrat bis hin zur Rolle eines „Co-Managers“ betrachtet, dann lässt sich daraus fraglos ein deutlicher Trend zu einer Liberalisierung der betrieblichen Sozialordnung unter dem Leitbild Sozialpartnerschaft ablesen.

Durch umfassende Restrukturierungen und verbreitete Personalreduzierungen im Zeichen von finanzmarktkapitalistischen Unternehmensstrategien ist dieses Muster unter Druck geraten. Kädtler (2006: 322) spricht sogar von einem irreversiblen Bruch mit wesentlichen Elementen jenes Konventionsbestandes, der dem Prinzip der Sozialpartnerschaft zugrunde lag, und erwartet eine Zunahme an Kooperationsverweigerungen, Konflikten und Kämpfen. Er hält es aber auch nicht für ausgeschlossen, dass ein „machtvoller Gegenentwurf“ Platz greift, nämlich ein neues, für die heutigen qualifizierten Beschäftigten durchaus attraktives Koordinationsmuster, in dem der Betrieb einen höheren Grad an Kreativität erwartet und ermöglicht, aber Loyalitätsbindung weder verlangt noch gewährt. Dies wäre eine Form der sozialen Makrostruktur gerade in Betrieben mit anspruchsvoller, qualifizierter Arbeit, die Kooperation und wirtschaftlichen Erfolg durchaus ermöglicht, aber nicht mehr auf der Basis einer High-Trust-Beziehung; eine Konstellation, die bisher nicht denkbar war.

Die Figur des Wissensarbeiters bzw. „Arbeitskraftunternehmers“ (Voß und Pongratz 1998) der Zukunft, der kreativ und bindungslos arbeitet, und zwar nach wie vor in einem „Betrieb“ als überkommene Organisationsform, tritt in der sozialwissenschaftlichen Literatur immer häufiger unter verschiedenen Bezeichnungen auf: z. B. als „employability contract“ im Rahmen des Konzepts „Psychologischer Vertrag“ (vgl. Raeder und Grote 2001). Danach erwartet und ermöglicht der Arbeitgeber einen hohen Grad an Kreativität im Arbeitshandeln, bietet aber keine Sicherheit mehr, und diese wird, das ist das Neue, von den Beschäftigten auch nicht mehr erwartet. Dafür gewährt der Arbeitgeber Unterstützung beim Ausbau der „employability“ des Arbeitnehmers, d. h. beim Ausbau seiner Chancen, beim nächsten Arbeitgeber unterzukommen. Die Bereitschaft zu gehen wird honoriert, nicht die, zu bleiben. Die Bindungsform Loyalität hat ausgedient. Ähnlich Voswinkel (2001), der mit Blick auf temporäre projektbezogene Beschäftigungsformen in fluiden Organisationen und auf Gelegenheits-Arbeitsmärkten für flexible Spezialisten, wie z. B. in der Filmbranche, die neue Anerkennungsform „Reputation“ analysiert. Arbeitgeber und Arbeitnehmer kennen sich nicht. Über die berufliche Reputation wird das für eine Kooperation erforderliche Mindestmaß an Vertrauen hergestellt: „swifttrust“ und „weak loyalty“ (313). Solche Formen der Arbeitsbeziehungen sind jedoch in den Kernbereichen von Wirtschaftsorganisationen empirisch in Deutschland nicht verbreitet, wenngleich sie in einigen speziellen Dienstleistungsbereichen an Bedeutung gewinnen. Es handelt sich bei den erwähnten Entwürfen bisher noch überwiegend um anregende Spekulationen, die Beobachtungen bei Alleindienstleistern und Freelancern verallgemeinern.

Es gibt m. E. durchaus Anhaltspunkte dafür, dass das liberal-konstitutionelle Modell einer High-Trust-Sozialordnung in den Kernbereichen der Wirtschaft eine Revitalisierungschance hat. Diesen Weg zeigt u. a. das dargestellte Beispiel des Chemiekon-

zerns B., in dem Kreativität und Loyalität in einer erneuerten Form zusammengebunden wurden. Begründete Prognosen über zukünftige Trends lassen sich nicht abgeben. Einen bedeutenden Einfluss auf die Entwicklung wird die Art der Überwindung der gegenwärtigen Wirtschaftskrise haben und die Beantwortung der Frage, welche unternehmensstrategischen Orientierungen an die Stelle der finanzmarktkapitalistischen treten.

Es zeichnet sich ab, dass auch in den integrativen Sozialordnungen die beiderseitigen Versprechen kontextabhängiger werden. Diese Unternehmen bieten zwar keine lebenslange Arbeitsplatzgarantie mehr, aber dennoch eine möglichst lange; keinesfalls wechseln sie zu einer Drehtür-Personalpolitik. Und die Loyalität der Beschäftigten ist weniger emotional geprägt und nüchterner, aber sie ist nicht verloren gegangen. An die Stelle einer Lebensstellung ist eine Lebensphasenperspektive getreten. Das alte Modell besteht nicht unverändert fort, aber es ist die Vorlage für das neue.

Literatur

- Becke, Guido. 2008. *Soziale Erwartungsstrukturen im Unternehmen. Zur psychosozialen Dynamik von Gegenseitigkeit im Organisationswandel*. Berlin: Sigma.
- Beckert, Jens. 2007. *The social order of markets*. MPIFG Discussion Paper 07/15.
- Berger, Johannes. 1995. Warum arbeiten die Arbeiter? Neomarxistische und neodurkheimianische Erklärungen. *Zeitschrift für Soziologie* 24: 407-422.
- Berghoff, Hartmut. 1997. *Zwischen Kleinstadt und Weltmarkt. Hohner und die Harmonika 1857-1961*. Paderborn: Schöningh.
- Bertelsmann Stiftung, und Hans-Böckler-Stiftung. 1998. *Bilanz und Perspektiven*. Gütersloh.
- Brinkmann, Ulrich. 2006. *Von den ‚shared values‘ zum ‚shareholder value‘ – Der Abschied von der Unternehmenskultur*. <http://www.ruhr-uni-bochum.de/fiab/pdf/buecher/ap3.pdf>.
- Buhr, Regina. 1997. ‚Wenn wir hier mal nicht mehr Schreibmaschinen bauen, das möchte ich gar nicht mehr erleben müssen‘. In *Technikgenese. Befunde aus einem Forschungsprogramm*, Hrsg. Meinolf Dierkes, 37-68. Berlin: Sigma.
- Deutschmann, Christoph. 2002. *Postindustrielle Industriosociologie. Theoretische Grundlagen, Arbeitsverhältnisse und soziale Identitäten*. Weinheim und München: Juventa.
- Deutschmann, Christoph. 1989. Reflexive Verwissenschaftlichung und kultureller „Imperialismus“ des Managements. *Soziale Welt* 40: 374-396.
- Deutschmann, Christoph. 1987. Der „Betriebsclan“. *Soziale Welt* 38: 133-147.
- Fox, Alan. 1974. *Beyond contract. Work, power and trust relations*. New York: Routledge.
- Frick, Bernd. 2008. Betriebliche Mitbestimmung unter Rechtfertigungsdruck. Die relative Bedeutung von Produktivitäts- und Umverteilungseffekten. *Industrielle Beziehungen* 15: 164-177.
- Gouldner, Alvin W. 1954. *Wild cat strike*. New York: Antioch Press.
- Granovetter, Mark. 1985. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. In: *American Journal of Sociology* 91: 481-510.
- Hecht, Volker. 1995. *Die Württembergische Metallwarenfabrik Geislingen/Steige 1853-1945. Geschäftspolitik und Unternehmensentwicklung*. St. Katharinen: Scripta Mercaturae Verlag.
- Hildebrandt, Eckart, und Rüdiger Seltz. 1989. *Wandel betrieblicher Sozialverfassung durch systemische Kontrolle?* Berlin: Sigma.
- Höpner, Martin. 2004. Unternehmensmitbestimmung unter Beschuss. Die Mitbestimmungsdebatte im Lichte sozialwissenschaftlicher Forschung. *Industrielle Beziehungen* 12: 347-379.
- Kädtler, Jürgen. 2006. *Sozialpartnerschaft im Umbruch*. Hamburg: VSA.
- Knights, David, und David Collinson. 1985. Redesigning work on the shop floor. A question of control or consent? In *Job redesign*, ed. David Knights, 197-231. Aldershot: Ashgate.

- Kocka, Jürgen. 1969. *Unternehmensverwaltung und Angestelltenschaft am Beispiel Siemens 1847–1914*. Stuttgart: Klett.
- Kommission zur Modernisierung der deutschen Unternehmensmitbestimmung. 2006. *Bericht der wissenschaftlichen Mitglieder der Kommission*, Dezember.
- Kotthoff, Hermann, und Alexandra Wagner. 2008. *Die Leistungsträger. Führungskräfte im Wandel der Firmenkultur – eine Follow-up-Studie*. Berlin: Sigma.
- Kotthoff, Hermann. 2005. „Call me Barney“: Betriebliche Sozialordnung revisited. In *Die „Organisation“ der Arbeit*, Hrsg. Michael Faust, Maria Funder, Manfred Moldaschl, 73-107. München und Mering: Hampp.
- Kotthoff, Hermann. 1994. *Betriebsräte und Bürgerstatus*. München und Mering: Hampp.
- Kotthoff, Hermann, und Josef Reindl. 1990. *Die soziale Welt kleiner Betriebe. Wirtschaften, Arbeiten und Leben im mittelständischen Industriebetrieb*. Göttingen: Schwarz.
- Neuberger, Oswald, und Ain Kompá. 1993. *Wir, die Firma. Der Kult um die Unternehmenskultur*. München: Beltz.
- Peters, Thomas J., und Robert H. Waterman. 1986. *Auf der Suche nach Spitzenleistungen. Was man von den besten US-Unternehmen lernen kann*. Landsberg am Lech: Verlag Moderne Industrie.
- Raeder, Sabine, und Gudula Grote. 2001. Flexibilität ersetzt Kontinuität. Veränderte psychologische Kontrakte und neue Formen persönlicher Identität. *Arbeit* 10: 352-364.
- Roethlisberger, Fritz J. 1954. *Betriebsführung und Arbeitsmoral*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Rousseau, Denise M. 1995. *Psychological contracts in organizations. Understanding written and unwritten agreements*. Thousand Oaks, London und New Delhi: Sage.
- Schein, Edgar H. 1995. *Unternehmenskultur. Ein Handbuch für Führungskräfte*. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Senghaas-Knobloch, Eva, Brigitte Nagler und Anette Dohms. 1997. *Zukunft der industriellen Arbeitskultur. Persönliche Sinnansprüche und Gruppenarbeit*. Münster: Lit.
- Voß, Günter, und Hans G. Pongratz. 1998. Der Arbeitskraftunternehmer. Eine neue Grundform der Ware Arbeitskraft. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 50: 131-158.
- Voswinkel, Stephan. 2001. *Anerkennung und Reputation*. Konstanz: UVK.
- Weber, Max. 1908/09. Zur Psychophysik der industriellen Arbeit. In *Max Weber. Gesammelte Aufsätze zur Soziologie und Sozialpolitik* (1988), herausgegeben von Marianne Weber. 2. Aufl. Tübingen: Mohr.
- Welskopp, Thomas. 2000. Das institutionalisierte Misstrauen. Produktionsorganisation und Kommunikationsnetze in Eisen- und Stahlunternehmen des Ruhrgebiets während der Zwischenkriegszeit. In *Unternehmenskommunikation im 19. und 20. Jahrhundert*, Hrsg. Clemens Wischermann, Peter Borscheid, Karl-Peter Ellerbrock, 199-225. Dortmund: Ardey-Verlag.
- Wittel, Andreas. 1997. *Belegschaftskultur im Schatten der Firmenideologie. Eine ethnographische Fallstudie*. Berlin: Sigma.

Korrespondenzanschrift: Prof. Dr. Hermann Kotthoff, Technische Universität Darmstadt, Karolinenplatz 5, 64289 Darmstadt
E-Mail: kotthoff@web.de

ENTGRENZUNG VON UNTERNEHMEN UND ARBEIT*

Hartmut Hirsch-Kreinsen

Zusammenfassung: Die Rede von der Entgrenzung hat in den letzten Jahren in der soziologischen Debatte über den Wandel von Unternehmensorganisationen und Arbeitsbeziehungen einen überaus prominenten Stellenwert gewonnen. Im Folgenden soll der Stand der Forschung zu diesem Thema resümiert werden. Die leitende These ist, dass die mit dem Begriff der Entgrenzung bezeichnete Dezentralisierung und Flexibilisierung der industriellen Organisations- und Arbeitsstrukturen nicht nur auf Grenzen stößt, sondern ihm zugleich auch strukturelle Widersprüche und Paradoxien immanent sind. Daher kann die Frage nach den Entwicklungsperspektiven von Unternehmen und Arbeit kaum abschließend beantwortet werden. Alle vorliegenden Forschungsergebnisse deuten auf eine anhaltende Situation der Unsicherheit und des „Pendelns“ zwischen überkommenen und neuen Mustern von Unternehmensstrukturen und Arbeitsorganisation hin.

I. Gegenstand und Thema

Die Formel von der „Entgrenzung“ hat in den letzten Jahren in der soziologischen Debatte über den Wandel von Unternehmensorganisationen und Arbeitsbeziehungen einen prominenten Stellenwert gewonnen. Bezeichnet wird damit eine „Leittendenz“ gesellschaftlicher Entwicklungen, die nicht nur die Entwicklung von Unternehmens- und Arbeitsstrukturen betrifft, sondern auch zeitdiagnostisch konnotiert ist (Mayer-Ahuja und Wolf 2005). Das gilt sowohl für Deutschland und Westeuropa als auch für die USA, wo sich schon in der Mitte der 1990er Jahre das Schlagwort „The Downsizing of America“ (New York Times 1996) verbreitete.

Im deutschen Sprachraum wird der Begriff der Entgrenzung vor allem in der arbeits- und industriesoziologischen Forschung aufgegriffen und hier meist nur negativ definiert (Kratzer et al. 2004): Gemeint ist der Umbruch des tayloristisch-fordistischen Produktionsregimes seit etwa Ende der 1970er Jahre und der mit ihm verbundene Wandel von Unternehmensstrukturen und Arbeitsformen; ein Wandel, der auch in der parallelen Formel vom „Post-Fordismus“ zum Ausdruck gebracht wird. Konzeptionell bezieht sich die Entgrenzungsdebatte oft auf die *Regulationstheorie*, die Veränderungen der institutionellen Regulationsmodi von Produktion und Arbeit in das Zentrum ihrer historischen Periodisierung der kapitalistischen Produktionsweise stellt (z. B. Aglietta 1979; Boyer und Durand 1993; Boyer et al. 1998). Darüber hinaus soll mit Hilfe der Entgrenzungsthese der Begriff des „Post-Fordismus“ präzisiert werden. Denn sie erlaube

* Für Kritik und Anregungen dankt der Autor vor allem Jörg Abel, Christoph Deutschmann und Sigrid Quack sowie den Teilnehmern eines Workshops zum vorliegenden Sonderband der KZfSS im Oktober 2008 am Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung.

es, betriebliche Reorganisationsstrategien und die Erosion fordistisch-tayloristischer Normalarbeit zu erfassen sowie den Blick auf die Vielfalt und Dynamik des derzeitigen Strukturwandels gesellschaftlicher Arbeit zu öffnen (Sauer 2008). Einigkeit besteht freilich darin, dass mit dem Begriff der Entgrenzung keineswegs eine generelle Auflösung existierender Strukturen und Regelungsformen gemeint sein kann. Vielmehr werden zugleich *Grenzen der Entgrenzung* historisch gewachsener Produktionsstrukturen postuliert, die sich aus den Regelungserfordernissen sozialer Institutionen ergeben. Freilich ist die Frage nach dem Stellenwert, der Reichweite und den Formen neuer Grenzen bis heute Thema der Forschung und anhaltender Diskussionen (Kratzer et al. 2004; Mayer-Ahuja und Wolf 2005).

