

# Jens Beckert



*Als Weinkenner würde sich **JENS BECKERT** nicht bezeichnen. Trotzdem weiß der 39-Jährige über Preise und Provenienzen in diesem Bereich ziemlich gut Bescheid. Denn als Direktor am Kölner **MAX-PLANCK-INSTITUT FÜR GESELLSCHAFTSFORSCHUNG** untersucht er die Mechanismen des Markts mit den Methoden der Neuen Wirtschaftssoziologie.*

**D**ie Weinberge, in denen die Reben für den *Corall de Castro Crianza* gedeihen, gehören zu den am höchsten gelegenen in Europa. Schwierige klimatische Bedingungen gelten gemeinhin als eine der Grundlagen für einen besonders intensiven Geschmack des Weins; 7,90 Euro kostet die Flasche des Jahrgangs 2004. Auf deutlich mehr, nämlich 24,90 Euro, kommt der Jahrgang 2001 des *Jane Ventura Mas Vilella*; 93 von 100 Punkten erzielt dieser Wein im Ranking des bekannten spanischen Weinführers GUILA PEÑIN. Und satte 339 Euro kostet ein mit 97 PEÑIN-Punkten ausgezeichnetes *L'Ermita 2000* des international gefeierten Winzers Alvaro Palacios.

Woher kommen solche Preisunterschiede? Am Geschmack allein liegt es nicht, meint Jens Beckert. Nicht, dass er besondere Kennerschaft für sich in Anspruch nehmen würde. Zwar trinkt er Wein lieber als Bier. Und im Urlaub, in den vergangenen Jahren in Portugal, steht zwar immer mal wieder der Besuch eines Winzers auf dem Programm. Aber ein passionierter Weintrinker – das ist Jens Beckert nicht. Sein Interesse an der Materie ist eher nüchterner wissenschaftlicher Natur. Denn als Direktor am Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung beschäftigen den 39-jährigen Wirtschaftssoziologen Mechanismen der Preisbildung auf dem Weinmarkt.

„Bei Verkostungen mit Leuten, die sich selbst als Weinkenner bezeichnen“, erklärt er, „hat man festgestellt, dass es kaum eine Korrelation gibt zwischen dem Preis und der Bewertung der geschmacklichen Qualität.“ Für den Weinkäufer ist dies eher enttäuschend. „Aber für uns ist gerade das interessant“, meint Beckert.

Selbst sehr guter Wein hat in der Regel Produktionskosten von unter zehn Euro pro Liter. Eine große Rolle

bei den Preisen spielen Rebsorten, Anbauregionen und Jahrgänge; hierzu gibt es ausgearbeitete Tabellen. „Aber ebenso sehr geht es darum, dass mit dem Wein bestimmte Eigenschaften verkauft werden, die dem Lebensstil der potenziellen Käufer entsprechen. Regionalität ist ein Kriterium: das Zurückgehen zur kleineren Einheit. Handwerkliche Herstellung. Und schließlich wird der Preis selbst als Qualitätssignal gelesen – sodass also Preise Preise rechtfertigen“, sagt Jens Beckert.

Außerdem sei der Weinmarkt in Strukturen der politischen Ökonomie eingebettet. Welcher Wein etwa in Spanien das Schutzsiegel „D.O.C.“ erhalte oder in Frankreich die Bezeichnung „A.O.C.“ sei Gegenstand politischer Auseinandersetzungen. Denn zertifizierte Weine erzielen einen höheren Preis – obwohl das nicht immer ein Zeichen für höhere Qualität sei.

## GRÖSSE UND BERUFSJAHRE BESTIMMEN DEN PREIS

Eine ähnliche Untersuchung wie zum Weinmarkt, die noch in ihren Anfängen steckt, hat Jens Beckert zusammen mit seinem Kollegen Jörg Rössel bereits für den Kunstmarkt vorgenommen. Hier ist die Ausgangslage extremer – noch radikaler sind die Unterschiede in den Preisen, noch unklarer die Kriterien, nach denen die Preisbildung erfolgt. Die Ausgangshypothese der Studie: Preise für Kunst werden vor allem durch Mechanismen der Reputationszuweisung generiert.

