

## Politische Ökonomie ohne Soziologie?

### Philipp Staabs »Digitaler Kapitalismus« und die ungelösten Probleme der Werttheorie

#### Einleitung

Philipp Staab hat mit der Monografie *Digitaler Kapitalismus* den ambitionierten Versuch unternommen, die Umbrüche des gegenwärtigen Kapitalismus in großen sozialwissenschaftlichen Argumentationslinien auszuleuchten. Damit reiht er sich in die Liste aktueller Autoren ein, die diese Umbrüche als epochale »digitale« Transformation kapitalistischer Wirtschaftsordnungen deuten. Paul Mason (2015) sieht mit der Ausbreitung »digitaler Güter« eine kollaborative, an der Idee einer Wissensallmende ausgerichteten Wirtschaftsordnung aufkommen und malt das futuristische Szenario eines »Postkapitalismus« aus. Ganz im Kontrast zu Mason sieht Nick Srnicek (2017) in den digitalen Geschäftsmodellen des »Plattform-Kapitalismus« nicht das Ende der profitgetriebenen Ökonomie heraufziehen, sondern lediglich neuartige Formen eines ansonsten altbekannten Musters (G-W-G'). Shoshana Zuboff (2018) spitzt diese Diagnose zu und beschreibt den Aufstieg eines dystopischen »Überwachungskapitalismus«, der die persönlichen Datenspuren der Internetnutzer als digitale Rohstoffquelle entdeckt hat und für Zwecke der Kapitalakkumulation abschöpft (G-Datenextraktion-G'). In kritischer Auseinandersetzung mit Autoren wie Mason, Srnicek und Zuboff entwirft nun Staab eine alternative Erklärung, um den angenommenen Epochenbruch des »digitalen Kapitalismus« (DK) zu plausibilisieren. Diesen Epochenbruch verbindet Staab mit der These, dass das »neue Akkumulationsregime« (167) des DK nicht mehr primär menschliche Arbeitsleistungen ausbeute, sondern nun Profite der Produktionsökonomie als Renten in der Distributionssphäre abschöpfe. Renten werden extrahiert, so Staab, indem Märkte als digitale Plattformen privat organisiert werden. Ein solches – mutmaßlich neues – Modell der Kapitalakkumulation bringt Staab auf den originellen Begriff »proprietärer Märkte« (150 ff.).

Folgt man Staab, dann ist es den digitalen Leitunternehmen des Silicon Valley von Google bzw. Alphabet über Amazon und Facebook bis hin zu Apple gelungen, ein gänzlich neues Profitmodell zu etablieren. Die Besonderheit »proprietärer Märkte« besteht nach Staab darin, dass diese Leitunternehmen digitale Marktplattformen organisieren und exklusiv durchsetzen können, *welche* Marktakteure zu *welchen* Konditionen *welche* Produkte oder Dienstleistungen anbieten oder nachfragen dürfen. Den Leitunternehmen gelinge es, Wettbewerb einzuschränken oder sogar zu unterbinden, indem proprietäre

Märkte etabliert, kontrolliert und dadurch einzigartige Renten Chancen erschlossen werden. Wenn man einmal von der technologischen Konstruktion »geschlossener sozio-technischer Ökosysteme« (106) und den immensen Möglichkeiten einer KI-gestützten Marktkontrolle absieht, die kommerzielle Plattformen mitsamt ihren komplementären digitalen Produkten und Dienstleistungen heutzutage bieten, dann ist kritisch einzuwenden, dass der zugrundeliegende soziale Mechanismus der Monopolisierung und Kontrolle von Marktchancen kein völlig neues Phänomen ist. In der Soziologie hat bereits Max Weber die Appropriation von Marktchancen beschrieben und zwischen traditionellen, konventionalen, rechtlichen (Preisregulierung, Eigentumsbeschränkung) oder interessenbasierten (Monopole, Preiskartelle) Formen der »Marktregulierung« (1980: 43 f.) unterschieden, wobei er anmerkte, dass sowohl die Tauschbarkeit der Marktprodukte als auch die Marktteilnehmerschaft sozial kontrolliert und eingeschränkt werden könne. Später hat Frank Parkin (1983) den Weberschen Schließungsbegriff (1980: 201 ff.) zu einer allgemeinen sozialen Stratifikationstheorie weiterentwickelt. Und hieran anschließend hat Aage B. Sørensen (1983, 2000) in viel beachteten Arbeiten zwischen »geschlossenen« und »offenen Positionen« unterschieden, um die ungleiche Abschöpfung von Renten *in* Organisationen zu erklären. In jüngerer Zeit haben Kirchner/Beyer (2016) das wirtschaftssoziologische Kontrollkonzept organisierter Märkte von Neil Fligstein (2001) fruchtbar gemacht, um die außergewöhnliche Profitabilität digitaler Plattformunternehmen durch die Einschränkung von Wettbewerb zu erklären. Und kürzlich hat Sascha Münnich (2019) demonstriert, wie das Einbettungstheorem der neueren Wirtschaftssoziologie (Granovetter 1985) genutzt werden könnte, um nicht nur das Koordinationsproblem wirtschaftlichen Handelns (Beckert 2009), sondern auch ungleiche Verteilungsmuster von Profitchancen *zwischen* Unternehmen oder Branchen (*interfirm inequality*) theoretisch zu beschreiben. Hierbei zeigt Münnich die Mechanismen auf, die in mehr oder weniger geschlossenen Marktlagen sozial wirken, um »profit as social rent« exklusiv abzuschöpfen. Kurzum, die gemeinschaftliche oder private Appropriation von Marktchancen ist seit Weber kein unbeschriebenes soziologisches Blatt. Staab behauptet, dass mit den neuartigen technologischen Infrastrukturen (App-Store, Cloud, KI, Fintech, 187 ff.) und Kontrollpraktiken (automatisierte Informations-, Zugangs-, Preis- und Leistungskontrollen, 176 ff.) auf digitalen Marktplattformen ein »neues Akkumulationsregime« im Entstehen sei, ohne allerdings genauer auszuweisen, wodurch sich die »neuen« Mechanismen der Monopolisierung und Schließung von Marktpositionen nicht nur technologisch, sondern vor allem auch *sozial* von den bekannten Formen der Appropriation von Marktchancen unterscheiden. Anders gefragt: Worin bestehen jenseits technologisch bedingter Skalen-, Netzwerk- und Grenzkosteneffekte eigentlich die soziologisch relevanten Unterschiede zwischen analogen und digitalen Formen der Schließung und Monopolisierung von Profit- bzw. Renten Chancen?

