



Leseprobe aus Keller und Blessinger, Positionierungsmacht,  
ISBN 978-3-7799-7525-0 © 2023 Beltz Juventa in der Verlagsgruppe Beltz,  
Weinheim Basel

[http://www.beltz.de/de/nc/verlagsgruppe-beltz/  
gesamtprogramm.html?isbn=978-3-7799-7525-0](http://www.beltz.de/de/nc/verlagsgruppe-beltz/gesamtprogramm.html?isbn=978-3-7799-7525-0)

# Inhalt

<b>1 Konturen der Positionierungsmacht</b>	8
Reiner Keller	
1.1 Einführung	9
1.2 Die gesellschaftliche Konstruktion des Wertvollen	10
1.3 „Drama, Baby, Drama“ – Die Allgegenwart der Positionierungsmacht in der Casting- und Ranking-Gesellschaft	13
1.4 Vom unternehmerischen Subjekt zu den Dispositiven der Platzierung	17
1.5 Machtanalytik und Positionierungsmacht	27
1.6 Zur Soziologie der Positionierungsmacht: Dimensionen, Erscheinungsformen	32
<b>2 Von Fähigkeiten, Interessen und Platzierungen. Potenzialanalyse und Positionierungsmacht</b>	43
Martin Blessinger	
2.1 Potenzialanalyse im Spiegel der Forschung	46
2.2 Machtanalytische Fundierung	48
2.3 Die Gestalt der Untersuchung	53
2.4 Das dispositive Arrangement der Potenzialanalyse	60
2.5 Elemente eines zweifachen Bedingungsverhältnisses	78
2.6 Die Potenzialanalyse in der Berufsorientierung – Ein Phänomen der Positionierungsmacht	89
<b>3 Finanzrating und die Regierung in der Positionierungsmacht</b>	91
Martin Blessinger	
3.1 Bewertungssoziologische Analysen der Wirkungen von Bewertungen auf ihre Objekte	93
3.2 Theoretische Grundlagen	95
3.3 Die Anlage der Untersuchung	105
3.4 Ratingagenturen – Ein Überblick	107
3.5 Die Merkmale von Regierung im Bereich der Ratingagenturen	117

<b>4 Das Modell der positionierungsmachtspezifischen Gouvernementalität</b>	141
Martin Blessinger	
<b>5 Zur Formierung und Regierung der Marktakteure</b>	148
Reiner Keller und Martin Blessinger	
Literatur	151



# 1 Konturen der Positionierungsmacht

Reiner Keller

## 1.1 Einführung

Im letzten Jahrzehnt haben die Soziologien des Messens und der Bewertung einen enormen Aufschwung erfahren. Davon kündeten eine Vielzahl von Tagungen, Buchveröffentlichungen und auch Zeitschriftengründungen.<sup>1</sup> Zwar wird dies häufig verkürzt auf einige einflussreiche Arbeiten von Michèle Lamont zurückgeführt, doch durchziehen Analysen der „gesellschaftlichen Konstruktion des Wertvollen“ (Keller 2009 [1998]) die Geschichte der Disziplin. Das vorliegende Buch entwickelt nun im Anschluss an frühere Arbeiten eines der Verfasser einen Vorschlag, *die Soziologie des Bewertens mit Michel Foucaults Machtanalytik zu verbinden*. Es führt dazu den Begriff der *Positionierungsmacht* ein, der weiter unten genauer erläutert wird. Damit erschließt sich – so die Ausgangsthese – für die sozialwissenschaftliche Machtanalyse ein neuer und spezifischer Zugriff auf eine Vielzahl von aktuellen Phänomenen, die gegenwärtig im Zusammenhang einer Soziologie des Numerischen, des Bewertens oder des Evaluierens diskutiert werden. Greift man Foucaults Idee auf, man müsse „die Bescheidenheit haben, sich zugleich zu sagen, dass [...] der Moment, in dem man lebt, sehr interessant ist und verlangt, analysiert zu werden, und dass wir uns in der Tat durchaus die Frage zu stellen haben: Was ist heute?“ (Foucault 2005a: 543f.), dann kann es der sozialwissenschaftlichen Machtanalytik und Machtdiagnostik nicht nur darum gehen, den Machtformen nachzuspüren, die von ihm historisch rekonstruiert wurden. Vielmehr gilt es zusätzlich zu erkunden: „Was ist heute?“

