Die Vermessung der sozialen Welt

Schöner, schneller, klüger: Überall zählt der Wettbewerb. Doch was in Fernsehshows funktioniert, klappt im sozialen Miteinander noch lange nicht

Von Steffen Mau

Bei einem Modelwettbewerb mit 25 000 Teilnehmerinnen wurde Heidi Klum 1992 zur „Schönsten der Schönen" gekürt. Das war der Grundstein ihrer Karriere. Heute veranstaltet sie selbst einen Schönheitswettbewerb nach dem anderen. Doch nicht nur sie ist zur Hüterin des Wettbewerbs aufgestiegen. Auf allen Kanälen werden ununterbrochen Spitzenreiter gekürt und Allerbeste ermittelt: Klügste, Schnellste, Größte, Schönste, Witzigste.

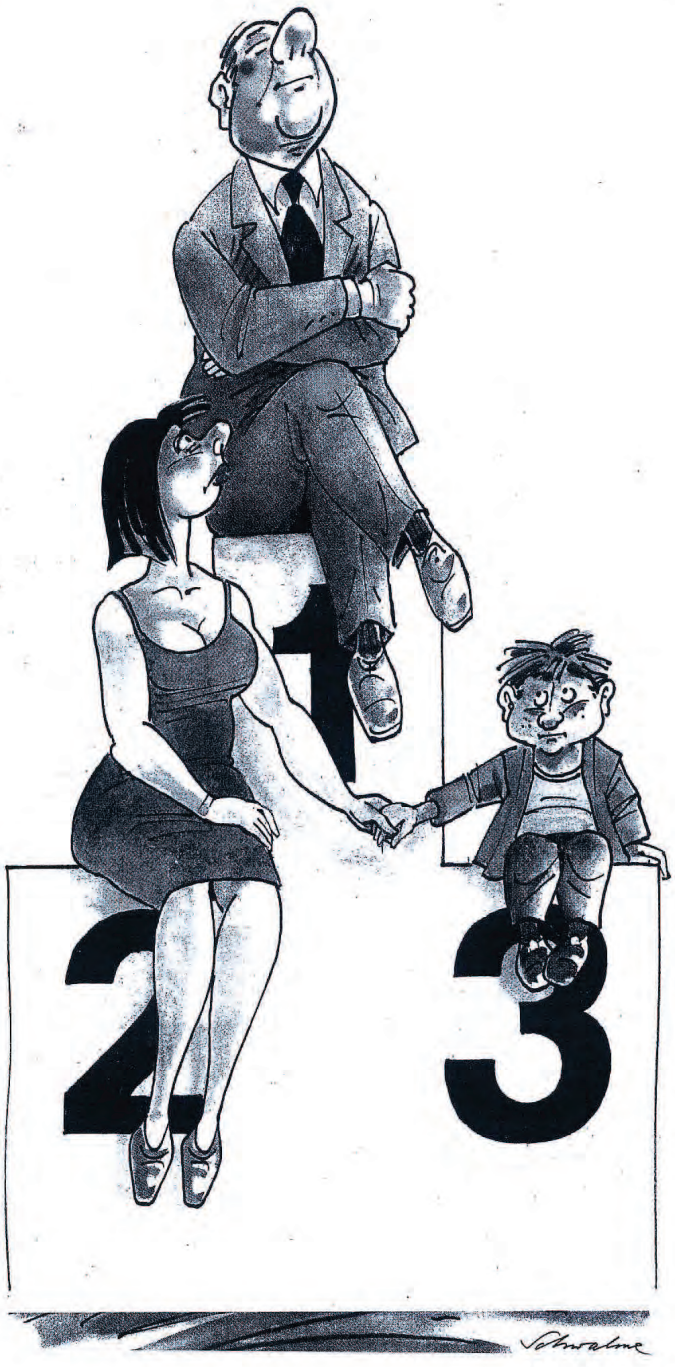
Das wettbewerbliche Element ist uns aus dem Sport bekannt. Auch in der Wirtschaft hat der Wettbewerb seinen festen Platz. Seit einiger Zeit greift der Wettbewerb auf immer weitere gesellschaftliche Bereiche über. Er gilt als probate Medizin, um gesellschaftliche Kräfte zu wecken und in die richtige Richtung zu lenken. Ohne Wettbewerb droht Stillstand, ohne Wettbewerb verschlafen wir unsere Zukunft. Was in höfischen Gesellschaften in dem Ritual des inszenierten Wettkampfes seinen Ausdruck fand, ist heute sozialer Breitensport. Er findet allerorten statt: in Büros, in Bildungseinrichtungen, in Freizeitanlagen. Sogar in den öffentlichen Behörden gilt die wettbewerblich organisierte Mittelvergabe inzwischen als das A und O. Die Mantrabegriffe Innovation, Effizienz, Wachstum und Exzellenz schaffen eine breite Legitimation dieses Programms. Der Modus des Wettbewerbs dehnt sich immer weiter aus.