In der angelsächsischen Forschung werden die Prozesse der Reorganisation von Unternehmen und die damit zusammenhängende Erosion gewachsener Arbeitsstrukturen vornehmlich in einer organisationssoziologischen Perspektive analysiert. Gezeigt wird, dass Großunternehmen in den USA seit den 1990er Jahren einer radikalen Restrukturierung durch den Abbau von Hierarchien und die verstärkte Direktanbindung an den Markt unterworfen sind (z. B. Best 2001; Kunda und Ailou-Souday 2005; Lazonick 2005). In einer neo-institutionalistischen Analyseperspektive wird darüber hinaus der zunehmende Einfluss der Finanzmärkte auf die Strukturen und Strategien von Unternehmen thematisiert (z. B. Fligstein 1990; Powell 2001; Zorn et al. 2004).

Im Folgenden soll der Stand der Forschung zum Thema Entgrenzung von Unternehmen und Arbeit resümiert werden. Die These ist, dass der Prozess der Entgrenzung durch Ungleichzeitigkeiten und strukturelle Widersprüche geprägt ist und daher kaum von einer eindeutigen Tendenz gesprochen werden kann. Diese These soll in drei Argumentationsschritten ausgeführt werden: Erstens wird der Stand der Forschung zusammengefasst, zweitens werden Ungleichzeitigkeiten und Grenzen der Wandlungsprozesse thematisiert und abschließend werden ihre immanenten Paradoxien diskutiert.

II. Stand der Forschung

Die Entwicklung soll im Folgenden zunächst mit Blick auf den Wandel von Unternehmensstrukturen und die damit verknüpften veränderten Formen der Arbeitsorganisation und des Arbeitskräfteeinsatzes dargestellt werden. Basis der Analyse sind vorwiegend arbeits- und industriesoziologische Studien.

1. Reorganisation von Unternehmen

1.1 Dezentralisierung bis virtuelle Netzwerke

Alle vorliegenden empirischen Befunde belegen die Bedeutung von Prozessen der Dezentralisierung und Netzwerkbildung, die die Grenzen von Unternehmen und ihre überkommenen Organisationslogiken zur Disposition stellen (Kratzer et al. 2004; Sauer et al. 2005). Mit diesen Reorganisationsmaßnahmen soll eine Verbesserung der Marktorientierung und eine Steigerung der Kundennähe von Unternehmen erreicht werden. Es wird davon ausgegangen, dass kleinere Einheiten, die komplette Produkte

herstellen und „aus einer Hand“ anbieten, durch ihre Flexibilität und Überschaubarkeit einen schnellen und engen Bezug zum Marktgeschehen herstellen können. Ähnliches gilt in Hinblick auf die Kooperationsfähigkeit mit unternehmensexternen Partnern: Kleine, dezentrale Einheiten ermöglichen eine hohe Transparenz über Kosten und Rationalisierungserfordernisse der jeweiligen Prozesse. Schließlich wird deutlich gemacht, dass die Internationalisierung von Unternehmenseinheiten, ihre Verlagerung in verschiedene Regionen des Weltmarktes und der Aufbau von internationalen Produktions- und Entwicklungsverbänden dezentrale Unternehmensstrukturen nahe legen. Es ist unübersehbar, dass Dezentralisierung wie auch Netzwerkbildung seit den 1990er Jahren zu Leitbildern organisatorischer Gestaltung geworden sind (Faust et al. 1994; Hirsch-Kreinsen 1995; Funder 1999). Die Entscheidungen betrieblicher Instanzen über die Reorganisation von Unternehmens- und Produktionsstrukturen werden dadurch geprägt. Offenbar gewinnen diese Leitbilder, ähnlich wie früher der Taylorismus oder das Montagefließband, den Status einer „Sachnotwendigkeit“, die alternative Lösungen von vornherein ausschließt oder doch zumindest unter beträchtlichen Legitimationsdruck stellt.

Ogleich begrifflich zu unterscheiden, lässt sich realiter Dezentralisierung von Unternehmen immer weniger von unternehmensübergreifenden Formen der Kooperation trennen, die üblicherweise als *Unternehmensnetzwerk* bezeichnet werden. Die Übergänge sind fließend, insofern Dezentralisierung auf die Externalisierung von Unternehmensfunktionen, typisch etwa die Verringerung der Fertigungstiefe und die Auslagerung von Fertigungssystemen, „Outsourcing“ genannt, hinausläuft. Umgekehrt können ursprünglich durch Märkte koordinierte Austauschprozesse durch Internalisierung einer netzwerkförmigen Koordination zugänglich gemacht werden (Sydow 1992). Alle vorliegenden Studien zeigen, dass Unternehmensnetzwerke schon seit längerer Zeit an Bedeutung gewonnen haben (z. B. Statistisches Bundesamt 2004; Kirner 2005). Als Hauptgrund hierfür gilt, dass es Unternehmen damit möglich wird, Ressourcen zu bündeln, ihre Kapazitäten und ihr Leistungsspektrum zu erweitern und flexibler als vertikal integrierte und hierarchisch koordinierte Unternehmen zu agieren. Danach erlaubt die nur lose Kopplung unabhängiger Akteure die Koexistenz antagonistischer Interessen, Kompetenzen und Organisationslogiken, was als Voraussetzung für Flexibilität, Wandlungs- und Lernfähigkeit von Netzwerken angesehen wird (Grabher 1994: 73 f.). Als Extremvariante entgrenzter Unternehmensstrukturen werden „Projektnetzwerke“ oder „virtuelle“ Netzwerke betrachtet. Sie basieren auf nur lockeren sozialen Beziehungen und weisen einen wenig geregelten und hochgradig informellen Charakter auf. Solche Netzwerke sind in traditionellen Branchen mit hohen Marktturbulenzen, wie in der Bauindustrie, oder in durch kurze Produkt- und Innovationszyklen geprägten Wirtschaftszweigen wie der Bekleidungsindustrie anzutreffen. Die Forschung konzentriert sich jedoch auf neuere Entwicklungen in wissensintensiven Dienstleistungsbranchen wie der Software- und Multimediaindustrie, deren wirtschaftsstrukturelle Bedeutung schnell zunimmt. Diese Netzwerkstrukturen gelten vielfach als Vorreiter „grenzenloser“ Organisations- und Beschäftigungsstrukturen (z. B. Windeler 2001; Manning und Sydow 2005).

1.2 Indirekte Kontextsteuerung und Informatisierung

Fragt man nach den Koordinationsmechanismen solcherart ausdifferenzierter und externalisierter Unternehmensstrukturen, so setzen sich, wie die Studien zeigen, Formen „indirekter Kontextsteuerung“ der ausdifferenzierten Unternehmen durch. Als Besonderheit dieser Koordinationsform gilt, dass die Festlegung der Vorgaben in hohem Maße „reflexiv“ erfolgt, das heißt mit maßgeblicher Beteiligung der zu koordinierenden dezentralen Einheiten und ihrer Akteure (z. B. Teubner 1992; Kühl 1995; Funder 1999). Verknüpft ist damit ein Prozess interner Konkurrenz, der die einzelnen Einheiten zur kontinuierlichen Rationalisierung und Optimierung ihrer Prozesse veranlassen soll. Wie ein in der Literatur viel zitiertes Beispiel eines hoch dezentralisierten internationalen Großunternehmens zeigt, lässt sich dieser Koordinationsmechanismus einerseits festmachen an der Vorgabe strategischer Ziele, ökonomischer Eckwerte und Rahmendaten durch die Unternehmensleitung, andererseits an einem ständigen Rationalisierungs- und Optimierungsprozess, der meist über unternehmensweit aufgelegte Programme angestoßen und autonom in den einzelnen Unternehmenseinheiten durchgeführt wird. Dieser Koordinationsmechanismus ist aber nur effektiv, wenn er zugleich von einem intensiven Kommunikationsprozess im Unternehmensverbund und auf den verschiedenen Unternehmensebenen begleitet wird. Ganz offensichtlich handelt es sich dabei um einen zeitaufwendigen „bargaining process“, bei dem die partikularen Interessen der einzelnen Unternehmenseinheiten zu unternehmensübergreifenden Zielen zusammengefasst werden sollen (Hirsch-Kreinsen 1995; Bélanger et al. 1999).

Nicht übersehen werden darf, dass die Funktionsfähigkeit der neuen Koordinationsmechanismen in besonderer Weise auf dem Einsatz der Informations- und Kommunikationstechnologie basiert. Dies gilt gleichermaßen für dezentralisierte Unternehmen wie netzwerkförmige Unternehmensverbände (Sauer et al. 2005). So erlauben Controlling- und Kennziffersysteme einen ständigen und direkten Vergleich der ökonomischen Leistungsfähigkeit einzelner Unternehmenseinheiten, der in der Managementterminologie als „Benchmarking“ bezeichnet wird. Letztlich wird damit eine ständige Konkurrenzsituation zwischen den dezentralisierten Unternehmenseinheiten oder den einzelnen Netzwerkpartnern geschaffen, um die jeweils als optimal geltende „Performance“ zu erreichen. Darüber hinaus unterstützen die modernen IuK-Technologien die beabsichtigte Öffnung der Unternehmen hin zum Absatzmarkt (Boes 2005; Sauer et al. 2005). Damit kann die Produktion weit direkter als bisher an Kaufentscheidungen von Kunden und die Nachfrageentwicklung gekoppelt und entsprechend flexibel gestaltet werden. Vor allem in Wirtschaftssektoren wie dem Telebanking oder der Tourismusbranche, deren Leistungen digitalisierbaren Charakter haben, wird es dadurch möglich, einen Teil der Wertschöpfung in den Konsumbereich zu verlagern. Kunden werden damit immer mehr zu „Mit-Arbeitern“, die einzelne Schritte des Produktions- oder auch Innovationsprozesses übernehmen, mit der Folge, dass die historisch voneinander abgegrenzten Sphären der Produktion und Konsumtion zunehmend miteinander verschränkt werden. In der neueren arbeits- und industriesoziologischen Forschung wird dieses Phänomen der Entgrenzung von Unternehmen mit Rückgriff auf angelsächsische Debatten im Informatikbereich unter dem Stichwort „Crowdsourcing“ thematisiert (Hanekop und Wittke 2008; Kleemann et al. 2008).

1.3 Vermarktlichung von Unternehmen

Konzeptionell werden die beschriebenen Tendenzen der Entgrenzung in der industriesoziologischen Debatte als *Vermarktlichung* gefasst, insofern Marktmechanismen in die Unternehmen internalisiert werden und die herkömmlichen hierarchisierten Steuerungs- und Managementmechanismen zurücktreten. Gezeigt wird, dass an die Stelle hierarchisch-bürokratischer Kontrolle als Modus der Unternehmenssteuerung zunehmend objektivierte Herrschaftsformen des „Sachzwangs“ der Märkte und der Konkurrenz treten (Moldaschl und Sauer 2000: 212). Vermarktlichung wird im doppelten Sinn verstanden: Neben der Internalisierung von Marktprinzipien in Unternehmen soll die gleichzeitige Öffnung von Unternehmen gegenüber den Anforderungen externer Märkte auf den Begriff gebracht werden. Zum einen geht es um die beschriebene engere Kopplung an die Produktmärkte und Kundenpräferenzen, indem die dezentralen Einheiten oder einzelne Netzwerkpartner ihre Aktivitäten unmittelbar mit den Marktanforderungen verknüpfen. Erosion bisheriger Unternehmensgrenzen bedeutet in diesem Fall, dass nicht mehr nur dafür traditionell zuständige Unternehmensbereiche wie Marketing und Beschaffung von Markteinflüssen direkt betroffen sind, sondern auch bislang von Markteinflüssen relativ abgeschottete Bereiche wie Produktion und Konstruktion. Zum anderen geht es auch darum, dass vor allem Großunternehmen im Kontext der fortschreitenden Internationalisierung des Systems der Unternehmensfinanzierung enger an den Finanzmarkt und die Interessen seiner Akteure gebunden werden. Deren Rentabilitätsersparungen und Organisationsleitbilder, verbreitet ist z. B. die Forderung nach Reduktion von Unternehmensfunktionen auf die sogenannten Kernkompetenzen, spielen daher eine wichtige Rolle im Prozess der Unternehmensreorganisation.

2. Wandel von Arbeit

Mit den skizzierten Reorganisationsprozessen auf Unternehmensebene sind neue Formen des Arbeitskräfteeinsatzes und der Arbeitsorganisation verbunden, deren Grundlogik ebenfalls auf die Öffnung bislang geltender Regelungsmuster hinausläuft. Verstanden wird darunter ein Wandlungsprozess, der sich letztlich in allen Dimensionen sozialer Strukturierung betrieblichen Handelns zeigt (Huchler et al. 2007: 36).

2.1 Flexibilisierung

Zunächst ist eine Flexibilisierung der Arbeit zu beobachten, die auf die enge Kopplung der Arbeitsprozesse an Marktanforderungen zurückgeführt wird (Schmid 2000; Bosch 2001). Das führt zu einer Zunahme *nicht-standardisierter* bzw. *prekärer* Beschäftigung. Erwerbsformen wie Teilzeitarbeit, geringfügige Beschäftigung, befristete Beschäftigung und Leiharbeit breiten sich aus. Die Zahl der nicht regulär Beschäftigten hat schon seit Ende der 1980er Jahre deutlich zugenommen; ihr Anteil an den Erwerbstätigen insgesamt stieg in der alten Bundesrepublik von 19,7 Prozent (1988) auf rund 29 Prozent (2004) (Brinkmann et al. 2006). Umgekehrt nimmt der Anteil der normalen Vollzeitbeschäftigung kontinuierlich ab. Mit diesem Befund wird die, allerdings umstrittene,

These von der „Erosion des Normalarbeitsverhältnisses“ begründet (Mückenberger 1985; Deutschmann 2002: 155 ff.). Vor allem wird darauf verwiesen, dass die gegenwärtigen Flexibilisierungstendenzen im historischen Vergleich auf Grund ihres Zusammenspiels mit entgrenzten Unternehmensstrukturen eine besondere und neuartige Dynamik und Virulenz erhielten. So werde dadurch die tayloristisch-fordistische Segmentierung von qualifizierten Kern- und eher unqualifizierten Randbelegschaften aufgelöst, und die Flexibilisierungstendenzen erreichten zunehmend auch die Beschäftigten der Kernfunktionen in Unternehmen. In extremer Weise findet sich diese flexibilisierte Arbeitssituation im Kontext sogenannter „virtueller“ Unternehmen (Kratzer et al. 2004: 340).

Zum zweiten wird die *Flexibilisierung der Arbeitszeit* angesprochen; ein Aspekt, der gemeinhin mit dem Begriff der Flexibilisierung von Arbeit verbunden wird. Die Forschungsergebnisse belegen eine in den letzten Jahren sich durchsetzende neue Qualität der Arbeitszeitflexibilisierung (Kratzer und Sauer 2005: 140 ff.). Zurückführen lässt sich dieser Trend darauf, dass Arbeitszeitregelungen ein zentraler Ansatzpunkt für Betriebe sind, turbulente Marktanforderungen zu bewältigen. Knapp zusammengefasst handelt es sich hierbei um die folgenden Instrumente: gleitende Arbeitszeiten, Arbeitszeitkonten und Modelle sogenannter Vertrauensarbeitszeit (Haipeter 2003). Damit werden vielfach traditionelle Formen der Flexibilisierung (Überstunden, Schichtarbeit etc.) durch neue Formen individualisierter Arbeitszeitregelungen ergänzt; zuvor organisatorisch und kollektiv geregelte Arbeitszeiten werden nun durch individualisierte Lösungen ersetzt. Diese Lösungen sind im doppelten Sinn entgrenzt: Sie obliegen einerseits der individuellen und subjektiven Verantwortung der Beschäftigten und folgen erst in zweiter Linie generellen Rahmenregeln. Andererseits sind sie unmittelbar mit wechselnden Auftragsvolumina verknüpft, d. h. der Arbeitseinsatz ist in diesem Sinne „vermarktlicht“.

