

Wetzel, Dietmar J.

Soziologie des Wettbewerbs: wirtschafts- und kultursoziologische Studien zur Marktgesellschaft

Dietmar J. Wetzel, Universität Bern, Institut für Soziologie

wetzel@soz.unibe.ch

Sektionsveranstaltung: Aktuelle wirtschaftssoziologische Forschung

Abstract-Text: Dieser auf ein Habilitationsprojekt zurückgehende Beitrag beschäftigt sich mit einer *Soziologie des Wettbewerbs*. In Abgrenzung zu einer undifferenzierten Auseinandersetzung mit Wettbewerb besteht das Ziel im Erstellen einer sowohl *sozialtheoretisch fundierten* als auch *empirisch orientierten Felderanalyse*. In der vorgestellten Lesart bezieht sich Wettbewerb auf institutionelle (Märkte-) Ordnungen einerseits und auf eine als sozialkomparative Handlungsorientierung zu begreifende Konkurrenz andererseits.

(1) *Theoretische und methodische Bezüge*: In einem ersten Schritt werden die Möglichkeiten einer Dispositivanalyse in Bezug auf die Wettbewerbsthematik erläutert. Entgegen einer ökonomischen Betrachtung des Wettbewerbs werden mittels einer soziologischen Analyse die Schnittstellen zwischen Kultur, Ökonomie und Sozialtheorie ausgelotet. Dies geschieht insofern, als beispielsweise Komponenten der Wettbewerbsanalyse mit verhandelt werden, die gewöhnlich wenig Beachtung finden: Dies sind bei den Finanzmärkten Affekte und Gefühle und bei den Wissensmärkten die Idee der „unbedingten Universität“ (Derrida 2001).

(2) *Felderanalysen*: Anschliessend stellt der Beitrag zwei der analysierten Felder in ihren Grundzügen im Hinblick auf die Wettbewerbsthematik vor; dabei werden Gemeinsamkeiten und Unterschiede für die Finanz- und Wissensmärkte herausgearbeitet. Systematisch differenziere ich in meinen Analysen zwischen *erstens* den Voraussetzungen für den Feldzugang und den dabei vorherrschenden Subjektivierungsimperativen; *zweitens* den Parametern des Konkurrenzkampfes (Leistung, Erfolg und Anerkennung) und *drittens* den Wettbewerbseffekten in puncto (De-)Stabilisierung von Märkten.

(3) *Typisierung und Generalisierung*: Die durchgeführten Felderanalysen kulminieren im Versuch ihrer Zuordnung zu verschiedenen *Wettbewerbskulturen* (in Anlehnung an Nullmeier (2002)). Argumente für die kategoriale Einordnung der a) Finanzmärkte/Großbanken als „hyperagonal“ werden ebenso vorgebracht, wie für b) die Beschreibung der Wissensmärkte/Universitäten als „agonal-positional“. Aus den vorgestellten Felderanalysen und den theoretischen Schlüssen resultiert eine in ihren Grundzügen zu erläuternde „Grammatik des Wettbewerbs“.