

Ausweitung der Warenzone: Luc Boltanskis und Arnaud Esquerres Analyse der Bereicherungsökonomie

Hohnsträter, Dirk

Veröffentlichungsversion / Published Version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hohnsträter, D. (2018). Ausweitung der Warenzone: Luc Boltanskis und Arnaud Esquerres Analyse der Bereicherungsökonomie. *Soziopolis: Gesellschaft beobachten*. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-82172-3>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

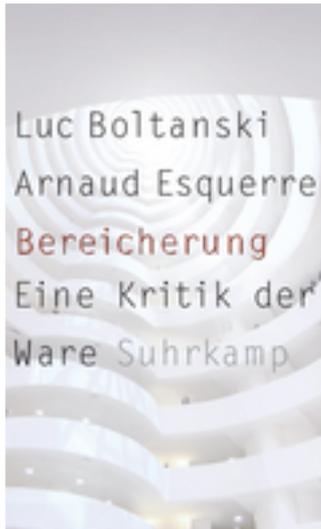
Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Dirk Hohnsträter | Rezension | 09.07.2018

Ausweitung der Warenzone

Luc Boltanskis und Arnaud Esquerres Analyse der Bereicherungsökonomie



Luc Boltanski und Arnaud Esquerre
Bereicherung . Eine Kritik der Ware

Deutschland

Berlin 2018: Suhrkamp Verlag

730 S., EUR 48,00

ISBN 978-3-518-58718-8

Es gibt nur wenige Autoren, die für das Verständnis der einschneidenden Veränderungen in Wirtschaft und Kultur seit den 1970er-Jahren derart einschlägig sind wie Luc Boltanski. Insbesondere seine 1999 mit Ève Chiapello vorgelegte Studie über den „nouvel esprit du capitalisme“ und dessen kommerzielle Anverwandlung kapitalismuskritischer Einwände hat zu Recht tiefe Spuren im sozialwissenschaftlichen Diskurs hinterlassen.¹ Dass Kultur, Kunst und Kreativität weniger einen Rückhalt gegen den Kapitalismus als vielmehr eine entscheidende Triebkraft seiner Transformation bilden, hatten Boltanski und seine Mitautorin früh erkannt. Wie aber sieht ein solcher *kultureller Kapitalismus*, in dem Kultur nicht nur an Bedeutung gewinnt, sondern sich auf vielfältige Weise mit dem Kommerziellen verbindet, bei näherer Betrachtung aus? Welche Wertschöpfungsformen zeichnen eine Welt aus, in der Waren nicht nur weite Teile der Lebenswelt prägen, sondern geradezu wirklichkeitserzeugend sind, da sie diejenigen Umgebungen und Dinge bereitstellen, die Menschen sich Tag für Tag materialiter aneignen? Genau diesen Fragen widmet sich Boltanskis neues, gemeinsam mit Arnaud Esquerre verfasstes Buch „Bereicherung. Eine Kritik der Ware“.² Im französischen Original vergangenes Jahr unter dem Titel „Enrichissement. Une critique de la marchandise“ bei Gallimard erschienen, ist es das Ergebnis einer Serie von Seminaren, die die Verfasser von 2012 bis 2016 an der Pariser

École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS) abgehalten haben. Teilergebnisse wurden bereits zuvor an so prominenten Orten wie „Les Temps Modernes“, „New Left Review“ und „Valuation Studies“ publiziert und diskutiert, darunter mit so renommierten Kolleginnen wie Nancy Fraser.³

Im Zentrum ihrer Untersuchung der Warenwelt steht weder die vom Marxismus betonte Mehrwertgewinnung durch Arbeit noch der Gebrauchswert von Produkten oder die intrinsische Beschaffenheit käuflicher Dinge. Vielmehr setzen Boltanski und Esquerre bei der *Zirkulation* der Waren an und interessieren sich für den *Wert* der Dinge und die *Form* ihrer Wertermittlung. Dabei spielt die Bildung des *Preises* durch (im weitesten Sinne) kulturelle *Zuschreibungs- und Rechtfertigungsprozesse* eine entscheidende Rolle. Stichwortgebend sind neben den derzeit viel diskutierten *Valuation Studies* unter anderem Michael Thompsons *Rubbish Theory* sowie eine Neulektüre von Fernand Braudels Theorie des kaufmännischen Mehrwerts. Der Titel des Buches spielt mit der Polysemie des französischen Wortes *enrichissement*, das im Kontext der Studie sowohl monetäre *Be*reicherung als auch narrative *Anreicherung* meint. Zwar ist die These von der Wertsteigerung durch ‚semiotische‘ Aufladung von Produkten alles andere als neu, doch wird von Boltanski und Esquerre sowohl die Reduktion des Symbolwerts auf soziale Distinktion (die die Autoren zu Recht an Bourdieu kritisieren, S. 95) als auch die Verabsolutierung des Zeichencharakters (die die Autoren richtigerweise an Baudrillard zurückweisen, S. 96) vermieden und dadurch der Weg frei für eine systematische Ausarbeitung derjenigen Modi, durch die im kulturellen Kapitalismus Werte ermittelt werden.