Die Vorzüge von Staab möchten wir nicht unerwähnt lassen. Überzeugend finden wir vor allem Staabs Kritik an Mason (2015), Srnicek (2017) oder auch Zuboff (2018). So zeigt Staab im Anschluss an Marianna Mazzucato (2018) und Ulrich Dolata (2015), dass es den Leitunternehmen des DK gelungen ist, neue digitale Märkte für Zwecke der Kapitalakkumulation zu kommodifizieren, zu kontrollieren und abzuschöpfen. Staab in-

sistiert darauf, dass auf proprietären Märkten keinesfalls das Profitprinzip aufgehoben ist, weswegen auch Masons »Postkapitalismus«-These zutreffenderweise zurückgewiesen wird. Auch kritisiert Staab (170 ff.), dass Srnicek kaum über eine typologische Beschreibung unterschiedlicher Geschäftsmodelle der dominanten digitalen Plattformkonzerne und einer Auflistung ihrer Besonderheiten (z. B. Gatekeeper-Funktion, Konvergenz von Märkten, Abschottung von »Ökosystemen«) hinauskomme. Nicht zuletzt überzeugen Staabs Einwände gegen Zuboffs Analyse des »Überwachungskapitalismus«. Sie überblende, so Staab, mit dem Überwachungsargument den zugrundeliegenden Mechanismus der privaten Organisation digitaler Marktplattformen. Schließlich schlägt Staab vor, nicht die »Datenextraktion« (Zuboff), sondern die monopolartige »Rentenextraktion« (Mazzucato) in den Mittelpunkt der Analyse des DK zu rücken. Dies verbindet Staab mit der These, dass der DK nicht als eine weitere Spielart des Neoliberalismus zu verstehen sei, sondern mit der Kommodifizierung digitaler Märkte paradoxerweise dessen Ende eingeläutet werde.

Staab argumentiert, dass immer mehr Waren und Dienstleistungen in den »Strudel der proprietären Märkte geraten« (38), was unmittelbar einleuchtet. Die soziologisch interessante Anschlussfrage wäre nun aber, welche Typen von Waren und Dienstleistungen auf proprietären Märkten eigentlich angeboten werden und welche bis dato nicht in ihren Strudel geraten sind. Diese Frage sensibilisiert dafür, dass Märkte keineswegs nur der »Logik des Kapitals« unterliegen, sondern auch unterschiedlichen sozialen Logiken folgen (vgl. Karpik 2011). Waren, die hochgradig standardisiert (z. B. Rohöl, Baumwolle) bzw. besonders prestigeträchtig (z. B. Luxusmode) sind, werden bis dato kaum von Händlern auf proprietären Märkten angeboten. Hierin erschöpfen sich allerdings keinesfalls die Grenzen der Warenwelt auf proprietären Märkten. Es lassen sich nämlich eine Vielzahl an Waren aufgrund ihrer funktionalen (z. B. Benzin an der Tankstelle), situationalen (Wasserflasche vor dem Petersdom), kulturellen (z. B. regionaler Wein) oder rechtlichen (z. B. notarielle Bescheinigungen, rezeptpflichtige Medikamente) Dimension identifizieren, die nicht oder eher selten auf digitalen Marktplätzen angeboten werden. Dieser Aspekt verweist auf ein grundlegendes Problem, das mit Staabs Politischer Ökonomie des DK verbunden ist.

