

## Solo-Selbstständige im Spannungsfeld von Kooperation und Konkurrenz

Hanemann, Laura

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hanemann, L. (2016). Solo-Selbstständige im Spannungsfeld von Kooperation und Konkurrenz. *AIS-Studien*, 9(2), 22-38. <https://doi.org/10.21241/ssoar.64830>

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Laura Hanemann<sup>1</sup>

## **Solo-Selbstständige im Spannungsfeld von Kooperation und Konkurrenz<sup>2</sup>**

**Abstract:** An selbstständiger Tätigkeit lassen sich aktuelle Entwicklungen des strukturellen Wandels der Erwerbsarbeit in zugespitzter Form beobachten. Besonders anhand der Gruppe der Solo-Selbstständigen zeigen sich eine starke Selbstökonomisierung und die Schwierigkeit, den Marktbezug der eigenen Tätigkeit zu begrenzen. Vor diesem Hintergrund untersucht der Beitrag aus einer akteurszentrierten Perspektive eben diesen Marktbezug: Am Beispiel der Kulturberufe wird der Frage nachgegangen, wie Kollegialität unter Solo-Selbstständigen erlebt wird und welche Funktion und Bedeutung sie einnimmt. Es zeigt sich, dass Kollegialität und Konkurrenz in einer permanenten und ambivalenten Spannung stehen. Das ‚soziale Kapital‘ in Form von emotionalen und informativen Unterstützungsressourcen innerhalb sozialer Beziehungen bildet damit eine zentrale Ressource selbstständiger Tätigkeit, die jedoch durch Unterbietungs- und Konkurrenzmechanismen ständig bedroht und unterlaufen wird.

### **1 Einleitung**

Das Phänomen der Solo-Selbstständigkeit ist in den letzten Jahren verstärkt in den Fokus der Sozialwissenschaften geraten. Solo-Selbstständigkeit, lange Zeit als atypische und defizitäre Erwerbsform betrachtet, stellt mittlerweile ein in quantitativer und qualitativer Hinsicht relevantes Phänomen dar: Mehr als die Hälfte aller Selbstständigen arbeitet ohne Beschäftigte und auf eigene Rechnung. Selbstständige Tätigkeit, insbesondere Solo-Selbstständigkeit, weist selbst bedeutsame strukturelle Veränderungen auf und gewinnt als Seismograph und Folge der Erosion des sogenannten Normalarbeitsverhältnisses, einer veränderten Wohlfahrtsstaatlichkeit, einer fortschreitenden Individualisierung der Lebensführung sowie einer Ausweitung von Ökonomisierungsprozessen und Marktstrukturen an Relevanz.

Der folgende Beitrag widmet sich aus einer akteurszentrierten Perspektive dem Markthandeln von Solo-Selbstständigen und den Auswirkungen, die diese direkt marktvermittelte Tätigkeit für die Ausgestaltung von Kooperation und Konkurrenz hat. Um sich dem Markthandeln in seiner empirischen Heterogenität zu nähern, wird folgenden Fragen nachgegangen: Welche marktbezogenen Handlungen und Orientierungen lassen sich bei Solo-Selbstständigen entdecken? Auf welche Ressourcen können sie zurückgreifen und wie wird Kooperation unter den Bedingungen des direkten Wettbewerbs gestaltet?

Die gestellten Fragen werden auf Grundlage einer qualitativ angelegten Untersuchung von sechs Solo-Selbstständigen diskutiert. Das Sample umfasst solo-selbstständige Kulturberufe; die hier vorgestellte Empirie und ihre Ergebnisse sind Teil

---

<sup>1</sup> Dr. Laura Hanemann, Institut für Soziologie, Ludwig-Maximilians-Universität München. E-Mail: laura.hanemann@soziologie.uni-muenchen.de.