In für Boltanski typischer Art wechseln sich lange Passagen voraussetzungsvoller Theorie mit einer Fülle treffender Beobachtungen und Beispiele ab. Gleichsam beiläufig erhalten die Leserinnen und Leser souveräne Überblicke und elegante Auseinandersetzungen, beispielsweise eine Metakritik der soziologischen Preiskritik (S. 195 f.), einen skeptischen Rückblick auf die Kapitalismuskritik des Industriezeitalters (S. 269 ff.) oder eine geraffte Geschichte und Systematik des Sammelns (S. 317 ff.). Wie schon in *Le nouvel esprit du capitalisme* dienen Managementratgeber als aussagekräftige Quelle, darüber hinaus bietet das Buch instruktive Fallbeispiele (etwa zum Kering-Konzern) und Feldstudien (beispielsweise zur erfundenen Tradition der Laguiole-Messer). Vergnüglich wird es, wenn die Autoren in den Erinnerungen des Trödlers Hubert Duez die Verkaufstricks der Luxuskonzerne und Auktionshäuser wiedererkennen (S. 503 ff.). Insgesamt überzeugt die Studie durch ihre Kombination aus Begriffsarbeit, gut gewählten Beispielen und profunder Gelehrsamkeit auf den unterschiedlichsten Gebieten, Literatur und Kunst eingeschlossen.

Im Gegensatz zu zahlreichen Soziologen lassen sich Boltanski und Esquerre tief auf die Welt der Dinge ein und schlagen dadurch eine Brücke zum kulturwissenschaftlichen Diskurs.

Pikant ist die Behauptung, für die Untersuchung der neuen Bereicherungsökonomie sei Frankreich das, was Großbritannien für Marxens Analyse der Industrialisierung war: ein paradigmatisches Beispiel (S. 97 f., S. 415). Diese originelle, sozusagen selbstkritische Variante der Idee der Grande Nation sieht Frankreich gleichsam als Terroir der Theorie und legt nahe, Saint-Germain-des-Prés sei für das Verständnis der globalen Gegenwart (weiterhin) die naheliegende Adresse. Ziehen die Autoren jedoch den Abriss der Pariser Hallen oder die Gentrifizierung von Arles (wo ein kommunistischer Bürgermeister die Ansiedlung der Kunststiftung einer Konzernerin vorantrieb) als Beispiele heran, gewinnt Frankreich als Ausgangspunkt der Analyse durchaus an Plausibilität.⁴ Dass mit Denkern wie Michel Callon, Lucien Karpik und natürlich mit Luc Boltanski und Arnaud Esquerre wichtige Impulsgeber aus Paris kommen, wird ohnehin niemand bestreiten, der sich mit der Ökonomie der Gegenwart beschäftigt.

Enrichissement

Wenn der Begriff des Bereicherungskapitalismus keine Tautologie sein soll (Was, wenn nicht Bereicherung, wäre das Wesen des Kapitalismus?), muss er wenigstens eine zweite Konnotation beinhalten, die das Neue dieser Version von profitorientierter Ökonomie bezeichnet. Boltanski und Esquerre identifizieren es in der *Anreicherung* von Gütern durch kulturelle Gehalte. Es geht ihnen um diejenigen Güter, die „aufgrund ihrer Ausdruckskraft und wegen der Geschichten wertgeschätzt werden, die ihre Zirkulation begleiten“ (S. 35). Adressaten solcher Waren seien vor allem die „Reichen bzw. Superreichen auf der ganzen Welt“ (S. 85). Im Gegensatz zur alten Ökonomie der Nachkriegsjahrzehnte liege der Schwerpunkt nicht mehr auf der „Serienproduktion von Standardgütern“ (S. 87), die durch Kostenvorteile, Skaleneffekte und (geplanten) Verschleiß Profite erzielt. Boltanski und Esquerre behaupten jedoch keineswegs ein Verschwinden der Industrie und teilen auch nicht die These von einer ‚postindustriellen‘ oder gar ‚immateriellen‘ Ökonomie. Verändert habe sich lediglich, dass ein Großteil der Produktion in Niedriglohnländer verlagert worden sei und anstelle von Standard- nun in zunehmendem Umfang sogenannte Singularitätsgüter hergestellt werden. In der Ökonomie der Bereicherung spielt der Gebrauchswert eine allenfalls nebensächliche Rolle, da bei den Käufern funktionsäquivalente Gegenstände zumeist bereits vorhanden oder die Dinge ohnehin nicht benutzbar sind. Auch um der Distinktion willen werden sie nicht erworben, denn die