Eine ganze Datenbank mit Informationen zu den Werken und über den Werdegang einzelner Künstler haben Beckert und Rössel aufgebaut, um herauszufinden, welche Faktoren den Preis eines Werks in einer Galerie oder bei einer Auktion bestimmen, angefangen von Material und

Größe der Kunstobjekte über die Karrieredauer des Künstlers und Auszeichnungen oder Stipendien, die dieser erhalten hat, bis zur Reputation von Galerien und Besprechungen in Kunstzeitschriften.

Dabei hat sich Überraschendes ergeben: Zwischen der Größe eines Kunstwerks und dem Preis ließ sich ein deutlicher Zusammenhang feststellen; ebenso als statistisch signifikant erwies sich ein so kunstfernes Kriterium wie die Anzahl der Berufsjahre eines Künstlers – was Rössel und Beckert, der selbst während des Soziologiestudiums in Berlin aus Interesse regelmäßig Kunstauktionen besuchte, als „eher enttäuschend“ bewerten. Sie vermuten, dass Galerien die Politik einer kontinuierlichen Preiserhöhung verfolgen, um Kunstkäufern langfristige Investitionssicherheit zu bieten.

Eigentlich sind die Studien zum Kunst- und Weinmarkt nur kleine Versuchsarbeiten. Exemplarisch und anhand empirischer Daten wird hier ausgeführt, was Beckert andernorts bereits in größerem Zusammenhang entwickelt hat: Inwiefern die Rationalität von Käufern und Verkäufern in einem wesentlichen Sinn sozial konstruiert ist. Und wie die hoch spezifischen Kriterien, die in einem bestimmten Marktsegment die Vernünftigkeit von Transaktionen gewährleisten, von diesem Segment erst selbst hervorgebracht werden.

Seit den 1980er-Jahren gibt es in der Ökonomie eine Diskussion darüber, wie Handlungsmotive, die auf den ersten Blick dem rationalen Eigeninteresse zuwiderzulaufen scheinen, sich letztendlich doch noch als eine Funktion individueller Nutzenoptimierung erklären lassen. Vor allem die Arbeiten des amerikanischen Politikwissenschaftlers Robert Axelrod zu Strategien der Kooperation haben diese Debatte angestoßen. ►



Köln, findet Jens Beckert, hat zwar nicht die imperiale Gestalt einer Hauptstadt wie Berlin, aber Geschichte.

Für Jens Beckert lassen die Neuerungen auf dem Gebiet der ökonomischen Theorie allerdings Fragen offen: „Sicher kann man versuchen, die Grenzen der rationalen Rekonstruktion menschlichen Verhaltens immer weiter auszudehnen. Aber eine ganz andere Sache ist doch, wie Akteure sich mit ihrem Handeln in der Komplexität zurechtfinden, sich tatsächlich verhalten. Und *das* ist der Punkt, der mich interessiert.“

### WIDER DEN ÖKONOMISCHEN IMPERIALISMUS

So wie Jens Beckert spricht, kann man ihn regelrecht hören, diesen Punkt. Die starke Betonung macht es nicht nur leicht, seiner meist druckreifen Rede zu folgen, sondern vermittelt auch eine gewisse Dringlichkeit – die in auffälligem Kontrast zu der Zurückhaltung steht, mit der sich Beckert ansonsten als Person präsentiert. Schlank und eher – wenn auch nicht auffällig – groß, wirkt er im Anzug, den er meist trägt, weder geschäftsmäßig noch elegant, sondern einfach auf sympathische Weise neutral.