<sup>2</sup> Das vorliegende Manuskript geht auf den Vortrag „Solo-Selbstständigkeit und ‚der Markt‘: Zwischen Marktanpassung, Marktambivalenz und Solidarität“ zurück, den die Autorin im Rahmen der Frühjahrstagung der AIS und des Arbeitskreises „Die Arbeit der Selbstständigen“ am 28.04.2016 in München gehalten hat.

meiner Dissertationsschrift.<sup>3</sup> Um die Handlungspraxen und Orientierungsmuster der untersuchten Solo-Selbstständigen in ihren strukturellen Gegebenheiten verorten zu können, werden zunächst zentrale Spezifika solo-selbstständiger Kulturberufe vorgestellt (Abschnitt 2). Hierbei wird zum einen die Auswahl der Untersuchungsgruppe inhaltlich begründet, zum anderen werden der Begriff des Marktbezugs selbstständiger Tätigkeit erläutert und die hier eingeschlagene Analyseperspektive auf das Markthandeln der Akteure innerhalb sozialer Felder umrissen. Nach dieser theoretischen Rahmung folgen die empirischen Ergebnisse: Zuerst wird die Heterogenität des Markthandelns der untersuchten Solo-Selbstständigen anhand von drei Handlungstypen skizziert (Abschnitt 3). Danach schließt sich eine genauere Betrachtung des Wechselspiels von Kooperation und Konkurrenz an einem Fallbeispiel (Abschnitt 4) an. Es wird diskutiert, wie Kollegialität unter Solo-Selbstständigen erlebt wird und welche Bedeutung sie im Kontext des starken Marktbezugs solo-selbstständiger Tätigkeit einnimmt.

## 2 Der Marktbezug von Solo-Selbstständigen in Kulturberufen

Das grundlegende Merkmal selbstständiger Tätigkeit besteht darin, dass die Entlohnung der Tätigkeit und die Preisfindung über den Markt reguliert werden, Märkte jedoch dadurch gekennzeichnet sind, dass Akteure miteinander um ein (knappes) Gut konkurrieren. Das Spezifikum beruflicher Selbstständigkeit ist der marktkonforme Einsatz der eigenen Arbeitskraft. Im Gegensatz zu abhängig Beschäftigten wird auf eigene Rechnung gewirtschaftet und auch die Marktrisiken müssen individuell bewältigt werden:

„Selbstständiger Erwerb unterscheidet sich von abhängiger Beschäftigung wesentlich in der Frage, ob das unternehmerische Kalkül den Erwerbstätigen selbst obliegt oder ob es von einer Organisation – dem Unternehmen bzw. dessen Management – als korporativem Akteur übernommen wird. Im ersten Fall schlägt das Marktrisiko unmittelbar und kurzfristig auf die Erwerbsbedingungen (z. B. Arbeitszeit und Einkommen) durch, im zweiten Fall längerfristig, vermittelt über die Auftragslage des Unternehmens“ (Pongratz/Simon 2010: 31).

Für Solo-Selbstständige ist die eigene Arbeitskraft der „ermöglichende und zugleich limitierende Faktor“ (Pongratz/Abbenhardt 2015: 212), d. h. in einem von Wettbewerb geprägten Marktbezug kann nur die eigene Leistung bereitgestellt, eingesetzt und genutzt werden. Eine Unterstützung durch MitarbeiterInnen ist im Rahmen von Solo-Selbstständigkeit nicht möglich. In der Situation, gleichzeitig VerkäuferInnen und VerwerterInnen ihrer eigenen Arbeitskraft zu sein, unterliegen Solo-Selbstständige einer zugespitzten „Selbstökonomisierung“ (vgl. Kleemann et al. 2003: 101 ff.) und das Marktrisiko hat unmittelbare Auswirkung auf die Erwerbsbedingungen.

---

<sup>3</sup> Hierbei habe ich in einer qualitativen Untersuchung sechs Solo-Selbstständige aus den Kulturberufen mit der Grounded-Theory-Methodologie unter einer Lebenslaufperspektive untersucht. Das zentrale Auswahlkriterium meines Samples war neben verschiedenen Tätigkeiten innerhalb der Kulturberufe das Alter der Selbstständigen. Zur näheren Beschreibung siehe Hanemann (2016). Solo-Selbstständigkeit wird im Rahmen meiner Studie als ein erwerbsbiographischer Prozess gefasst, der keine feste Statusform impliziert, sondern auf Veränderungen der Erwerbsgesellschaft reagiert, eine permanente Handlungsbereitschaft der Akteure verlangt und einen spezifischen Lebensrhythmus zwischen Aktivierung und Lähmung erzeugt. Im Folgenden wird der Fokus auf einen Aspekt der Untersuchung, das Agieren der Solo-Selbstständigen am Markt, gelegt.