Der Begriff der *Positionierungsmacht* ist dazu geeignet, den machtanalytischen Gehalt bzw. die gesellschaftlich entfaltete Wirkungsmacht dieser Phänomene deutlich zu konturieren und entsprechende Forschungsvorhaben anders zu akzentuieren, als sie bislang angelegt sind. Er liegt auf der gleichen Ebene wie der von Foucault entwickelte Begriff der *Biomacht*. Ebenso wie letzterer richtet sich *Positionierungsmacht* damit auf eine spezifische Form von *Gouvernementa-*

---

1 Vgl. zum Überblick über „Listen und Rankings“ Adelman (2021), zur Soziologie des Messens Mau (2017), zur Soziologie der Bewertung Krüger (2022) sowie Nicolae et al. (2018a, b), die für die aktuellen Diskussionen einflussreichen Arbeiten von Michele Lamont (2012) und bspw. die Zeitschrift *Valuation Studies*. Unlängst ist auch eine Sammlung älterer Beiträge von Marion Fourcade (2022) erschienen, welche sich den ordnenden Funktionen von „Zählen“ und „Messen“ nähert.

*lität*. Die Notwendigkeit, dafür einen eigenen Begriff einzuführen, resultiert aus der gesellschaftlichen Bedeutung, welche die darunter fassbaren Macht/Wissen-Komplexe in den letzten Jahrzehnten erlangt haben.

Mit dieser Diagnose ist die These verbunden, dass eine machtanalytische Betrachtung der Bewertungsprozesse hilfreich ist, um deren gesellschaftskonstituierende und -transformierende Kraft zu verdeutlichen, die weit über einzelne Felder und Anlässe für Bewertungsprozesse hinausreicht. Das vorliegende Buch spürt den Konturen dieser Machtform nach. Zunächst geht es im *ersten* Kapitel darum, Anlass, Konturen und Begriff der Positionierungsmacht im Rahmen einer Soziologie der gesellschaftlichen Konstruktion des Wertvollen zu verorten, ihre Entfaltung aus der foucaultschen Machtanalytik zu begründen und ihre wesentlichen Grundmerkmale zu skizzieren. Kapitel *zwei* und *drei* präsentieren fallbezogene Analysen von Positionierungsmacht anhand der Potenzialanalyse in der Berufsorientierung sowie von Ratingagenturen. In Bezug auf Letztere wird in Kapitel *vier* die spezifische Regierungsform der Positionierungsmacht fokussiert. Kapitel *fünf* fasst deren Konturen als *Regierung der Marktakteure* zusammen und endet mit einem kurzen Ausblick.<sup>2</sup>

## 1.2 Die gesellschaftliche Konstruktion des Wertvollen

Prüfen und vergleichendes, hierarchisierendes Bewerten gehören zu den sehr alten menschlichen Kulturtechniken.<sup>3</sup> Welcher Tierfährte soll man folgen? Was ist der bessere Siedlungsplatz? Welche militärische Strategie hilft im Kampf gegen die Feinde? Welche Bauidee für den Palast soll realisiert werden? Und natürlich: Warum? Die „gesellschaftliche Konstruktion des Wertvollen“ (Keller 2009 [1998]; Smith 1990) richtet sich seit jeher auf ganz unterschiedliche Objekte: Menschen, Handlungsweisen, Eigenschaften, Sachen, Tiere, Pflanzen, Dinge, (Natur-)Ressourcen. Als Konstruktionspraxis tritt sie in einer Vielfalt von soziohistorischen Formen auf, an höchst unterschiedlichen Orten, mit ganz heterogener zeitlicher, räumlicher und sozialer Reichweite. Und sie ist vermutlich so alt wie das Soziale selbst. Vielleicht deswegen kann sie auf eine beträchtliche Ahnenreihe ihrer Thematisierung zurückblicken: etwa auf die ständische Gliederung in der griechischen Staatstheorie von Platon, die verschiedenen Moralphilosophien der Rechtfertigung und Größenzuweisung, die vor einiger Zeit Luc Boltanski und

---

2 Kapitel eins greift auf Überlegungen aus früheren Veröffentlichungen von Reiner Keller zur Positionierungsmacht zurück (Keller 2011a; 2018; Keller/Hofer 2012).