2.2 Informelle Arbeitsprozesse

Mit den skizzierten Reorganisationsprozessen gewinnen die Arbeitsprozesse einen zunehmend informellen und unstrukturierten Charakter. Die vorliegenden Studien lassen den Schluss zu, dass effektive Koordination sowohl innerhalb dezentralisierter Unternehmen als auch innerhalb von Unternehmensnetzwerken in hohem Maße an persönliche Beziehungen zwischen den beteiligten Akteuren gebunden ist. Darauf deutet auch die immer wieder betonte Bedeutung von „Vertrauen“ in den Koordinationsprozessen hin (z. B. Bachmann 2001). Die Unternehmens- und Netzwerkforschung verweist auf die große Bedeutung von Beschäftigtengruppen in ausdifferenzierten Unternehmenseinheiten, die den Wissens- und Informationstransfer zwischen den Unternehmenseinheiten sicherstellen. In der einschlägigen Literatur wird von „communities of practice“ oder auch „networks of practice“ gesprochen, die als „fluide“ Gruppen auf der Basis ähnlicher Qualifikationen und geteilter Erfahrungen operieren (z. B. Powell und Grodal 2005: 70 f.). In diesem Zusammenhang wird auch die wachsende Bedeutung sogenannter „boundary spanner“ oder „Grenzgänger“ diskutiert, die zwischen ausdifferenzierten Unternehmen und unterschiedlichen Arbeitsprozessen interagieren (Endres und Wehner 1996). Ihre Aufgabe ist es, durch den Aufbau persönlicher Beziehungen Kooperationsbarrieren der verschiedensten Art zu reduzieren und vor allem unklare

Schnittstellen zu überbrücken; sie werden auch als Wissensvermittler und informelle Manager von ausdifferenzierten Unternehmen bezeichnet (Kirner 2005: 115). Konkrete neuere Beispiele für diese Beschäftigtengruppe sind etwa „Projektmanager“ und „Key Account Manager“. Als qualifikatorische Voraussetzungen für diese Tätigkeiten gelten neben den je spezifischen fachlichen und organisatorischen Fähigkeiten vor allem sozial-kommunikative und personale Kompetenzen (Williams 2002). Dementsprechend zeichnet sich die Tätigkeitsstruktur von Grenzgängern über große Handlungs- und Entscheidungsfreiräume aus. Ihre Arbeit ist durch ein hohes Maß an Selbstorganisation gekennzeichnet.

Ähnliches gilt für viele zwischen ausdifferenzierten Unternehmenseinheiten angesiedelte Tätigkeiten. Hervorzuheben ist hier etwa die wachsende Bedeutung sogenannter „Freelancer“ in den erwähnten Projektnetzwerken. Ihre Arbeit ist in besonderer Weise „entgrenzt“, insofern sie an nur noch temporäre Projektzusammenhänge in verschiedenen Unternehmen gebunden ist. Der berufliche Erfolg der Freelancer ist davon abhängig, dass sie sich kontinuierlich weiter qualifizieren, über vielfältige formale und informelle Kontakte verfügen und arbeitsinhaltlich, sozial und räumlich hoch flexibel agieren. Diese Arbeitskräftegruppe spielt beispielsweise in den virtuellen Netzwerken der Kultur- oder Softwareindustrie eine tragende Rolle, wobei sie in der Regel in keinen dauerhaften Beschäftigungszusammenhang eingebunden ist (Schmid 2000; Manning und Sydow 2005).

2.3 Subjektivierung

Damit ist ein Kriterium angesprochen, das als generelles Merkmal von entgrenzter Arbeit angesehen wird: eine weitgehend enthierarchisierte Struktur der Anweisung und Kontrolle, verbunden mit Formen erweiterter Selbstorganisation und Arbeitsautonomie auf der ausführenden Ebene. Kurz, die bisherigen hierarchisch-bürokratischen Vorgaben der Arbeit, die sie regulierten und eingrenzten, entfallen zunehmend. Die dazu vorliegenden Untersuchungsergebnisse belegen dies instruktiv (z. B. Pekruhl 2001; Wengel et al. 2002; Lay und Maloca 2005): Erstens weisen Unternehmen zunehmend flachere Hierarchien auf; zweitens kann insgesamt von einer zunehmenden Bedeutung und Verbreitung von Arbeitsstrukturen mit dispositiven, partizipativen und kommunikativen Aufgaben gesprochen werden. Als Indikator dient hier insbesondere die zunehmende Verbreitung von Gruppenarbeit. Unbeschadet der im Einzelnen sehr unterschiedlichen Definitionen und Formen von Gruppenarbeit lässt sich festhalten, dass die Zahl der Beschäftigten in dieser Arbeitsform vor allem in den 1990er Jahren deutlich zugenommen hat (ebd.).

Insgesamt steigen damit die Anforderungen an die planerisch-methodischen und kommunikativen Kompetenzen der Arbeitskräfte. Die Verantwortung für Effizienz und Effektivität des Prozessablaufs wird den operativ Beschäftigten selbst zugewiesen. Damit werde, wie verschiedene Autoren (Moldaschl und Voß 2002; Lohr 2003; Kratzer et al. 2004; Minssen 2006) argumentieren, ein veränderter Zugriff auf das Arbeitsvermögen erreicht: Zum einen geht es um die erweiterte Nutzung der Leistungsbereitschaft und der persönlichen Kompetenzen der Arbeitskräfte. Zum anderen sollen Entscheidungen über die Steuerung, den Ablauf und die Rationalisierung des Produktionsprozesses möglichst autonom von den Beschäftigten selbst erbracht werden. Hierarchisch-

bürokratische Kontrolle soll ersetzt, nicht nur wie zuvor kompensatorisch ergänzt werden durch flexible und effiziente Eigensteuerung.

Unverzichtbare Voraussetzungen dafür sind neue Führungskonzepte und neue Formen der betrieblichen Leistungspolitik, die das Zusammenspiel zwischen der indirekten Steuerung von Arbeitsprozessen und den daran orientierten autonomen Arbeitsweisen der Beschäftigten sicherstellen sollen. Zentrale Instrumente in diesem Kontext sind Zielvereinbarungen, d. h. Verhandlungsprozesse zwischen Management und Arbeitskräften, in denen Rahmenziele für einzelne Arbeitsprozesse vereinbart, präzisiert sowie mit Gratifikationselementen versehen werden. Dies bedeutet einen prinzipiellen Wandel der bisherigen leistungspolitischen Prinzipien: Leistung wird nicht mehr von der Aufgabe her definiert, sondern das Kriterium ist der Erfüllungsgrad der Zielvereinbarung. Bei unternehmerisch festgelegtem Ziel gilt der Grad seiner Erreichung, seien es Kosten, Zeiten oder Qualitäten, als verhandelbar. Die Arbeitsforschung spricht daher auch von „diskursiver Steuerung“ von Arbeitsprozessen (Bender 2000; Huchler et al. 2007).

Solchermaßen entgrenzte und individualisierte Arbeitsformen implizieren einen neuen Modus der Arbeits- und Leistungsregulation, der als *Subjektivierung von Arbeit* gefasst wird; ein Begriff, der in den letzten Jahren zu einer Leitkategorie der soziologischen Arbeitsforschung avanciert ist (zuerst Moldaschl und Sauer 2000). Unter entgrenzten Organisations- und Arbeitsbedingungen, so resümieren Huchler, Voß und Wehrich, „... muss (und kann) Arbeit stärker aktiv angeeignet und („selbst“) formatiert werden ... Entgrenzte Arbeit setzt die Subjekte in neuer Qualität der Tendenz nach ‚frei‘, erfordert aber auch den zunehmenden Einsatz ihrer Subjekt-Qualitäten, die damit in neuer Weise einer betrieblichen Vernutzung zugänglich werden“ (Huchler et al. 2007: 38). Grundlegender formuliert, bezeichnet Subjektivierung eine neue Logik der Rationalisierung, bei der die Bewältigung des Transformationsproblems von Arbeit den Subjekten selbst auferlegt wird (Voß und Pongratz 1998).¹

III. Ungleichzeitigkeiten und Grenzen

So unbestritten die skizzierten Entwicklungstendenzen sind, verweisen die Studien jedoch darauf, dass der Umbruch von Organisationsstrukturen und Arbeitsformen durch ein Nebeneinander von Alt und Neu bzw. durch widersprüchliche Entwicklungen geprägt ist. Der Wandel verläuft nicht unidirektional, sondern stößt auf Beharrungskräfte und Gegentendenzen.

¹ Weitgehend ausgeklammert bleibt der Einfluss neuer Ansprüche und Erwartungen der Beschäftigten an ihre Arbeit auf diese Entwicklungstendenzen. Zu nennen sind etwa die zunehmende Erwerbsneigung von Frauen, die Präferenz vieler Frauen für Teilzeitarbeit, sowie die Ausweitung der tertiären Bildungsgänge, die durch Nebentätigkeiten mit zwangsläufig atypischem Charakter finanziert wird. Schließlich wird verschiedentlich auf wechselnde und häufig nur mehr wenig eindeutige Berufsorientierungen in Folge des viel diskutierten Wertewandels in entwickelten Gesellschaften verwiesen (Schmid 2000). Im gegebenen Rahmen muss es offen bleiben, ob tatsächlich von einer in diesem Sinn „doppelten Konstituierung“ von Subjektivierung der Arbeit (Lohr 2003) gesprochen werden kann.

1. Ungleichzeitigkeiten

Resümiert man zunächst die vorliegenden empirischen Befunde, so sind dezentrale Unternehmensstrukturen in Deutschland keineswegs so weit verbreitet, wie die Debatte es vermuten lässt. Zum Ersten verlaufen die Reorganisationsprozesse je nach Branche und Betriebsgröße sehr unterschiedlich. Zum zweiten haben sich in den letzten Jahren Dezentralisierungsprozesse offensichtlich eher abgeschwächt, denn weiter intensiviert. Zum dritten sind in vielen in den 1990er Jahren dezentralisierten Unternehmen seit längerem Re-Zentralisierungstendenzen unübersehbar (z. B. Kratzer und Sauer 2005; Spath et al. 2008). Diese Veränderungen zielen ganz offensichtlich darauf, durch Dezentralisierung entstandene unübersichtliche und schwer koordinierbare Strukturen zu bereinigen (s. u.). Insofern lässt sich der Reorganisationsprozess von Unternehmen auch metaphorisch als „Pendelbewegung zwischen Dezentralisierung und Rezentralisierung“ beschreiben (Funder 1999). Diese widersprüchlichen Entwicklungstendenzen zeigen sich insbesondere in der Medien- und Kulturindustrie, die oftmals als Vorreiter neuer Unternehmensstrukturen angesehen wird. Einerseits sind in einzelnen Bereichen der „New Economy“ Tendenzen verstärkter Arbeitsteilung und formeller Hierarchisierung unübersehbar, sodass hier von einem „Revival“ bürokratischer Herrschaft gesprochen werden kann. Andererseits ist in Teilbranchen dieser Sektoren eine fortlaufende Erosion fest gefügter Organisationsstrukturen erkennbar (Henninger und Bleses 2005: 306).

Bezogen auf Unternehmenskooperationen und -netzwerke zeigt sich eine ähnlich ungleichzeitige Entwicklung. Legt man einen weitgefassten Kooperationsbegriff zu Grunde, so lässt sich für das Jahr 2003 für Unternehmen in Deutschland Folgendes festhalten (Statistisches Bundesamt 2004; auch Kirner 2005): Zum Ersten ist die Verbreitung von Kooperationen nach wie vor begrenzt und ihre Bedeutung wird nach den vorliegenden Daten kaum signifikant zunehmen. So kooperieren lediglich knapp 29 Prozent aller Unternehmen in den verschiedensten Sektoren (im Verarbeitenden Gewerbe, im Baugewerbe, im Handel und dem Gastgewerbe, in den Dienstleistungsbereichen Verkehr und Nachrichtenübermittlung sowie bei den Unternehmensdienstleistern) in unterschiedlichen Formen mit anderen Unternehmen. Zum Zweiten verteilen sich diese Aktivitäten sowohl in Abhängigkeit von der Betriebsgröße wie auch der Zugehörigkeit zum Wirtschaftssektor sehr ungleich. Kleinere Unternehmen sind deutlich seltener Partner in einer Kooperationsbeziehung als mittlere und große. Die meisten Kooperationen zwischen Unternehmen finden sich im Bereich der unternehmensbezogenen Dienstleistungen. Endlich sind Unternehmenskooperationen in Hinblick auf ihre Funktionen zu differenzieren; im sekundären Sektor etwa spielen unternehmenübergreifende FuE-Aktivitäten die Hauptrolle.

Ähnlich ungleichzeitige, ja widersprüchliche Trends zeigen sich auf der Ebene von Arbeit: Bei der Flexibilisierung von Arbeit kann nicht von einer generellen Tendenz gesprochen werden, vielmehr ist diese regional, sektoral und betriebsstrukturell sehr unterschiedlich verteilt. So weisen kleinere Betriebe und Unternehmen in der Dienstleistungsbranche und den sogenannten neuen Branchen größere Anteile nicht-standardisierter Beschäftigungsverhältnisse auf als größere Betriebe vor allem in der Industrie. Ähnlich ungleich verteilt ist die Nutzung der neuen Formen von Arbeitszeitflexibilisierung (Kratzer und Sauer 2005). In Hinblick auf die skizzierten Tätigkeiten an den

Grenzstellen ausdifferenzierter Unternehmensstrukturen sind ähnliche Ungleichzeitigkeiten erkennbar (Kirner 2005).

Diese Befunde lassen sich generalisieren: Arbeitsformen der Selbstorganisation sind nicht überall verbreitet. Es lässt sich festhalten, dass die in den 1990er Jahren zu beobachtende Ausbreitung dieser Arbeitsformen inzwischen an eine Grenze gestoßen ist; ja es wird von einer „Sättigungsgrenze“ und verschiedentlich auch von einer Tendenz einer „Rückkehr zum Taylorismus“ gesprochen (Springer 1999). Auf der Basis von Erhebungsdaten aus dem Jahr 2005 wird festgestellt, dass Prozesse der Aufgabenintegration nicht nur stocken, sondern sich in verschiedene Richtungen zurückentwickelt haben. Dies gilt gerade für die Verbreitung von Arbeitsformen, die mit dispositiven Funktionen angereichert wurden, insbesondere Gruppenarbeit. So sind weitreichende und mit einem hohen Grad an Selbstorganisation versehene Konzepte von Gruppenarbeit in den Unternehmen bislang selten anzutreffen; im Verarbeitenden Gewerbe in Deutschland finden sie sich im Jahr 2005 in weniger als 10 Prozent der Betriebe (Lay und Maloca 2005). Erklärungen hierfür sind das oftmals mangelnde Passungsverhältnis dieser Arbeitsform mit den weiteren unternehmensstrukturellen und technologischen Bedingungen sowie der stets hohe und mit hohen Risiken verbundene Reorganisationsaufwand. Ähnlich ist die Situation in Dienstleistungsbereichen. Hier sei nochmals auf die oben erwähnten Entwicklungen in der Medien- und Kulturindustrie verwiesen. Sie gehen oftmals einher mit einer „Normalisierung von Arbeit und Arbeitsverhältnissen“. So sei die Arbeitsidentität von hochqualifizierten Internetdienstleistern „... stärker als zuvor nicht mehr nur durch die ‚Subjekt-Perspektive‘, sondern durch eine ‚Arbeitskraft-Perspektive‘ geprägt, die vor allem auf den günstigen Verkauf und den langfristigen Erhalt von Arbeitskraft setzt“ (Henninger und Bleses 2005: 306; auch: Abel und Pries 2007).

Die Studien verweisen auch auf die weiterhin hohe Bedeutung von Arbeitsformen mit geringen Möglichkeiten der Selbstorganisation und prognostizieren ihren Fortbestand. Die Voraussagen lassen zwar bis zum Jahr 2010 einen gewissen Rückgang einfacher Arbeit erwarten. Jedoch werden solche Tätigkeiten, z. B. Hilfstätigkeiten und einfache Fachtätigkeiten, im Jahr 2010 insgesamt immerhin noch einen Anteil von knapp 30 Prozent an allen Erwerbstätigen ausmachen (Weidig et al. 1999; Dostal und Reinberg 1999). Im Hinblick auf die hier in Frage stehenden Entgrenzungsprozesse legt dieser Befund eine differenzierte Einschätzung nahe: Entgrenzung und die damit verbundene Selbstorganisation von Arbeit sind Momente einer insgesamt zunehmenden Heterogenisierung der Arbeitslandschaft. Folglich spricht wenig für die Annahme, dass die Entwicklung von Arbeit durch einen eindeutigen Trend in Richtung von mehr Dezentralisierung, Partizipation und damit qualifikatorischer Aufwertung gekennzeichnet ist (Müller-Jentsch 2003: 62 ff.).