Das Marktrisiko wird dadurch verstärkt, dass Selbstständige meist weder über wohlfahrtsstaatliche Absicherung noch über klare Berufsprofile und Privilegien verfügen. Dies gilt besonders für solo-selbstständige Kulturberufe, die den Untersuchungsfokus des vorliegenden Beitrags bilden. Mit der Bezeichnung einer „Sonderstellung“ wird darauf verwiesen, dass Solo-Selbstständige mit ihren (formal) selbstbestimmten Arbeitszeiten und der fehlenden Einbindung in die korporatistischen Strukturen nicht mit ArbeitnehmerInnen vergleichbar sind und sich durch die Abwesenheit von einem institutionalisierten Marktmonopol und standardisierten akademischen Ausbildungsgängen auch von den klassischen Professionen<sup>4</sup> unterscheiden (vgl. Gottschall/Betzelt 2001). Dies führt häufig zu einer strukturell schwachen Einkommens- und Marktposition bei einer gleichzeitig hohen Konkurrenz aufgrund fehlender Monopolstrukturen (Bührmann/Pongratz 2010: 11). Alexandra Manske bezeichnet dies als „radikal marktabhängige Lage“ der Solo-Selbstständigen: Es lassen sich keine eindeutigen Grenzen des Marktes ausmachen, so dass die Arbeits- und Lebensbedingungen durch Instabilität und Risiko gekennzeichnet sind (Manske 2007: 121, 126; vgl. auch Pongratz/Simon 2010: 29).

Die hier fokussierte Gruppe der Kulturberufe<sup>5</sup> wurde als Untersuchungsgegenstand ausgewählt, da sie als Pioniere des Arbeitsmarktes gelten und gleich mehrere Entwicklungen vereinen. Sie weisen große Wachstumsschübe der Beschäftigungszahlen und eine hohe Bruttowertschöpfung auf. Sie machen auch unter den Solo-Selbstständigen die größte Gruppe aus und werden meist solo-selbstständig ausgeübt. Die hohe Ökonomisierung der eigenen Arbeitskraft und Nutzung des ‚Humankapitals‘ treffen bei dieser Gruppe auf ein Berufsverständnis, welches „eine auf Selbstverwirklichung zielende hohe selbst-ausbeuterische Bereitschaft zur Verschmelzung von Arbeits- und Lebenssphäre“ aufweist (Matuschek 2010: 48). Als charakteristisch gelten darüber hinaus die vergleichsweise niedrigen Einkommen der Hochqualifizierten (Manske 2007) sowie trotz beobachtbarer geschlechtsspezifischer Differenzen eine „relativ geringe Geschlechtersegregation der Erwerbsmuster“ (Betzelt 2006: 22). Gleichermaßen macht gerade der Blick auf die Empirie deutlich, dass der breite Begriff der Kulturberufe theoretisch unscharf ist, wenn man den Marktbezug solo-selbstständiger Kulturschaffender differenziert analysieren will. Wie die nachfolgende Diskussion zeigen wird, umfasst das Feld der Kulturberufe sowohl DolmetscherInnen/ÜbersetzerInnen, die auf eine lange Tradition selbstständiger Tätigkeit sowie einen funktionierenden Berufsverband bauen können, als auch selbstständige Geistes- und SozialwissenschaftlerInnen, die weder über Privilegien noch über klare Berufsprofile verfügen. Das breite Spektrum von institutionalisierten bis zu kaum vorhandenen Be-

---

<sup>4</sup> Es ist zu erwähnen, dass sich ebenfalls bei den klassischen Professionen, wie beispielsweise bei ÄrztInnen, eine zunehmende Ökonomisierung und Vermarktlichung zeigen und sich klassische Berufszuschnitte und damit auch Professionsstandards verändern. Deutlich wird dies am Beispiel solo-selbstständiger HonorarärztInnen (vgl. Wilkesmann et al. 2015).