3 Anders als es der Titel von Heintz (2016) nahelegt, ist „Vergleichen“ wohl noch kein spezifisches Kennzeichen moderner Gesellschaften. Eher schon ließe sich zeitdiagnostisch von „Bewertungsgesellschaft“ (Vormbusch 2018) sprechen, obwohl, wie das vorliegende Kapitel argumentiert, ‚bewerten‘ auch als ein Grundmerkmal aller Gesellschaften gelten kann.

Laurent Thévenot zusammengetragen haben (Boltanski/Thévenot 2007), die Entwicklung des Risikokalküls zur Abwägung von Entscheidungen (Bonß 1995), das statistische Denken seit Quételet (Desrosières 2008; Bonß 1981), über Marx, Engels und Nietzsche bis hin in die Gründungsphase der modernen Soziologie. Zu letzterer zählen die Diskussionen der sozialen Herkunft der Klassifikationsprozesse bei Emile Durkheim und Marcel Mauss, bei Mary Douglas im Hinblick auf die institutionelle Wirklichkeitsstrukturierung und die Formen der Risikoklassifikation, bei Michel Foucault in Bezug auf die „Ordnung der Dinge“ und die Errichtung von Rangordnungen in „Überwachen und Strafen“, in den Theorien „der feinen Leute“ von Veblen, der „feinen Unterschiede“ bei Pierre Bourdieu, in der Betrachtung des „Systems der Dinge“ bei Jean Baudrillard oder schon der „Rosen“ bei Georg Simmel. Erwähnt werden müssen auch die Arbeiten zu Klassifikationen aus dem Kontext der Science Studies (z. B. Bowker/Star 1999).<sup>4</sup> Kultur als „Bedeutungsgewebe“ (Clifford Geertz) impliziert einen symbolisch-kulturellen Code der materiellen und ideellen Gegenstände und der Nützlichkeit von deren Eigenschaften (Sahlins 1981), aber eben auch in Bezug auf Gruppen von Individuen und Tätigkeiten. Entsprechende Konstruktionen erzeugen, legitimieren und stabilisieren Herrschaftsverhältnisse. Die Übereinstimmung aller Gesellschaftsmitglieder oder auch spezifischer sozialer Gruppen hinsichtlich der ‚Werthaftigkeit‘ bestimmter Dinge ist eine wichtige Grundlage für die Herausbildung und Aufrechterhaltung der gesellschaftlichen Ordnung. Diese Wertigkeit ist Ergebnis von Wertzuschreibungen, die auf umstrittenen, kontingenten Faktoren und Prozessen beruhen.

Eingebaut in die Prozesse der Bewertung (im Sinne einer hierarchisierenden Wert-Gebung) sind immer auch Ereignisse der Entwertung. Die Konstruktion des Wertvollen ist zugleich eine Konstruktion des Wertlosen, des ‚Abfalls‘. Im „System der Dinge“ (Baudrillard 1991) fällt der Abfall für die meisten Individuen (nicht für alle!) in die Kategorie des Wertlosen. Deren grundlagentheoretische Bedeutung für die Sozialwissenschaften hat bereits Michael Thompson in seiner „Theorie des Abfalls“ (Thompson 1981) herausgearbeitet.<sup>5</sup> Die institutionalisierte Produktion des Wertlosen findet sich auf der Ebene der gesellschaftlichen Ideenproduktion in Gestalt der Fortschrittsdynamik im Bereich des Wissens und der intellektuellen Moden. Die ‚Innovationsgesellschaft‘ mit ihren

---

4 Vgl. zur Diskussion und Relevanz der soziologischen Befassung mit Klassifikationen Keller (2011b: 243–248).

5 Wie die Auseinandersetzungen um die „Wertstoffe“ im Müll seit Anfang der 1970er Jahre zeigen, können ganze Gesellschaften versuchen, sich gegen marktinduzierte Prozesse von Entwertung zu stemmen und Gegen-Werte zu schaffen (Keller 2009 [1998]) – mit freilich bescheidenem ‚Erfolg‘. So wurde bereits in den 1990er Jahren die politische Verheißung der vollständigen ‚Kreislaufwirtschaft‘ als erreicht bezeichnet – ein abfallutopisches Moment, das gegenwärtig erneut angerufen wird (vgl. ebd.).