Soziologen, die sich, wie der Max-Planck-Forscher, mit Problemen von Marktinteraktionen befassen, sind nicht nur von dem Wunsch getrieben, den Wirtschaftswissenschaften unter die Arme zu greifen. Seitdem

in den 1970er-Jahren der Chicagoer Ökonom Gary Becker begonnen hat, mit seinen Arbeiten zur Ökonomie der Familie und des Verbrechens die Methode des *Rational-Choice*-Ansatzes auf Phänomene jenseits der Wirtschaft auszuweiten, ist der Soziologie Konkurrenz auf ihrem ureigensten Feld erwachsen. Als Antwort darauf hat seit Mitte der 1980er-Jahre eine Bewegung innerhalb der Disziplin ihren Anfang genommen, die dem ökonomischen Imperialismus die Stirn bieten will: die *New Economic Sociology* oder Neue Wirtschaftssoziologie, als einer deren Vertreter sich auch Beckert sieht.

„Die Neue Wirtschaftssoziologie will zeigen, dass die Ökonomen nicht einmal in ihrem eigenen Bereich der Untersuchung wirtschaftlicher Zusammenhänge alles, was sie sich vorgenommen haben, mit ihrem reduktionistischen Ansatz erklären können. Viele Phänomene lassen sich hingegen mit dem soziologischen Instrumentarium auf fruchtbare Weise analysieren“, sagt Beckert. In den USA sei die Neue Wirtschaftssoziologie mittlerweile die am stärksten im Aufschwung befindliche Sektion innerhalb der Soziologie. In Europa und vor allem in Deutschland steht sie noch ganz am Anfang.

Das soll die 2005 erfolgte Berufung von Jens Beckert an das Kölner Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung ändern. Wenn die Rechnung aufgeht, wird sich das Institut in einigen Jahren zu einem Knotenpunkt für die Neue Wirtschaftssoziologie in Europa entwickeln. „Selbst für die USA“, meint Beckert, „gibt es keine vergleichbare Forschungseinrichtung auf diesem Gebiet“.

Als Gründungsmanifest der *New Economic Sociology* gilt ein Aufsatz des amerikanischen Soziologen Mark Granovetter aus dem Jahr 1985. Darin wird vor allem der Begriff der *Einbettung* als zentrale Kategorie wirtschaftssoziologischer Forschung hervorgehoben. *Einbettung* – das klingt, wie auch Jens Beckert zugeben muss, schwammig. Wie konnte diese Formulierung eine derartige

Karriere erfahren? Dahinter steckt ein Gedanke, der zumindest damals in den Wirtschaftswissenschaften so noch nicht gedacht worden war: dass die Struktur der sozialen Beziehungen von Akteuren *zueinander* entscheidend ist für die Erklärung von Handlungsergebnissen.

### DISSERTATION AN DEN GRENZEN DES MARKTES

Mittlerweile ist diese Idee auch innerhalb der Wirtschaftswissenschaften, etwa in Modellen der Netzwerkökonomie, aufgegriffen worden. Ein anderes Beispiel sind Netzwerkforschungen zur Arbeitsmarktsoziologie, deren Pionier ebenfalls Mark Granovetter war. „Die mittlerweile recht bekannte Idee, dass es nicht die



Bei Verkostungen hat man festgestellt, dass es kaum eine Korrelation zwischen Preis und geschmacklicher Qualität gibt.

eingespielten Kontakte sind, sondern vielmehr die schwachen Bindungen und flüchtigen Bekanntschaften, die jemandem auf Jobsuche weiterhelfen, geht auf diese Forschungen zurück“, erklärt Beckert. „Und mit diesem Ansatz hat man auch die Reputation von Banken erforscht oder Migrantennetzwerke.“