Objekte einer Sammlung, um nur ein Beispiel heranzuziehen, werden häufig nicht einmal öffentlich zur Schau gestellt. Die Waren der Bereicherungsökonomie – beispielsweise Immobilien (einschließlich Zweitwohnungen), Kunst und Antiquitäten, Luxusgüter (Kleidung, Handtaschen, Uhren etc.), teure Weine, handwerklich erzeugte Lebensmittel, Tourismus in Kulturerberegionen – folgten vielmehr einer Logik des Sammelns, die eine Logik der Nachbarschaft, der Leerstelle und der Vervollständigung ist (S. 19, 92 f., 236 f.). Im Gegensatz zum konsumkritisch verwendeten Begriff eines angeblich in manipulierender Absicht erzeugten Begehrens hat dieser Vorschlag den Vorzug, ein *systemisches* Argument für den Infinitismus der Warenakkumulation ins Spiel zu bringen: gekauft und immer wieder gekauft wird, um Lücken zu schließen.

Damit die Dinge für den ‚sammelnden‘ Marktteilnehmer attraktiv und ihre Preise nachvollziehbar werden, müssen sie narrativ aufgewertet werden.⁵ Je überzeugender solche Valorisierungsvorgänge verlaufen, desto höher steigen die Preise. Anders als bei industriellen Standardprodukten, deren höchster Preis immer der Neupreis ist (der dann unaufhörlich fällt, bis die Dinge zu Abfall werden), können Objekte der Bereicherungsökonomie beständig an Wert gewinnen. Umgekehrt fallen weniger die Herstellungskosten als die „Aufwertungskosten“ (S. 94) ins Gewicht. Anstatt Neues zu produzieren und zu vermarkten, wird bereits Vorhandenes aufgewertet. Die Waren (Kunstwerke, Vintage-Objekte, Orte mit kulturellem Erbe etc.) stammen aus der Vergangenheit (S. 99, 334) und die Ressourcen, die vornehmlich ausgebeutet werden, sind Geschichte und Tradition.⁶

Mise en valeur

Standardform und Sammlerform sind zwei von vier Arten der Wertermittlung, deren Herausarbeitung im Zentrum des Buches steht. Doppeldeutig wie der titelgebende Leitbegriff der Be- bzw. Anreicherung (*enrichissement*), umfasst der Ausdruck „*mise en valeur*“ sowohl ökonomische wie kulturelle Wertermittlung, wobei letztere „als ein ‚zur Geltung bringen‘ im Sinne einer Hervorhebung oder sogar Aufwertung“ zu verstehen ist, wie die Übersetzerin des Buches, Christine Pries, in einer Anmerkung unterstreicht (S. 15, Anm. 3). Ausführlich widmen sich Boltanski und Esquerre in Teil II ihrer Studie einer Analyse der Zirkulation und halten fest, „dass wir all die Dinge *Waren* nennen, die in Verbindung mit einem *Preis in andere Hände übergehen*“ (S. 148, auch S. 16; Hervorhebung im Original). Beim Wechsel der Besitzerin fällt ein Preis an, der sich weder aus festen Eigenschaften der Dinge ergibt noch ein reiner Auktionspreis ist. Vielmehr kommt der Wert „als Instrument zur Rechtfertigung oder Kritik des Preises von Dingen“ (S. 17) ins Spiel; es

ist der Wert, der „den Preis der Dinge zu *kritisieren* oder zu *rechtfertigen* erlaubt“ (S. 150; Hervorhebung im Original).⁷ Für die Untersuchung jener Ökonomie, die von der Standardform abweicht, ist diese Position von zentraler Bedeutung, da sie sich von Analysen der ‚Qualitätswirtschaft‘ unterscheidet, die in der Singularität der Produkte das Spezifikum des kulturellen Kapitalismus ausmachen: „Unserer Meinung nach besteht das Organisationsprinzip der Zirkulation der Dinge nämlich eher in der Ermittlung ihres Werts durch konventionelle Formen als in der Entgegensetzung von etwas Einzigartigem und etwas, das in Serie produziert wird“ (S. 205). Damit grenzen sich Boltanski und Esquerre von Lucien Karpiks *économie des singularités* ab, die nicht zuletzt ein wichtiger Impulsgeber für Andres Reckwitz’ *Gesellschaft der Singularitäten* war.⁸ Während Reckwitz für die „Logik der Singularitäten gewissermaßen ein Primat der Eigenkomplexität gegenüber der Differenzmarkierung nach außen“ geltend macht,⁹ offenbart sich für Boltanski und Esquerre die Spezifität der Dinge „durch ihre Differenzen, wenn man sie in die Nähe von anderen, mehr oder weniger ähnlichen Dingen rückt“ (S. 35). Waren können den Autoren zufolge keine Isolate sein, weil andernfalls keine Preisbildung möglich wäre (S. 254). Die Wertermittlung erfolgt, indem die Akteure „aus der phänomenalen Vielfalt bestimmte Differenzen [auswählen], die als besonders einschlägig betrachtet werden“ (S. 97). Umgekehrt genüge ein einziger Wertermittlungsdiskurs für alle Dinge (beispielsweise in Form eines abstrakten Qualitätsbegriffs) nicht, denn dann „würde es für den Vergleich nicht genügend Anhaltspunkte geben, um den Preis der einzelnen Dinge zu rechtfertigen oder zu kritisieren“ (S. 253).

