

FORSCHERPORTRAIT :

Big Data für die soziologische Theorie

Mark Lutter

war von 2009 bis 2014 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung und hat im Februar 2014 nach Gastaufenthalten in Harvard, Zürich und Paris eine Forschungsgruppenleitung am MPIfG übernommen. Sein Hauptinteresse gilt Phänomenen der Soziologie des Marktes und speziell der Diffusion von Innovation. In zwei aktuellen Projekten befasst er sich mit den gesellschaftlichen Bedingungen für wirtschaftlichen Erfolg und Karriereverläufen in der Filmindustrie und in der Wissenschaft.

Mark Lutter ist in Feierlaune: Die Gutachter der *American Sociological Review* haben seinen Aufsatz zur Publikation angenommen! „Die Anzahl der deutschen Soziologen, die in dem Journal vertreten sind, kann man an einer Hand abzählen“, erklärt Lutter. Nicht eine Spur Angeberei oder Eitelkeit klingt dabei heraus: Da freut sich einfach jemand ungemein über seinen Erfolg. Auch die Doktoranden, die zum Methodenseminar ins Institut gekommen sind, bekommen das deutlich zu spüren.



Der Titel des Seminars lautet: „Applied Regression Analysis for Social Scientists“. Erschienen sind Doktoranden aus Sozial- und Wirtschaftswissenschaften, die sich von dem Seminar vor allem Hilfe bei ihren eigenen Dissertationen versprechen. Die Themen der Vorhaben sind so bunt gemischt, wie es der international bestückte Kreis der Teilnehmerinnen und Teilnehmer selbst ist. Es geht um den Einfluss von akademischer Qualifikation auf die Preisbildung bei juristischen Dienstleistungen; um Finanzverbrechen, Big Data und Konsumentenkredite; um ethnisch gemischte Nachbarschaftsnetzwerke und um die Verbindung zwischen Religiosität und schulischen Leistungen bei Immigranten der zweiten Generation. Als eine Doktorandin noch während der Vorstellungsrunde ein Datenproblem anspricht, das sie beschäftigt, wird der Dozent sofort hellhörig, will genaueres wissen, am liebsten sofort in das Problem einsteigen.

Für die Soziologie hat das Interesse an neuen Daten und Datenbanken, das Lutter mit den Doktorandinnen und Doktoranden in seinem Kurs teilt, eine weit größere Bedeutung als die eines methodischen Unterbaus. Prominente Theoriegebäude und Ansätze, die bislang in manchen Fällen fern jeder Möglichkeit einer Überprüfung waren, werden so Gegenstand von empirischer Verifikation und Falsifikation. Das passt hervorragend in das Profil des MPIfG, dessen Forschungsprogramm auf eine empirisch fundierte Theorie der sozialen und politischen Grundlagen moderner Wirtschaftsordnungen zielt.

„Das die empirische Sozialforschung gerade heute zu einem umfassenderen Verständnis komplexer sozialer Zusammenhänge beitragen kann, obwohl die zugrundeliegenden statistischen Verfahren bereits eine längere Tradi-

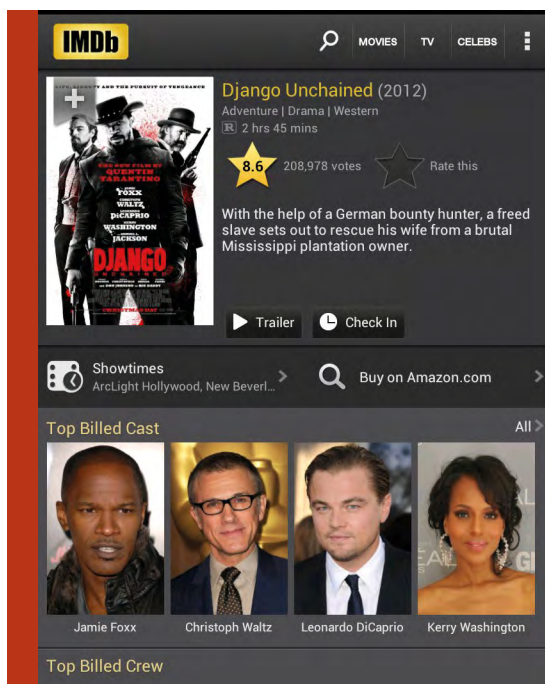
FORSCHERPORTRAIT :