Jens Beckert hat mit seinem Buch *Grenzen des Marktes*, das er noch nicht einmal 30-jährig als Dissertationsschrift veröffentlicht hat, ein Programm vorgelegt, das die Grundzüge einer Neuen Wirtschaftssoziologie aus der Lektüre der Klassiker wie Max Weber oder Emil Durkheim heraus entwickelt. Der Arbeit voraus ging ein Studium der Soziologie und der Betriebswirtschaftslehre, das der gebürtige Frankfurter an der Freien Univer-



sität Berlin absolvierte. Die Entscheidung für Berlin, erzählt er, habe für ihn festgestanden, seitdem er die Stadt auf einer Klassenfahrt kennen gelernt hatte. „Aber im Nachhinein zeigte sich, dass die Wahl auch unter Studiengesichtspunkten glücklich war.“

Nach einigen Semestern in Berlin ging es dann als Gast an die New School for Social Research – „einem in den 80er- und 90er-Jahren unvergleichlichen Ort intellektueller Stimulanz. Niklas Luhmann, Jürgen Habermas, Jacques Derrida und viele andere, die ganze intellektuelle Welt – auch die amerikanische – kam hier oder an anderen Orten in New York vorbei.“ Nach der Rückkehr nach Berlin wurde Jens Beckert Mitarbeiter bei dem Soziologen Hans Joas. Nach einem kurzen Zwischenstopp in Harvard und einer Professur an der neu gegründeten privaten International University Bremen im Anschluss an die Habilitation ging Beckert nach einer weiteren Professur in Göttingen schließlich nach Köln.

**Forschungsprojekt Lotto: Warum spielen 40 Prozent der Deutschen mit, obwohl die Hälfte der Einsätze an den Staat gehen?**



Dort führt der Wissenschaftler fort, was er in Berlin und New York begonnen hat. Die Aufgabe der Wirtschaftssoziologie, hatte Beckert in der vor zehn Jahren erschienenen Studie *Die Grenzen des Marktes* dargelegt, bestehe weniger darin, zu zeigen, dass Akteure intentional von ihren eigennützigen Zielen abweichen, sondern vielmehr in der Entwicklung theoretischer Konzepte und in der Durchführung empirischer Untersuchungen, die erklären, wie Akteure unter Bedingungen der Un-

sicherheit Entscheidungen treffen – „unter Bedingungen, in denen sie selbst nicht wissen können, welches die beste Handlungsalternative zum Erreichen eines gegebenen Ziels ist.“

*Ungewissheit*: Auch dieser Begriff ist zentral für das soziologische Verständnis des Zustandekommens von Märkten. Nach der Vorstellung der klassischen ökonomischen Theorie stellt sich auf Märkten über kurz oder lang immer eine Gleichgewichtssituation ein, in der es keine Gewinne mehr gibt und damit auch keinen Investitionsanreiz mehr. Das ist eine der profundesten Paradoxien der Ökonomie.

Deshalb führten Akteure ganz bewusst Störungen des Marktgleichgewichts herbei, indem sie etwa ihre Produktpalette differenzierten oder eine Innovation auf den Markt brächten – was zur Folge habe, dass Kaufkraft aus anderen Bereichen abwandert. Zum anderen versuchten sie, Marktbeschränkungen wie etwa Schutzzölle zu ihrem Nutzen zu gestalten. „Marktakteuren geht es nicht nur darum, für sich selbst einen möglichst guten Gewinn zu erzielen, sondern auch darum, die Regeln des Markts zum eigenen Vorteil zu beeinflussen. Das ist eine andere Vorstellung von Märkten als die eines einfachen Tauschmodells“, sagt Beckert.

Wie sich Marktbeschränkungen aufbauen, wie Akteure versuchen, diese zu gestalten oder auch wie diese wahrgenommen werden: Das ist ein wichtiger Gegenstand der Wirtschaftssoziologie. Der Zustand der Ungewissheit bezeichnet die Situation, in der Akteure als Tauschpartner oder als Teilnehmer an einem Kampf um die Regeln des Markts agieren. Dabei ist Ungewissheit noch etwas anderes als der unternehmerische Umgang mit Chancen und Risiken zukünftiger Marktentwicklungen. „Ungewissheit“, betont Beckert, „geht darüber hinaus, was sich in Begriffen zahlenmäßiger Wahrscheinlichkeit denken und darstellen lässt.“