<sup>5</sup> Der breite Begriff der Kulturberufe wird nicht immer einheitlich verwendet oder verhandelt. Schließt man sich einem „arbeitsmarkttheoretisch orientierten Branchenansatz“ (Manske 2016: 180) an, dann umfasst der Begriff der Kulturberufe „Musiker, Sänger, Schauspieler, Bildende Künstler, Film-/TV-/Rundfunkkünstler, Designer, Architekten einschließlich sonstiger Kulturberufe“ (Söndermann 2004: 5). Zu den Kulturberufen zählen somit auch die Kreativwirtschaft und die Wissensberufe, zu denen JournalistInnen, LektorInnen, DolmetscherInnen/ÜbersetzerInnen sowie Geistes- und SozialwissenschaftlerInnen gehören (Gottschall/Betzelt 2001; Betzelt 2006).

rufsstrukturen erweist sich jedoch als höchst bedeutsam für den jeweiligen Marktbezug von Solo-Selbstständigen.

Diese ersten Anmerkungen verweisen bereits darauf, dass selbstständige Tätigkeit nicht per se das Versprechen von Selbstbestimmung und Unabhängigkeit einzulösen vermag, welches mit selbstständigem Arbeiten verbunden und auch gesellschaftspolitisch zu einem hegemonialen semantischen Bezugsrahmen geworden ist. Festgehalten werden kann, dass die Chancen und Risiken selbstständiger Tätigkeit in besonderem Maße von dem Marktbezug abhängen, innerhalb dem sich die Akteure bewegen. Hierbei bildet der Modus des Wettbewerbs zwischen den Selbstständigen das maßgebliche Beziehungs- und Begegnungsmuster (solo-)selbstständiger Tätigkeit (vgl. Pongratz/Abbenhardt 2015: 211). Die AutorInnen plädieren dafür, über das Konzept des Marktbezugs die Motiv- und Interessesstrukturen der Akteure zu analysieren:

„Marktbezug bezeichnet die Art und Weise, wie Marktakteure ihr Handeln auf die anderen Beteiligten am Marktgeschehen sowie auf die institutionellen Regelungen eines Marktes ausrichten – und erfasst damit die Relevanz des Marktkontextes für das unternehmerische Handeln“ (ebd.).

Mit dieser Betrachtungsweise wird unternehmerisches Handeln kontextualisiert, indem die einzelnen Motive und Interessen in ihrem Zusammenspiel mit den anderen Akteuren und den institutionellen Regelungen betrachtet werden. Mit dieser soziologischen Rahmung marktlichen Handelns geraten nicht nur unterschiedliche Interessen der Selbstständigen in den Blick, sondern es wird auch von der reduzierenden Vorstellung abgesehen, die häufig in ökonomischen Modellen auftaucht und sich in der Annahme eines rational agierenden Homo oeconomicus und damit verbundenem Effizienzstreben (vgl. Beckert 2012: 250) sowie einem einseitigen Blick auf die automatisierte Abfolge von Angebot und Nachfrage niederschlägt.

