

Das ökonomische Feld

Referat von Loi Vuong und Claudio Spescha

Literatur: Pierre Bourdieu, 2002: Der Einzige und sein Eigenheim. Hamburg VSA.

Im Seminar: Felder und Klassen: Die Sozialtheorie von Pierre Bourdieu bei Prof. Dr. Jörg Rössel

10. Mai 2010

Inhalt

1. „Ein Zeichen der Zeit“
2. Anwendung von Bourdieus Konzept des Feldes am Beispiel des Eigenheim-Marktes
 - 2.1. „Eine sichere Geldanlage für die Familie – Das Einfamilienhaus: Produktspezifik und Logik des Produktionsfeldes“
 - 2.2. „Ein Vertrag unter Zwang“
 - 2.3. „Der Eigentumssinn – Die soziale Genese von Präferenzsystemen“
3. Kritikpunkte Bourdieus zur „ökonomischen Orthodoxie“ aus dem Text „Das ökonomische Feld“

1. „Ein Zeichen der Zeit“

„Leiden des Kleinbürgers“ (Bourdieu 2002: 17)

„„Nicht alles am Vertrag ist vertragsmässig“ hat Durkheim gesagt“. (Bourdieu 2002: 18): Kauf eines Hauses = ganzer Lebensplan / Lebensstil =>

Ernüchterung: Langer Arbeitsweg, Rasenmäherlärm, lange Laufzeiten von Krediten

Sehnsüchte nach kleinem privaten Glück + Streben nach vererbbarem Besitz <= Ausbeutung durch Macher der Kulturindustrie (Bourdieu 2002: 25)

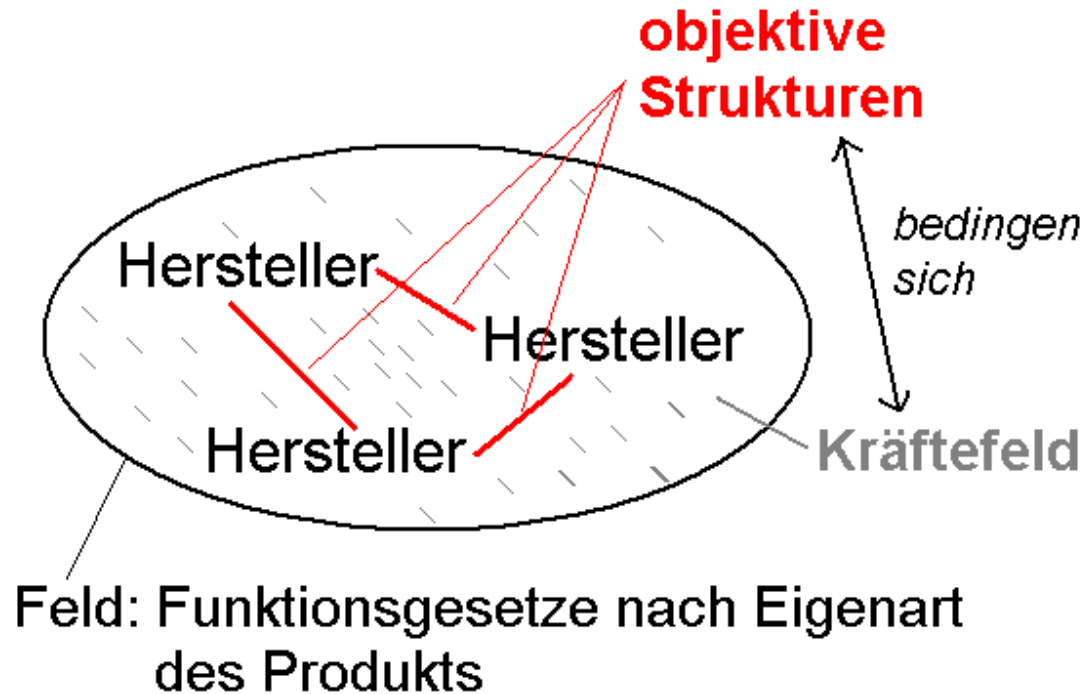
2.1. „Eine sichere Geldanlage für die Familie“

Einfamilienhaus: Indikator für Mittel und Geschmack seines Besitzers <= Situierung im sozialen Raum