## 1 Politische Ökonomie des digitalen Kapitalismus ohne Soziologie?

Folgt man Staab, dann ist die Analyse des DK fest und fast schon exklusiv im Forschungsfeld der Politischen Ökonomie angesiedelt. Staab scheint jedenfalls davon auszugehen, dass die Soziologie wenig zu bieten habe, um die soziale Herausbildung und Etablierung des DK zu untersuchen. Jedenfalls kommt die Soziologie bei Staab kaum über den Status einer Hilfsdisziplin der Politischen Ökonomie hinaus. Der Soziologie wird die Aufgabe zugewiesen, die sozialen Auswirkungen oder »Effekte« (276) des DK auf Arbeit und Ungleichheit zu untersuchen. Hierbei folgt Staab einer sehr konventionellen Arbeitsteilung zwischen Politischer Ökonomie und Soziologie. Demzufolge beschäftigt sich die Politi-

sche Ökonomie mit den politisch-ökonomischen Konstitutions- und Reproduktionsbedingungen des Kapitalismus, während sich die Soziologie den sozialen Folgen zuwendet, also klassische Problemfelder des Faches wie soziale Integration, soziale Konflikte oder soziale Ungleichheiten untersucht. Was spricht eigentlich dafür, diese etablierte Arbeitsteilung zwischen Politischer Ökonomie und Soziologie fortzuschreiben?

Die Vorzüge einer Politischen Ökonomie des DK möchten wir keineswegs in Zweifel ziehen. Staab zeigt, wie fruchtbar es ist, Ökonomie, Staat und Arbeit im Zusammenhang zu untersuchen. Er skizziert die Wachstumsschwäche der fordistischen Produktionsökonomie und untersucht vor diesem Hintergrund die Besonderheiten des »digitalen Akkumulationsregimes« (Profitaneignung durch »proprietäre Märkte«). Die Rolle der Finanzmärkte (*Finanzialisierung*) und staatlicher Akteure (*Entrepreneurial State*, Mazzucato 2013) bei der Herausbildung des DK werden ebenso berücksichtigt wie die sozialen Auswirkungen auf Lohnarbeit und die Strukturen sozialer Ungleichheit. So fruchtbar ein solcher Zugang ist, so ist gleichwohl augenfällig, dass Staabs Theorieanleihen zur Analyse des DK kaum über die bekannten Axiome der Regulationstheorie (Aglietta 2001) hinauskommen (vgl. 152 ff.). Diese werden lediglich um einige knappe Anmerkungen zu Joseph A. Schumpeters (2005: 134 ff.) Theorem der »schöpferischen Zerstörung« ergänzt (vgl. 23 ff., 169).

Die Grenzen einer Politischen Ökonomie des DK sehen wir darin, dass die Schwächen der kulturalistischen Soziologie spiegelbildlich reproduziert werden. Pointiert formuliert: Während eine kulturalistisch verengte Soziologie *Kultur ohne Ökonomie* analysiert, untersucht die Politische Ökonomie *Staat und Ökonomie ohne Kultur*. Staabs Politische Ökonomie ist auf die Akkumulationsseite des DK fixiert, während die kulturelle Ordnung nicht als eigenständige Untersuchungsdimension aufscheint. Es drängt sich der Eindruck auf, dass Staab, ganz im Sinne eines ökonomischen Reduktionismus, »Kultur« auf eine abgeleitete Konsumtionsfunktion des »digitalen Akkumulationsregimes« reduziert. Jedenfalls spielt die Nachfrageseite in Staabs Analyse keine tragende Rolle, um die sozialen Konstitutions- und Reproduktionsbedingungen des DK zu untersuchen. Dieser Eindruck verstärkt sich dadurch, dass die kulturelle Dimension nicht als elementare Praxis oder Sinnproduktion der sozialen Wirklichkeit aufscheint, sondern mehr oder weniger als nachgeordnetes Überbauphänomen der ökonomischen Ordnung aufgefasst wird. Jedenfalls legt Staab nahe, kulturelle Erscheinungen wie etwa Narrative mit »Ideologie« gleichzusetzen (vgl. 140). Versteht man hingegen unter »Kultur« nicht ein Epiphänomen der ökonomischen Ordnung, sondern ein relativ autonomes Feld des Sozialen, dann kann zumindest die Frage aufgeworfen werden, ob nicht doch die »Kultur« ein relevanter sozialer Treiber oder sogar »Weichensteller« im Sinne Max Webers (1988: 252) sein könnte, um die Hervorbringung und Etablierung des DK soziologisch etwa präziser zu erklären. Dann müsste die Aufgabe der Soziologie auch nicht darauf beschränkt werden, die sozialen Folgen der Digitalisierung des modernen Kapitalismus zu analysieren, so bedeutsam dieses Forschungsfeld auch immer ist. Vielmehr könnte die Aufmerksamkeit in gleicher Weise auf die *sozialen* Grundlagen und Voraussetzungen des »digitalen Akkumulationsregimes« gerichtet werden, um den Wandel des Kapitalismus jenseits von Ökonomismus und Kulturalismus zu erforschen (vgl. Deutschmann 2020; Beckert 2016; Kraemer 2017).

