



## Forschungsbereich Soziologie des Marktes

*Jens Beckert*

In kapitalistischen Ökonomien ist der Gütertausch vornehmlich über Märkte organisiert. Mit der Liberalisierung westlicher kapitalistischer Ökonomien während der letzten dreißig Jahre, den Transformationsprozessen in den vormals sozialistischen Staaten Osteuropas und dem marktbasieren Wachstum asiatischer Ökonomien ist die Bedeutung von Märkten für die Koordination von Wirtschaftsprozessen weiter gestiegen.

### *Wie aber funktionieren Märkte? Welche sozialen Voraussetzungen bestehen für die Bildung von Märkten?*

Tauschprozesse auf Märkten sind eine Form des sozialen Handelns und damit ein ureigener Gegenstandsbereich soziologischer Forschung. Die Analyse von Märkten und deren Voraussetzungen spielte für die Klassiker des Fachs eine herausragende Rolle. Dieses Interesse an Marktprozessen verlor in der Nachkriegssoziologie an Bedeutung. Erst mit der Entwicklung der „neuen Wirtschaftssoziologie“ stehen Märkte heute wieder im Zentrum der Aufmerksamkeit internationaler soziologischer Forschung.

Im Forschungsbereich „Soziologie des Marktes“ geht es um die Entwicklung eines Verständnisses der Funktionsweise von Märkten mit Hilfe des theoretischen und methodischen Instrumentariums der Soziologie. Märkte werden dabei als Arenen sozialen Handelns verstanden, in denen instrumentell am Tausch interessierte Akteure unter Konkurrenzbedingungen aufeinander treffen. Dabei beruht Markttausch idealtypisch auf Freiwilligkeit.

Märkte sind unter verschiedenen Gesichtspunkten sozial voraussetzungsreich. Der auf Nutzenkalkülen beruhende Austausch des Gutes muss sozial legitimiert sein. Güter müssen von den potentiellen Käufern als wertvoll erachtet werden; die Anbieter müssen davon ausgehen, einen Gewinn machen zu können. Beides hängt von kulturellen, sozialstrukturellen und institutionellen Bedingungen ab. Schließlich enthält der Markttausch durch einseitige Vorleistungen, unvollständige Verträge und möglicherweise opportunistisches Handeln der Tauschpartner Risiken für die Marktparteien, die bei fehlender Lösung zu Marktversagen führen.



Die sozialen Voraussetzungen von Märkten verweisen auf das Kernproblem soziologischer Forschung: soziale Ordnung. Nur wenn Ungewissheit reduziert werden kann, können sich Erwartungsstrukturen soweit stabilisieren, dass kontinuierliche Tauschprozesse auf Märkten möglich werden. Unterscheiden lassen sich dabei vier konstitutive Probleme:

### *1. Das Problem der Legitimation des Markttauschs*

Die Organisation von Tauschprozessen über Märkte ist historisch alles andere als selbstverständlich. Das mittelalterliche christliche und heutige islamische Zinsverbot, das Verbot des Markttauschs von Organen und Menschen (Sklaverei, Adoption) und die starke gesetzliche Regulation des Arbeitsmarktes verweisen auf normative Voraussetzungen von Märkten. Unter welchen Bedingungen legitimieren Gesellschaften den Tausch von bestimmten Gütern über Märkte? Was geschieht, wenn der Markttausch untersagt wird? Wird der Austausch über Redistribution oder Reziprozität reguliert oder entstehen illegale Märkte?

### *2. Die Entstehung von Präferenzen als Grundlage der Marktnachfrage*

Abgesehen von der Nachfrage zur Befriedigung von Grundbedürfnissen ist die Wertschätzung für Güter und Dienstleistungen auf Konsummärkten kulturell kontingent. Nur auf Produzentenmärkten wird die Nachfrage weitgehend durch technische Erfordernisse zur Produktherstellung und ökonomische Kalkulation bestimmt. Die subjektiv erlebte Werthaftigkeit von Konsumgütern entsteht hingegen in sozialen Prozessen der Bedeutungszuschreibung, wobei der Besitz von bestimmten Gütern auch zur Erlangung sozialer Anerkennung (Status) führt. Voraussetzung solcher Anerkennungsprozesse sind intersubjektive Übereinstimmungen in den Bedeutungszuschreibungen von Gütern. Gerade in modernen Ökonomien löst sich die Werthaftigkeit von Konsumgütern von ihren Herstellkosten und wird kommunikativ konstruiert, wie sich etwa in Auto-, Wein- oder Bekleidungsmärkten erkennen lässt. Auch auf Finanzmärkten wird der Wert der dort gehandelten Produkte durch höchst unterschiedliche Theorien über den „eigentlichen“ Wert eines Finanzproduktes konstruiert. In allen Märkten muss es Klassifikationen geben, mit denen wertvolle Produkte von weniger wertvollen unterschieden werden. Diese Klassifikationen sind nur teilweise technisch-objektiver Natur, häufig gehen sie auf kulturell kontingente Bedeutungszuschreibungen zurück.