2. Grenzen

Es lässt sich festhalten, dass Entgrenzung von Unternehmen und Arbeit nicht als säkularer Trend gefasst werden kann, der von einer nicht nachlassenden Dynamik, verbunden mit einer nachhaltigen Erosion von Regulationsformen der Arbeit, gekennzeichnet ist. Es kann nicht davon ausgegangen werden, dass das tayloristisch-fordistische Pro-

duktionsregime sich weitgehend auflöst und in eine hoch flexible „grenzenlose“ Welt von Unternehmen und Arbeit mündet. In der soziologischen Unternehmens- und Arbeitsforschung wird daher verstärkt auch die Frage nach den „Grenzen der Entgrenzung“ thematisiert (z. B. Minssen 2000; Mayer-Ahuja und Wolf 2005; Kratzer et al. 2004; Huchler et al. 2007).

2.1 Durchsetzungs- und Realisationsprobleme auf der Unternehmensebene

Zunächst ist auf konkrete Implementationsprobleme der neuen Konzepte auf der Mikro- und Mesoebene der Arbeitsprozesse und der Unternehmensorganisation zu verweisen. Zum einen ist hier das organisatorisch und arbeitspolitisch bedingte Beharrungsvermögen von Unternehmensstrukturen gegen weitreichende Reorganisationsmaßnahmen zu berücksichtigen. Zum zweiten ist die erfolgreiche Realisierung und Durchsetzung der neuen Konzepte ein äußerst voraussetzungsvoller Prozess. Unverzichtbar sind etwa hinreichende Planungskompetenzen, ausreichende Ressourcen und ein „langer Atem“ der Promotoren, um die häufig langwierigen, aufwendigen und risikoreichen Prozesse durchzuhalten sowie Durchsetzungs- und Überzeugungsfähigkeit, um Widerstände bei mittleren Managern und Beschäftigten überwinden zu können. Hinzu kommt, dass sich die intendierten ökonomischen Effekte oftmals nicht unmittelbar einstellen und nur schwer einzelnen Reorganisationsmaßnahmen zugerechnet werden können (z. B. Antoni 1996; DiMaggio 2001).

Zudem verbindet sich mit den Reorganisationsmaßnahmen stets das Risiko, dass eingespielte Strukturzusammenhänge eines Unternehmens auseinander gerissen werden und ebenso beherrschbare wie effiziente neue Strukturen letztlich nicht entstehen. Denn die Konsequenz der Reorganisationsprozesse ist, dass auf der einen Seite Schnittstellen, Umwege und Redundanzen der Kommunikation und Kooperation reduziert werden, auf der anderen Seite aber neue und vielfach ungeklärte Kooperationserfordernisse auftreten. So werden durch den Wegfall zentralisierter Organisationsformen die damit verknüpften, eingespielten und funktionsnotwendigen informellen Strukturen gekappt. Neue dezentralisierte Unternehmensstrukturen und ihre sehr viel weniger präzise bestimmten Schnittstellen haben zur Folge, dass „prozessuale“ und informelle Kooperationsbeziehungen nicht nur neu aufgebaut werden müssen, sondern auf Grund jetzt fehlender formaler Regelungen und der virulenten unternehmensinternen Konkurrenz auch schwerer beherrschbar werden. Zu nennen sind hier beispielsweise die aufwendigen Kommunikationsprozesse im Managementapparat, über die die Integration eines dezentralisierten Unternehmens gesichert werden soll. Um Verselbständigungstendenzen der Unternehmenseinheiten zu kompensieren, sind offenbar vielfach zeitaufwendige Gespräche und Reisen der beteiligten Manager erforderlich. Unternehmenspraktiker sehen daher oft den hohen Informations- und Kommunikationsaufwand als Hauptproblem dezentralisierter Unternehmen; ein Problem, das sich in besonderer Schärfe bei internationalen Unternehmen auf Grund ihrer geografischen Distanzen und ihrer nationalspezifischen Differenzen stellt.

Im Fall von Netzwerken entsteht Komplexität dadurch, dass die Interessen einer oft größeren Zahl von Partnern koordiniert und aufeinander abgestimmt werden müssen. Aufgrund des immer nur begrenzten Formalisierungsgrades der Netzwerkbeziehungen müssen die unterschiedlichsten „Unsicherheitszonen“, wie die Klärung von Schnittstel-

len und die Identifikation von Ansprechpartnern, bewältigt werden (Rölle und Blättel-Mink 1998: 76 ff.). Dies kann zu langwierigen Diskussionen und Verhandlungsprozessen führen, die kostenträchtig sind und die intendierten ökonomischen Ziele einer unternehmensübergreifenden Kooperation konterkarieren können. Gerade bei virtuellen Netzwerken, die auf schnelle Ergebnisse ausgelegt sind, dürfte diese Situation besonders schwierige Koordinationsprobleme nach sich ziehen und damit ihre Funktionsfähigkeit und intendierten ökonomischen Effekte begrenzen. Festhalten lässt sich, dass mit den skizzierten Reorganisationsmaßnahmen eine grundlegende Funktionsvoraussetzung von Unternehmen, nämlich die Komplementarität zwischen den verschiedenen Subsystemen (Mintzberg 1989) verletzt zu werden droht. Es geht hier um funktionale, technologische und arbeitspolitische Komplementaritäten, deren Störung oft nicht nur unkalkulierbare Kosten, sondern auch Konflikte und Effizienzverluste nach sich zieht.

2.2 Grenzverschiebungen

Hervorzuheben ist weiterhin die institutionell bedingte Pfadabhängigkeit der Wandlungsprozesse. Die neuere Governance-Forschung (z. B. Beyer 2005; Lütz 2006) betont, dass die gegebenen institutionalisierten Regelungen eines Produktionssystems eine hohe Stabilität aufweisen, die nicht zuletzt aus ihrer eingespielten Komplementarität erwächst. Aufgrund enger Rückkopplungsbeziehungen können sich die Elemente eines Produktionssystems kaum nachhaltig ändern, allenfalls ist inkrementeller und evolutionärer Wandel denkbar. Für die Entgrenzungsdebatte heißt das, dass sich der Organisationswandel von Unternehmen in den institutionell gegebenen Bahnen bewegt, mithin in den Grenzen eines Produktionssystems stattfindet. Diese Grenzen variieren sektoral wie auch regional, womit sich die unterschiedlichen Verlaufsformen erklären lassen. Eine begrenzende Rolle spielt hier insbesondere die nationale *Makroebene des Produktionssystems*, deren regulative Strukturen zunächst einmal für das einzelbetriebliche Handeln objektive Bedingungen darstellen. Nutzenerwägungen, Legitimitätsbeschaffung und Konfliktvermeidung legen den Unternehmen Strategien der Reorganisation und des Arbeitskräfteeinsatzes nahe, die in den gegebenen institutionalisierten Bahnen liegen, etwa den tradierten Praktiken des Systems der industriellen Beziehungen. Allenfalls krisenhafte Situationen, massiver Konkurrenzdruck oder Technologieschübe können in dieser Sichtweise jene kollektiven Strategiewechsel induzieren, die auch einen Wandel der Regulationsformen nach sich ziehen. Reorganisationsstrategien von Unternehmen werden sich daher zunächst einmal an den eingespielten Regulationsformen orientieren. Nicht überraschend ist daher, dass der hier thematisierte Entgrenzungsprozess von Unternehmen und Arbeit in hohem Maße *nationalspezifisch* verläuft, wie einschlägige Studien (z. B. Powell 2001) zeigen.²

Freilich wird damit keineswegs ein Wandel der Strukturen und ihrer Regulationsmechanismen ausgeschlossen. Nur findet dieser allenfalls partiell statt. Zur Erklärung

2 Aufgrund ihres Ausgangspunktes von im internationalen Vergleich stark regulierten Arbeitsformen wie dem Normalarbeitsverhältnis weist die hier resümierte Entgrenzungs- und Subjektivierungsdebatte sicherlich einen ausgeprägt deutschen nationalspezifischen Charakter auf (Henninger und Bleeßes 2005). Im Vergleich zu thematisch entsprechenden angelsächsischen Studien wäre dieser allerdings in vergleichender Perspektive genauer zu belegen.

kann auf *institutionelle Heterogenität* (Lütz 2006) und damit gegebene Strategiealternativen und -spielräume von Unternehmen verwiesen werden. Zu nennen sind hier beispielsweise wirtschaftssektorale Divergenzen und clusterspezifische Unterschiede. Darüber hinaus spielt der extern verursachte Strukturwandel etwa im Zuge der Internationalisierung der Finanzierungsmodi von Unternehmen und des Systems der Corporate Governance eine wichtige Rolle. Die Frage ist freilich, ob damit die Unternehmen tatsächlich zu Strategiewechseln gedrängt werden und in welcher Weise sie die Strategiealternativen nutzen. Offensichtlich handeln die Unternehmen in sehr differenzierter Weise. Verwiesen sei hier auf die schon ältere industriesoziologische Diskussion über „systemische Rationalisierung“, der zufolge Unternehmen angesichts gewandelter und widersprüchlicher Strukturbedingungen Heterogenität innerhalb übergreifender Wertschöpfungsketten gezielt nutzen, um Flexibilisierungs-, Spezialisierungs- und Innovationsvorteile zu realisieren (Sauer und Döhl 1994). Ähnliche Befunde liegen über die Strategien internationaler Unternehmen vor, wonach diese gezielt international divergente Standortbedingungen nutzen und dabei je spezifische Organisationsstrukturen entwickeln (z. B. Bélanger et al. 1999; Ghemawat 2007). Die Konsequenz ist, dass die Unternehmens- und Arbeitsformen weniger einem einheitlichen Muster fortschreitender Entgrenzung folgen, sondern ein breites Spektrum situationsspezifischer Varianten entsteht.

2.3 Neue Grenzen

Neben den Grenzen, die aus den gegebenen institutionellen Konstellationen erwachsen, sind weitere Probleme zu berücksichtigen, die als Folge der Entgrenzung selbst entstehen. Ungeachtet der Entgrenzung ist stets die interaktive Abstimmung individuellen Arbeitshandelns erforderlich und Regulationsmechanismen bleiben unabdingbar, um koordiniertes Handeln zu ermöglichen. Regulationsmechanismen stellen Restriktionen, aber auch Optionen für soziales Handeln dar. Indem sie Komplexitäten und Ungewissheiten reduzieren, eröffnen sie die Chance entlastender Routinisierung. Dieser Zusammenhang kann wie folgt konkretisiert werden:

Für die Ebene der selbstorganisierten Arbeit ist auf den erwähnten Modus der Subjektivierung von Arbeit zu verweisen. Er eröffnet den Arbeitenden nicht nur Chancen zur Selbstorganisation ihrer Arbeit, sondern führt auch zur Übertragung von Regulationsfunktionen auf die Arbeitskräfte selbst. Mobilisiert werden Fähigkeiten zur Selbstplanung und Selbstkontrolle (Moldaschl und Sauer 2000); Akzeptanz und Identifikation mit den übergeordneten Zielsetzungen des Unternehmens oder des Netzwerks sind freilich die Voraussetzungen hierfür. Sozial-kommunikative Mechanismen nehmen auch auf der Ebene der Organisation an Bedeutung zu. Die oben angesprochenen Prozesse der Konsensbildung und die vielfältigen informellen Abstimmungsprozesse zielen auf die Herstellung einer sozialen Situation, die in hohem Maße durch Prozesse der Vergemeinschaftung gekennzeichnet ist. Nicht mehr Vorgaben und Regeln, sondern Identifikation mit den Zielen des Unternehmensverbundes und wechselseitige Verpflichtungen zwischen den Akteuren bestimmen das Handeln. Erreicht werden kann dies offenbar nur durch einen relativ gleichberechtigten Entscheidungsprozess, der garantiert, dass einmal getroffene Entscheidungen und festgelegte Unternehmensziele auch tatsächlich von allen dezentralen Unternehmenseinheiten mitgetragen und zuverlässig verfolgt wer-

den. Ähnlich lässt sich der Mechanismus des Vertrauens in unternehmensübergreifenden Beziehungen interpretieren. Die beteiligten Akteure haben in diesem Fall die begründete Erwartung, dass auch bei temporärer „Mehrleistung“ oder „Vorleistung“ eines Partners der andere Kooperationspartner auf längere Sicht nicht nur die entsprechende Gegenleistung, sondern auch seinerseits eine Mehrleistung einbringen wird. Wenn eine Kooperation als „bewährt“ und „erfolgreich“ in Erinnerung bleibt, bildet das den Ausgangspunkt für zukünftige gemeinsame Aktivitäten. Vertrauen in Netzwerkbeziehungen schliesst die Garantie ein, dass die Regeln eingespielter Kooperation, also Information und Interaktion, nicht einseitig, ohne Vorabinformation aufgekündigt werden. Insbesondere in Situationen mit hoher Ungewissheit binden sich Akteure durch vertrauensvolle Kooperation aneinander. So werden ihre Handlungsweisen reziprok kalkulierbar, und die Transaktionskosten werden begrenzt (Manning und Sydow 2005).

IV. Paradoxien des Organisationswandels

Bei den skizzierten Entwicklungstendenzen sind nicht nur Widerstände gegen die Entgrenzung in Rechnung zu stellen, sondern auch den Reorganisationsprozessen immanente strukturelle Widersprüche. In Anschluss an Cameron und Quinn kann von organisationalen Paradoxien gesprochen werden. Im Unterschied zu Dilemmata, Ambivalenzen oder auch Nebenfolgen ist damit eine Situation angesprochen, in der sich widersprechende oder gar sich ausschließende Momente auftreten. Die Autoren betonen, dass damit zwar ein häufig nicht hinreichend präzise erfasstes Phänomen organisationalen Wandels angesprochen werde. Jedoch sei dieses vor allem ein Phänomen „turbulenter Zeiten“, die durch einen schnellen und weitreichenden Wandel von Organisationen und Unternehmen gekennzeichnet seien (Cameron und Quinn 1988). Abschließend soll daher dieser Gedanke mit den skizzierten Befunden über die Entgrenzung von Unternehmen und Arbeit verknüpft werden (z. B. DiMaggio 2001).

So lässt sich der Prozess der Vermarktlichung von Unternehmensstrukturen auch dahingehend interpretieren, dass mit ihm eine beschleunigte Rationalisierung der einzelnen Unternehmenseinheiten angestoßen werden soll. Davon erwartet man eine gesteigerte Effizienz und Dynamik des Gesamtunternehmens oder Unternehmensverbundes. Zugleich sind diesem Koordinationsmechanismus aber blockierende Effekte inhärent, die die Effizienz beeinträchtigen. Als Schlüsselprobleme gelten hierbei der „strukturelle Egoismus“ (Deutschmann et al. 1995) einzelner Unternehmenseinheiten und ihre Konkurrenz mit anderen Subsystemen des Unternehmens, die eine abgestimmte Effizienzsteigerung des Gesamtsystems erschweren oder gar konterkarieren. Darüber hinaus gefährdet die Vermarktlichung die vertrauensvolle Kooperation zwischen den Unternehmens- und Netzwerkeinheiten und hat so eine destabilisierende Wirkung. Interne Konkurrenz, Kostenminimierung, hoher Zeitdruck und steigende Flexibilitätsanforderungen legen opportunistisches Verhalten einzelner Netzwerkpartner unmittelbar nahe. Erforderlich werden schnelle Reaktionen und häufiger Strategiewechsel, um kurzfristig sich ergebende Absatzchancen, Kostenvorteile oder im Netzwerk gewonnenes Know-how im eigenen Interesse möglichst schnell zu nutzen. Angesichts der kontraproduktiven Effekte der Vermarktlichung steht der angestrebte ökonomische Erfolg oft in Frage.