## 2 Ableitungsreduktionismus

Bei Staab kommt die Soziologie erst dann ins Spiel, wenn es um die sozialen Folgen des digitalen Akkumulationsregimes geht. Hingegen wird die soziologisch ebenso zentrale Frage nach den sozialen und kulturellen Voraussetzungen und Rahmenbedingungen des DK erst gar nicht aufgeworfen. Damit bleibt Staab einer Politischen Ökonomie verhaftet, die soziale und kulturelle Phänomene nicht als eigenständige Untersuchungsdimensionen auffasst, sondern der »Logik des Kapitals« unterordnet. Diesen Reduktionismus möchten wir an zwei Beispielen veranschaulichen:

(1) Staab führt den Aufstieg der Internetökonomie seit den 1980er Jahren zum einen auf gezielte nationale Ordnungspolitiken (Deregulierung des Telekommunikationsmarktes, IT-Innovationsförderung) des »investiven Staates« (Mazzucato 2013) zur Überwindung struktureller Wachstumsschwächen der industriellen Ökonomie und zum anderen auf die Mobilisierung von immer mehr spekulativem Investitionskapital des expandierenden Finanzsektors zurück. Die Vorzüge der von Staab präferierten Politischen Ökonomie liegen darin, das Zusammenwirken von Staat und Kapital bei der Herausbildung des DK zu untersuchen. Bei einem solchen Zugang bleibt allerdings unbeobachtet, dass jede ökonomische Ordnung immer auf nicht-ökonomischen Geltungsgründen basieren muss, damit diese auch als legitim wahrgenommen werden kann. Ohne legitime Geltungsgründe können Profitinteressen nicht dauerhaft verfolgt werden. Profit- und Renteninteressen sind auf populäre *Ideen* angewiesen, die erst durch *Institutionen* verallgemeinert werden (vgl. Lepsius 1990). Gemeint ist damit: Geltungsgründe rechtfertigen eine ökonomische Ordnung – etwa das »digitale Akkumulationsregime« – sobald sie in Form von normativen Leitbildern und kulturellen Narrativen wie »Verheißungen« (Deutschmann 2020), »charismatischen Ideen« (Kraemer 2010) oder »fiktionalen Erwartungen« (Beckert 2016) sozial diffundieren, genauer: von relevanten Akteuren und Trägergruppen, Gemeinschaften und Organisationen kollektiv geteilt werden. Geltungsgründe müssen zudem institutionalisiert werden, von der Rechtsordnung über das Bildungssystem bis hin zur Technologieförderung, wenn sie wirkmächtig werden und auf Dauer nicht verblassen sollen. Bereits in *Falsche Versprechen* hat Staab (2016: 39 ff.) die kulturellen Erzählungen des DK mit einer »digitalen Ideologie« gleichgesetzt. Auch in *Digitaler Kapitalismus* wird die kulturell-institutionelle Dimension auf eine schlichte Ideologiefunktion reduziert (vgl. 139 f.) und damit letztlich zu einem Residualproblem erklärt. Bei Staab scheint ein latenter Ableitungsreduktionismus auf, mit dem die kulturelle Wirkmächtigkeit und soziale Verhaltensrelevanz der zweifelsohne auch ideologisch überhöhten, überschießenden Versprechungen des DK (*smart solutions, smart home, smart city, smart society*) nicht erklärt werden können, gerade auch gegenüber klassischen »liberalen Markterzählungen« (Deutschmann 2020). In dieses Bild passt, dass Staab alle anderen soziokulturellen (z. B. neue Kommunikationsformen und Konsumpraktiken, Aufstieg des kulturellen Individualismus) und institutionellen (z. B. Wandel von Haushaltsproduktion und privater Zeitverwendung) Push-Faktoren von vornherein außer Acht lässt. Bei Staab bleibt die fast schon ubiquitäre Attraktivität der proprietären Märkte für die »Konsu-

menten« irgendwie rätselhaft. Die Popularität der digitalen Leitunternehmen des Silicon Valley erschöpft sich bei Staab in einer technisch-funktionalen Unvermeidbarkeit bzw. »Alternativlosigkeit« (196 ff.) und darin, dass die »Verbraucher« als die »ökonomisch großen Gewinner« (226) des kommerziellen Internets erscheinen.