entsprechenden Wunschmaschinen (zu denen auch sozial- und geisteswissenschaftliche Kollegs gehören) ist in gleichen Teilen eine ‚Entwertungsgesellschaft‘, welche die Abfallproduktion zu ihrer zentralen Betriebskraft erkoren hat. Im Kontext der Modernisierungsdynamik begegnet uns letztere als Entwertung der Traditionen und überlieferten Lebensformen. Im Feld des Sozialen sortiert sie nützliche von unnützen Mitgliedern der Gesellschaft, brauchbares Handeln vom unnützen Tun. Gesellschaftliche Nützlichkeit bemisst sich am Kriterium des Ertrages für den Erwerbsarbeitsmarkt oder der Fähigkeit zur Reproduktionsarbeit bzw. der diesbezüglichen Bereitschaften, am Beitrag zur Performanz einer sozialen Gruppe und/oder organisatorischen Einheit (z. B. der Universität, des Unternehmens, des Staates). Die Definition und Beseitigung des Wertlosen sind Akte der Herstellung oder Aufrechterhaltung von Ordnung, die dann grausame und grauenhafte Züge annehmen, wenn sie sich auf das nach Maßgabe gesellschaftlicher Herrschaftsstrukturen „sozial Wertlose“, den „sozialen Abfall“ richten (Baier 1991). Unterschiedliche, von sozialen Gruppen getragene, sich gegenseitig stabilisierende und bekämpfende Werte-Kulturen streiten in öffentlichen und privaten Auseinandersetzungen um Kriterien, Messungen und Verschiebungen von Wertbestimmungen (vgl. Bourdieu 1982; Schwarz/Thompson 1990; Boltanski/Thévenot 2007).

Die gesellschaftliche Konstruktion des unterschiedlich Wertvollen und seine zusätzliche Differenzierung vom Wertlosen kann als allgemeines Bau- oder Strukturprinzip menschlicher Gemeinschaften bzw. Gesellschaften gelten. Allerdings nimmt dieser Prozess historisch und sozial-räumlich bzw. kulturell deutlich unterscheidbare Formen an. Eine der jüngeren sozialen Formen ist hier sicherlich der ‚freiwillige Wettbewerb‘ im Sinne eines konkurrenten Settings, in dem Individuen oder Organisationen gegeneinander antreten – sei es auf den mehr oder weniger (un)sichtbaren Schauplätzen des Marktes oder in den Sportarenen des Alltags und der Welteventkultur, in und zwischen Universitäten, Unternehmen, Fußballmannschaften und Dating-Plattformen (dazu umfassend: Wetzel 2013). Im Anschluss an die simmelsche Soziologie der Konkurrenz lässt sich hier von einer spezifischen Form der Vergesellschaftung sprechen (Werron 2015). Metaphern mit sportlichem Hintergrund wandern denn auch quer durch gesellschaftliche Diskursfelder; wo im Sport das Kräfteressen gegeneinander oder im gemeinsamen Antreten gegen eine ‚natürliche Größe‘ (eine Laufbahndistanz, eine Sprung- oder Wurfweite usw.) dominieren und zur Grundlage von Hierarchisierungen werden, sind es im ‚sozialen‘ Wettbewerb konstruierte Messverfahren, welche die Platzierungen ermöglichen. Das hindert nicht daran, hier wie da ein ähnliches Vokabular zu nutzen (Link 2011: 448ff.; Link 2013).<sup>6</sup> In den Gegenwartsgesellschaften haben vergleichende Bewertungen eine spezifische Institutionalisierungsform in Gestalt

---

6 Vgl. hierzu auch Stöltzing (2002), der von „Wissenschaft als Sport“ spricht.

besonderer Macht/Wissen-Komplexe gefunden. Die zeitdiagnostische Kernthese des vorliegenden Beitrages lautet daher, dass wir gegenwärtig (und seit einiger Zeit) in eine ihrer sozialen Reichweite, Institutionalisierung und Folgen nach neue Epoche einer sehr spezifischen Variante der *Wertkonstruktion* eingetreten sind. Diese Konstellation lässt sich *gesellschaftsdiagnostisch* als *Ranking-Gesellschaft* bezeichnen (Keller 2011a).<sup>7</sup> *Machtanalytisch* entspricht ihr die neue Machtformation der *Positionierungsmacht*.

