

Alles zum Kaufen

Die Vermarktlichung aller Lebensbereiche

5. - 6. Oktober 2001

Universitätscampus Altes AKH
Hof 2, Hörsaal A, Alserstraße 4, 1090 Wien



Clemens ALBRECHT: Privatdozent für Soziologie und Didaktik der politischen Bildung an der Universität Potsdam, arbeitet gegenwärtig an einem Forschungsprojekt über Formen der Kinderbetreuung. Publikationen: "Zivilisation und Gesellschaft", 1995; "Die intellektuelle Gründung der Bundesrepublik" (mit anderen Autoren), 1999.

Sabine HARING: Universitätsassistentin am Institut für Soziologie der Universität Graz, Mitarbeiterin am Forschungsschwerpunkt "Projekt der Moderne". Herausgeberin (zus. mit K. Scherke) von "Analyse und Kritik der Modernisierung um 1900 und um 2000", 2000.

Robert HETTLAGE: Professor für Soziologie an der Universität Regensburg. Arbeitsschwerpunkte Wirtschafts-, Kultur- und Entwicklungssoziologie, Familiensoziologie, Migration und europäische Integration, Sozialphilosophie und soziologische Theorie. Publikationen u.a.: "Familienreport. Eine Lebensform im Umbruch", 2. Aufl. 1998; "Genossenschaftstheorie und Partizipationsdiskussion, 2. Aufl. 1987.

Hans G. NUTZINGER: Professor für Wirtschaftswissenschaften an der Universität-GH Kassel. Arbeitsschwerpunkte: Ethik, Wirtschaftsordnung, Arbeit, Institutionenökonomik, Ideengeschichte. Publikation u.a.: "Institutionen prägen Menschen. Bausteine zu einer allgemeinen Institutionenökonomie" (zus. mit M. Held), 1999.

Manfred PRISCHING: Professor am Institut für Soziologie der Universität Graz, Publikationen über Wirtschaftssoziologie, Soziologie der Politik, Kultursociologie und Ideengeschichte, darunter: "Krisen. Eine soziologische Analyse", 1986; "Soziologie. Themen, Theorien, Perspektiven", 3. Aufl. 1995; "Bilder des Wohlfahrtsstaates", 1996; "Die McGesellschaft. In der Gesellschaft der Individuen", 1998.

Richard STURN: Professor am Institut für Finanzwissenschaft an der Universität Graz. Arbeiten aus den Bereichen Einkommen und Arbeit, Gerechtigkeit, ökonomische Rationalität, Ideengeschichte, darunter: "Individualismus und Ökonomik", 1997; "Der gebührenfreie Hochschulzugang und seine Alternativen" (gem. mit G. Wohlfahrt), 1999.

Peter WEISE: Professor für Wirtschaftswissenschaften an der Universität-GH Kassel. Arbeitsschwerpunkte Mikroökonomie, Konjunkturtheorie, Institutionenökonomie und Evolutorische Ökonomik. Mitautor von: "Neue Mikroökonomie", 3. Aufl., 1993.

Hans-Georg ZILIAN: Büro für Sozialforschung in Graz. Arbeiten über Arbeitsmarkt und Beschäftigungslage sowie über andere soziale Probleme, zuletzt: "Arbeitslosenschulung in der flexibilisierten Wirtschaft" (zus. mit L. Lassnigg und A. Wroblewski), 1999; "Soziale Sicherheit und Strukturwandel der Arbeitslosigkeit" (zus. mit J. Flecker), 2000.

Peter V. ZIMA: Professor für Literaturwissenschaft an der Universität Klagenfurt. Publikationen zur literarischen Ästhetik, zur postmodernen Literaturtheorie, zur aktuellen Kulturkritik. Zuletzt: "Moderne/Postmoderne. Gesellschaft, Philosophie, Literatur", 1997; Hrsg. (zus. mit J. Wertheimer) "Strategien der Verdummung. Infantilisierung in der Fun-Gesellschaft", 2001.

Tagungsbüro: Österreichische Forschungsgemeinschaft, Tel.: 3195770, oefg@oefg.at www.oefg.at

Freitag, 5. Oktober

Die Koordination menschlichen Handelns

9:00 Kaufen und Nichtkaufen – die Vielfalt sozialer Koordinationsmechanismen
Manfred Prisching (Graz)

Diskussion

10.15 Die Grenzen des Marktes – eine Typologie des Marktversagens
Richard Sturn (Graz)

Diskussion

Kaffee

12.00 Meritorisches "Marktversagen" – "not for sale"
Peter Weise (Kassel)

Diskussion

Mittagspause

Konsum und Kritik – das Unbehagen am Luxus

14:15 Die Tradition der Konsumkritik – Das Mißtrauen gegen das Kaufen
Sabine Haring (Graz)

Diskussion

Kaffee

16.00 Marktidentitäten – Wirtschaftskultur und Persönlichkeit
Robert Hettlage (Regensburg)

Diskussion

Anwendungen des Marktmodells

17:15 Die Vermarktlichung der Seele – Selbstdarstellung in der modernen
Arbeitswelt
Hans-Georg Zilian (Graz)