(2) Auch in anderer Hinsicht reduziert Staab die Rolle der »Verbraucher« auf eine ökonomische Funktion des DK. Zwar verweist Staab darauf, dass »Konsumenten« einer »Logik des Konsums« folgen würden, die durch »Integrationsmechanismen« (beide Zitate: 285) gekennzeichnet sei. Einige bekannte zeitdiagnostische Standardfloskeln der Soziologie werden abgerufen, ohne jedoch gründlicher der Frage nachzugehen, *was* »Konsumenten« auf proprietären Märkten eigentlich *warum* und *wie* tun oder auch unterlassen. Lässt man die Befunde der neueren Konsumsoziologie Revue passieren, dann wird unübersehbar, dass es im digitalen Konsum nicht um nackten »Konsum« im Sinne utilitaristischer oder sozialbehavioristischer Verhaltenstheorien geht oder sogar um eine Funktion des Kapitals, sondern um voraussetzungsvolle soziale Praktiken der Hervorbringung und Aneignung, Zuschreibung und Verbreitung von Bedeutungen im weitesten kultursoziologischen Sinne. In »funktional differenzierten kapitalistischen Gesellschaften« (Schimank 2009) ist die alltägliche Zirkulation und Produktion von Sinn inzwischen eng an die vom DK bereitgestellten soziotechnischen Infrastrukturen gekoppelt. Ohne irgendwelche kulturpessimistischen Anleihen machen zu wollen, ist es offensichtlich, dass die moderne soziale Welt nicht nur ökonomisch, sondern ebenso sozial und kulturell von einem weitgehend friktionsfreien Prozessieren soziotechnischer Systeme abhängt. Diese soziotechnischen Systeme sind – und hier stimmen wir Staab ausdrücklich zu – immer häufiger kapitalistisch organisiert, gerade auch in Form privatisierter digitaler Marktarenen. Sie fungieren zugleich als soziale Medien und Verstärker für alle möglichen Formen von Vermarktlichung, Vergemeinschaftung und Vergesellschaftung, offline wie online. Vor allem fungieren sie als Fenster zur ganzen Buntheit der kommerziellen und nichtkommerziellen Welt: Sie organisieren, fast schon barrierefrei, digitale Zugänge zu Standard- und Statusmärkten (Aspers 2008), zu »singulären Produkten« (Karpik 2011), zu (subkulturellen) Marktpionieren ebenso wie zur entstratifizierten Popularkultur. Die von Staab beschriebene ökonomische Attraktivität proprietärer Märkte (Skalen- und Netzwerkeffekte, geringe Grenzkosten) besteht letztlich darin, dass diese einen – banalen und zugleich virtuosen – Humusboden für beliebige kulturelle Praktiken schaffen. Auf den kommodifizierten Marktarenen der Leitunternehmen des DK werden Identitäten konstruiert und dekonstruiert, Sinn gestiftet, ästhetische Präferenzen ausgebildet, Bekenntnisse verbreitet, Zugehörigkeiten markiert, Aspirationen und Abgrenzungen demonstrativ zur Schau gestellt usw. Kurzum, Staab übersieht, dass das Akkumulationsregime des DK nicht nur durch den investiven Staat stimuliert und die Finanzmärkte angetrieben, sondern kulturell »von unten« überhaupt erst ermöglicht worden ist. Dass diese – soziotechnisch vermittelten – kulturellen Praktiken nicht auf eine Ideologiefunktion reduziert, sondern ganz im Gegenteil als Quelle der Wertschöpfung und als Vehikel der Rentenextraktion genauer in den Blick genommen werden sollten, möchten wir unter Rückgriff auf neuere soziologische Werttheorien abschließend kurz skizzieren.

### 3 Soziologische Werttheorien des DK

Folgt man Staabs Argumentation, so entsteht Wert – ganz in der Tradition der orthodoxen Marxschen Arbeitswertlehre – primär durch den Einsatz menschlicher Arbeitskraft in der Produktionssphäre. Dadurch, dass die Organisatoren der proprietären Märkte den Produzenten die Preise und Konditionen aufzwingen und dementsprechend massive Anteile der Produzentenprofite für sich beanspruchen können, geraten diese unter enormen wirtschaftlichen Druck. Um entgangene Profite zu kompensieren, bedarf es, »wie man in jedem BWL-Seminar lernen kann« (227), einer stärkeren Ausbeutung bzw. einer höheren Effizienz menschlicher Arbeitskraft innerhalb der Unternehmen, die auf proprietären Märkten ihre Waren anbieten. Im Folgenden beschreibt Staab aus einer arbeitssoziologischen Perspektive, wie sich auf der Produzentenseite im DK ein neues Regime betrieblicher Herrschaft durchsetzt. So überzeugend seine Ausführungen zu den unterschiedlichen digitalen Kontrollmechanismen und den damit verbundenen Sanktionierungspraktiken und der Prekarisierung der Arbeit sind, umso weniger überzeugend ist unseres Erachtens sein impliziter werttheoretischer Ansatz, der neuere soziologische Werttheorien zur kulturellen Wertschöpfung vollkommen unberücksichtigt lässt. Im Zentrum der neueren soziologischen Werttheorien steht die Annahme, dass Waren kein natürlicher Wert »innewohnt«, sondern dass Wert relational zu verstehen ist, als Ausdruck mannigfaltiger Sozialbeziehungen im und abseits des ökonomischen Feldes. Damit soll keinesfalls die Bedeutung der »durchschnittlichen Veräußerung« (Marx) menschlicher Arbeitskraft im Produktionsprozess für den Wert einer Ware negiert werden. Vielmehr geht es darum, die Strata im Prozess der Wertkreation und Wertzuschreibung zu erweitern. Das würde unter anderem bedeuten, die Wertassoziationen eines Online-Käufers einer x-beliebigen Standardware ebenso wie die virtuosen Wertzuschreibungen von »Markenfans« in Online-Communities oder etwa die Wertimaginationen einer subkulturellen Youtube-Influencerin mitsamt ihrer folgsamen Glaubensgemeinde bei der Frage einzubeziehen, wie ökonomische Werte im DK eigentlich erzeugt werden. Frühe Anhaltspunkte für eine stärker relativistische, akteursbezogene Werttheorie finden sich bereits in der *Philosophie des Geldes* von Georg Simmel (1990). Simmel argumentiert, auch in Abgrenzung zum rationalen Nutzenbegriff der subjektiven Werttheorie der Neoklassik, dass der Wert als Urteil eines Akteurs über ein Objekt zu verstehen sei. Eine Ware werde erst dann als subjektiv wertvoll erachtet, wenn sie nicht nur im Sinne einer individuellen Nutzenerwartung brauchbar, sondern psychisch-sozial »begehrt« sei (Simmel 1989: 29 ff., 49 f.). Erst im Tausch, so Simmel, objektiviere sich der Wert, da sich Käufer und Verkäufer trotz unterschiedlicher Wertzuschreibungen auf einen ökonomischen Wert (i.d.R. Preis) verständigen müssen (Simmel 1989: 56 f., 79 ff.). Hierauf aufbauend argumentieren Patrik Aspers und Jens Beckert (2011: 11 ff.), dass Waren für Käufer aus kontingenten Gründen als wertvoll erachtet werden können, beispielsweise für den unmittelbaren Gebrauch, als zukunftsorientierte Investition oder als distinktives Statussymbol.