### 1.3 „Drama, Baby, Drama“ – Die Allgegenwart der Positionierungsmacht in der Casting- und Ranking-Gesellschaft

„*Drama, Baby, Drama*“<sup>8</sup> – so lautete die charmante Aufforderung des Stylingberaters Bruce Darnell, in der ersten Staffel der 2006 gestarteten TV-Casting-Show „Germany’s Next Topmodel, by Heidi Klum“ an deren Teilnehmerinnen. Der Slogan ist zugleich Buchtitel eines Styling-Ratgebers von Darnell (2008). Zur Erläuterung mögen die folgenden Hinweise genügen, die der Präsentation auf den deutschsprachigen Seiten des Internet-Buchhändlers Amazon entnommen sind (www.amazon.de; Zugriff vom 21.3.21): „Montagmorgen. Sie stehen vor dem Spiegel, noch völlig verschlafen, die Haare eine einzige Katastrophe, und über dem Bund Ihrer neuen Jeans zeichnet sich deutlich sichtbar ein Speckröllchen ab – kurzum: Sie fühlen sich hässlich. Das muss nicht sein! Bruce Darnell, Model-Coach und Deutschlands wohl beliebtester Fernsehjuror, sagt Stopp! Jede Frau kann schön und selbstbewusst sein. In seinem Buch verrät uns das ehemalige Topmodel, wie wir uns den Spiegel zum Freund machen, unsere Schokoladenseiten betonen und unseren ganz persönlichen Stil finden – um am Ende dann so ‚sexy, sexy, sexy‘ zu sein, wie wir es schon immer sein wollten.“

Jede Einzelne sollte dadurch zu mehr Einsatz im Wettkampf um den begehrten, als Preis winkenden Modelvertrag animiert werden. Doch am Ende konnte

---

7 Der Duden hat den Begriff vor einigen Jahren aufgenommen und definiert Ranking als „Rangliste, bewertender Vergleich, Eintrag in eine Rangliste, Bewertung“. Sehr ähnlich heißt es zum Rating: „(Psychologie, Soziologie) Verfahren zur Beurteilung von Personen oder Situationen mithilfe von Ratingskalen; (Wirtschaft) bonitätsmäßige Einstufung von Ländern, Banken, Firmen o.Ä. in ein Klassifikationssystem; Verfahren zur Ermittlung der Einschaltquote von [Fernseh]sendungen, besonders zur Einschätzung der Wirksamkeit von Werbespots“ (Duden-Online, <http://www.duden.de/rechtschreibung/Rating>; Zugriff 18.7.2017).

8 Die Idee zur Überschrift des Kapitels übernehme ich aus einem Beitrag von Laura Weißmüller zum Thema ‚Weltbild junger Frauen‘, der am 5. Mai 2008 in der Süddeutschen Zeitung erschien und der Frage nachging, ob Schülerinnen in den USA und in Deutschland inzwischen eher auf Aussehen statt auf Bildung setzen, um Karriere zu machen.

es nach Maßgabe der Fach-Jury nur eine Siegerin geben. Selbst wenn sich alle als exzellent erweisen würden, so verlangte doch die Logik der Auslese nach der einen Besten unter den Besten. Um ihr Urteil auf ‚sicherem‘ Grund zu fällen, ließ die Jury Wettkämpfe der (hier vor allem körperlichen) Selbstdarstellung in Szene setzen, vor deren Hintergrund vergleichend und im Rückgriff auf vielfach beschworene Insiderfachkompetenzen bezüglich der Spielregeln und Anforderungen des Model-Marktes die Selektion Schritt für Schritt erfolgte. Das war das Spiel, auf das sich die Teilnehmerinnen zum finanziellen Wohl der Jury (sowie der Sendeanstalt und der Werbeträger) und mit der Verheißung auf eigenen Gewinn – zumindest: auf eine Eintrittskarte in den entsprechenden Arbeitsmarkt – eingelassen hatten.