Das Konzept des Marktbezugs legt bereits mit den genannten Begrifflichkeiten den Verweis auf Pierre Bourdieus Konzept sozialer Felder nahe (Bourdieu 1987). Mit Bourdieus Ansatz, ‚den Markt‘ durch den Begriff des sozialen Feldes zu ersetzen und als ein Ort sozialer Praxis zu operationalisieren (Bourdieu 1997; 2001), lassen sich in einer soziologischen Betrachtungsweise die Implikationen, Handlungsstrategien und Aushandlungspraxen analysieren, die mit der Erwerbs- und Lebensform selbstständiger Tätigkeit verbunden sind. Hierbei können soziale Prägungen der Akteure im Wechselspiel von generativen Strukturen und biographischen Erfahrungen beobachtet werden. Sichtbar werden nicht nur institutionelle Regeln, informelle Gesetzmäßigkeiten sowie Zugangsbarrieren sozialer Felder, sondern mit Bourdieu lassen sich die Spannungs- sowie Konfliktlinien und damit die im sozialen Feld eingelassenen Machtbeziehungen betonen (vgl. auch Manske 2016). Denn die Akteurinnen und Akteure verfügen über unterschiedliche Machtressourcen, so dass soziale Positionen und Sozialbeziehungen hervorgebracht, definiert und verworfen werden können. Für die Strukturierung der sozialen Stellung der Einzelnen sind dabei die verschiedenen Kapitalsorten zentral (vgl. Bourdieu 1983). Mit diesem Ansatz lassen sich Märkte als soziale Strukturen begreifen, in denen die wirtschaftliche Verteilung das Resultat von Kämpfen darstellt. Wie zu zeigen sein wird, vollzieht sich diese

Aushandlung im Fall der Solo-Selbstständigen besonders durch Konkurrenz und Preiskampf (Manske 2007: 67 f.; Müller 2002). Die Möglichkeiten, die die Akteure aufgrund ihres ökonomischen, kulturellen und sozialen Kapitals haben (vgl. Bourdieu 1983), erweisen sich in Kombination mit den jeweiligen Berufsstrukturen im Folgenden als ausschlaggebend für die Handlungsspielräume und damit auch für das Etablieren von Kollegialität.

### 3 Zur Heterogenität marktlichen Handelns

Das hier vorgestellte Sample besteht aus zwei solo-selbstständigen Geisteswissenschaftlerinnen, einer Grafikdesignerin, einem Fotografen sowie zwei Dolmetschern/Übersetzern. All diese Berufsgruppen gehören zu den Kulturberufen; als Auswahlkriterium des Theoretical Sampling (vgl. Strauss 1998: 49; Strübing 2008) diente neben dem chronologischen Alter und der Berufsdauer auch ein Kontrast der Tätigkeiten. Die empirische Auswertung des Marktbezugs der Solo-Selbstständigen zeigt Ähnlichkeiten, aber auch Unterschiede. Um die durchaus heterogenen Umgangsweisen, Handlungsstrategien und „Orientierungsrahmen“ (vgl. Nohl 2012: 156 f.) abzubilden, die im Datenmaterial aufgetaucht sind<sup>6</sup>, werden diese im Folgenden in drei fallübergreifenden Handlungstypen verdichtet. Als Grundelement der Typenbildung wurden hierfür all die Handlungen und Orientierungen des Samples analysiert, die sich auf ‚den Markt‘ als ausgewähltes Handlungsfeld beziehen (vgl. zum Vorgehen Kelle/Kluge 2010: 86 f.).

#### 3.1 Handlungstypus I: Kollektiv und marktfern

Mit dem ersten Handlungstypus zeigt sich eine praktische und normative Ausrichtung an Solidarität und Kollektivität, die mit einem bewussten Verzicht auf hohe Löhne verbunden ist. Der Dolmetscher Hans Coswig<sup>7</sup> gestaltet seine Selbstständigkeit möglichst analog zu einem Normalarbeitsverhältnis; es ist ihm wichtig, dass alles ‚normal‘ und „fast wie angestellt“ (I6, S. 42, Z. 1534) ist. Er bezieht seine Aufträge über Agenturen und bekannte Kolleginnen, er schätzt vertraute Arbeitsstrukturen und bekannte Arbeitgeber, eine regelmäßige Auftragslage hat höchste Priorität. Somit begegnet der Übersetzer dem Risiko des Marktes, indem er sich an vertrauten Strukturen orientiert und den Faktor der Unsicherheit (von Auftragslage und Auftragsgewinnung) soweit wie möglich reduziert. Für diese Regelmäßigkeit nimmt er eine geringere Bezahlung in Kauf. Er ist sich der starken Konkurrenz bewusst und schätzt seine eigene Handlungs- und Verhandlungsmacht gegenüber ‚dem Markt‘ als gering ein. In dieser betont schwachen Handlungsposition sieht er sich von Agenturen, die Aufträge an DolmetscherInnen/ÜbersetzerInnen vermitteln, dem Kunden gegenüber nicht nur besser vertreten, sondern auch gestärkt; sie agieren regerecht als ‚Bollwerk‘ gegen