Der gegenwärtige Kapitalismus, so Luc Boltanski und Arnaud Esquerre (2019), zeichne sich dadurch aus, dass Waren »kulturell angereichert« würden. Insbesondere

in westlichen »postindustriellen« Gesellschaften avanciere die Verknüpfung von Waren mit kulturellen Erzählungen zum zentralen Modus und Motor der Wertschöpfung. Dabei geht es den Autoren keinesfalls um eine weitere Beschreibung der Wert- und Preisbildung von klassischen Kulturgütern (hierzu liegen eine Vielzahl wirtschaftssoziologischer Studien vor, exemplarisch zum Weinmarkt: Diaz-Bone 2005; Hay 2010), sondern um die Entwicklung einer pragmatistischen Wert- und Preistheorie. In ihrem Verständnis dient der »Wert« als Rechtfertigung oder Kritik für die (Nicht-)Angemessenheit des Preises einer Ware (2019: 184 ff.). Boltanski/Esquerre beschreiben am Beispiel von Märkten für Luxusartikel, Immobilien, Tourismus, Kunstexponaten und Trendprodukten (Design, Vintage) eindringlich, wie sich die »Bereicherungsökonomie« in Frankreich als nichtintendierte Folge der Deindustrialisierung der Ökonomie und der Demokratisierung des Bildungswesens herausgebildet habe. Inzwischen sei ein Heer von (semi-)professionellen Kreativ- und Kulturarbeitern damit beschäftigt, »hippe« Trendprodukte, »altmodische« Artefakte, »pittoreske« Altstädte oder »historische« Kulturlandschaften mit dem Nimbus »einzigartiger« Erzählungen zu verknüpfen und dadurch wertmäßig »anzureichern«. Kurzum, in der »Bereicherungsökonomie« werden nicht mehr nur die Arbeiter »ausgebeutet«, sondern auch die Geschichte, genauer: kulturelle Narrative über Vergangenheit und Gegenwart. Während Staab die kulturelle Dimension der Wertschöpfung im DK übersieht, ignorieren Boltanski/Esquerre, dass der Modus der kulturellen Wertschöpfung zu erheblichen Teilen inzwischen ins kommerzielle Internet abgewandert ist. Das Heer der Kulturexpertinnen und Kreativarbeiter ist, pointiert formuliert, nicht nur in den Altstadtvierteln im südlichen Frankreich im emsigen Einsatz, sondern auch im kommerziellen Internet heimisch geworden. Dort werden keineswegs nur »Ideologien« reproduziert, sondern Geschichten proaktiv kreiert, neu erzählt und diese sogleich mit analogen als auch digitalen Waren verbunden. Auf den einschlägigen Social Media-Plattformen sind es inzwischen zudem die virtuellen Marken-, Gesinnungs- und Fangemeinschaften »von unten«, die mit ihrer kulturellen (Co-)Produktion von Sinn die bunte Welt der digitalen Güter und Dienstleistungen überhaupt erst mit Wert symbolisch aufladen. Mit anderen Worten: Die von Staab beschriebene private Abschöpfung von Profiten (Rentenextraktion) durch Internetkonzerne kann erst dann gelingen, wenn sich die kulturelle Sinnproduktion der Kreativarbeiterinnen und Online-Gemeinschaften auf appropriierten Marktplattformen austoben darf. Digitale Güter werden erst dann kommerziell nachgefragt, wenn sie mit *unterscheidbaren* kulturellen Erzählungen angereichert werden und auf soziale Resonanz im Publikum stoßen. Insofern sind begehrte digitale Güter auch nicht »unknapp« und im Überfluss vorhanden, wie Staab (272 ff.) u. a. im Anschluss an die Null-Grenzkosten-These von Rifkin (2014) und Mason (2015) unterstellt. In diesem Zusammenhang wäre beispielsweise eingehender zu prüfen, welche Bedeutung Lucien Karpiks (2011: 61 ff.) intermediäre »Instanzen der Urteilsbildung« in der digitalen Produktwelt des Kapitalismus noch zukommt, die er für die analoge Welt am Beispiel von Ratgebern, Reiseführern, Bestenlisten, Literaturkritikern oder persönlichen Netzwerken beschrieben hat. So wäre etwa zu problematisieren, ob analoge Instanzen der Urteilsbildung noch in der Lage sind, die kulturelle »Einzigartigkeit« oder »Singulari-