Boltanski und Esquerre unterscheiden vier Wertermittlungsformen: die Standardform, die Sammlerform, die Trendform und die Anlageform. So kann eine Jeans unter dem Gesichtspunkt ihres Nutzens beurteilt werden (Standardform) oder unter dem Aspekt ihrer modischen Erscheinung (Trendform). Sie kann aber auch, wenn sie beispielsweise in der Vergangenheit von einem Star getragen wurde, in die Sammlerform übergehen und einen erheblich höheren Preis erzielen. Schließlich kann das Sammlerobjekt zum Spekulationsobjekt werden, das in der Hoffnung auf zukünftige Wertsteigerung erworben wird (Anlageform).

Waren der Standardform werden aufgrund ihrer Funktionalität erworben und können durch Weiterentwicklung an Attraktivität gewinnen. Industriell gefertigt, reduziert „ihr humaner Anteil sich vollständig auf den Prototyp“ (S. 274). Nicht die Produktion, sondern die Konsumtion ermöglicht hier eine Humanisierung der Warenwelt, denn „im Augenblick ihrer Aneignung besteht die Aussicht, dass diese Gegenstände wieder menschliche Gestalt annehmen“ (ebd.).

Dinge der Sammlerform werden in vielen Fällen zwar durchaus industriell hergestellt, erzielen ihre oftmals hohen Preise jedoch nicht qua Gebrauchswert, sondern durch ihre narrative Aufwertung. Das Spektrum der semiotischen Strategien reicht von der Behauptung einer limitierten Auflage über institutionelle Valorisierung (etwa wenn die Werke eines Künstlers in namhaften Museen ausgestellt werden) bis hin zur Einbettung in Traditionslinien, die den betreffenden Objekten eine besondere Erinnerungskraft verleihen. Die Auswahl von Waren der Sammlerform erfordert Kennerschaft, handelt es sich bei Sammlungen doch um die „Akkumulation von Dingen mit kleinen Unterschieden, die, wenn man sie sozusagen aus größerer Entfernung ansieht, auch im Hinblick auf ihre Ähnlichkeit betrachtet werden können“ (S. 338).

Die Trendform verhält sich gleichsam spiegelverkehrt zur Sammlerform: Beide erzeugen Wert durch Narrative, doch während letztere ganz auf Vergangenheit und Dauer setzt, hebt erstere auf den gegenwärtigen Moment ab. Sie zeichnet sich durch eine „ewige Wiederkehr, die jedes Mal leicht abgewandelt wird“ (S. 240) aus; ihr Muster ist die Mode, die – wie bereits Georg Simmel herausgearbeitet hat – zugleich auf Nachahmung und Distinktion abstellt (S. 425).¹⁰ Wichtig ist, dass innerhalb der Trendform, beispielsweise durch die Wahl einer angesagten Marke, zwar eine Positionierung im sozialen Gefüge vorgenommen wird, diese Markierung aber nicht rein statusbezogen sein muss.¹¹ Auch hat das Moment der Differenzierung in den vergangenen Jahren durch Formen der *customization* an Bedeutung gewonnen.

Die Anlageform schließlich zeichnet sich dadurch aus, dass sie Dinge wie Finanzprodukte behandelt (S. 514), von denen die Akteure sich Wertsteigerungen erhoffen. Sie verbindet die Dynamik der Märkte mit der Sicherheit von Institutionen, die beispielsweise für die Stabilität einer Währung sorgen. Boltanski und Esquerre arbeiten die narrative Dimension der Anlageform nicht aus, doch lässt sich argumentieren, dass auch diese Waren einer Erzählung bedürfen, die sich freilich nicht auf die Vergangenheit oder die Gegenwart bezieht, sondern auf die Zukunft.