Wohnform: „Tradition der Sesshaftigkeit (...) nach Art der agrarischen Ökonomien“ => Bindung „Familie als *Hausgemeinschaft*“. Kauf eines Hauses => ökonomische und soziale Investition = „biologisches und soziales Reproduktionsprojekt“ (Bourdieu 2002: 29)

„(...) sie [die Werbung] zwingt den Konsumenten unter das Joch seiner eigenen Erwartungen und Ansprüche, indem sie vorgibt, sie zu bedienen.“ (Bourdieu 2002: 31)

2.1.1. Die spezifische Logik des Feldes des Häuserbaus



(Eigene Darstellung nach Bourdieu 2002: 33/34)

Spezifische Logik des Produkts:

Kontinuum: Kunstwerk – materielles Gut

Örtliche Gebundenheit und Gegebenheiten

2.1.2. Die Struktur des Feldes der Produzenten (Bourdieu 2002: 42-61)

Grosse überregionale Unternehmen: Industrielle Fertigung von Serienprodukten, technische Trümpfe

Grosse Familienunternehmen, die teilweise zu Tochterfirmen der grossen überregionalen Unternehmen werden, vereinen in der Werbung die technischen Vorteile der Serienproduktion und die symbolischen Vorteile der traditionellen Fertigung

Kleine und mittlere Familienunternehmen, die nach traditionellen Produktionsweise verfahren, symbolische Trümpfe

=> Diese drei Typen spiegeln sich in ihren Beschäftigungsstrukturen und Werbestrategien wider.

2.1.3. Die Auswirkungen der Wohnungspolitik und der Krise

Historische Dimension der Kräfteverhältnisse:

Grossunternehmen: Trumpf: Einflussnahme Wohnungspolitik (60er Jahren)

Kleine u. mittlere Unternehmen: Trumpf: Zahlungsfähigere Kundschaft

Die Krise in den 80er Jahren im Eigenheimmarkt traf vor allem die zahlungsschwächere Kundschaft, weshalb die kleinen und mittleren Unternehmen die Krise besser bewältigten und die zuvor ausgespielte Trumpf in der Wohnungspolitik der Vergabe von Fördermittel einen Strich durch die Rechnung machten. (Bourdieu 2002: 62-70)

2.1.4. Die Strategien des Unternehmen im Feld

„Subjekt“/„Politik des Unternehmens“ = Ausdruck der Kräfteverhältnisse zwischen den Akteuren im Feld „Unternehmen“

Verschiedene Strategien der Akteure (z.B. Leiter) stehen im Konkurrenzkampf; Zukunftsvisionen, Prognosen und Projekte sind daher abhängig von Volumen und Struktur des Kapitals der Akteure.

Gewisse Homologie zwischen Feld (Unternehmen) und Habitus (Verkäufer, Kunde) bezüglich sozialer Merkmale

(Bourdieu 2002: 71-75)

2.2. „Ein Vertrag unter Zwang“

„Die Verkaufsgespräche sind „einer Art Lektion über ökonomischen Realismus, in deren Verlauf der Kunde, unterstützt und ermutigt durch den Verkäufer, daran geht, das Niveau seiner Erwartungen dem Niveau seiner Möglichkeiten anzunähern, um sich so dazu zu bringen, das Urteil des Tribunals der Ökonomie zu akzeptieren, d.h. das wirkliche, oft weit weg vom erträumten entfernte Haus, das ihm gemäss guter ökonomischer Logik zusteht.“ (Bourdieu 2002: 87)

Nicht explizit im Vertrag, aber doch inbegriffen, ist eine Wette auf einen ganzen Lebensentwurf, das Ausschliessen einer Entlassung, nicht zu denken einer Scheidung...

2.3. „Der Eigentumssinn – Die soziale Genese von Präferenzsystemen“

Übliche Populationen bei Untersuchungen des Eigenheimmarktes:

- Haushalte mit geringem Einkommen
- Rentner
- Hausbauer in Eigenarbeit
- Ausgeschlossene
- Neuerwerber eines Eigenheims

Bourdieu untersucht den Eigenheimmarkt anhand folgender drei Kapitalsorten:

- Ökonomisches Kapital
 - Kulturelles Kapital
 - Technisches Kapital
- } Kapitalstruktur

Die Kapitalstruktur

„Die Chancen in den Besitz einer Wohnung zu gelangen, sind abhängig vom Volumen des Kapitals. Aber die Neigung, seine Wohnung eher zu kaufen als zu mieten, scheint vor allem von der Struktur des Kapitalbesitzes abzuhängen.“

Die Zusammensetzung des Kapitals übt eine strukturierende Wirkung auf die grundlegenden Dispositionen der Habitus aus.