tion haben, erklärt sich durch die Verfügbarkeit großer systematischer Datensammlungen, die mit dem Internet entstanden sind“, erklärt Lothar Krempel, der als Wissenschaftler am Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung auf das Thema Netzwerkanalyse spezialisiert ist. „Die neuen großen Datenbanken erlauben vor allem Einsichten in zeitliche Verläufe, die mit den klassischen Befragungsverfahren nur sehr aufwendig beschrieben werden können. Mark Lutter zeigt mit seinen Studien, welche Möglichkeiten der Theorieprüfung sich hier bieten.“

„Wer ihn kennt, weiß, wie begeisterungsfähig er ist“, meint Philip Mader, der viele Jahre als Kollege von Lutter am Kölner Institut gearbeitet hat – und am institutseigenen Kickertisch regelmäßig Niederlagen gegen ihn einstecken musste. Denn Lutter ist nicht nur begeisterungsfähig, sondern auch ausdauernd. Mader: „Um das riesige Datenvolumen der Internet Movie Database für eine Netzwerkanalyse aufzubereiten, hat sich Mark eigens Informatikkenntnisse angeeignet und an Wochenenden ein knappes Dutzend Rechner im Informatik-Schulungsraum des Instituts zu einer Art Super-Computer zusammengeschlossen. So konnten seine Netzwerkberechnungen über mehrere Tage mit vielen Millionen von Verbindungen laufen.“

„ Mit seinen Studien zeigt Mark Lutter, welche Möglichkeiten der Theorieprüfung die systematischen Datensammlungen des Internets bieten. “

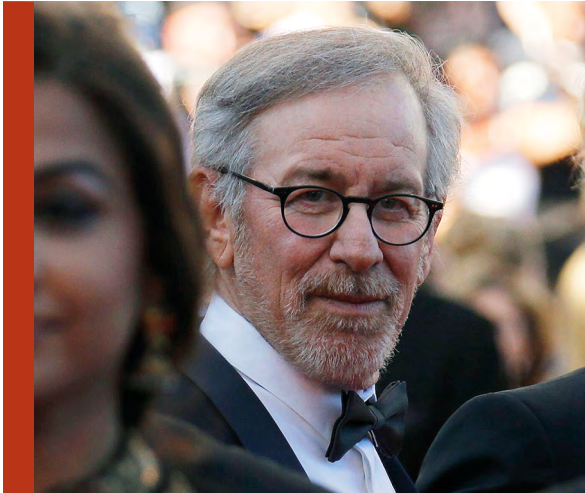
Die Rede ist von jener Arbeit, die demnächst in der *American Sociological Review* erscheinen wird. In der Studie geht es darum, einen in der Theorie schon lange vermuteten Zusammenhang empirisch zu belegen: dass Frauen und Männer unterschiedliche Karriereerfolge haben, je nachdem in welchen Beziehungsnetzwerken sie eingebunden sind. Anhand von Karriereverläufen und Netzwerkdaten von etwa 100.000 Schauspielerinnen und Schauspielern



„Die Internet Movie Database IMDb beinhaltet ein vollständiges Abbild der Karriereverläufe der im Filmgeschäft tätigen Personen“, so Lutter. Sie bildet die Grundlage seiner Studie über unterschiedliche Karriereverläufe von Frauen und Männern.

FORSCHERPORTRAIT :

zeigt die Studie, dass Frauen weit geringeren Erfolg haben, wenn sie ihre Karriere in sehr engmaschigen Netzwerken aufbauen. Dagegen erhöht sich ihr Erfolg sehr deutlich, wenn sie sich in offenen und heterogenen Teams bewegen. Grundlage der Studie ist die *Internet Movie Database IMDb*. Jeder, der online schon einmal nach dem Titel eines



Erfolgreich und mehrfach ausgezeichnet: Einer der renommiertesten Regisseure Hollywoods ist Steven Spielberg.

und ungleichen Konzentration von Erfolg. Winner-take-all-Märkte, auch bekannt als Märkte mit Matthäus-Effekt („Wer hat, dem wird gegeben“), sind ein solches Phänomen. Die Filmwirtschaft ist davon stark geprägt. „Fünf Prozent der Regisseure heimsen mehr als neunzig Prozent aller Auszeichnungen auf den Festivals ein“, sagt Lutter.