Historisch war die Herausbildung der Warenform an die Herausbildung der Standardform gekoppelt (S. 307), was allerdings nicht bedeutet (wie die Kritische Theorie befürchtete), dass die Ausweitung der Warenzone in Gestalt einer Ausdehnung der Standardform erfolgte (S. 311). Vielmehr vollzog sie sich durch die Herausbildung *neuer* Wertermittlungsformen, die in den Kapitalismus selbst das noch einbeziehen, was sich zuvor als „sein Außen dargestellt hatte“ (S. 311). Man kann nicht genug betonen, wie wichtig diese an den *nouvel esprit du capitalisme* anschließende Einsicht ist, soll der

kulturelle Kapitalismus des frühen 21. Jahrhunderts nicht mit dem analytischen Repertoire des 20. oder gar des 19. Jahrhunderts untersucht werden. So unbestreitbar es ist, dass die Industriegesellschaft auch weiterhin eine zentrale Rolle spielt und zahlreiche Waren, die innerhalb der drei anderen Wertermittlungsformen zirkulieren, industriell hergestellt werden, so sehr verfehlt man das Spezifische der Bereicherungsökonomie, wenn die kulturelle Erzeugung kaufmännischen Mehrwerts nicht in den Blick genommen wird (S. 515). Die Verabsolutierung einer einzigen Form eignet sich nicht als Blaupause zur Kritik des *ganzen* Kapitalismus (S. 290). Vielmehr gilt es, wie Boltanski und Esquerre es versuchen, „eine Kombinatorik der maßgeblichen Perspektiven zu skizzieren, aus denen Handelswaren in einer kommerzialisierten Gesellschaft identifiziert und differenziert werden können“ (S. 209).

Interessant ist dabei nicht nur die Unterscheidung der verschiedenen Wertermittlungsformen, sondern auch deren Verflechtung, also die Über- und Verlagerungen zwischen den Formen. Sie werden im Buch zwar anerkannt (S. 423) und gelegentlich auch skizziert (unter anderem auf S. 508), jedoch nicht systematisch ausgearbeitet. Wegweisend ist gleichwohl der Hinweis auf die Möglichkeit, dass „ein Objekt, dessen Wert sich aus einer bestimmten Perspektive verringert hat, aus einer anderen an Wert gewinnt, das heißt, dass aus allen Dingen der größtmögliche Profit gezogen wird“ (S. 214 f.). Gerade das Ineinandergreifen der vier Formen ist es, das Boltanski und Esquerre die gegenwärtige Weltwirtschaft als „Vollkapitalismus“ (S. 34, 514) bezeichnen lässt.

Critique

In der Bereicherungsökonomie rechtfertigt „das Streben nach außergewöhnlichen Objekten und der Genuss, den der Zugang zu exklusiven und komfortablen Orten verschafft“ (S. 512 f.) die anfallenden Ausgaben. Zugleich können sich solche Ausgaben – etwa bei Zweitwohnungen oder Kunstgegenständen – für die Käufer als finanziell rentabel erweisen. Darüber hinaus, so heben Boltanski und Esquerre hervor, „machen die individuellen Ausgaben der Reichen die herrschenden Klassen kollektiv reicher“ (S. 513). Trotz Konkurrenz untereinander verstärkt dieser Mechanismus die Klassensolidarität im oberen Perzentil, weil alle Beteiligten „ein Interesse an der Aufrechterhaltung des Marktwerts der Güter“ haben, „von denen sie profitieren“ (S. 513). Überlegungen dieser Art machen den kritischen Teil des Buches aus. Die Autoren werfen einen sensiblen Blick auf die Sozialstruktur des kulturellen Kapitalismus, etwa wenn sie bemerken, dass Gentrifizierungsprozesse „den Respekt für Dinge, die ihren Wert aus ihrer Verwurzelung in

der Vergangenheit bezogen, mit der Missachtung von Personen verknüpften, die durch ihre Verwurzelung in der Gegenwart nunmehr dem Abstieg geweiht waren“ (S. 572). So entstand ein neues, nicht organisiertes Proletariat der Abgehängten, von dem – anders als der Marxismus von der Arbeiterklasse – niemand mehr fortschrittliche Impulse erwartet. Allerdings, und darin liegt eine besondere Pointe der Bereicherungswirtschaft, zählen auch „die Akteure [...] welche die Geschichten verfassen“ (S. 517), also etwa Kritiker oder Kuratorinnen, nicht unbedingt zu den Profiteuren der Sammlerform. Zur ebenfalls bereits im *nouvel esprit du capitalisme* thematisierten Lage der Kreativen und der prekären Projektarbeiter finden sich auch in diesem Buch lesenswerte Ausführungen (S. 587 ff.). Oftmals mit befristeten Verträgen angestellt, verdanken viele dieser Beschäftigten ihr Einkommen nur zu einem geringen Teil der Berufsarbeit (und zu anderen Teilen je nach Lage beispielsweise Erbschaften oder Sozialleistungen) und hoffen im Übrigen und nicht selten vergebens darauf, dass ihre selbstausbeuterische Lage von vorübergehender Dauer sei. Da es für ihr Überleben unabdingbar bleibt, die von ihnen produzierten kulturellen Differenzen auf einem Markt zur Geltung zu bringen, leben sie in einer Situation, in der „jeder nicht nur Konsument, sondern auch Händler ist“ (S. 34; Hervorhebung im Original) – ein weiteres Merkmal des Vollkapitalismus. Als besonders problematisch erweist sich schließlich die vom Industriekapitalismus deutlich abweichende Verlegenheit, keine klare Anprangerung der Ausbeuter vornehmen zu können, da die Werte und Lebensformen der prekären Kulturarbeiterinnen und der profitierenden Kapitaleigner „nicht radikal anders sind“ (S. 609).