Beispiel:

Unternehmer aus Industrie und Handel investieren mehr als alle anderen Schichten in den Besitz materieller Güter.

=> Reproduktion durch ökonomisches Erbe (Eigenheim)

Kulturelles Kapital

In den unteren Schichten sieht es so aus, dass ein Minimum an schulischem Kapital die notwendige Bedingung für den Zugang zum Eigentum ist.

Das technische Kapital von Handwerkmeister führt dazu, dass sie viel häufiger Eigentümer sind als Angestellte oder mittlere Führungskräfte mit vergleichbarem Einkommen.

Ökonomisches Kapital

Ein Minimalvolumen an ökonomischem Kapital ist nötig, dass die Absicht, Eigentümer zu werden, entwickelt wird. Unterhalb einer bestimmten Schwelle wagt man es nicht, einen Kauf einer Wohnung ins Aug zu fassen.

Sobald diese Schwelle jedoch erreicht ist, kommen neben dem kulturellen Kapital noch Faktoren wie staatliche Einflüsse und Demographie hinzu.

Demographie:

- Alter
- Schwellenentscheidungen (Kinder, Rente)

Die Genese von Präferenzsystemen

In den Regionen des sozialen Raums, in denen das kulturelle Kapital, im Gegensatz zum ökonomischen Kapital, verbreiteter ist, ist der Zugang zum Eigentum deutlich gestiegen. (möglicher Grund: Änderung des Kreditsystems)

Damit solche mit eher höherem ökonomischem Kapital ihre Position reproduzieren können, müssen sie sich auf das Schulsystem stützen um diese Veränderungen zu bewältigen.

=>Der Habitus wird durch endogene Faktoren über die Zeit beeinflusst, was wieder entscheidende Auswirkungen auf den Markt mit sich bringt (Historisierung der Präferenzen)

Einfluss der Politik auf diese Genese

Durch die Politik der Kreditvergabe erhalten solche mit hohem kulturellen Kapital eher die Möglichkeit ein ökonomisches Erbe anzuhäufen.

Die Politik eröffnete durch verschiedene Gesetzesänderungen einen neuen Markt für Hersteller von Häusern.

Der Kleinbürger wurde zum kleinen Eigentümer.

3. Das ökonomische Feld

Ökonomische Orthodoxie:

- starke Abstraktion (mathematische Modelle)
- keine Historisierung
- reine ökonomische Sicht

Bourdieu's ökonomisches Feld

- starke Historisierung (v.a. von Präferenzen)
- kulturelle Differenzierungen
- Einbezug von sozialen Einflüssen

Der ökonomische Habitus vs. homo oeconomicus

homo oeconomicus

- eigene Profitmaximierung
- reine ökonomische Gedanken
- Gedanken sind nahe an ökonomischen Modellen (bsp. Billardspieler)

Der Agent und sein ökonomischer Habitus

- kollektives Einzelwesen
- Präferenzsysteme als Produkt der Geschichte
- sozial und geistig begrenzte Vernunft
- keine rationale aber vernünftige Antizipationen

Der Markt (Angebot und Nachfrage)

Die ökonomische Orthodoxie beschreibt den Markt als reines Spiel zwischen Angebot und Nachfrage. Aus diesen beiden Faktoren lassen sich dann sowohl den Preis wie auch die Mengen berechnen.

Kein Spielraum für andere Einflüsse

Bourdieu verwirft diese fixierte Betrachtung dieser Begriffe und stellt den Markt als soziale Konstruktion dar.

=> Historisierte Präferenzsysteme

Die Struktur des ökonomischen Feldes

Die Agenten schaffen das ökonomische Feld.

Die Machtstruktur (Struktur des Feldes) wird durch die Kapitalstruktur beeinflusst.

Kapitalsorten:

- finanzielles Kapital
- kulturelles Kapital
- technologisches Kapital
- juristisches Kapital
- Organisationskapital
- kommerzielles Kapital
- symbolisches Kapital