Doch was heißt Wettbewerb eigentlich? In der ökonomischen Theorie kommt Wettbewerb die Funktion der effizienten Steuerung von Ressourcen zu. Von Konkurrenz verspricht man sich, dass Unternehmen immer bessere Produkte zu niedrigen Preisen anbieten. Wer nicht mithält, wird vom Markt verdrängt. Im sozialen Bereich liegen die Dinge etwas anders: Dort bedeutet Wettbewerb zunächst einmal die Durchsetzung einer Kultur des

In einer Prüfgesellschaft geht es um das permanente Herstellen von Vergleichbarkeit

Vergleichs. Erst in einem zweiten Schritt wird Wettbewerb zum Positions- und Verteilungskampf, entstehen Rivalität und Konkurrenz. In wettbewerblich organisierten Gesellschaften kann die Stellung des Einzelnen immer wieder herausgefordert und untergraben werden. Konkurrenz dieser Art belebt nicht nur das Geschäft, sie macht eine einmal erreichte Position auch unsicherer. Dadurch werden Anstrengungen des Statuserhalts notwendig. Man kann dies gut mit einem Bild beschreiben: Wenn wir ein Konzert besuchen und jemand in den vorderen Reihen fängt an, sich auf die Zehenspitzen zu stellen, um besser sehen zu können, dann werden sich hinter ihm bald weitere aufstellen. Es dauert nicht allzu lange, dann steht der ganze Saal auf den Zehen. Das ist ungeheuer anstrengend, und keiner sieht wirklich besser. Bei diesen Wettbewerben geht es also in der Regel nicht um absolute, sondern um relative Leistungen. Nicht, was man tatsächlich erreicht, zählt, sondern nur, wie sich dies im Verhältnis zu anderen darstellt. Das Besondere am rivalisierenden Typus des Wettbewerbs ist aber nicht nur, dass er Vor- und Nachteile immer wieder neu verteilt. Er produziert auch aneinander gekoppelte Gewinner und Verlierer: Der Vorteil des einen wird dabei zum Nachteil des anderen.

Um Wettbewerb jenseits des Marktes effektvoll zu inszenieren, braucht es Maße des Vergleichs. Es geht um die „Vermessung der sozialen Welt", um einen bekannten Romantitel zu paraphrasieren. Wer vergleichen will, muss Indikatoren erheben, Erfolge operationalisieren, Performanz prü-



Koffer in die Wohnung zu bringen. Bei Forschern zählen die eingeworbenen Drittmittel oft mehr als die inhaltlich innovative Fragestellung. Im Fernsehen ist es die Einschaltquote, die interessanten Formaten den Garaus macht. Generell gilt, dass sich Quantität deutlich besser messen lässt als Qualität, wir doch Letzteres oft dringend bräuchten. Doch wie verrechnet man hunderttausend Zuschauer, die gebannt einer Sendung folgen und deren Blick auf die Welt sich dadurch verändert, mit einer Million Zuschauer, die ein Programm wie weißes Rauschen über sich ergehen lassen?

Man kann bezweifeln, dass die ständige Erzeugung von Wettbewerb in allen gesellschaftlichen Bereichen als Allzweckwaffe taugt. Der Schweizer Ökonom Mathias Binswanger spricht von „sinnlosen Wettbewerben". Seine Vorbehalte zielen vor allem auf künstlich inszenierte Marktsituationen, die auf der Annahme beruhen, dass sich derartige Wettbewerbsformen ohne Weiteres auf marktferne Felder übertragen lassen. Letztlich seien, so die These, viele dieser Wettbewerbe mit großen gesellschaftlichen Schädigungswirkungen erkauft, so einem übergroßen Wachstum von Büro-