In diesem Kontext erweist sich auch die Subjektivierung von Arbeit als schwieriges und paradoxes Unterfangen. Mit den erweiterten Handlungsspielräumen steigen auch die Anforderungen an die Beschäftigten. „Entgrenzte Arbeit setzt die Subjekte der Tendenz nach ‚frei‘, erfordert aber auch den zunehmenden Einsatz ihrer Subjekt-Qualitäten, die damit in neuer Weise einer betrieblichen Nutzung zugänglich werden“ (Voß 2007: 38). Dabei ist hier der unter kapitalistischen Bedingungen grundsätzlich fremdbestimmte Charakter der Arbeit zu betonen. Ein Mehr an Arbeitsautonomie bedeutet unter diesen Bedingungen immer auch „mehr Druck“. Aus Unternehmenssicht ist zwar „Eigenregie“ erwünscht, „Eigensinnigkeit“ wird jedoch nur begrenzt toleriert (Kratzer et al. 2004: 355 ff.). So sollen sich Arbeitsgruppen selbst organisieren, aber die Selbstorganisation bleibt immer auf extern vorgegebene Ziele beschränkt, da sie Element einer übergreifenden Organisation sind. Die Chance für die Arbeitskräfte, ihre subjektiven Fähigkeiten wie auch ihre Ansprüche und Erwartungen in den Arbeitsprozess einzubringen und ihn entsprechend zu gestalten, impliziert daher zugleich den Zwang, ihr Handeln und ihre Person an die ökonomischen Ziele des Unternehmens zu binden. Subjektivierung zielt mithin auf einen Abgleich der divergenten Interessen von Kapitalverwertung und Arbeitskraftinteressen durch die Arbeitskräfte selbst – ein prekäres und paradoxes Unterfangen. Entsprechend widersprüchlich sind die empirischen Befunde: Einerseits werden „Selbstaussbeutung“ und „Arbeiten ohne Ende“, andererseits altbekannte Formen der Leistungszurückhaltung wie „Bremsen“ beobachtet (Minssen 2006: 153 f.). Mehr noch: Selbstorganisation und Subjektivierung setzen zwar den Abbau traditioneller bürokratischer und personell-hierarchischer Kontrollformen voraus. An deren Stelle treten jedoch Selbstkontrolle durch die Arbeitenden und soziale Kontrolle im selbstorganisierten Kollektiv. Es geht nicht nur um die Einhaltung der formalen Leistungsziele, sondern auch der informellen Leistungsnormen im Rahmen selbstorganisierter Arbeitsprozesse. Nicht mehr nur die Arbeitsleistung, sondern tendenziell die gesamte Person werden damit tendenziell das Objekt von Kontrolle. Das beschört die Gefahr herauf, dass die Kooperation blockiert wird, denn selbstorganisierte Zusammenarbeit verträgt immer nur ein begrenztes Maß an wechselseitiger Kontrolle und Misstrauen (Minssen 1995).

Die Folgen sind oftmals Funktionsdefizite, Konflikte, nicht erreichte Ziele und neue Problemlagen in den restrukturierten Unternehmen und Unternehmensnetzwerken. Das Management der Unternehmen ist mit stets neuen Unsicherheiten und Komplexitäten konfrontiert, auf die es sich „reflexiv“ mit seinen Handlungen und Entscheidungen beziehen muss. Orientierung verschaffen hierbei Managementkonzepte und Leitbilder, die auf diese Defizite reagieren und neue Lösungen versprechen. Es geht nicht mehr allein nur um „Dezentralisierung“ und „Netzwerke“. Konzepte wie „Prozessorientierung“, „Business Reengineering“ oder „Change Management“ (z. B. Völker 2008) versprechen einen weitergehenden Wandel. Freilich bieten auch diese Konzepte immer nur begrenzte Abhilfe. Zwar reduzieren sie zunächst Komplexität und Unsicherheit, jedoch werden bestenfalls nur Teilprobleme gelöst, während zugleich neue Widersprüche und Paradoxien erzeugt werden, die wiederum nach Lösungen verlangen. Zugleich stehen die Lösungsangebote in Konkurrenz zueinander: In den Unternehmen selbst herrscht eine heftige „Konzeptions-Konkurrenz“ um ihre Perzeption und „richtige“ Realisierung (Springer 1999), und sie sind Teil eines auch von Unternehmensberatern vorangetriebenen Konzeptwettbewerbs, der stets neue Lösungen offeriert (Kieser

1996; Faust 2000). So lässt der Reorganisationsprozess immer neue „blinde Flecken“ entstehen, auf die mit neuen Konzepten und Reorganisationsmaßnahmen reagiert wird, usw. Einerseits werden die Unternehmen immer weiter in Richtung „Downsizing“ und „Networking“ getrieben (The Economist 2008). Andererseits fallen sie oft in ihre alten und scheinbar bewährten Routinen zurück; Beleg hierfür sind die Tendenzen der Re-Zentralisierung von Unternehmen, die Rücknahme selbstorganisierter Gruppenarbeit und die Leistungszurückhaltung der Beschäftigten im Kontext subjektiver Arbeit. Die Frage nach den Entwicklungsperspektiven von Unternehmen und Arbeit kann daher nicht im Sinn einer eindeutigen Tendenzaussage beantwortet werden. Alles deutet auf eine anhaltende Situation der Unsicherheit und des „Pendelns“ zwischen überkommenen und neuen Mustern der Arbeitsorganisation hin.

Literatur

- Abel, Jörg, und Ludger Pries. 2007. Shifting patterns of labour regulation: highly qualified knowledge workers in German new media companies. *Critical Sociology* 33: 101-125.
- Aglietta, Michel. 1979. *A theory of capitalist regulation*. London: Verso.
- Antoni, Conny H. 1996. Gruppenarbeit – mehr als ein Konzept. In *Gruppenarbeit in Unternehmen*, Hrsg. Conny H. Antoni, 19-48. Weinheim: Beltz.
- Bachmann, Reinhard. 2001. Trust, power and control in trans-organizational relations. *Organization Studies* 22: 337-365.
- Bélanger, Jacques, Christian Berggren, Torsten Björkman und Christoph Köhler, Hrsg. 1999. *Being local worldwide. ABB and the challenge of global management*. Ithaca, London: Cornell University Press.
- Bender, Gerd. 2000. Dezentral und entstandardisiert – neue Formen der individuellen Entgeltendifferenzierung. *Industrielle Beziehungen* 7: 157-179.
- Best, Michael H. 2001. *The new competitive advantage: the renewal of American industry*. Oxford: University Press.
- Beyer, Jürgen. 2005. Pfadabhängigkeit ist nicht gleich Pfadabhängigkeit! Wider den impliziten Konservatismus eines gängigen Konzeptes. *Zeitschrift für Soziologie* 34: 5-21.
- Boes, Andreas. 2005. Informatisierung. In *Berichterstattung zur sozioökonomischen Entwicklung in Deutschland*, Hrsg. SOFI, IAB, ISF München, INIFES, 211-244. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bosch, Gerhard. 2001. Konturen eines neuen Normalarbeitsverhältnisses. *WSI Mitteilungen* 54, 219-230.
- Boyer, Robert, und Pierre Durand. 1993. *L'après-fordisme*. Paris: Syros.
- Boyer, Robert, Elsie Charron, Ulrich Jürgens und Steven Tolliday. 1998. *Between imitation and innovation. The transfer and hybridization of productive models in the international automobile industry*. Oxford: Oxford University Press.
- Brinkmann, Ulrich, Klaus Dörre und Silke Röbenack. 2006. *Prekäre Arbeit: Ursachen, Ausmaß, soziale Folgen und subjektive Verarbeitungsformen unsicherer Beschäftigungsverhältnisse*. Bonn: Gutachten für die Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Cameron, Kim, S., Robert E. Quinn. 1988. Organizational paradox and transformation. In *Paradox and transformation*, eds. Robert E. Quinn, Kim S. Cameron, 1-18. Cambridge, MA: Ballinger.
- Deutschmann, Christoph. 2002. *Postindustrielle Industriesoziologie*. Weinheim, München: Juventa.
- Deutschmann, Christoph, Michael Faust, Peter Jauch und Petra Notz. 1995. Veränderungen der Rolle des Managements im Prozeß reflexiver Rationalisierung. *Zeitschrift für Soziologie* 24: 436-450.
- DiMaggio, Paul. 2001. Conclusion: the futures of business organization and paradoxes of change. In *The twenty-first-century firm*, ed. Paul DiMaggio, 210-243. Princeton, Oxford: Princeton University Press.

- Dostal, Werner, und Alexander Reinberg. 1999. *Arbeitslandschaft 2010 – Teil 2. Ungebrochener Trend in die Dienstleistungsgesellschaft*. IAB-Kurzbericht: Bundesanstalt für Arbeit 10 (27.08.1999).
- Endres, Egon, und Theo Wehner. 1996. Zwischenbetriebliche Kooperation aus prozessualer Perspektive. In *Zwischenbetriebliche Arbeitsteilung und Kooperation*, Hrsg. Dieter Sauer, Hartmut Hirsch-Kreinsen, 81-120. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Faust, Michael. 2000. Warum boomt die Managementberatung? *SOFI Mitteilungen* 28: 59-85.
- Faust, Michael, Peter Jauch, Karin Brünnecke und Christoph Deutschmann. 1994. *Dezentralisierung von Unternehmen – Bürokratie- und Hierarchieabbau und die Rolle betrieblicher Arbeitspolitik*. München, Mering: Rainer Hampp Verlag.
- Fligstein, Neil. 1990. *The transformation of corporate control*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Funder, Maria. 1999. Vertrauen: Die Wiederentdeckung eines soziologischen Begriffs. *Österreichische Zeitschrift für Soziologie* 24: 76-97.
- Ghemawat, Pankaj. 2007. *Redefining global strategy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Grabher, Gernot, 1994. *Lob der Verschwendung*. Berlin: edition sigma.
- Haipeter, Thomas. 2003. Erosion der Arbeitsregulierung? Neue Steuerungsformen der Produktion und ihre Auswirkung auf die Regulierung von Arbeitszeit und Leistung. *Kölner Zeitschrift für Soziologie Sozialpsychologie* 55: 521-542.
- Hanekop, Heidemarie, und Volker Wittke. 2008. Die neue Rolle der Anwender in internetbasierten Innovationsprozessen. http://www.ais-studien.de/uploads/tx_nfxstarbsoznetzeitung/070508_hanekop_wittke_kurz_03.pdf (Stand xxx).
- Henninger, Annette, und Peter Bleses. 2005. Die Grenzen markieren – und wie weiter? In *Entfesselte Arbeit – neue Bindungen. Grenzen der Entgrenzung in der Medien- und Kulturindustrie*, Hrsg. Nicole Mayer-Ahuja, Harald Wolf, 301-319. Berlin: edition sigma.
- Hirsch-Kreinsen, Hartmut. 1995. Dezentralisierung: Unternehmen zwischen Stabilität und Desintegration. *Zeitschrift für Soziologie* 24: 422-435.
- Huchler, Norbert 2007. Ergebnissteuerung und Zielvereinbarung. In *Soziale Mechanismen im Betrieb*, Hrsg. Norbert Huchler, Günter Voß, Margit Wehrich, 39-60. München, Mering: Rainer Hampp Verlag.
- Huchler, Norbert, Günter G. Voß und Margit Wehrich. 2007. *Soziale Mechanismen im Betrieb*. München, Mering: Rainer Hampp Verlag.
- Kleemann, Frank, Günter G. Voß und Kerstin Rieder. 2008. Crowdsourcing und der Arbeitende Konsument, in: http://www.ais-studien.de/uploads/tx_nfxstarbsoznetzeitung/2008_AKO_crowdsourcing__A_I-Studien_.pdf.
- Kieser, Alfred. 1996. Moden und Mythen des Organisierens. *Die Betriebswirtschaftslehre* 56: 21-37.
- Kirner, Eva. 2005. *Arbeit in neuen Unternehmensstrukturen*. Stuttgart: Fraunhofer IRB Verlag.
- Kratzer, Nick, und Dieter Sauer. 2005. Flexibilisierung und Subjektivierung von Arbeit. In *Berichterstattung zur sozioökonomischen Entwicklung in Deutschland*, Hrsg. SOFI, IAB, ISF München, INIFES, 125-150. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kratzer, Nick, Andreas Boes, Volker Döhl, Kira Marrs und Dieter Sauer. 2004. Entgrenzung von Unternehmen und Arbeit – Grenzen der Entgrenzung. In *Entgrenzung und Entscheidung*, Hrsg. Ulrich Beck, Christoph Lau, 329-359. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Kühl, Stefan. 1995. *Wenn die Affen den Zoo regieren. Die Tücken der flachen Hierarchien*. 2. Auflage. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Kunda, Gideon, und Galit Ailou-Souday. 2005. Managers, markets, and ideologies: design and devotion revisited. In *The Oxford handbook of work and organization*, eds. Stephen Ackroyd, Rosemary Batt, Paul Thompson, Pamela S. Tolbert, 200-219. Oxford: University Press.
- Lay, Gunter, Spomenka Maloca. 2005. Aufgabenintegration – Abkehr vom Taylorismus? *Mitteilungen aus der Produktionsinnovationserhebung* 36. FhG ISI Karlsruhe.
- Lazonick, William. 2005. Corporate restructuring. In *The Oxford handbook of work and organization*, eds. Stephen Ackroyd, Rosemary Batt, Paul Thompson, Pamela S. Tolbert, 577-601. Oxford: University Press.
- Lohr, Karin. 2003. Subjektivierung von Arbeit. Ausgangspunkt einer Neuorientierung der Industrie- und Arbeitssoziologie? *Berliner Journal für Soziologie* 13: 511-529.

- Lütz, Susanne. 2006. *Zwischen Pfadabhängigkeit und Wandel – „Governance“ und die Analyse kapitalistischer Institutionenentwicklung*. Polis 62, Arbeitspapiere aus der FernUniversität Hagen.
- Manning, Stefan, und Jörg Sydow. 2005. Arbeitskräftebindung in Projektnetzwerken der Fernsehfilmproduktion. In *Entfesselte Arbeit – neue Bindungen. Grenzen der Entgrenzung in der Medien- und Kulturindustrie*, Hrsg. Nicole Mayer-Ahuja, Harald Wolf, 185-219. Berlin: edition sigma.
- Mayer-Ahuja, Nicole, und Harald Wolf, Hrsg. 2005. *Entfesselte Arbeit – neue Bindungen. Grenzen der Entgrenzung in der Medien- und Kulturindustrie*. Berlin: edition sigma.
- Minssen, Heiner. 1995. Spannungen in teilautonomen Fertigungsgruppen. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 47: 339-353.
- Minssen, Heiner, Hrsg. 2000. *Begrenzte Entgrenzungen. Wandlungen von Organisation und Arbeit*. Berlin: edition sigma.
- Minssen, Heiner, Hrsg. 2006. *Arbeits- und Industriosozilogie – Eine Einführung*. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Mintzberg, Henry. 1989. *Mintzberg on management. Inside our strange world of organizations*. New York, London: The Free Press.
- Moldaschl, Manfred, und Dieter Sauer. 2000. Internalisierung des Marktes. Zur neuen Dialektik von Kooperation und Herrschaft. In *Begrenzte Entgrenzungen. Wandlungen von Organisation und Arbeit*, Hrsg. Heiner Minssen, 205-224. Berlin: edition sigma.
- Moldaschl, Manfred, und Günter G. Voß. 2002. *Subjektivierung von Arbeit*. München, Mering: Rainer Hampp Verlag.
- Mückenberger, Ulrich. 1985. Die Krise des Normalarbeitsverhältnisses. Hat das Arbeitsrecht noch Zukunft? *Zeitschrift für Sozialreform* 31: 415-434, 457-475.
- Müller-Jentsch, Walther. 2003. *Organisationssoziologie. Eine Einführung*. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- New York Times. 1996. *The downsizing of America*. New York: Times Books.
- Pekruhl, Ulrich. 2001. *Partizipatives Management*. München, Mering: Rainer Hampp Verlag.
- Powell, Walter W. 2001. The capitalist firm in the twenty-first century: emerging patterns in western enterprise. In *The twenty-first-century firm*, ed. Paul DiMaggio, 33-68. Princeton and Oxford: Princeton University Press.
- Powell, Walter W., und Stine Grodal. 2005. Networks of innovators. In *The Oxford handbook of innovation*, eds. Jan Fagerberg, David Mowery, Richard R. Nelson, 56-85. Oxford: Oxford University Press.
- Rölle, Daniel, und Birgit Blättel-Mink. 1998. Netzwerke in der Organisationssoziologie – neuer Schlauch für alten Wein? *Österreichische Zeitschrift für Soziologie* 23: 66-87.
- Sauer, Dieter. 2008. *Hat die Folie des Fordismus ausgedient?* Beitrag zur Ad-hoc-Gruppe „Theoretische Konzeptualisierung einer nachfordistischen Periode“ am 7. Oktober in Jena.
- Sauer, Dieter, und Volker Döhl. 1994. Arbeit an der Kette – Systemische Rationalisierung unternehmensübergreifender Produktion. *Soziale Welt* 45: 197-215.
- Sauer, Dieter, Andreas Boes und Nick Kratzer. 2005. Reorganisation des Unternehmens. In *Berichterstattung zur sozioökonomischen Entwicklung in Deutschland*, Hrsg. SOFI, IAB, ISF München, INIFES, 323-350. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schmid, Günther. 2000. Arbeitsplätze der Zukunft: Von standardisierten zu variablen Arbeitsverhältnissen. In *Geschichte und Zukunft der Arbeit*, Hrsg. Jürgen Kocka, Claus Offe, 269-292. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Spath, Dieter, Hartmut Hirsch-Kreinsen, und Steffen Kinkel. 2008. *Organisatorische Wandlungsfähigkeit produzierender Unternehmen*. Stuttgart: Fraunhofer IRB Verlag.
- Springer, Roland. 1999. *Rückkehr zum Taylorismus? Arbeitspolitik in der Automobilindustrie am Scheideweg*. Frankfurt a. M./New York: Campus.
- Statistisches Bundesamt. 2004. *Ad hoc-Befragung über Unternehmenskooperationen. Eine Pilotstudie im Auftrag von Eurostat. Berichtsjahr 2003*. Wiesbaden.
- Sydow, Jörg. 1992. *Strategische Netzwerke: Evolution und Organisation*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Sydow, Jörg, und Arnold Windeler. 1998. Organizing and evaluating interfirm networks. *Organization Science. Special Issue: Managing Partnerships and Strategic Alliances* 9: 265-284.