Boltanski und Esquerre skizzieren ein Tableau der Figuren, die die Bereicherungsökonomie bevölkern: neben den Zukurzgekommenen und den Kreativen zählen auch Bedienstete und Rentiers dazu (S. 611). Am Beispiel Letzterer wird erneut deutlich, wie stark die Bereicherungsökonomie von staatlichen Rahmenbedingungen (etwa in Form des Rechts oder der Kulturförderung) profitiert (S. 621) – was die Akteure freilich nicht von Steuervermeidung durch Auslandswohnsitze abhält.

So bedrückend Boltanskis und Esquerres Diagnose des Vollkapitalismus auch ausfällt, so sehr betonen die Autoren, dass die Akteure der Bereicherungswirtschaft „keine bloßen Systemagenten“ (S. 252) seien und bei nahezu jeder Transaktion „Reflexivität ins Spiel“ (S. 251) komme. Das Spezifikum des kulturellen Kapitalismus zu erfassen, anstatt es mit dem Analyseinstrumentarium der Industriegesellschaft zu verfehlen, ist fraglos die Vorbedingung wirksamer Kritik. Umso ironischer war es, dass die Präsentation des Buches am 4. Juli 2018 im französischen Kulturinstitut in Berlin von der Designmöbelmarke *Ligne Roset* unterstützt wurde. Es gibt, so scheint es, selbst für die Analytiker des neuen

Kapitalismus kein Entkommen.

Metacritique

Wenn es Wissenschaft gelingt, den überwältigenden Wandel der Welt, in der wir leben, ein wenig besser zu begreifen und überdies einen Raum kritischer Auseinandersetzung zu eröffnen, dann erfüllt sie ihren Zweck. Boltanski und Esquerre haben beide Ziele im Hinblick auf den kulturellen Kapitalismus der Gegenwart auf beeindruckende Weise erreicht. Ihr Buch stellt eine vorzügliche Grundlage künftiger Debatten dar. Zu den Überlegungen, die es zu diskutieren und weiterzuentwickeln gilt, zählen meines Erachtens vor allem drei Punkte. Der erste betrifft den Aspekt der Anreicherung, der zweite den Aspekt der Bereicherung, der dritte die Rolle der Digitalisierung.

Zunächst zum Aspekt der Anreicherung: Den Schwerpunkt des Buches bildet die Sammlerform. Boltanski und Esquerre lassen keinen Zweifel daran, dass die Zirkulationen dieser Form „auf der Ausbeutung einer einzigen Quelle beruhen, nämlich der Ausschlichtung der *Vergangenheit*“ (S. 16; Hervorhebung im Original). Für viele Waren – etwa solche, die sich auf regionale Handwerkstraditionen berufen oder den Handel mit klassischen Kunstwerken – leuchtet dieser Befund unmittelbar ein. Aber wie sieht es beispielsweise bei zeitgenössischer Kunst aus? Hier wenden die Autoren einen raffinierten argumentativen Kniff an, indem sie behaupten, Arbeiten von Gegenwartskünstlerinnen würden bei der Wertzuschreibung betrachtet, „als ob sie bereits zur Vergangenheit gehören“ (S. 100) beziehungsweise durch die Aufnahme in ein Museum gleichsam kontrafaktisch mit Unsterblichkeit versehen. Die Beobachter antizipierten also die Zukunft und interpretieren die Gegenwart als künftige Vergangenheit (S. 411). Um dennoch die Gegenwart im emphatischen Sinn in den Blick zu bekommen, haben Boltanski und Esquerre ihrem ursprünglich nur drei Formen umfassenden Schema die Trendform als vierte hinzugefügt.¹² Treffend bemerken sie, dass „der Rückgriff auf die Sammlerform eine Abschwächung von Teilen der Widersprüchlichkeit gestattet, die auf der Trendform lastet“ (S. 451), der Traditionsbezug also eine gewisse Ruhe in die hochtourigen Trendwechsel bringt. Aber ist mit Trend und Sammlung, Gegenwart und Vergangenheit das Spektrum der narrativen Aufwertung von Waren tatsächlich erschöpft? Wie schon angemerkt ließe sich die Anlageform als dritte, auf die Zukunft bezogene hinzufügen, doch spielt das narrative Element bei ihr allenfalls eine untergeordnete Rolle.