Menschen, die es nicht auf die vordersten Plätze schaffen, gehen leer aus

kratie (weil ja alles dokumentiert und aufbereitet werden muss), Fehlsteuerungen, Verdrängung professioneller Standards und Ignoranz gegenüber nicht erfassbaren Qualitätsmerkmalen. Nicht zuletzt produziert die kompetitive Leistungsmessung auch Unterlegene, die ins Abseits geraten und deren gesellschaftliches Potenzial an Talent und Qualifikation verloren zu gehen droht. Noch dramatischer sind die Folgen, wenn wir uns in Winner-take-all-Märkten bewegen. Das sind Wettbewerbe, die Belohnungen nicht graduell abstufen, sondern stark konzentrieren. Der Gewinn der Gewinner ist sehr viel größer als ihr tatsächlicher Leistungsvorsprung. Das kann im Kampf um Ressourcen, Aufmerksamkeit, Lebenschancen oder Zeit der Fall sein. Menschen, die es nicht auf die vordersten Plätze schaffen, gehen leer aus. Sie strengen sich zwar an und zeigen sich leistungsbereit, bleiben aber ohne entsprechende Erträge, weil nur die Spitzen belohnt werden.

Was heißt das? Wettbewerbsinszenierungen als Optimierungsstrategie sind kein bedenkenlos einsetzbares Antidot der ermüdeten Gesellschaft. Jenseits des Marktes setzen sie oft Anreize, die zu Fehlverhalten führen. Schon aus dem einfachen Grund, dass Indikatoren- und Anreizsysteme niemals alle relevanten Kriterien erfassen können, können sie Pflichtgefühl, Vertrauen und professionelles Ethos nicht ersetzen. Selbstbeobachtungen nach Datenlage können helfen, Zusammenhänge besser zu verstehen und Schwächen auszumerzen, wenn sie zum Fetisch werden, richten sie oft Schaden an. Die Universalisierung des Wettbewerbs als politisches Programm wird insbesondere dann zum Problem, wenn Kooperationsbeziehungen unterminiert werden. Richard Sennett hat dieses Thema in seinem jüngsten Buch „Zusammenarbeit" aufgegriffen und uns vor Augen geführt, dass die Herstellung von konkurrenzgeprägten Unterschieden nicht selten dem gesellschaftlichen Bedarf an Kooperation zuwiderläuft. Daher braucht man einen kritischen Umgang mit der Kultur des Wettbewerbs und ihren Indikatoren. Es gilt wohl: Wettbewerb kann Motivation und Dynamik hervorbringen, aber auch Leerlauf, Einzelkämpfertum und Misstrauen. Wie so oft, wenn eine Medizin verabreicht werden soll, kommt es auf die richtige Dosierung an.

fen, Output feststellen. Erst dann werden Unterschiede sichtbar und darstellbar. In vielen Bereichen bewegen wir uns in Richtung einer „Audit Society", wie Michael Power von der London School of Economics and Political Science es genannt hat, also einer Kontroll- und Prüfgesellschaft. Während der Markt auf dem Wechselspiel von Angebot und Nachfrage beruht, geht es in der Audit Society um das permanente Herstellen von Vergleichbarkeit. Im britischen nationalen Gesundheitsdienst NHS werden entsprechend dieses Ansatzes für jede Klinik mehrere hundert Indikatoren gemessen und berichtet, angefangen von Mortalitätsraten über die Zahl der am Telefon „gelösten" Notanrufe bis hin zu Bewertungen des subjektiven Gesundheitszustands durch Patienten, die eine bestimmte Behandlung erfahren haben. Zwar benötigt die Interpretation jeder dieser Indikatoren umfangreiches Kontextwissen, aber in der Praxis wird oft anhand des gesammelten Datenmaterials ein Mehr oder Weniger, ein Besser oder Schlechter, festgestellt.

Indikatorenbasierte Vergleichs-, Kontroll- und Prüfsysteme haben in unseren Alltag fast überall Einzug gehalten. Seit Pisa und Iglu ist der Vergleich der Bildungskompetenzen auf der Tagesordnung. Webseiten wie Schulradar.de bieten „Toplisten" der Schulen im eigenen Wohnviertel, Elternbewertungen inklusive. Behörden, Universitäten, Autobahnraststätten, politische Prominenz, die Lebensqualität von Städten, der Flirtfaktor von Großveranstaltungen – alles wird Wertigkeitsprüfungen unterworfen und in Rangordnungen gebracht. Gemein ist all diesen Versuchen die Sichtbarmachung (in etlichen Fällen auch die Herstellung) von Hierarchien. Besser- und Schlechterstellung sollen veröffentlicht und den „Betroffenen" bewusst gemacht werden. Indikatoren übernehmen hier eine wesentliche Steuerungsleistung: Festgestellte Leistungsdefizite können helfen, Mängel abzustellen. Wer unten steht, ist empfänglich für Verhaltensänderungen und legt Reformeifer an den Tag. Die ersten Pisa-Ergebnisse von 2001 wurden dementsprechend als „heilsamer Schock" angesehen.