Der enorme Publikumserfolg der besagten Show und vergleichbarer älterer Formate (wie allen voran: „Deutschland sucht den Superstar“)<sup>9</sup> lässt sich verschieden deuten: Er mag in der allgemeinen Vorliebe für Alltagsablenkung, (Brot und) Spiele und das Mitfiebern bei sportlichen Wettkämpfen gesehen werden (und stünde insoweit in einer Linie mit Fußballübertragungen, Autorennen etc.); er kann seinen Grund darin finden, dass hier ein Aufstiegsversprechen jenseits öffentlicher Bildungszumutungen – Körper oder Stimme statt Abitur und Studium – und vor dem Hintergrund bekannter Bildungsungleichheiten abgegeben wird. Man mag ihn verkürzt auf kulturindustrielle Deformierung rückführen. Er liegt jedoch – und das ist die These des vorliegenden Beitrages – vor allem darin begründet, dass er konzentriert ein *allgemeines soziokulturelles Modell* präsentiert, auf das Zuschauerinnen und Zuschauer eigene Erfahrungen beziehen können. Was in der akademischen Hochschulwelt Deutschlands als Exzellenzinitiative in Erscheinung tritt (Münch 2007; 2009; 2011; Hartmann 2010), was in Behörden, Organisationen, Unternehmen als Prämierung von „best practice“, als Auditing, Evaluation (Matthies/Simon 2008), Zertifizierung und Ranking geschieht, was in Assessment-Zentren den Zugang zu beruflichen Positionen bestimmt oder in internetbasierten Partnerschaftsagenturen den Kontakt zum gewünschten Geschlechtspartner, das alles findet sich exemplarisch und kondensiert in den erwähnten TV-Formaten.<sup>10</sup> Deren Gewinner gewinnen stellvertretend, deren Verlierer verlieren stellvertretend. Die Situationen, denen sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer ausgesetzt

---

9 Der sich im Übrigen nach aller bisherigen Erfahrung nicht als Erfolg auf die jeweiligen Siegerinnen oder Sieger überträgt.

10 Häufig handelt es sich (wie auch bei der Umstrukturierung von Organisationen) um aus den USA übernommene Formate. Quiz-Shows wie „Wer wird Millionär?“ stellen eine Mischform dar. Es geht hier um Wissen, zwar jenseits der Hochbildung, aber doch diesseits der ‚bildungsfernen Milieus‘, wie ex negativo am Beispiel der Geschichte des indischen „Slumdog Millionaire“ deutlich wird (Filmtitel des 2008 veröffentlichten Filmes von Danny Boyle nach einem Roman von Vikas Swarup). Vgl. zur Lage der Hochschulen bspw. Münch (2009), Steinfeld (2009).

sehen, entsprechen den Erfahrungen der Zuschauer und ihrem Kampf mit dem *Exzellenz-Paradox*: Die durch die Knappheit der zu vergebenden Prämien erzwungene Logik der Selektion nötigt alle zu höherer Leistung, deren Erfüllung permanent die Grundlagen der Prämierung (des Rankings, der Hierarchisierung) verschiebt. Darin liegt der unauflösbare Kern der (all-)gegenwärtigen *Positionierungsmacht*, deren Funktionsweise in den erwähnten Beispielen dargestellt, symbolisch verkörpert und durchlitten wird.