<sup>6</sup> Im Rahmen der Dissertation werden die sechs Fälle in ausführlichen Fallbeschreibungen dargestellt und im Anschluss drei Dimensionen der Solo-Selbstständigkeit entfaltet. Es geht dabei um die Bedeutung der alleinigen Arbeitsrealität, den Prozess der Ver-Selbstständigung und die berufsstrukturelle Marktabhängigkeit. Die letztgenannte Dimension bildet die Grundlage dieses Artikels; es wurde nach dem Umgang mit den marktlichen Risiken der eigenen Tätigkeit und der Bewältigung der unternehmerischen Anforderungen gefragt. Der hier verhandelte Marktbezug stellt somit eine der entwickelten Subkategorien von Solo-Selbstständigkeit dar, die Hauptkategorie fokussiert den Lebensmodus eines Lebens im Konjunktiv (vgl. Hanemann 2016).

<sup>7</sup> Alle Namen, teilweise konkrete Berufsbezeichnungen sowie Orts- und Zeitangaben wurden anonymisiert.

den Markt. Er erlebt seine KollegInnen in diesem Setting nicht ausschließlich als KonkurrentInnen, sondern betont die Bedeutung von Arbeitsteilung und Kooperation.

Die Geisteswissenschaftlerin Sarah Steffan kann, anders als der Dolmetscher, nicht auf die Vermittlungsleistung durch Agenturen bauen. In ihrem Fall gelingt es nicht, das eigene Wissen finanziell erfolgreich und damit ‚marktförmig‘ einzusetzen. So stellt das Interview mit ihr das einzige Gespräch dar, in dem die Interviewte das Wort Markt zu keinem Zeitpunkt benutzt. Was sie mit Hans Coswig verbindet, ist ihr starker Glaube an Solidarität und kollektive Stärke. Sie ist in mehreren Politgruppen und Initiativen aktiv und gewinnt über ihr politisches Engagement nicht nur Forschungsaufträge, sondern auch eigene Handlungsmacht. Sarah Steffan stammt, ebenso wie der Übersetzer, aus Ostdeutschland und war zum Zeitpunkt ihres Berufseintritts mit der Wiedervereinigung konfrontiert. Ihr Studienabschluss wird nicht anerkannt und sie kann ihre Promotion nicht beenden. Sie macht sich, ebenso wie Hans Coswig, aufgrund drohender Arbeitslosigkeit selbstständig und wechselt mehrfach zwischen lohnabhängiger Beschäftigung und Selbstständigkeit. Was die beiden Fälle eint, ist neben dem Glaube an die Schutzfunktion kollektiver Strukturen und der normativen Ausrichtung an Solidarität ihr gemeinsamer Weg in die Selbstständigkeit sowie das Fehlen eines unternehmerischen Habitus – gemeint sind hier unternehmerische Handlungsstrategien und der eigene Identitätsentwurf als Selbstständige/r.