Diskussion

Samstag, 6. Oktober

9:00 Die Vermarktlichung der Wissenschaft – Anreizmechanismen im Konflikt
Manfred Prisching (Graz)

Diskussion

10.15 Die Vermarktlichung der Familie – das Repertoire von
"Auslagerungsmechanismen"
Clemens Albrecht (Trier)

Diskussion

Kaffee

12.00 Die Vermarktlichung der Natur – ihre Bewahrung und ihre Zerstörung
durch ökonomische Mechanismen
Hans G. Nutzinger (Kassel)

Diskussion

13.15 Subjektivität und Vermarktung
Peter V. Zima (Klagenfurt)

Diskussion

Alles zum Kaufen. Die Vermarktlichung aller Lebensbereiche

Es gibt wenige „große“ Trends in der modernen Gesellschaft. Einer jener Trends, die als unstrittig gelten dürfen, wird üblicherweise als *Individualisierung* bezeichnet: Die Menschen haben gesellschaftlich offerierte Wahlfreiheiten, sich voneinander zu unterscheiden, und sie nutzen diese in zunehmendem Maße. Ein anderer Trend ist jener der gesellschaftlichen *Differenzierung*: Die Teile der Gesellschaft driften auseinander, sie folgen ihren eigenen Logiken und sind nur noch lose miteinander verkoppelt. Ein dritter Trend, der unter den Zeitbeobachtern weitgehend unstrittig sein dürfte, ist jener der „*Vermarktlichung*“: Der Koordinationsmechanismus von Angebot und Nachfrage erfaßt immer weitere Lebensbereiche.

Das bedeutet zweierlei. Zum einen ist mit einer solchen „Vermarktlichung“ der Trend angesprochen, daß Aktivitäten, die früher durch andere Regelungsmechanismen gesteuert wurden, nunmehr marktförmigen Prinzipien unterworfen werden. Alte Menschen wurden früher in der Familie gepflegt; jetzt werden sie in Pflegeheimen versorgt. Essen wurde früher am heimischen Herd produziert, jetzt wird es in konserviertem Zustand gekauft. Kindern wurde früher das Schifahren in der Familie beigebracht, jetzt werden sie von professionellen Animatoren trainiert. Der Garten wurde früher selbst betreut, jetzt holt man den Pflanzexperten. Irgendwann hat es Volksfeste gegeben, heute werden folkloristische Akteure zum Zwecke der Aufrechterhaltung einer Touristenattraktion bezahlt.

Zum anderen ist mit der „Vermarktlichung“ die Tendenz angesprochen, daß immer mehr Lebensbereiche unter dem Aspekt von Tausch, Kauf und Verkauf, Management und Effizienz betrachtet werden, selbst Bereiche, die noch nicht dem monetären oder kommerziellen Kreislauf eingegliedert sind. Die Bedeutung der Bildung ist geschrumpft zu einem wichtigen Faktor im internationalen Standortwettbewerb. Die Ehe wird weithin als praktikables Tauschgeschäft wahrgenommen, als Bemühungszusage, bis sich bessere Optionen ergeben. Bei den Fußballklubs wird das Budget für „Einkäufe“ immer wichtiger. Die Familienereignisse der „Stars“ werden gegen gutes Geld publiziert. Museen müssen ihre Events vermarkten. Die Vermarktung des Menschen selbst, jedenfalls seines Designs, steht vor der Tür. Von der Persönlichkeit“ ist vor allem in teuren Seminarangeboten die Rede, die ein Marketing-Ich im Sinne eines marktkompatiblen Konformitätsmodells erzeugen. Vermarktlichung ist nicht nur eine institutionelle Transformation, sondern hat auch einen Umbau des Bewußtseins zur Folge: Das Marktparadigma wird für immer mehr Bereiche plausibel.

Unleugbar haben Märkte Effizienzvorteile. Vor allem weisen sie eine dynamische und innovative Kraft auf, derer andere Regelungsmechanismen ermangeln. Sie haben natürlich auch ihre Regelungsdefizite, wie Theorien des Marktversagens herausgearbeitet haben. Aber weitere Fragen sind zu stellen: Liefern Märkte in allen Fällen Güter von jener Qualität, wie sie von „privaten“ Anbietern bereitgestellt worden ist? Zerstören Märkte Lebensbereiche, die sie nur unvollkommen oder vorgeblich ersetzen? Gibt es Milieus, in denen marktförmige Verfahren frühere altruistische Bindungen oder subkulturelle Standards aufweichen oder zerstören? Werden vor dem Hintergrund einer durchdringenden Marktorientierung auch ehemals anders regulierte Lebensbereiche als „Quasimärkte“ wahrgenommen? Welche Persönlichkeiten, Dispositionen, Mentalitäten und Charaktere werden von einer umfassenden „Marktgesellschaft“ hervorgebracht?