tät« digitaler Güter zu autorisieren oder ob ihre Wert-Urteile inzwischen weitaus stärker mit den Wertassoziationen und Wertimaginationen digitaler Gemeinschaften um soziale Geltung konkurrieren. Und schließlich wären die durchaus widersprüchlichen Befunde der *Valuation Studies* zu den neuen, automatisierten Formen der metrischen Repräsentation von Bewertungen (*Powerseller, Superhost*) zu berücksichtigen (Fourcade 2016; Mau 2017). Auch wären die sozialen Grenzen algorithmisch erzeugter Bewertungen zu thematisieren. So wäre zu hinterfragen, ob »Konsumenten« metrische Bewertungen in Alltagsurteilen stupide reproduzieren oder ob sie diese nicht weitaus kreativer reinterpreten (vgl. Lindemann 2019; Hildebrandt 2020) und damit wiederum bewerten (Fourcade/Johns 2020; Rona-Tas 2020; Menneken/Kornberger 2021; Svetlova 2021). Um eine nichtreduktionistische Perspektive auf den DK zu erschließen, wäre es jedenfalls ratsam, die performativen (und neuen soziotechnischen) Prozesse der Produktion von Bedeutungen, der Klassifikation von Bewertungen und der Zuschreibung von ökonomischem Wert mit Staabs Frage nach der exklusiven Abschöpfung von Renten durch die hierarchische Organisation von Märkten zu verbinden. Ein solches Forschungsprogramm würde darauf hinauslaufen, die Politische Ökonomie um eine *Symbolische* oder *Kulturelle Ökonomie* des DK zu erweitern. Jenseits von Ökonomismus und Kulturalismus könnte dann der Blick auf die private Aneignung und Rentenextraktion der gesellschaftlichen Kulturproduktion durch vermachtete Internetplattformen geschärft werden.

## Literatur

- Aglietta, Michel (2001): *A Theory of Capitalist Regulation: The US Experience*. London: Verso Books.
- Aspers, Patrik (2008): »Wissen und Bewertung auf Märkten«. In: *Berliner Journal für Soziologie* 17, S. 431–449.
- Beckert, Jens/Aspers, Patrik (2011): »Value in Markets«. In: Dies., *The Worth of Goods. Valuation and Pricing in the Economy*. Oxford: Oxford University Press, S. 3–40.
- Beckert, Jens (2016): *Imagined Futures Fictional Expectations and Capitalist Dynamics*. Cambridge Mass.: Harvard University Press.
- Beckert, Jens (2009): »The Social Order of Markets«. In: *Theory and Society* 38, S. 245–269.
- Boltanski, Luc/Esquerre, Arnaud (2019): *Bereicherung. Eine Kritik der Ware*. Berlin: Suhrkamp.
- Deutschmann, Christoph (2020): *Trügerische Verheißungen: Markterzählungen und ihre ungeplanten Folgen*. Wiesbaden: Springer.
- Diaz-Bone, Rainer (2005): »Strukturen der Weinwelt und der Weinerfahrung«. In: *Sociologica Internationalis* 43, S. 25–57.
- Dolata, Ulrich (2015): »Volatile Monopole. Konzentration, Konkurrenz und Innovationsstrategien der Internetkonzerne«. In: *Berliner Journal für Soziologie* 24, S. 505–529.
- Fligstein, Neil (2001): *The Architecture of Markets. An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies*. Princeton: Princeton University Press.
- Fourcade, Marion/Johns, Fleur (2020): »Loops, Ladders and Links: The Recursivity of Social and Machine Learning«. In: *Theory and Society* 49, S. 803–832.
- Fourcade, Marion (2016): »Ordinalization: Lewis A. Coser Memorial Award for Theoretical Agenda Setting 2014«. In: *Sociological Theory* 34, S. 175–195.