Castings, Ratings und Rankings durchziehen als Kulturphänomen mittlerweile sämtliche gesellschaftlichen Bereiche. Sie finden also längst nicht mehr nur in ohnehin ‚rankingaffinen‘ Feldern wie Sport und Ökonomie Anwendung, sondern auch in ehemals davon kaum betroffenen Bereichen wie der Wissenschaft (Engel 2001; Müller-Böling/Hornbostel/Berghoff 2001), der Kunst (Wilbers 2019) und nicht zuletzt in der Welt des privaten Alltagslebens (vgl. z. B. Adelman 2021). Im Sport entsprechen dem nicht Wettkampfsportarten, in denen Einzelne oder Mannschaften gegeneinander antreten, sondern die Vorführung vor einer bewertenden Jury, die Punkte vergibt – also eher das Modell des Eiskunstlaufes als dasjenige des Fußballspiels. In der Ökonomie geht es um die akteursbezogene Erzeugung von Informationen und Orientierungen für investierende bzw. nachfragende ‚Kunden‘ angesichts einer undurchschaubaren Marktlage. Auf die Bedeutung von Rankings in der Kunst geht Schreiterer (2008) ein:

„Rankings bilden Preise ab, die der Reputation [...] nicht passiv folgen, sondern längst eine eigene Bedeutung erlangt haben und Teil der Wertsetzung geworden sind. Die Währung, um die es geht, heißt Vertrauen: Kunst ist Vertrauenssache. Die Kunstwelt lebt von programmatischen Irritationen, deren Stärke und Validität indes stets neu geprüft und attestiert sein will. Ohne das Gütesiegel vertrauenswürdiger Institutionen und Gewährleute ist Kunst wertlos, egal, wie gut, originell, faszinierend oder trashy sie auch sein mag.“ (Schreiterer 2008: 32)

Im ‚privaten Alltagsleben‘ ist inzwischen jede singuläre Konsumpraxis, vom Bücherkauf bis zum Toilettenbesuch, mit einem Bewertungs-Appell verknüpft. Dies betrifft auch die Darstellungen unserer ‚Selbste‘ in den (a)sozialen Medien – der Aufbau von Displays und Fassaden eines permanent peer-bepunkteten Ichs, das sich über die Zahl der Follower und Likes definiert. Dystopische Serien wie „Black Mirror“ spielen das durch – eine Welt, in der sich die soziale Situation der Einzelnen aus der Bepunktung durch die Anderen ergibt:

„Es war die Begegnung mit dem Mann im dreckigen Feinripp-Unterhemd im Halbdunkel, die Lacie nachhaltig verstört. Etwas derart Furchtbares hat die junge Frau (Bryce Dallas Howard) selten erlebt: Nur zwei Sterne gibt er ihr für das Gespräch. ‚Es war keine bedeutungsvolle Unterhaltung‘, sagt er. Und damit rückt Lacies Traum von einem besseren Dasein einmal mehr in weite Ferne. Denn tolle Jobs und schöne

Apartments bekommt in dieser pastellfarbenen Welt nur, wer über eine entsprechend hohe Bewertung in einer App verfügt. Das ist Realität in einer Folge der neuen Staffel der Science-Fiction-Serie *Black Mirror* – gar nicht so abwegig, wenn man bedenkt, mit welcher Sorgfalt die Menschen heutzutage ihre Leben in den sozialen Medien inszenieren.“ (Moorstedt 2016)

Das, was der chinesische Staat in Big Brother-Manier als umfangreiches Experiment gesellschaftlicher Kontrolle und Normierung durch die Vergabe von ‚Punkten für Sozialverhalten‘ bereits umsetzt, spielt perfekt mit der Allgegenwart der digitalisierten Bewertungen des Privaten zusammen:

„In der Folge *Nosedive* begibt sich die von Bryce Dallas Howard gespielte Lacie auf Punktefang. In ihrer Welt sind Freundeslisten und Likes wortwörtlich zur wichtigsten Währung avanciert. Jederzeit ist ersichtlich, welche Punktzahl die Mitmenschen gerade haben. Andauernd ertönen die Klänge der Bewertungsapplikation, die mit einem Wisch entscheidet, ob man gesellschaftlich auf- oder absteigt, Vergünstigungen erhält oder als Loser ausgeschlossen wird. Wer auf der allgegenwärtigen ‚Fünferskala‘ unter vier Punkte fällt, kommt für einige Kundenprogramme nicht mehr infrage, unter drei ist man für den Arbeitgeber nicht mehr haltbar und mit noch geringerem Zustimmungswert wird man als asozialer Bodensatz betrachtet. Die andauernden Bewertungen, die Ratschläge von Punkte-Coaches und der immense Druck, sich zu profilieren, bringen angepasste und dauernd lächelnde Menschenhüllen hervor.“ (Lepelmeier 2016)