„Es gibt nichts, was sich nicht anreichern ließe“ (S. 97), bemerken Boltanski und Esquerre zu Recht. Eine Gruppe von Gütern, deren Anreicherung zwar häufig, jedoch keineswegs

immer und durchaus nicht zwingend mittels Tradition oder Trend erfolgt, sind die Waren des ethischen Konsums. Hier können moralische Werte wie faire und transparente Wertschöpfungsketten oder nachhaltige Bewirtschaftung Gegenstand einer kulturellen Aufwertung sein. Ein anderes Beispiel, dessen Narrativ gerade keinen Vergangenheits- und auch nicht notwendigerweise einen Trendbezug aufweist, sind digitale Geräte wie das iPhone. Über ihren Gebrauchswert hinaus verkörpern sie zum einen ein auf die Zukunft gerichtetes Fortschrittsnarrativ und ermöglichen zum anderen ein nicht primär utilitäres, sondern ästhetisches Nutzererlebnis. Letzteres gilt für eine Reihe von Designobjekten, bei denen weniger ein Traditions- oder Trendnarrativ sondern vielmehr ein bestimmtes ästhetisches Erleben die Wertbestimmung leitet. Das gilt auch für den Genuss komplexer Weine oder raffinierter Speisen, den als Nutzen unter die Standardform zu subsumieren hieße, seinen ästhetischen Eigenwert zu verkennen.¹³ Kurzum: Es stellt sich die Frage, ob das von Boltanski und Esquerre entwickelte Viererschema hinreicht, um den Wert aller zirkulierenden materiellen Dinge zu ermitteln (S. 312) oder ob nicht vielmehr zukunftsbezogene Narrative sowie ethische und ästhetische Aufwertungsprozesse weitere kulturelle Wertermittlungsformen bilden.

Der zweite Diskussionspunkt betrifft die Behauptung der Autoren, „dass die Objekte, deren Wert nach der Trend-, der Sammler- und vor allem der Anlageform ermittelt wird, vorrangig für die Reichen bestimmt“ (512) seien. Für die Anlageform mag das zutreffen, aber wie verhält es sich mit der Sammler- und der Trendform? „Im Gegensatz zur demokratisch gerechtfertigten Massenproduktion“ (S. 88 f.) seien die Waren der Bereicherungswirtschaft „vornehmlich für Reiche bestimmt“ (S. 16). Es entstehe eine „wachsende Dualisierung des Konsums“ (S. 88), der gleichsam keine Mitte mehr kennt, sondern nur noch (billige) Massenware auf der einen und (hochpreisige) „außerordentliche Güter mit hohem kulturellen Gehalt“ (S. 117) auf der anderen Seite.

Eine solche Diagnose wirft eine Reihe von Fragen auf. Die erste lautet: Wer sind die Reichen? Die Bewohnerinnen wohlhabender Länder? Die oberen fünf Prozent der Weltbevölkerung? Das oberste Perzentil eines Landes? Die Autoren verweisen diesbezüglich auf Thomas Piketty, dessen Arbeit interessanterweise aber gerade das Phänomen der „vermögenden Mittelschicht“ (S. 584) hervorhebt. Und in der Tat richten sich die Produkte der sogenannten Luxusgüterindustrie vor allem an die (aspirierende) Mitte, weshalb Boltanski und Esquerre zu Recht auf den sogenannten populären Luxus aufmerksam machen (S. 430) und sehr treffend das gesamte Angebotsspektrum von teuren Vorzeigeprodukten über in Lizenz hergestellte Zweitlinien bis hin zu Massenluxuswaren beschreiben. Solche Produkte werden – wie am Beispiel der Parfums überzeugend

demonstriert – nicht nur exklusiv im Stammhaus, sondern auch stapelweise in Duty Free Shops oder in Outlets verkauft. Leuchtet es ein, eine solche Struktur als Wirtschaft für Reiche zu bezeichnen? Und erschwert diese Einordnung nicht die reflexive Selbstpositionierung der Mittelschichten? Wie schon bei der Umdeutung der Gegenwart als zukünftige Vergangenheit bedienen sich Boltanski und Esquerre auch hier einer argumentativen Als-ob-Struktur, um ihre These zu plausibilisieren. Sie schreiben nämlich, die Bereicherungsökonomie richte sich zwar „vorrangig an Reiche und Superreiche“ (S. 89), adressiere aber auch die anderen, „als ob sie reich oder zumindest reicher seien, als sie sind“ (S. 89; vgl. auch S. 420). Dass jedoch, wie die Autoren behaupten, beispielsweise Bio-Produkte „die Bedürfnisse von besonders wohlhabenden Käufern befriedigen sollen“ (S. 88), überzeugt nicht, wenn man bedenkt, dass selbst Discounter wie *Monoprix* in Frankreich oder Drogerieketten wie *dm* in Deutschland eine große Auswahl erschwinglicher Biowaren anbieten. Ähnliche Verlagerungen lassen sich bei Designhotels, Mode und Weinen, ja selbst auf dem Kunstmarkt beobachten. Wie hilfreich ist es in Anbetracht dieser Phänomene, der Analyse das Begriffspaar von Arm und Reich zugrunde zu legen?