Ungewissheit führt dazu, dass die Frage nach der optimalen Handlungsalternative nicht auf rational



**Märkte nicht als einfache Tauschmodelle denken: Jens Beckert, Vertreter der Neuen Wirtschaftssoziologie.**

eindeutige Weise entschieden werden kann. Faktoren sozialer, kultureller und politischer Natur kommen zur Entfaltung. Deren Zusammenspiel, wie beim Wein- oder Kunstmarkt, in einem konkreten Situationszusammenhang aufzuzeigen – auch das ist Aufgabe der Wirtschaftssoziologie.

### ERBRECHT AUF DEM PRÜFSTAND

Ebenso wie die Positionen von Akteuren in Netzwerken spielen auch Institutionen für das Zustandekommen und das Bestehen wirtschaftlicher Strukturen eine Rolle. Jens Beckert hat dies an einem sehr konkreten Beispiel ausführlich untersucht: der Entwicklung des Erbrechts. *Unverdientes Vermögen* lautet der Titel einer umfangreichen Studie, die er dazu veröffentlicht hat. Auf den ersten Seiten des Buchs findet sich auch ein Hinweis in anderer Angelegenheit: die Widmung an eine Frau, deren Namen wie der der Königstochter eines Märchens aus *Tausendundeiner Nacht* klingt – „Für Farzaneh“. „Jens Beckert, geb. am 21. Juli 1967 in Frankfurt a.M., verheiratet“, lautet die ergänzende Information im Lebenslauf des Soziologen. Farzaneh Alizadeh ist die aus Iran stammende Frau Beckerts und Psychoanalytikerin. Kennen gelernt haben die beiden sich in New York. ▶



FOTO: BERND SCHÜLLER

Jens Beckert hält es mit Max Weber: Politik, so behauptete der, sei ein „langames Bohren von harten Brettern“.

In seiner Habilitationsschrift *Unverdiertes Vermögen* vergleicht Beckert Auffassungen zum Erbrecht zu verschiedenen Zeiten und in unterschiedlichen Ländern wie Frankreich, USA und Deutschland. Ergebnis: Die von der Neuen Wirtschaftssoziologie behauptete Konstruiertheit marktrationalen Verhaltens manifestiert sich als ziemlich greifbare Realität. Wer nämlich in der Debatte um Erbrecht und Erbschaftssteuer *welche* Position einnimmt – das lässt sich unter der Annahme einer rein materiellen Interessensvertretung nicht erklären.

Vor allem aber, mahnt Beckert, müsse die Debatte hinreichend differenziert geführt werden. In dieser Hinsicht hält er es mit Max Weber, der das Geschäft der Politik als „ein starkes langsames Bohren von harten Brettern mit Leidenschaft und Augenmaß zugleich“ beschrieb. Normative Prinzipien, betont Beckert, „lassen sich in einer Gesellschaft nicht gesinnungsethisch durchsetzen. Schließlich gibt es ja Leute, die strengen sich an, viel Geld zu verdienen, in der Absicht, damit ihre eigene Familiendynastie zu begründen. Die empfinden selbst die heute geltenden Erbschaftssteuern bereits als kommunistischen Zustand. So etwas muss man ernst nehmen.“

Das Thema Erbrecht war, als Jens Beckert sich damit zu befassen be-

gann, noch soziologisch unerforschtes Terrain. Ähnlich verhält es sich mit einem anderen Projekt, das er gerade am Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung verfolgt: Lotterien. Nur etwa die Hälfte aller Einnahmen, die staatliche Lotterien in Deutschland erzielen, wird wieder an die Spieler ausgezahlt. Der Rest geht nach Abzug der Betriebskosten an den Landeshaushalt, an den Fiskus und als zweckgebundene Fördermittel an Sport, Soziales und Kultur. Warum beteiligen sich 40 Prozent der Deutschen an einem Spiel, bei dem sie, statistisch betrachtet, nur die Hälfte ihres Einsatzes wieder gewinnen können?