Was Winner-take-all Märkte betrifft, so ist bekannt, dass diese vor allem durch die Konzentration von Nachfrage generiert werden. Schließlich zahlt man als Kunde für den Film oder die CD eines Künstlers von Weltrang nicht mehr als für einen lokalen No-Name. Der Kauf von Star-Produkten ist insofern rational – und zudem selbstverstärkend: Titel, die bereits oben auf der Hitliste stehen, sind schließlich leichter zu finden. Netzwerkeffekte und sich selbst verstärkende Dynamiken sind jedoch nicht alles: Irgendetwas muss auch der Grund dafür sein, dass ein Titel oder ein Künstler sich den initialen Vorteil verschafft, der nötig ist, um nach und nach in der Wahrnehmung einer größeren Öffentlichkeit aufzusteigen. Dies könnten beispielsweise Qualitätseigenschaften des künstlerischen Produkts sein.

Spielfilms gesucht hat, ist vermutlich bereits einmal auf einen Eintrag in der IMDb gestoßen. Den wenigsten dürfte dabei aufgefallen sein, welches Potenzial die Datenbank als Ganzes bietet. „Die IMDb beinhaltet ein vollständiges Abbild der Karriereverläufe der im Filmgeschäft tätigen Personen. 1,6 Millionen Personen sind darin verzeichnet. Es gibt über sechs Millionen Datenzeilen“, schwärmt Lutter. „Enthalten sind Angaben über Erfolg und Misserfolg der einzelnen Beteiligten. Und ein Abbild der Beziehungen der Akteure zueinander. So etwas gibt es selbst in Studien nicht, die sich mit Online-Netzwerken wie Twitter oder Facebook befassen!“

Mark Lutter interessiert der Markt der Filmschaffenden vor allem im Hinblick auf ein theoriegeleitetes Phänomen: die Erklärung der Ausbreitung

„ Netzwerkeffekte und sich selbst verstärkende Dynamiken sind nicht alles. “

Mark Lutter geht einen anderen Weg: In einer weiteren Studie hat er mithilfe der IMDb überprüft, ob es bestimmte Arbeitsbedingungen und Teamkonstellationen gibt, welche den Winner-take-all-Erfolg von Filmregisseuren bedingen. Zur Beantwortung dieser Frage hat Lutter zunächst Untersuchungen aus dem Bereich der Organisationswissenschaft, der Managementlehre, der Innovationsforschung, der Entrepreneurship-Studies und der soziologischen Netzwerktheorie auf Hypothesen für Innovationserfolg in Teams hin durchforstet. Eine der wichtigsten Hypothesen, auf die er stieß, war, dass Teammitglieder, die in vertrauten, wiederkehrenden Teamkonstellationen arbeiten, erfolgreicher sind als andere. Eine andere Hypothese führte den Erfolg darauf zurück, dass diese sich in eher durch Verschiedenheit oder Diversität geprägten Konstellationen bewegten.

FORSCHERPORTRAIT :

Seine Forschung zeigt: Es braucht beides, Vertrautheit und Verschiedenheit. „Vertrautheit ist nötig, damit es zum Austausch von Informationen und Ideen kommt. Aber wenn Vertrauen zu groß ist, dann fließen zwar die Informationen hervorragend, aber alle Informationen kommen irgendwann nur noch aus immer der gleichen Quelle. Da fehlen die Vermittler, die Input von außen bringen. Deshalb braucht es neben Vertrautheit auch Diversität.“

Interessant sind diese Ergebnisse auch für andere Arbeitsmärkte. Lutter: „Arbeit findet heutzutage oftmals in Teams statt. Die Filmwirtschaft ist hierfür ein Paradebeispiel. Filmschaffende hangeln sich von Projekt zu Projekt, arbeiten für eine begrenzte Zeit zusammen und gehen danach wieder eigene Wege – so wie viele Freiberufler in den kreativen Berufen, aber eben zunehmend auch viele Angestellte in den großen Unternehmen.“ Vermutlich lassen sich die Beobachtungen zu Vertrautheit und Diversität als Erfolgsfaktoren auf dem Filmset deshalb auch auf Formen der Zusammenarbeit in anderen Arbeitsmärkten übertragen. Eine weitere, laufende Studie Lutters befasst sich daher mit dem akademischen Arbeitsmarkt für Soziologen. Lutter möchte herausfinden, ob ähnliche Sozialstrukturen auch Erfolg in der Wissenschaft mit bestimmen.