- Teubner, Günter. 1992. Die vielköpfige Hydra – Netzwerke als kollektive Akteure höherer Ordnung. In *Emergenz – Die Entstehung von Ordnung, Organisation und Bedeutung*, Hrsg. Wolfgang Krohn, Günter Küppers, 189-216. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- The Economist 2008. Centres of attention – Corporate restructuring, 389 (8606), November 15, 68.
- Völker, Rainer. 2008. *Managementkonzept beurteilen und richtig anwenden*. München: Hanser Verlag.
- Voß, Günter G. 2007. Entgrenzung von Arbeit und Forschung – konzeptionelle Zugänge. In *Soziale Mechanismen im Betrieb*, Hrsg. Norber Huchler, Günter G. Voß, Margit Wehrich, 30-38. München, Mering: Rainer Hampp Verlag.
- Voß, Günter G., und Hans J. Pongratz. 1998. Der Arbeitskraftunternehmer. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 50: 131-158.
- Weidig, Inge, Peter Hofer und Heimfried Wolff. 1999. Arbeitslandschaft 2010 nach Tätigkeiten und Tätigkeitsniveau. In *Beiträge zur Arbeitsmarkt und Berufsforschung* (BeitrAB 227), Hrsg. Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesanstalt für Arbeit, Nürnberg.
- Wengel, Jürgen, Gunter Lay, Ulrich Pekruhl und Spomenka Maloca. 2002. *Verbreitung innovativer Arbeitsgestaltung. Stand und Dynamik des Einsatzes im internationalen Vergleich*. München, Mering: Rainer Hampp Verlag.
- Williams, Paul. 2002. The competent boundary spanner. *Public Administration* 80: 103-124.
- Windeler, Arnold. 2001. *Unternehmensnetzwerke. Konstitution und Strukturierung*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Zorn, Dirk, Frank Dobbin, Julian Dierkes und Man-Shan Kwok. 2004. Managing investors: How financial markets reshaped the american firm. In *The sociology of financial markets*, eds. Karin Knorr Cetina, Alex Preda, 269-289. Oxford: University Press.

Korrespondenzanschrift: Prof. Dr. Hartmut Hirsch-Kreinsen, Technische Universität Dortmund, Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät, Lehrstuhl Wirtschafts- und Industriesoziologie, Otto-Hahn-Str. 4, 44227 Dortmund
E-Mail: Hartmut.Hirsch-Kreinsen@uni-dortmund.de

Die Autorinnen und Autoren

Apitzsch, Birgit, 1978, Diplom-Soziologin, Postdoc-Stipendiatin am Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung in Köln. Forschungsschwerpunkte: Arbeits- und Industriosozologie, Netzwerk-, Arbeitsmarkt- und Lebenslaufforschung.

Barbalet, Jack, Stiftungsprofessur für Soziologie an der University of Western Sydney in Australien. Zuvor war er Professor für Soziologie und Institutsdirektor an der University of Leicester in England. Erster Scholar-in-Residence am Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung in Köln (2007). Veröffentlichungen: *Emotion, social theory, and social structure: A macrosociological approach*, Cambridge 2001; *Emotions and sociology*, Oxford 2002; *Weber, passion and profits: 'The protestant ethic and the spirit of capitalism' in context*, Cambridge 2008. *The constitution of markets*, Oxford 2010 (im Erscheinen).

Beckert, Jens, 1967, Prof. Dr., Direktor am Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung in Köln. Studium der Soziologie und Betriebswirtschaftslehre in Berlin, New York und Princeton. Promotion in Soziologie an der Freien Universität Berlin (1996), Habilitation an der FU-Berlin (2003). Associate Professor an der Jacobs Universität Bremen (2002–2003), Professor für Gesellschaftstheorie an der Universität Göttingen (2003–2005). Forschungsschwerpunkte: Wirtschafts- und Organisationssoziologie, Soziologie des Erbrechts, soziologische Theorie.

Besedovsky, Natalia, Doktorantin im Rahmen der Berlin Graduate School of Social Sciences an der Humboldt Universität zu Berlin. Studium der Sozialwissenschaft in Köln, Utrecht und Rosario (Argentinien). Fulbright Scholar an der Princeton University (2007–2008). Forschungsschwerpunkte: Wirtschaftssoziologie, Global Governance, internationale Standards und Finanzmärkte.

Beyer, Jürgen, 1964, Dr. phil., Professor für Soziologie, insbesondere Wirtschafts- und Organisationssoziologie an der Universität Hamburg und geschäftsführender Direktor des Centrums für Globalisierung und Governance Hamburg. Forschungsschwerpunkte: Vergleichende Kapitalismusforschung, Pfadabhängigkeit, Governance fundamentalen gesellschaftlichen Wandels. Veröffentlichungen: *Unternehmen zwischen Aktionärsinteresse und sozialer Verantwortung*. Themenheft der Zeitschrift „Berliner Debatte Initial“ 18, 2007 (mit Stefanie Hiß); *Pfadabhängigkeit. Über institutionelle Kontinuität, anfällige Stabilität und fundamentalen Wandel*. Frankfurt a. M./New York 2006; *Gesellschaft mit beschränkter Hoffnung?* Wiesbaden 2004 (Hrsg. mit Petra Stykow).

Deutschmann, Christoph, 1946, Professor für Soziologie in Tübingen. Forschungsschwerpunkte: Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftssoziologie. Veröffentlichungen: *Die Verheißung des absoluten Reichtums. Zur religiösen Natur des Kapitalismus*, 2. Aufl. Frankfurt a. M. 2001; *Postindustrielle Industriosozologie*. Weinheim 2002; *Die gesellschaftliche Macht des Geldes* (Hrsg.), Sonderheft 21 der Zeitschrift „Leviathan“. Wiesbaden 2002; *Kapitalistische Dynamik. Eine gesellschaftstheoretische Perspektive*. Wiesbaden 2008.

Diaz-Bone, Rainer, 1966, Dr., Professor für Soziologie an der Universität Luzern. Studium der Sozialwissenschaften in Bochum und Hannover. Danach wissenschaftlicher Assistent im Institut für Soziologie an der Freien Universität Berlin. Forschungsschwerpunkte: Methoden der empirischen Sozialforschung, Wirtschaftssoziologie – insbesondere neue französische Wirtschaftssoziologie. Veröffentlichungen: *Économie des conventions*. Wiesbaden 2010; *Diskurs*

und Ökonomie. Diskursanalytische Perspektiven auf Märkte und Organisationen (Hrsg. mit Gertraude Krell). Wiesbaden 2009; Märkte als soziale Strukturen (Hrsg. mit Jens Beckert und Heiner Ganßmann). Frankfurt a. M. 2007; Konvention, Organisation und Institution. Der institutionentheoretische Beitrag der „Économie des conventions“. *Historical Social Research/Historische Sozialforschung* 34, 2009; Konventionen und Arbeit. Beiträge der „Économie des conventions“ zur Theorie der Arbeitsorganisation und des Arbeitsmarktes. In: *Ökonomie und Nationalstaat in der Transnationalisierung* (Hrsg. Sylke Nissen und Georg Vobruba). Wiesbaden 2009 (im Erscheinen).

Engels, Anita, Juniorprofessorin für Soziologie am Centrum für Globalisierung und Governance der Universität Hamburg. Forschungsschwerpunkte: Wirtschafts- und Umweltsoziologie. Untersuchung der Entstehung von weltweiten Emissionshandelssystemen sowie allgemeinem institutionellen Wandel, der mit der verstärkten gesellschaftlichen Resonanz auf anthropogenen Klimawandel einhergeht. Theoretische Beschäftigung mit Fragen der Herausbildung von Marktteilnehmerschaft und dem Wandel von Governance-Formen im Kontext globaler Umweltveränderungen.

Fligstein, Neil, 1939, Professor am Department of Sociology der University of California in Berkeley/CA und Direktor des Center for Culture, Organizations and Politics am Institute for Research on Labor and Employment. Forschungsschwerpunkte: Organisationstheorie, Wirtschaftssoziologie, Politische Soziologie sowie Soziale Schichtung. Veröffentlichungen: „Euroclash: The EU, European identity, and the future of Europe, Oxford 2008; The architecture of markets: An economic sociology of capitalist societies, Princeton 2001; Markets, politics, and globalization, Uppsala 1997.

Froud, Julie, is Professor of Financial Innovation at Manchester Business School in the United Kingdom. Sukhdev Johal is a Reader at the School of Management, Royal Holloway, University of London. Adam Leaver is a Senior Lecturer at Manchester Business School. Adriana Nilsson is a doctoral student at the Centre for Research on Socio-Cultural Change, University of Manchester, working on a thesis on business representation and corporate narratives. Karel Williams is a co-director of the ESRC-funded Centre for Research on Socio-Cultural Change, University of Manchester, and Professor of Accounting and Political Economy at Manchester Business School. Julie Froud, Sukhdev Johal, Adam Leaver and Karel Williams (and, more recently, Ismail Erturk) have written on shareholder value, financialisation, elite intermediaries and financial innovation. Published books include Froud et al., *Financialization and Strategy: Narrative and Numbers*, New York 2006; Erturk et al., *Financialization at Work: Key Texts and Commentary*, New York 2008; Savage, M., and Williams, K. (eds.), *Remembering Elites*, Malden, MA 2008. Julie Froud and Sukhdev Johal are editors of the journal *Competition and Change*.

Ganßmann, Heiner, Professor für Soziologie an der Freien Universität Berlin. Forschungsschwerpunkte: Soziologische Theorie, Wirtschaftssoziologie, politische Ökonomie. Veröffentlichungen: *Doppelte Kontingenz und wirtschaftliches Handeln*. In: *Märkte als soziale Strukturen* (Hrsg. Jens Beckert, Rainer Diaz-Bone und Heiner Ganßmann). Frankfurt a. M./New York 2007; *Kapital-Arbeit*. In: *Deutschland – eine gesplante Gesellschaft* (Hrsg. Stefan Lessenich und Frank Nullmeier). Frankfurt a. M./New York 2006; *Non-employment and the welfare state: the United Kingdom and Germany compared*. *Journal of European Social Policy* 16, 2006 (mit J. Clasen, J. Davidson und A. Mauer); *30 Jahre Massenarbeitslosigkeit in der Bundesrepublik – ein deutscher Sonderweg?* *Leviathan* 32, 2004; *Das Geldspiel. Die gesellschaftliche Macht des Geldes* (Hrsg. Christoph Deutschmann). *Leviathan-Sonderheft* 21, Wiesbaden 2002.

Greiner, Ben, 1975. Dr., Lecturer an der University of New South Wales in Sydney, Australien. Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Humboldt Universität zu Berlin, Research Fellow

am Max-Planck-Institut für Ökonomik in Jena (2002–2003), Promotion in Volkswirtschaftslehre an der Universität zu Köln (2003–2006), 2006–08 CLER Research Fellow an der Harvard Business School in Boston (2006–2008). Forschungsschwerpunkte: experimentelle Wirtschaftsforschung, Verhaltensökonomik, Interaktion von strategischen Anreizen und sozialen Motivationen in ökonomische Entscheidungen.

Hasse, Raimund, 1962, Prof. Dr., Professor für Soziologie: Organisation und Wissen an der Universität Luzern. Forschungsinteressen: Neo-Institutionalismus, Innovation und Wandel, Organisation und Gesellschaft. Veröffentlichungen: Die Innovationsfähigkeit der Organisationsgesellschaft. Opladen 2003; Systems theory, societal contexts, and organizational heterogeneity. In: Handbook of organizational institutionalism (Eds. Royston Greenwood, Christine Oliver, Roy Suddaby und Kerstin Sahlin). Thousand Oaks 2008 (mit Georg Krücken); Organisierte Ökonomisierung: NPOs, Grossunternehmen und Startups. In: Die Ökonomisierung der Organisation – Die Organisation der Ökonomisierung (Hrsg. Martin Endreß und Thomas Matys). Opladen 2009 (im Erscheinen).

Hellmann, Kai-Uwe, Dr. habil., Privatdozent am Institut für Soziologie der Technischen Universität Berlin. Forschungsgebiet: Wirtschaftssoziologie. Veröffentlichungen: Soziologie der Marke, Frankfurt a. M. 2003; Ernest Dichter als Geburtshelfer und Erzieher. Ein Beitrag zur Soziologie des Konsumenten. In: Ernest Dichter – Doyen der Verführer. Zum 100. Geburtstag des Vaters der Motivforschung (Hrsg. Rainer Gries und Stefan Schwarzkopf). Wien 2007; Philosophie des Konsums. Zum Verhältnis von Möglichkeitssinn und Gesinnungsmoral in der Marktwirtschaft. In: Verantwortung als marktwirtschaftliches Prinzip (Hrsg. Ludger Heidbrink und Alfred Hirsch). Frankfurt a. M. 2008.

Hirsch-Kreinsen, Hartmut, Dr. rer. pol., Dipl. Wirtsch.-Ing., Professor an der Universität Dortmund, Lehrstuhl Wirtschafts- und Industriesoziologie. Forschungsschwerpunkte: Wirtschaftlicher Strukturwandel und Entwicklungstendenzen von Arbeit, Unternehmensstrategien und Unternehmensnetzwerke, Fragen von Innovation und Technologieentwicklung. Veröffentlichungen: „Low-Tech“ Innovations. Industry & Innovation 15, 2008; Lohnarbeit. In: Handbuch der Wirtschaftssoziologie (Hrsg. Andrea Maurer). Wiesbaden 2008; Wirtschafts- und Industriesoziologie, 2. aktualisierte Aufl. Weinheim/München 2009.

Kalthoff, Herbert, 1957, Dr. rer. soc., Professor für Soziologie am Institut für Soziologie der Universität Mainz. Forschungsschwerpunkte: Wissenspraktiken im Bildungswesen und im Finanzsektor, Methoden der qualitativen Forschung. Publikationen: Theoretische Empirie. Zur Relevanz qualitativer Forschung, Frankfurt a. M. 2008 (mit S. Hirschauer und G. Lindemann); Practices of calculation. Theory, Culture & Society 22, 2005; The launch of banking instruments and the figuration of markets. Journal for the Theory of Social Behaviour 36, 2006.

Knorr Cetina, Karin, is Professor of Sociology at the University of Constance, Germany and a Visiting Professor at the University of Chicago. Most of her work is based on observation studies of complex expert settings – for example, she conducted so-called laboratory studies in high-energy physics (European Laboratory of Particle Physics in Geneva) and in molecular biology, and she studies global financial markets on the trading floors of large investment banks and private banks in Zurich, New York, London, and Sidney. Her recent publications include Epistemic Cultures: How the Sciences Make Knowledge, Harvard 2003, which received two prizes; The Sociology of Financial Markets, Oxford 2005 (edited with Alex Preda); and Global Microstructures: The Virtual Societies of Financial Markets, American Journal of Sociology 2006 (with Urs Bruegger, winner of the theory prize for best paper, 2006). She is currently at the Center for Advanced Study for the Behavioral Sciences in Stanford, finishing a book on the social and cultural structures of global financial markets.