„Die Leute haben lebhaft Vorstellungen davon, was sie mit ihrem Geld machen würden“, berichtet Beckert. Dies hat sich bei der Arbeit mit einer Fokusgruppe gezeigt. „Eine Teilnehmerin etwa wollte mit ihrem Mann und den Eltern in die Karibik. Sicherlich: Man kann so etwas hochnäsig verachten. Aber wenn man es auf eine interessante Weise interpretiert, dann zeigt sich hier, dass Lottospielen eine Form der Teilhabe am Leben der Reichen und Schönen darstellt. Sie verbleibt zwar im Bereich der Möglichkeit, ist dennoch realitätsmächtig. Lotto würde so betrachtet der sozialen Integration dienen.“

#### POLITIKBERATUNG ALS BEITRAG DER SOZIOLOGIE

Aber führen solche Überlegungen nicht allzu weit auf politisches Terrain? „Die Verbindung von Wissenschaft als Wissenschaft und gesellschaftspolitischem Engagement findet sich schon bei Weber und Durkheim. Der Soziologie geht es auch um die Aufklärung der Menschen über die sozialen Strukturen, die ihr Leben bestimmen.“ Als Soziologe interessiert sich Beckert auch dafür, welche Merkmale sich der Gruppe der Lottospieler zuschreiben lassen. Erkenntnisse darüber werden am Ende vielleicht mehr Fragen aufwerfen als beantwortet werden können.

Denn durch die Brille des Soziologen betrachtet, ist das Lottospiel eine Art Steuer. Zwar wird diese freiwillig

entrichtet. Aber die staatlichen Lotterien leisten der Freiwilligkeit mit ihrer Werbung reichlich Vorschub. Was, wenn sich am Ende herausstellt, dass von dieser Art Steuer insbesondere Menschen betroffen sind, die sich begründeterweise als sozial benachteiligt empfinden und die zudem durch die staatlichen Lottoveranstalter gezielt angesprochen werden?

„Problematisch“ ist der Ausdruck, den Jens Beckert verwendet, wenn er etwas auf zurückhaltende, aber doch deutliche Weise bewertet. Das kommt nicht selten vor. „In meinen Forschungen geht es mir darum, herauszufinden, wie etwas funktioniert“, erklärt er. „Das ist aber nicht unabhängig davon, welchen Beitrag die Soziologie mit ihren Erkenntnissen zur Lösung von Problemen in der Gesellschaft leisten kann.“

Der Zeitpunkt für den Start der Lotteriestudie könnte nicht besser gewählt sein. Nach dem Ende März ergangenen Urteil des Bundesverfassungsgerichts steht der deutsche Glücksspielmarkt vor einer umfassenden Neuordnung. Entweder, so die Karlsruher Richter, müsse die Werbung insbesondere für die Oddset-Wetten stark reduziert oder das staatliche Monopol preisgegeben werden. Bis zum Abbau auch des Lottomonopols ist es von da nur ein kleiner Schritt. Ein lukrativer Markt steht zur Disposition: Die staatlichen Wettanbieter erzielen mehr Umsatz als die Kosmetik- oder die Unterhaltungselektronikbranche.

Mit dem Erfordernis der Suchtprävention wurde das Monopol bislang legitimiert. Das Karlsruher Urteil jedoch hat deutlich gemacht, dass diese Begründung nicht als Feigenblatt zur fiskalischen Bereicherung verwendet werden dürfe. Auch was die Lotteriestudie des Kölner Max-Planck-Instituts zutage bringt, wird möglicherweise für den weiteren Verlauf der Diskussion nicht unerheblich sein. Auf dem deutschen Soziologentag Anfang Oktober in Kassel will Jens Beckert erste Ergebnisse seiner Untersuchung vorstellen.

RALF GRÖTKER