Bepunktungen stehen nicht für sich, weder im Alltag noch in institutionellen Kontexten. Sie bilden Merkmalsausprägungen in einem umfassenden pseudo-rationalisierten System des generalisierten Erfassens und Vergleichens, wirken als numerischer Gleichmacher des *Umschlages von Individualität bzw. Singularität in Skaleneignung*.<sup>11</sup> Sie dienen überall der Messung, dem Vergleich und der Legitimierung darauf sich beziehender Aussagen sowie Entscheidungen und sind damit in unterschiedlichsten Kontexten handlungsrelevant. Sie erweisen sich als eine Sinnstruktur, ein Angebot zur Deutung von Situationen, Handlungsproblemen und sozialen Beziehungen, das kaum abzulehnen ist. Sie sind Teil und Konstituens einer spezifischen Machtkonfiguration, die mit dem Begriff der *Positionierungsmacht* näher erfasst werden kann.

Ein besonders eindrucksvolles Beispiel für den gesellschaftlichen, ökonomischen Einfluss solcher Bewertungsinstanzen liefern seit geraumer Zeit die Kreditratingagenturen (vgl. Kapitel drei). Wie spätestens seit dem Ausbruch der glo-

---

11 Damit sind auch offene Fragen einer Gesellschaftsdiagnose des Zeitalters der „Singularitäten“ angedeutet (vgl. dazu Rosanvallon 2013; Reckwitz 2017).

balen Finanzkrise 2007/08 offensichtlich, befinden diese längst nicht nur über die Kreditwürdigkeit und damit die Zukunft von Unternehmen, sondern über Wohl und Wehe ganzer Staaten. Vor einigen Jahren betitelte die Süddeutsche Zeitung einen Kommentar von Martin Hesse zur Rolle von Ratingagenturen in der heutigen Finanzwelt mit „Freiwillig versklavt“.<sup>12</sup> Hesse (2011: 4) schreibt darin:

„Die Grundidee eines Ratings ist ja gut: Experten prüfen, ob ein Unternehmen, eine Bank oder ein Staat kreditwürdig ist, und kondensieren das Ergebnis in eine Note. [...] Im besten Falle wirken Ratings wie ein Warnsystem, das Geld zu den richtigen Preisen seiner sinnvollsten Verwendung zuführt. Doch wenn nur drei Institutionen den Takt vorgeben, nach dem sich Millionen Investoren in aller Welt bewegen, wird die scheinbar objektive Bewertung zur Gefahr. Es sind ja keine Fakten, um die es geht, sondern Meinungen. Und es ist immer noch [...] reichlich unklar, wie sie zu ihren Noten kommen.“

## 1.4 Vom unternehmerischen Subjekt zu den Dispositiven der Platzierung

Durch die Überführung in Kompetenzmessung und damit verbundene Ranking- bzw. Ratingcodes, die einem hierarchischen System folgen, werden situierte, bewertende und direkt oder indirekt, durch Vermittlung hierarchisierende Einschätzungen – frei nach Bruno Latour (2009) – zu Tatsachen gemacht, die im Sinne des soziologischen *Thomas-Theorems* faktische Wirkung erzeugen, weil die ‚Marktteilnehmer‘ ihr Handeln danach ausrichten:

Wenn eine Kompetenz als real vorhanden oder nicht vorhanden definiert wird, dann ist das real in seinen Konsequenzen.

Beziehungsweise:

Wenn eine bewertete Positionierung in einem System der Hierarchiebildung als real definiert wird, dann ist das real in seinen Konsequenzen.

Was die Beispiele der Wissenschaftsrankings, der Castingshows und der Kreditratingagenturen eindrucksvoll zeigen, ist zum einen die Wirkung quantifizierender und hierarchisierender Bewertungen sowie zum anderen den enormen Einfluss der Instanzen, welche die Ratings und Rankings vornehmen. Sie offen-

---

12 Zur Problematik von Wertzumessungen und der damit verbundenen Wissenserzeugung sowie Konstruktion von Wirklichkeit durch Ratings und Evaluationen im Zuge der Finanzkrise vgl. MacKenzie (2011).