Illustration: Reiner Schwalme

Allerdings wirft die Audit Society auch Schatten, welche sich aus der übersteigerten Illusion der Vergleichbarkeit ergeben. Indikatoren zur Herstellung von Vergleichbarkeit sind immer nur unvollständige Abbilder der Wirklichkeit. Oft messen sie nicht genau das, worauf es ankommt. Demzufolge gibt es auch grundlegende Kritik, zuletzt am CHE-Hochschulranking und seinen methodischen Schwächen. Auch 300 BWL-Professoren boykottieren neuerdings das „Handelsblatt"-Ranking ihrer Zunft. Bei Pisa, so meinen Kritiker wie der Bamberger Soziologe Richard Münch, ginge es immer stärker um das „Lernen für den Test", um die Vermittlung von „Testintelligenz", und weniger um kritische und kreative Fähigkeiten, die das Bildungssystem eigentlich vermitteln sollte. Führend im internationalen Vergleich seien deshalb die „Pauk- und Testregime" der asiatischen Länder. Während es bei Pisa allerdings eine breite wissenschaftliche Begleitung gibt, ist dies in anderen gesellschaftlichen Feldern weit weniger der Fall, in vielen gar nicht. Gemessen wird so ziemlich alles, was leicht quantifizierbar ist. Die Wucht der Zahlen ist hier oft größer als die Standfestigkeit guter Argumente. Manchmal wissen wir noch nicht einmal, ob die Indikatoren positiv oder negativ zu bewerten sind: Was sagt uns die durchschnittliche Dauer des Krankenhausaufenthaltes nach einer Operation? Schnelle Rekonvaleszenz oder verfrühte Entlassung?

Was sagt uns die durchschnittliche Dauer des Krankenhausaufenthaltes nach einer Operation?

Zudem gibt es ungewollte Rückwirkungen auf das Sozialverhalten: Bei vielen erschlafft der Antrieb, sich unabhängig (oder außerhalb) messbarer Erfolge zu engagieren. Eine Pflegekraft in der Seniorenbetreuung muss sich fragen, warum sie eine halbe Stunde für ein Gespräch verwenden soll, wenn dies in der gemessenen Leistungsbilanz keinen Niederschlag findet. Der Taxifahrer bleibt in Auto sitzen und hilft nicht dabei, den schweren Im Jahr 1917 schrieb Lenin einen kleinen Aufsatz mit dem Titel „Wie soll man den Wettbewerb organisieren?" Sozialismus, so legte er dar, stehe nicht im Widerspruch zu Wettbewerb. Im Gegenteil, auch jenseits des freien Marktes ließe sich Wettbewerb durchsetzen und gesellschaftlich nutzen. Die später auch in der DDR kampagnenhaft gepredigten Prinzipien des „sozialistischen Wettbewerbs" lauteten: Öffentlichkeit, Vergleichbarkeit und Wiederholbarkeit. Es ging um die breite Popularisierung des Leistungsvergleichs, um Nachahmung und Anstrengung zu stimulieren. Bestentafeln fanden sich in jedem volkseigenen Betrieb. Die Inszenierung von Wettbewerb im Staatssozialismus ist von den Beteiligten oft mit Ironie ertragen worden. Der „sozialistische Wettbewerb" scheiterte schließlich daran, dass viele einfach nicht mehr mitmachten. Aus der schöpferischen Mobilisierung wurde eine Farce. Die Frage, wie man Wettbewerb gestalten kann, damit Talent geweckt und nicht vergeudet wird, muss daher immer wieder neu gestellt werden. Was auf dem Markt, in Sportstadien und in Fernsehshows funktioniert, klappt im sozialen Miteinander noch lange nicht.

Der Autor ist Professor für Politische Soziologie an der Universität Bremen. Zuletzt ist von ihm erschienen: „Lebenschancen. Wohin driftet die Mittelschicht?" (Suhrkamp Verlag, 2012).