- Granovetter, Marc (1985): »Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness«. In: *American Journal of Sociology* 91, S. 481–510.
- Hay, Colin (2010): »The Political Economy of Price and Status Formation in the Bordeaux Primeur Market: The Role of Wine Critics as Rating Agencies«. In: *Socio-Economic Review* 8(4), S. 685–707.
- Hildebrandt, Mirelle (2020): »The Artificial Intelligence of European Union Law«. In: *German Law Journal* 21, S. 74–79.
- Karpik, Lucien (2011): *Mehr Wert. Die Ökonomie des Einzigartigen*. Frankfurt/M.: Campus.
- Kirchner, Stefan/Beyer, Jürgen (2016): »Die Plattformlogik als digitale Marktordnung«. In: *Zeitschrift für Soziologie* 45, S. 324–339.
- Kraemer, Klaus (2010): »Propheten der Finanzmärkte. Zur Rolle charismatischer Ideen im Börsengeschehen«. In: *Berliner Journal für Soziologie* 20, S. 179–201.
- Kraemer, Klaus (2017): »Gibt es eine soziologische Kapitalismusforschung? Zur Vergangenheit und Zukunft einer umstrittenen Kategorie«. In: Sachweh, Patrick/Münnich, Sascha (Hg.), *Kapitalismus als Lebensform? Deutungsmuster, Legitimation und Kritik in der Marktgesellschaft*. Wiesbaden: Springer VS, S. 47–77.
- Lepsius, M. Rainer (1990): Interessen und Ideen. Die Zurechnungsproblematik bei Max Weber. In: Ders., *Interessen, Ideen und Institutionen*. Opladen: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 31–43.
- Lindemann, Gesa (2019): »Editorial«. In: *Human Studies* 42, S. 1–12.
- Mason, Paul (2015): *PostCapitalism. A Guide to Our Future*. London: Allen Lane/Penguin Books.
- Mau, Steffen (2017): *Das metrische Wir. Über die Qualifizierung des Sozialen*. Berlin: Suhrkamp.
- Mazzucato, Mariana (2013): *Entrepreneurial\_State: Debunking Public vs. Private Myths in Risks and Innovation*. London: Anthem Press.
- Mazzucato, Mariana (2018): *The Value of Everything: Making and Taking in the Global Economy*. London: Allen Lane-Penguin.
- Mennecken, Andrea/Kornberger, Martin (2021): »Von Performativität zu Generativität: Bewertung und ihre Folgen im Kontext der Digitalisierung«. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 73, S. 451–478.
- Münnich, Sascha (2019): »Profit as Social Rent: Embeddedness and Stratification in Markets«. In: *Sociological Theory* 37, S. 162–183.
- Parkin, Frank (1983): »Strategien sozialer Schließung und Klassenbildung«. In: Kreckel, Reinhard (Hg.), *Soziale Ungleichheiten. SB 2, Soziale Welt*. Göttingen: Otto Schwartz, S. 121–135.
- Rifkin, Jeremy (2014): *The Zero Marginal Cost Society: The internet of things, the collaborative commons, and the eclipse of capitalism*. London: Palgrave Macmillan.
- Rona-Tas, Akos (2020): »Predicting the Future: Art and Algorithms«. In: *Socio-Economic Review* 18, S. 893–911.
- Schimank, Uwe (2009): »Die Moderne – eine funktional differenzierte kapitalistische Gesellschaft«. In: *Berliner Journal für Soziologie* 19, S. 327–351.
- Schumpeter, Joseph (2005 [1942]): *Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie*. Tübingen: A. Francke/UTB.
- Simmel, Georg (1989 [1900]): *Philosophie des Geldes*. Frankfurt/M.: Suhrkamp (Band 6 der Georg Simmel-Gesamtausgabe).
- Sørensen, Aage B. (1983): »Processes of Allocation to Open and Closed Positions in Social Structure«. In: *Zeitschrift für Soziologie* 12, S. 203–224.
- Sørensen, Aage B. (2000): »Towards a Sounder Basis for Class Analysis«. In: *American Journal of Sociology* 105, S. 1523–1558.
- Srnicek, Nick (2017): *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity Press.
- Staab, P. (2016): *Falsche Versprechen. Wachstum im digitalen Kapitalismus*. Hamburg: Hamburger Edition.
- Svetlova, Ekaterina (2021): »AI meets narratives: the state and future of research on expectation formation in economics and sociology«. In: *Socio-Economic Review* 20 (2) S. 841–861.

Weber, Max (1980 [1922]): *Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie*. 5. rev. Aufl. Tübingen: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Weber, Max (1988 [1920]): *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie*. Bd. 1, 9. Aufl. Tübingen: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Zuboff, Shoshana (2018): *Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus*. Frankfurt/M.: Campus.

**Anschrift:**

Prof. Dr. phil. Klaus Kraemer  
Institut für Soziologie  
Universitätsstraße 15  
8010 Graz  
klaus.kraemer@uni-graz.at

Jakob Gasser  
Institut für Soziologie  
Universitätsstraße 15  
8010 Graz  
jakob.gasser@uni-graz.at