- Kotthoff, Hermann*, apl. Professor für Soziologie an der Technischen Universität Darmstadt. Forschungsgebiete: Industrielle Beziehungen, Managementsoziologie, Soziologie der Klein- und Mittelunternehmen. Veröffentlichungen: Mitbestimmung in globalen Finanzmärkten. In: Inklusion – Exklusion: Analysen zur Sozialstruktur und sozialen Ungleichheit (Hrsg. Rudolf Stichweh und Paul Windolf). Wiesbaden 2009 (im Erscheinen); Die Leistungsträger. Führungskräfte im Wandel der Firmenkultur – Eine Follow-up-Studie. 2. Aufl. Berlin 2008 (mit Alexandra Wagner); Family business and family change. In: Change in SMEs: Toward a European capitalism? (Eds. Katharina Bluhm und Rudi Schmidt). London 2008; Führungskräfte: Vom Privatbeamten zum Wissensarbeiter. In: Deutschlands Eliten im Wandel (Hrsg. Herfried Münkler, Grit Straßenberger und Matthias Bohlander). Frankfurt a. M. 2006.
- Krücken, Gerog*, 1962, Prof. Dr., Inhaber des Stiftungslehrstuhls für Wissenschaftsorganisation, Hochschul- und Wissenschaftsmanagement an der DHV Speyer. Forschungsgebiete: Hochschul- und Wissenschaftsforschung, Organisationssoziologie, Neo-Institutionalismus. Veröffentlichungen: Amerikanischer Neo-Institutionalismus – europäische Perspektiven. *Sociologia Internationalis* 40, 2002; Neo-Institutionalismus, 2. Aufl. Bielefeld 2005 (mit Raimund Hasse); Towards a multiversity? Universities between global trends and national traditions (Eds. mit Anna Kosmützky und Mark Torka). Bielefeld 2007; World Society. The Writings of John Meyer (Eds. mit Gili Drori). Oxford 2009.
- Maurer, Andrea*, 1962, Professorin für Soziologie an der Universität der Bundeswehr München. Mitherausgeberin der Reihe „Wirtschaft + Gesellschaft“ im VS Verlag. Forschungsschwerpunkte: Soziologische Theoriebildung, Herrschafts- und Wirtschaftssoziologie, Neue Institutionentheorien und -analysen. Veröffentlichungen: Herrschaftssoziologie: Eine Einführung. Frankfurt a. M. 2004. Handbuch der Wirtschaftssoziologie (Hrsg.). Wiesbaden 2008. Die Gesellschaft der Unternehmen – die Unternehmen der Gesellschaft (Hrsg. mit U. Schimank). Wiesbaden, 2008. Erklärende Soziologie. Grundlagen, Vertreter und Anwendungsfelder eines Forschungsprogramms. Wiesbaden 2009 (mit M. Schmid).
- Mützel, Sophie*, 1971, Ph.D., wissenschaftliche Mitarbeiterin, Abteilung „Kulturelle Quellen von Neuheit“, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung. Forschungsgebiete: Wirtschaftssoziologie, Kultursoziologie, Soziologie der Kunst und soziologische Netzwerktheorie. Veröffentlichungen: Netzwerkperspektiven in der Wirtschaftssoziologie. In: Handbuch der Wirtschaftssoziologie (Hrsg. Andrea Maurer). Wiesbaden, 2008; Marktkonstitution durch narrativen Wettbewerb. *Berliner Journal für Soziologie* 17, 2007.
- Ockenfels, Axel*, 1969. Studium der Volkswirtschaftslehre an der Universität Bonn, Promotion (1998) und Habilitation (2002) an der Universität Magdeburg, unterbrochen durch längere Forschungsaufenthalte an der Penn State University und der Harvard University, 2002–2003. Forschungsgruppenleiter am Max-Planck-Institut für Ökonomik in Jena, seit 2003 Professor am Staatswissenschaftlichen Seminar der Universität zu Köln und Direktor des Kölner Laboratoriums für Wirtschaftsforschung. 2003–2007 Direktor des Energiewirtschaftlichen Instituts an der Universität zu Köln. Mitglied der Nordrhein-Westfälischen und der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften. Aktuelle Forschungsschwerpunkte: angewandtes Marktdesign und Verhaltensökonomik.
- Pape, Simone*, 1978, M.A., Wissenschaftliche Assistentin an der Universität Zürich. Forschungsgebiete: Sozialstrukturanalyse, Konsumsoziologie, soziologische Theorie. Veröffentlichungen: Die visuelle Wahrnehmbarkeit sozialer Ungleichheit – Eine alternative Methode zur Untersuchung der Entkopplungsthese. *Zeitschrift für Soziologie* 37, 2008 (mit Jörg Rössel und Heike Solga).
- Paul, Axel T.*, PD Dr., Hochschuldozent für Soziologie an der Universität Freiburg/Br. Forschungsgebiete: Geld- und Tauschtheorie, Sozialphilosophie, Politische, Kultur- und Entwick-

- lungssoziologie (insbesondere Afrikas). Veröffentlichungen: *FremdWorte*. Etappen der strukturalen Anthropologie. Frankfurt a. M. 1996; *Die Gesellschaft des Geldes*. Entwurf einer monetären Theorie der Moderne. Wiesbaden 2004.
- Quack, Sigrid*, 1958, Prof. Dr. phil., Leiterin der Forschungsgruppe „Grenzüberschreitende Institutionbildung“ am Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung und außerplanmäßige Professorin an der Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der Universität zu Köln. Veröffentlichungen: *Institutions and Transnationalisation*. In: *Handbook of Organisational Institutionalism* (Eds. Greenwood Royston, Christine Oliver, Roy Suddaby und Kerstin Sahlin-Andersson). Los Angeles 2008 (mit Marie-Laure Djelic); *Legal Professionals and Transnational Law-making: A Case of Distributed Agency*. *Organization* 14, 2007; *Overcoming Path Dependencies – Path Generation in Open Systems*. *Theory & Society* 2007, 36 (mit Marie-Laure Djelic); *Grenzüberschreitung – Grenzziehung*. Implikationen für Innovation und Identität (Hrsg. mit Ariane Berthoin Antal). Berlin 2006.
- Rössel, Jörg*, 1968, Dr. phil., Professor für Soziologie an der Universität Zürich. Forschungsgebiete: Soziologische Theorie, Sozialstrukturanalyse, Politische Soziologie, Kultursoziologie. Veröffentlichungen: *Plurale Sozialstrukturanalyse*. Eine Rekonstruktion der Grundbegriffe der Sozialstrukturanalyse. Wiesbaden 2005. *Sozialstrukturanalyse*. Eine kompakte Einführung. Wiesbaden 2009 (im Erscheinen). *Conditions for the explanatory power of lifestyles*. *European Sociological Review* 2008; *Vom rationalen Akteur zum Systemic Dope*. *Berliner Journal für Soziologie* 2008; *Die visuelle Wahrnehmbarkeit sozialer Ungleichheit*. *Zeitschrift für Soziologie* 2008 (mit Simone Pape und Heike Solga).
- Zick Varul, Matthias*, 1970, Dr. rer. soc., Lecturer an der Universität Exeter, England. Forschungsgebiete: Konsumsoziologie, Religionssoziologie, soziologische Theorie. Veröffentlichungen: *Consuming the campesino*. *Cultural Studies* 22, 2008; *After heroism: Religion vs. consumerism – preliminaries for an investigation of Protestantism and Islam under consumer culture*. *Islam and Christian-Muslim Relations* 19, 2008; *Geld und Gesundheit*. Berlin 2004.

English Summaries / Zusammenfassungen

Jens Beckert und Natalia Besedovsky: The Economy as a Topic in Sociology. On the Development of Economic Sociology in Germany and the United States, pp. 22-42.

What is economic sociology? The question of the identity of this sociological field of inquiry has been the subject of numerous theoretical contributions. In this paper we take a different approach by investigating the field of economic sociology empirically. Using a content analysis of six leading German and American sociology journals since the 1970s, we analyze how sociology has dealt with economic phenomena during the last 30 years. The results provide evidence of the growing importance of economic sociology in American and German sociology since the 1970s. In German sociology this development set in about ten years later than in the United States. "Labor" and "firms" were among the most important subjects examined from the sociological perspective on the economy over the last 30 years; the relevance of markets is steadily rising. Sociologists draw mainly on neo-institutionalist and network theories to analyze economic phenomena. Our evidence shows that economic sociology is a plural field encompassing a wide variety of approaches, which we see as an advantage over the relatively narrow scope of mainstream economics.

Keywords: Economic Sociology • Labor • Companies • Markets • Institutional Theory • Network Approach • Germany • United States

Stichworte: Wirtschaftssoziologie • Arbeit • Unternehmen • Märkte Institutionentheorie • Netzwerkansatz • Deutschland, Amerika

Christoph Deutschmann: Sociological Explanations of Capitalist Dynamics, pp. 43-66.

Capitalism is an intrinsically dynamic system whose analysis requires a historically and dynamically orientated approach. The author argues that economic sociology could gain from a corresponding revision of her conceptualizations. The first part of the paper contains a brief recapitulation of the classic contributions of Marx, Schumpeter and Weber to a theory of capitalist development. In the following chapters two types of evolutionary approaches are introduced and discussed with regard to their explanatory potential for capitalist dynamics: Firstly it is shown how the evolutionary version of Hartmut Esser's "model of sociological explanation" could be applied to the field of capitalist development, although certain corrections of the concept appear desirable. Secondly, concepts of path dependent innovation which have been developed in the realm of evolutionary economics are introduced. The paper shows that these concepts have already found a number of promising applications in different research fields of economic sociology.

Keywords: Capital • Entrepreneurship • Macro-Micro-Analysis • Innovation • Path-dependency

Stichworte: Kapital • Unternehmertum • Makro-Mikro-Analyse • Innovation • Pfadabhängigkeit

Anita Engels: The Social Constitution of Markets, pp. 67-86.

This paper discusses the social constitution of markets from the point of view of economic sociology. Starting from the problem of uncertainty, the non-market preconditions of markets are analyzed. The existence of markets, in this perspective, is far from self-evident. They appear to

be entities which have to be constituted and maintained over time. This contribution focuses on three elements which are understood to be constitutive for the emergence of markets: Objects need to become comparable, predictable, knowable, assessable and exchangeable before they can be traded as goods which have a market value. Competition as a core element of markets requires that market participants develop an understanding of what competition means in their specific market context, of who their competitors are and of how they can orient their actions towards their competitors. Finally, the emergence of market participation as a social role or social identity is discussed. Specific markets require appropriate market actors that develop a specialised mindset from which they derive a repertoire of actions. These three constitutional processes comprise aspects as diverse as regulation and state control, cultural embeddedness, consultation and expert advice, technical-material artefacts, social networks and power relations.

Keywords: Market Sociology • Competition • Market Participation • Tradability • Markets • Uncertainty

Stichworte: Marktsoziologie • Wettbewerb • Marktteilnehmerschaft • Handelbarkeit • Märkte • Unsicherheit

Sophie Mützel: Market Coordination from Narrative Competition, pp. 87-106.

This article examines how actions on an emerging market are coordinated, when it is unclear who will participate, which resources are available and which products are being traded. The study combines a network approach from the sociology of markets with insights from the sociology of culture on the central role of stories for identity formation. I argue that coordination across market actors is a result of narrative competition, as actors seek to occupy an identity-defining niche. Stories of economic actors play an integral role in any market formation: they allow for insights into how they evaluate their situation, their context, and how they act accordingly. Moreover, narrated stories establish interpretations, which serve as stabilizing for actors' identities. Due to collaboratively established interpretations, actors can suspend competition, reduce uncertainties, and mobilize financial resources – in the long run a market emerges. The empirical case is the market for innovative breast cancer therapy research, which has developed since the early 1990s. I find that this emerging market develops as a collaborative structure of competition, in which expectations about the future are traded and in which the involved actors develop their identities. Stories mobilize resources and induce a change in the market structure.

Keywords: Market • Stories • Narratives • Networks • Economic Sociology

Stichworte: Markt • Erzählungen • Geschichten • Netzwerk • Wirtschaftssoziologie

Neil Fligstein: Das Projekt des gemeinsamen Binnenmarktes und die Europäisierung der Unternehmung, pp. 107-124.

Studien zur europäischen Integration sind oft durch eine eng auf die politischen und rechtlichen Prozesse in Brüssel konzentrierte Sichtweise charakterisiert. Viele Autoren haben dabei übersehen, wie gründlich die Europäische Wirtschaft durch die schrittweise Anwendung der Richtlinien der Europäischen Kommission reorganisiert worden ist. Die Europäische Union, die Regierungen der Mitgliedsstaaten und europäische Firmen haben ihre Aktivitäten europaweit ausgedehnt. Der Beitrag zeigt, in welchem Umfang der gemeinsame Binnenmarkt und andere auf Markttöffnung zielende Projekte die Europäisierung der Märkte und des Handels gefördert und damit die wirtschaftliche Struktur Europas verändert haben. Als Ergebnis dieses Reorganisationsprozesses zeichnet sich ein europäisches Modell der Marktconstitution ab, in dem nationale Firmen europaweit agieren und sich in friedlicher Weise mit Firmen anderer Länder zusammenschließen oder mit ihnen kooperieren.

Keywords: European Integration • Globalization • single Market • multinational Corporations • Telecommunications Industry • Privatization

Stichworte: Europäische Integration • Globalisierung • Gemeinsamer Binnenmarkt • Multinationale Unternehmen • Telekommunikations-Industrie • Privatisierung

Sigrid Quack: Theorie und Geschichte „globaler“ Märkte: Eine vergleichende Analyse, pp. 125-142.

Dieser Beitrag problematisiert die weit verbreitete Annahme, dass die Koordination von Märkten in erster Linie oder ausschließlich von Institutionen auf nationalstaatlicher Ebene abhängt. Das Papier zeigt demgegenüber, dass Koordinationsprobleme in „globalen“ Märkten durch verschiedene Governancemechanismen bewältigt werden können, wenn diese verschiedene Formen privater und öffentlicher Autorität miteinander verbinden. Dies wird am Beispiel von Fernhandelsnetzwerken und grenzüberschreitenden Märkten im spätmittelalterlichen Europa illustriert, die sich lange vor der Entstehung des Nationalstaats im Kontext polyzentrischer und überlappender politischer Jurisdiktionen herausbildeten und operierten. Ein Vergleich unterschiedlicher historischer Formen transnationaler Märkte, so die Schlussfolgerung des Papiers, eröffnet neue Perspektiven für die Analyse der gegenwärtigen Phase der Globalisierung.

Keywords: Markets • Globalization • Private Authority • Nation State • mediaeval History • Institutions • Historical Comparison

Stichworte: Märkte • Globalisierung • private Autorität • Nationalstaat • mittelalterliche Geschichte • Institutionen • historischer Vergleich

Jack Barbalet: Handlungstheoretische Grundlagen der Wirtschaftssoziologie, pp. 143-157.

In diesem Beitrag werden strukturalistische, institutionalistische und handlungstheoretische Grundlagen der Wirtschaftssoziologie unterschieden. Handlungstheoretische Ansätze können keine übergreifende Relevanz beanspruchen; sie kommen in Situationen des Übergangs oder der Innovation zum Tragen, in denen Strukturen und Institutionen Krisen unterschiedlichster Art durchlaufen. Die Bedeutung von Handeln für Innovationen lenkt die Aufmerksamkeit auf die Grenzen rationalistischer Modelle und deren Annahmen über Präferenzen und die Auswahl von Mitteln. Da Handeln in der Zeit geschieht und Wandel hervorbringt, können Annahmen, die von der Konstanz der Eigeninteressen und auch der Identität eines Akteurs ausgehen, nicht aufrecht erhalten werden. Wird die Bedeutung der Zeitdimension für Handeln angemessen verstanden, dann verliert in der Tat die Unterscheidung zwischen Handeln, das Eigeninteressen und einem solchen, welches Interessen Anderer einbezieht, an Trennschärfe.