Mark Lutter im Seminar „Applied Regression Analysis for Social Scientists“ am MPIfG.

Die Studien zu den Karriereverläufen von Hollywood-Filmemachern und Wissenschaftlern sind nur zwei der Projekte, mit denen sich Lutter in letzter Zeit befasst hat. Weitere Forschungsthemen leiten sich aus dem Kernthema der Diffusion ab. In einer Untersuchung zur Legalisierung der gleichgeschlechtlichen Ehe innerhalb Europas ging es darum, herauszufinden, welche Auswirkungen die Propagierung der gleichgeschlechtlichen Ehe durch überstaatlich agierende politische Akteure auf die Entscheidungsprozesse in den einzelnen Ländern hatte – und ob die Diffusion der neuen Gesetze eher als Resultat von Anpassung und Nachahmung zu interpretieren ist oder als Lerneffekt, der auf moralischem Fortschritt basiert. Auch mit dieser Studie geht es an Grundfragen der Soziologie: „Sozialer Wandel und soziale Ordnung – das sind die Grundthemen der Soziologie. Im Phänomen der Diffusion sind sie vereint“, so Lutter.

„ Sozialer Wandel und soziale Ordnung – das sind die Grundthemen der Soziologie. Im Phänomen der Diffusion sind sie vereint. “

Was hat ihn motiviert, sich mit Soziologie zu befassen? Als Studienanfänger in Duisburg, Ende der 1990er-Jahre, erzählt Lutter, habe er sich vor allem aus Interesse für Adornos Studien zum autoritären Charakter für die Soziologie entschieden. An der Universität standen dann erst einmal die soziologischen Klassiker auf dem Programm – jene Art soziologischer Forschung, der Lutter heute mit seinen eigenen Methoden auf die Pelle rückt. Empirische Methoden kamen erst später. Dann aber gründlich. „Das fand ich faszinierend: Dass ich selbst in der Lage war, mit den statistischen Methoden, die ich gelernt hatte, eigene Analysen zu erstellen und neues Wissen zu schaffen – von meinem Rechner aus.“

FORSCHERPORTRAIT :

Ob die Beschäftigung mit Diffusions- und Konzentrationsprozessen in der Soziologie des Marktes mit bestimmten politischen Schlussfolgerungen einhergeht? Lutter meint: Modelle zur Erklärung von Erfolg in Winner-take-all-Märkten zeigen typischerweise, inwiefern Erfolge nicht ausschließlich von eigener Leistung abhängen, sondern auch ein Produkt der äußeren Umgebung sind, von Zufällen und Faktoren abhängen, die der Einzelne selbst nicht in der Hand hat. „Oftmals gibt einem die Beschäftigung mit der Soziologie des Marktes gute Gründe dafür an die Hand, sich für Umverteilung stark zu machen“, resümiert Lutter.

Ralf Grötzer

Zum Weiterlesen

Lutter, M.:

Strukturen ungleichen Erfolgs: Winner-take-all-Konzentrationen und ihre sozialen Entstehungskontexte auf flexiblen Arbeitsmärkten. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 65 (4), 2013, 597–622.

Lutter, M.:

Anstieg oder Ausgleich? Die multiplikative Wirkung sozialer Ungleichheiten auf dem Arbeitsmarkt für Filmschauspieler. In: Zeitschrift für Soziologie 41 (6), 2012, 435–457.

Lutter, M.:

Is There a Closure Penalty? Cohesive Network Structures, Diversity, and Gender Inequalities in Career Advancement. MPIfG Discussion Paper 13/9, Köln: Max Planck Institute for the Study of Societies, 2013.

Fernández, J. J. & Lutter, M.:

Supranational cultural norms, domestic value orientations and the diffusion of same-sex union rights in Europe, 1988–2009. In: International Sociology 28(1), 2013, 102–120.