### *3. Die Eindämmung von Wettbewerb*

Während Märkte einerseits auf Wettbewerb beruhen, ergeben sich andererseits Gewinnmöglichkeiten für die Anbieter nur dann, wenn Märkte nicht im ökonomischen Sinn perfekt sind. Im Gleichgewicht wären Grenzerlöse gleich den Grenzkosten, und Anreize für die Produktion für den Markt würden erlöschen. Marktakteure sind daher immer an solchen Marktstrukturen interessiert, die ihnen Wettbewerbsvorteile bringen. Daraus entsteht ein machtbestimmter „Marktkampf“ (Weber), in dem Marktakteure versuchen, Wettbewerb einzudämmen bzw. zu ihrem Vorteil zu gestalten. Der Staat spielt über die Festlegung von Spielregeln etwa im Wettbewerbsrecht oder im Urheberrecht, durch die Gewährung von Subventionen oder die Erhebung von Zöllen eine zentrale Rolle in diesen Machtkämpfen. Märkte befinden sich immer in einem Spannungsverhältnis, das aus den Interessengegensätzen der beteiligten Parteien entsteht. Die entstehenden Strukturen des Wettbewerbs und ihre Dynamik sind ein weiterer As-

pekt der sozialen Strukturierung von Märkten. Die Aufmerksamkeit des Forschungsbereichs liegt dabei auf verschiedenen Strukturierungen: rechtlichen Strukturen; Netzwerkstrukturen; Wettbewerbsstrukturen, die sich aus Produktdifferenzierungen und First-Mover-Vorteilen ergeben; der kognitiven Strukturierung von Wettbewerbsverhalten; und Zwangssituationen, wie sie insbesondere auf Arbeitsmärkten bestehen.

#### *4. Das Problem der Kooperation*

Tauschbeziehungen sind unter Bedingungen asymmetrischer Informationsverteilung und unvollständiger Verträge zwischen den Akteuren riskante Interaktionen. Immer tritt einer der beteiligten Akteure in Vorleistung, erst später stellt sich heraus, ob der Tauschpartner den Vertrag tatsächlich erfüllt und das Gut oder die Leistung die zugesicherten Eigenschaften hat. Nur wenn der in Vorleistung tretende Tauschpartner hinreichend zuversichtlich ist, die Gegenleistung in der versprochenen Qualität zu erhalten, wird er bereit sein, sich auf den Tausch einzulassen. Garantien, die Entwicklung stochastischer Verfahren der Risikoabwägung (zum Beispiel Scoring-Systeme) und die Entwicklung von Marken sind Reaktionen auf das in marktlichen Tauschbeziehungen inhärente Defektionsproblem. In dem Forschungsbereich werden soziale Mechanismen wie Vertrauen, Macht, rechtliche Garantien, die Struktur sozialer Beziehungen und Emotionen als Grundlagen der Lösung dieses Problems und damit der Ermöglichung von Tauschbeziehungen untersucht.

Die angeführten Koordinationsprobleme sind analytisch voneinander unterschieden. Empirisch sind sie in Tauschsituationen eng miteinander verbunden. Märkte aus der Perspektive des Problems sozialer Ordnung zu untersuchen ermöglicht es, sie als sozial strukturierte Handlungsräume zu verstehen. Ausgangspunkt sind nicht, wie in dem ökonomischen Modell der unsichtbaren Hand, Akteure mit ihren je individuellen Präferenzen, die ihre Handlungspläne über den Preismechanismus koordinieren. Vielmehr stehen die sozialen Kontexte im Vordergrund, die die doppelte Kontingenz für die Tauschbeteiligten reduzieren und damit die reziproken Erwartungsstrukturen etablieren, ohne die stabiler Markttausch nicht möglich wäre. Einbettung wird in einem weiten Sinn verstanden. Unter den Begriff sind institutionelle, kulturelle, kognitive und sozialstrukturelle Kontexte gefasst. Die Herangehensweise ist handlungstheoretisch orientiert, indem Markthandeln in der Tradition der verstehenden Soziologie auf der Grundlage der Bedeutungen erklärt wird, die Handlungssituationen für die Akteure erlangen.

Im Zentrum der Projekte des Forschungsbereichs steht die Untersuchung der angeführten Koordinationsprobleme. Dies geschieht durch die Analyse konkreter Märkte. Das können sowohl Industriegütermärkte als auch Finanzmärkte, Arbeitsmärkte und Konsummärkte sein. Von besonderem Interesse sind neu entstehende Märkte, an denen sich die Austarierung von Lösungen für die Koordinationsprobleme besonders gut beobachten lässt. Illegale Märkte sind von großem Interesse, weil diese ökonomisch bedeutend und gleichzeitig wenig erforscht sind, darüber hinaus aber auch im Hinblick auf das sich ganz anders stellende Kooperationsproblem besondere Strukturen aufweisen müssen.

Untersuchungsgegenstand im Forschungsbereich sind aber auch die sozialen Mechanismen, mit denen Akteure auf die Koordinationsprobleme reagieren. Hierzu gehören zum Beispiel Macht, kognitive Strukturen, soziale Normen, Vertrauen, Korruption, diskursive Prozesse und Emotionen. Das Interesse an einem empirischen Verständnis von Märkten führt zu einer historischen und gesellschaftsvergleichenden Herangehensweise, mit der Idealtypen gebildet, nicht jedoch primär normative Handlungsempfehlungen generiert werden. Die Analysen zeigen die sozialen Voraussetzungen der Etablierung kapitalistischer Marktwirtschaften und verweisen auf die Varianz des Kapitalismus. Über das Verständnis von Marktprozessen zielt der Forschungsbereich auf eine soziologische Theorie moderner kapitalistischer Wirtschaft.