Keywords: Action • Innovation • Self-interest • Identity • Imagination

Stichworte: Handlung • Innovation • Eigeninteresse • Identität • Imagination

Heiner Ganssmann: Economic Sociology and Economic Theory, pp. 158-175.

Economics, in contrast to economic sociology, has not developed the conceptual tools required to deal with the social dimension of economic action. This holds at least insofar one can take neoclassical orthodoxy with its core in general equilibrium theory to be representative of economic theory as such. Among heterodox variants, game theory has the advantage of proceeding from the basic problem of interaction among rational players. Comparing this approach to sociological argument starting from the problem of double contingency in interaction shows that game theory, too, implicitly presupposes social constructs that cannot consistently held to be conditions external to economic action. Without integrating them conceptually into the founda-

tions of economic theory, the latter will remain incomplete and dependent on economic sociology for adequate access to its object of enquiry.

Keywords: Neoclassics • Game Theory • Interaction • Double Contingency • Money

Stichworte: Neoklassik • Spieltheorie • Interaktion • doppelte Kontingenz • Geld

Rainer Diaz-Bone: Economics of Convention, pp. 176-193.

The article introduces the French approach of economics of convention (EC). This is today the most important approach in French economic sociology and a main contribution to contemporary sociology in France. The article introduces the concept of convention and sketches the idea of a plurality of conventions in real economic situations and institutions. In this approach actors are seen to be capable to interpret and to act pragmatically in problem solving and to construct economic qualities. The EC brings in a theory of organizations and enterprises. The EC can be regarded as a new type of institutionalism in economic sociology.

Keywords: New French economic sociology • Pragmatic theory of action • Interpretative rationality • Quality conventions • Coordination problem • Organization • Institutionalism

Stichworte: Neue französische Wirtschaftssoziologie • pragmatische Handlungstheorie • interpretative Rationalität • Qualitätskonventionen • Koordinationsproblem • Organisation • Institutionalismus

Raimund Hasse und Georg Krücken: Economic Sociology: A Neo-Institutional Perspective, pp. 194-207.

The paper discusses basic tenets and new developments of the neo-institutional contribution to economic sociology. Classical texts argue that societal legitimacy and not economic efficiency is of central importance for firms. This basic assumption has been confirmed in numerous empirical studies. Furthermore, it has been shown that the competitive behavior of firms is also shaped by societal embeddedness and mimetic processes. Recent discussions focus on the role of actors in neo-institutional theory. While some see actors as socially constructed, others emphasize the role of “institutional entrepreneurs” that deliberate shape institutional change. Both positions offer interesting theoretical perspectives for economic sociology.

Keywords: Institutions • Legitimacy • Social Embeddedness • Actors • Institutional Entrepreneurs

Stichworte: Institutionen • Legitimität • soziale Einbettung • Akteure • institutionelle Unternehmer

Andrea Maurer: Institutions and Economy. Sociological Explanations in Economic Fields, pp. 208-218.

The spectacular revival of economic sociology since the 1980s is viewed as part of a wider paradigm shift in sociological theorizing about the question of how to link action and structure when explaining the social. The failures of classical functionalist sociology as well as those of the neo-classical equilibrium theory should be avoided, as I am arguing, by introducing the concept of institution. My proposition is to highlight the relevance of institutions as social expectations for social and economic actions by focusing on particular social interdependencies on the basis of action theory. The existence and functioning of social institutions can then be explained and systematized as a result of typical problems of social action. My point is that action based, multi-level explanations can provide precise theoretical arguments about when and why particu-

lar social institutions become relevant for economic actions and what effects – intended and unintended – are to be expected on the macro-level.

Keywords: Institutions • Sociological Explanation • Action Theory • Economic Sociology • Firm

Stichworte: Institutionen • soziologische Erklärung • Handlungstheorie • Wirtschaftssoziologie • Unternehmen

Ben Greiner und Axel Ockenfels: From the Lab to the Field: The Economics of Trust, pp. 219-242.

We present a selective review of recent developments in the economic laboratory research on trust. Specifically, we emphasize that trust is systematically influenced by (a) a motive for distributional justice and the reciprocity norm, and (b) the interaction between strategic behavior and its social and institutional environment (the context). Finally, we demonstrate how laboratory research can be utilized to “engineer trust” in an anonymous electronic market place.

Keywords: Trust • Trustworthiness • Reputation • Experiments • Experimental Economics • Behavioral Economics

Stichworte: Vertrauen • Vertrauenswürdigkeit • Reputation • Experimente • Experimentelle Wirtschaftsforschung • Verhaltensökonomik

Axel T. Paul: Undisposable Money and the Role of Central Banks, pp. 243-265.

By analyzing the only seemingly outdated proposals of Silvio Gesell and Friedrich August v. Hayek to reforming money, its constitutive function for modern market societies is shown and related to the tasks of central banks. Sections 1 and 4 discuss the economic problems and sociological implications of Gesell’s theory of “free money”, sections 2 and 3 those of Hayek’s idea to denationalize money. Section 5 resumes the main results and sketches the main responsibilities of contemporary monetary as societal policy.

Keywords: Monetary Theory • Monetary Reform • Gesell • Hayek • Central Banks

Stichworte: Geldtheorie • Geldreform • Gesell • Hayek • Zentralbanken

Herbert Kalthoff: Social Studies of Finance, pp. 266-287.

Social Studies of Finance is economic research oriented toward the sociology of science. Theoretical and methodological insights gained from the investigation of epistemic processes in the natural sciences are transferred to the financial sector, which is viewed as a ‘laboratory’ of modern societies. Research is centered on the knowledge practices actors realize in financial markets and financial institutions as well as on the technical and object framing of economic action. Theoretical reference points for Social Studies of Finance are theories of practice, a sociology of objects, and a cultural sociology of representation. The article discusses this heterogeneous theoretical orientation and reviews empirical findings as well as the commonalities and differences vis-à-vis “new economic sociology”.

Keywords: Sociology of Finance • Economic Knowledge • Performativity • Economic Representation

Stichworte: Finanzsoziologie • ökonomisches Wissen • Performativität • ökonomische Repräsentation

Julie Froud, Adam Leaver, Sukhdev Johal, Adriana Nilsson und Karel Williams: Die Bedeutung von „Erzählungen“ für das finanzialisierte Unternehmen, pp. 288-304.

Der Beitrag untersucht die Bedeutung von „Erzählungen“ für große Unternehmen im Kontext des Finanzkapitalismus und konzentriert sich auf die Rolle, die solche Erzählungen in den Beziehungen zwischen den Firmen, ihren Eigentümern und Finanzintermediären spielen. Die Analyse, die wir hierzu in *Financialization and Strategy: Narratives and Numbers* (Froud et al. 2006) vorgelegt haben, wird dabei in mehrfacher Hinsicht weiterentwickelt. *Erstens* soll unsere These über den nicht mechanischen Charakter von Erzählungen betont und vertieft werden: Von den Erzählungen selbst sind noch nicht spezifische Resultate zu erwarten, da die Ergebnisse von der Rezeption abhängen. Erzählungen haben folglich keinen in unmittelbarem Sinn performativen Charakter, obwohl erfolgreiche Erzählungen sich in Ergebnissen niederschlagen müssen. *Zweitens* betonen wir, dass Erzählungen nicht als exklusives Charakteristikum des anglo-amerikanischen Kapitalismus interpretiert werden sollten. Die Internationalisierung der Börsen und Kapitalmärkte hat zur Folge, dass große Kapitalgesellschaften in vielen Ländern ihre finanziellen Leistungen durch Erzählungen erklären müssen. *Drittens* betonen wir die Bedeutung des konjunkturellen Kontexts nicht nur für die Bildung der Erzählungen selbst, sondern auch für ihre Rezeption und Dauerhaftigkeit. Diese Überlegungen werden im Rahmen eines kulturell-politischen Ansatzes entwickelt, der die Möglichkeiten und Grenzen von Erzählungen in ihrem je spezifischen Kontext (Firmen, Branchen, Funktionen) zu erfassen versucht.

Keywords: Narrative • Financialisation • Shareholder Value • Conjuncture • Financial Markets

Stichworte: Erzählungen • Finanzialisierung • Shareholder Value • Konjunktur • Finanzmärkte

Jürgen Beyer: Variety Lost? Financial Markets and the Levelling of Cross-National Differences of Capitalism, pp. 305-325.

Since autumn 2008, the financial markets are in turmoil and the world economy contracts at rates not seen since the Great Depression. Such a severe crisis usually demands for new concepts and the reappraisal of old ones. The paper compares the varieties of capitalism and the finance market capitalism approach against the background of economic crisis and shows that central assumptions of the varieties of capitalism literature should be called into question. This approach especially has neglected the impact of endogenous problems, disruptive dynamics, disenchants and spontaneous threats. The finance market capitalism approach, on the contrary, gained in reputation as an explicative analysis of the current crisis. However, the worldwide trend of liberalization and towards institutional convergence has come to an abrupt end.

Keywords: Capitalism • Financial Markets • Varieties of Capitalism • Institutional Change • Economic Crisis

Stichworte: Kapitalismus • Finanzmärkte • Spielarten des Kapitalismus • Institutioneller Wandel • Wirtschaftskrise

Karin Knorr Cetina: Was ist ein Finanzmarkt?, pp. 326-343.

In diesem Aufsatz wird gegen die Annahme argumentiert, dass die Basis von Finanzmärkten in Tauschhandlungen liegt. Im Gegensatz zu Produzentenmärkten basieren Finanzmärkte auf Versprechen, die zu „Zeithandlungen“ führen. Herausgearbeitet wird das Versprechensmodell, das Finanztransaktionen unterliegt, sowie ein Handlungsmodell, das für Finanzmärkte tragfähig sein kann. Die Arbeit unterscheidet des Weiteren zwischen primär und sekundär relationalen Handlungsstrukturen (z. B. Firmen und Aktieninhaber versus Händler und Markt), und arbeitet den Begriff des Positionnehmens heraus, der für Finanztransaktionen typisch ist und die Argumen-

tation illustriert. Hingewiesen wird auf die Komplexität einer Situation, in der sowohl konkrete Handelspartner als auch das Aggregat aller Handelnden als Transaktionspartner fungieren.

Keywords: Financial Markets • Promises • Promissory Engagements • Time Transactions

Stichworte: Finanzmärkte • Versprechen • Versprechensrelationen • Zeittransaktionen

Jörg Rössel und Simone Pape: Life Styles and Consumption, pp. 344-365.

In contrast to economics the new economic sociology tended to disregard the topic of consumption. Although, with life style research and the sociology of consumption there exist two established subdisciplines which study consumer behavior from a social scientific perspective and add two important fields of research to economic sociology: firstly, the analysis and understanding of heterogeneous preferences among economic actors, and secondly, their social embeddedness. In this article a model is put forward that, firstly, clarifies the theoretical link between life styles and consumer behavior, secondly, establishes explanatory conditions for life style structured consumption and, thirdly, synthesizes parts of the research about features and main dimensions of consumption in contemporary societies.

Keywords: Preferences • Opportunities • Hedonism • Symbolic Consumption • Social structure

Stichworte: Präferenzen • Opportunitäten • Hedonismus • symbolischer Konsum • Sozialstruktur

Matthias Zick Varul: Ethischer Konsum am Fallbeispiel des Fairen Handels, pp. 366-385.

Im neoliberalen Kapitalismus wird Konsum als Reich der Freiheit zum Hauptfeld authentischen Selbstausdrucks. Die Annahme solcher Freiheit unterstellt zugleich Verantwortung für die Konsumwahl, wodurch Konstruktion und Ausdruck von Subjektivität im Konsum potentiell zum moralischen Projekt gerät. Ethischer Konsum aktualisiert dieses Potential. Es geht ihm nicht allein um das Erreichen moralischer oder politischer Ziele durch Einsatz der Marktmacht von Verbrauchern (i. e. Gutes tun), sondern auch darum, die Konsumierenden als ethische Personen zu konstituieren und auszudrücken (i. e. gut sein). Um dies zu erreichen, muss ethischer Konsum als Ausdruck eines authentischen Charakters kommuniziert werden. Dies wird durch eine Verankerung des moralischen Anliegens in der ästhetischen Präferenzstruktur erreicht – durch „ethischen Geschmack“ einerseits und einen „Geschmack an Ethik“ andererseits. Die Authentizität des so konstituierten ethischen Selbsts wird durch einen Rückbezug auf ein in konsumkapitalistischer Alltagspraxis verankertes implizites Versprechen auf Tauschgerechtigkeit verbürgt.

Keywords: Consumer Culture • Ethical Consumption • fair trade • authenticity

Stichworte: Konsumkultur • Ethischer Konsum • Fairer Handel • Authentizität

Kai-Uwe Hellmann: Consumption, Consumer, Consumer Society. The Academic Consumer Research at a Glance, pp. 386-408.

The triad production, distribution and consumption do belong classically to the standard repertoire of the sociology of economy. Admittedly these three fields of scientific research got quite different attention. At the beginning it was mainly production (labour and capital), at the moment distribution (market and money) is the favourite. But also consumption (shopping and applying) plays economically an important role. At least Adam Smith said more than two centuries ago consumption is the sole end and purpose of all production. The following contribution will give an overview about the academic research on consumption, as far as it is relevant for the sociology of economy.

Keywords: Consumer Research • Second Order Consumption • Consumer • Marketing • Shopping

Stichworte: Konsumforschung • Konsum zweiter Ordnung • Konsument • Marketing • Shopping

Birgit Apitzsch: Flexible Employment and Social Networks. The Impact of Professionalization, pp. 409-427.

The ramifications of flexibilization of work and employment are analyzed on the basis of a qualitative, comparative study of professional and non-professional project work, namely architecture and media. I argue that the degree of professionalization has far-reaching consequences for the labor process and the labor market, as well as for the life course and the social integration of project workers. It allows for a qualitative limitation of the claims on project workers where the regulations of the standard employment relationship do not apply. Furthermore, professional control increases autonomy in the labor process and in the labor market, and serves as the basis for formal evaluation of work and formal recruitment. In contrast, the absence of professional institutions increases the dependency of employees on informal networks for securing employment. Non-professional project labor markets become all-encompassing and thus restrict the autonomy of career and personal life.

Keywords: Flexibility • Project Work • Labor Market • Networks • Contingent Employment • Profession

Stichworte: Flexibilisierung • Projektarbeit • Profession • Arbeitsmarkt • Netzwerke • atypische Beschäftigung

Hermann Kotthoff: "Betriebliche Sozialordnung" as a Base for Economic Productivity, pp. 428-446.

The concept of "Social Order of Enterprise" refers to a system of stable reciprocal norms and expectations between the entrepreneur/managers and the employees of an enterprise. On the basis of this system, coordination and cooperation, the preconditions of efficient and productive work, become possible. The author presents several types of "Social Order" and discusses approaches for evaluating their economic outcomes. Normally an integrative High-Trust-Order is considered as a necessary precondition for economic success, especially in the context of qualified and creative jobs. Nevertheless there are some constellations, in which economic success is correlated with an instrumentalist Low-Trust-Order.

Keywords: Control Theories • Recognition • Social Embeddedness • Corporate Culture • Human Relations • Social Integration • High Trust Relations • Labour Productivity • Codetermination • Business History • Social Partnership

Stichworte: Kontrolltheorien • Anerkennung • soziale Einbettung • Unternehmenskultur • Human Relations • Sozialintegration • Vertrauensbeziehungen • Arbeitsproduktivität • Mitbestimmung • Unternehmensgeschichte • Sozialpartnerschaft

Hartmut Hirsch-Kreinsen: The Eroding Boundaries between Companies and Labour, pp. 447-465.

The debate on the increasing erosion of boundaries between companies and labour has become well-known in the sociological debate on the development of company organisation and labour in recent years. In the following the state of the art of this debate will be summarised. The argument of the paper is that the process of erosion of boundaries induces not only asynchro-

nicities and limits but also structural contradictions and paradoxical effects. Hence, the question concerning the development perspectives of companies and labour cannot be definitively answered. All research findings point at an ongoing situation of uncertainty and a process of oscillation between traditional and new patterns of company structures and work organisation.

Keywords: Decentralization • Networks • Flexibilization • “Subjectivation” of Labour • “Marketization” of Companies

Stichworte: Dezentralisierung • Netzwerke • Flexibilisierung • Subjektivierung von Arbeit • Vermarktlichung von Unternehmen