Als dritter Punkt seien abschließend die auffällig knappen Ausführungen zum digitalen Wandel angesprochen. Boltanski und Esquerre machen zu Recht darauf aufmerksam, dass – trotz der Digitalisierung – in den europäischen Gesellschaften „noch nie so viele industrielle Handelswaren im Umlauf“ waren wie heute (S. 29, auch S. 154). Letztlich stelle auch der Internethandel nur eine Variante des altbekannten Versandhandels dar (S. 313). Gleichwohl räumen sie ein, dass sich derzeit noch schwer abschätzen lasse, was es bedeutet, wenn „die ökonomische Logik des Zugangs die Oberhand über die Logik des sogenannten vollumfänglichen und vollständigen Besitzes gewinnt“ (S. 315). Es wäre sicherlich zu viel verlangt, von einer so facettenreichen Studie auch noch eine Untersuchung des digitalen Wandels zu erwarten. Allerdings könnte sich die Neuausrichtung der kultursoziologischen Wirtschaftsanalyse auf unterschiedliche Wertermittlungsformen durchaus als eine fruchtbare Weichenstellung erweisen, dank derer auch die digitale Ökonomie des 21. Jahrhunderts besser verstanden werden kann. Welchen Weg auch immer das Weiterdenken einschlagen wird, mit der grundlegenden Einsicht, dass eine Untersuchung des kulturellen Kapitalismus andere Werkzeuge verlangt als die soziologische Kritik des Industriezeitalters sie bereitstellt, haben Luc Boltanski und Arnaud Esquerre zweifellos einen wegweisenden Beitrag zum Verständnis der Gegenwart vorgelegt.

Endnoten

1. Luc Boltanski / Ève Chiapello, *Der neue Geist des Kapitalismus*, Konstanz 2003.
2. Luc Boltanski / Arnaud Esquerre, *Bereicherung. Eine Kritik der Ware*, Berlin 2018. Seitenzahlen in Klammern beziehen sich auf diese Ausgabe.
3. Nancy Fraser, „Enrichment: The New Form of Capitalism? A Reply to Boltanski and Esquerre“, in: *Teoria Politica. Nuova Serie, Annali VI* (2016), S. 307-313.
4. Nancy Fraser (*Enrichment*, S. 312) fragt freilich – von New York aus –, ob es sich bei der Bereicherungsökonomie nicht um „an exotic corner of present-day capitalism, a marginal niche where fading powers (France, Italy, and Spain) shut out from the principal action“ handle.
5. Wie weiter unten deutlicher werden wird, handelt es sich beim sammelnden Marktteilnehmer nicht zwingend um einen Sammler im engeren Sinn. Das Sammeln wird hier vielmehr als eine Art der Betrachtung, als „ein kognitiver Operator, der eine Einschätzung des Werts der Dinge erlaubt“ (S. 372) verstanden.
6. Boltanski und Esquerre schließen hier auch an die aktuelle Diskussion der sogenannten Patrimonialisierung an.
7. Aspekte der Rechtfertigung spielen in den Arbeiten Boltanskis bereits seit längerem eine wichtige Rolle. Vgl. Luc Boltanski / Laurent Thévenot, *Über die Rechtfertigung. Eine Soziologie der kritischen Urteilskraft*, Hamburg 2007.
8. Lucien Karpik, *Mehr Wert. Die Ökonomie des Einzigartigen*, Frankfurt am Main 2008; Andreas Reckwitz, *Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne*, Berlin 2017, S. 11.
9. Reckwitz, *Singularitäten*, S. 53.
10. Georg Simmel, „Zur Psychologie der Mode. Soziologische Studie“, in: *Soziologische Ästhetik*, hrsg. von Klaus Lichtblau, Wiesbaden 2009, S. 49-56.
11. Wie sehr die Logik des Marketing unterdessen auch die sogenannte Qualitätspresse

bestimmt, betonen die Autoren mit deutlich herauslesbarem Degout an mehreren Stellen (S. 39, 455).

12. Vgl. Luc Boltanski / Arnaud Esquerre, „Enrichment, Profit, Critique. A Rejoinder to Nancy Fraser“, in: *New Left Review* 106 (2017), S. 67-76, hier S. 67.
13. Ganz so, wie eine Reduktion „auf die eine Dimension des Prestiges oder der sozialen Distinktion“ (S. 95) der Sache nicht gerecht wird.

Dirk Hohnsträter

Dr. Dirk Hohnsträter leitet die Forschungsstelle Konsumkultur an der Universität Hildesheim. Zu seinen Arbeitsschwerpunkten zählen Kulturtheorie, Design und Ästhetik.

Foto: © Alain Roux

Dieser Beitrag wurde redaktionell betreut von Martin Bauer, Stephanie Kappacher.

Artikel auf soziopolis.de:

<https://www.sozopolis.de/ausweitung-der-warenzone.html>