### **3.2 Handlungstypus II: Individuell und marktaffin**

Der zweite Handlungstypus umfasst die beiden Fälle des Kreativmilieus, also die Grafikdesignerin sowie den Fotografen, und lässt sich mit einem individuellen und marktaffinen Handeln beschreiben. Gerade bei der Grafikdesignerin zeigt sich ein Marktbezug; sie richtet ihr Berufs- und Alltagshandeln völlig marktaffin und in Abhängigkeit von der Taktung des Marktes aus. Die Anforderungen von grenzenloser Mobilität, Flexibilität und Unsicherheit werden von beiden lange Zeit als branchenspezifisch und damit selbstverständlich hingenommen. Der Fotograf möchte von seinen beruflichen Tätigkeiten und Mühen direkt und voll profitieren können: Ihm ist es wichtig, für sein Geld eine unmittelbare und genuin eigene Leistung zu erbringen; er grenzt sich dezidiert von einer Angestellten-Logik ab. Das berufliche Netzwerk stellt für beide Solo-Selbstständige eine Plattform für Kontakte und Aufträge dar. Es finden sich in den Erzählungen dabei weder freundschaftlich-kollegiale Beziehungen noch Unterstützung oder Stärkung: Statt Solidarität herrschen in den Erzählungen und Wahrnehmungen klare Konkurrenz sowie Pragmatismus. Als Orientierungsrahmen zeigt sich eine bewusste Entscheidung für die Selbstständigkeit gleich nach dem Studium und dieser nahtlose Eintritt ohne Unterbrechungen deckt sich mit den Selbstständigkeitstraditionen der Berufe. Neben dem Weg in die Selbstständigkeit weisen die Grafikdesignerin und der Fotograf zwei weitere Gemeinsamkeiten auf: Ihre Haltung gegenüber dem Markt verändert sich im Laufe ihrer Selbstständigkeit und beide berichten von einer Verschärfung des Marktdrucks. In der Kontrastierung der beiden Fälle zeigt sich ein zentraler Unterschied in den vorhandenen Kapitalsorten: Die Folge ist eine Marktaffinität mit unterschiedlichen Konsequenzen. So befindet sich die Grafikdesignerin Inga Vonholz zum Zeitpunkt des Interviews in einer beruflichen, psychischen und finanziellen Krisensituation. Der Fotograf Holger Werde-

rund hingegen wird im Rahmen seiner Selbstständigkeit von seinen Eltern finanziell unterstützt und erlebt über seinen familiären Hintergrund Markt- und Selbstständigen-Kenntnisse, so dass er seine Tätigkeit trotz Krisen mit einer relativen Marktunabhängigkeit fortführen kann.

### **3.3 Handlungstypus III: Marktadäquat und marktambivalent**

Der dritte Handlungstypus lässt sich als marktadäquates und gleichzeitig marktambivalentes Agieren beschreiben. Erkennbar wird eine Professionalisierung des Handelns, die als eine erhöhte „Marktadäquanz“, also als „Befähigung zu unternehmerischem Handeln“ definiert werden kann (Pongratz/Simon 2010: 49). Beide Akteure dieses Typus haben sich nach lang-jähriger Berufserfahrung bewusst aus einer Festanstellung heraus selbstständig gemacht und weisen ein kritisches und durchaus politisches Verständnis der Markt- und Verhandlungsmechanismen auf. Deutlich wird, dass eine zunehmende Professionalisierung und das Verständnis für die eigene marktvermittelte Tätigkeit das Marktrisiko reduzieren können, jedoch gleichermaßen mit einer problematischen Bewusstwerdung der Kooperations- und Marktambivalenzen einhergehen. Der Dolmetscher Berthold Froster und die Geisteswissenschaftlerin Kirsten Weichkant stehen für diesen zweiten Handlungstypus, der im Folgenden anhand des Fallbeispiels des Dolmetschers vertiefend dargestellt und in Bezug auf das Spannungsfeld von Kooperation und Konkurrenz diskutiert wird.

### **4 Fallbeispiel: „Insofern ähm sind wir doch ja, vielleicht eher Konkurrenten als Kollegen“**

Der Dolmetscher und Übersetzer Berthold Froster ist zum Zeitpunkt des Interviews 53 Jahre alt und seit knapp zwanzig Jahren selbstständig tätig. Er hat seine Berufskarriere im öffentlichen Dienst begonnen und in der freien Wirtschaft weitergeführt, seine Festanstellung jedoch aufgrund fehlender Anerkennung und negativen, enttäuschenden Erfahrungen für die Selbstständigkeit aufgegeben. Er kann bei seinem Markthandeln, ebenso wie der bereits vorgestellte Hans Coswig, auf einen gut funktionierenden Berufsverband und ein etabliertes Agenturwesen zurückgreifen. Berthold Froster verzichtet – im Gegensatz zu Hans Coswig und zu vielen seiner KollegInnen – dezidiert auf die Kooperation mit Agenturen. Diese können eine relativ regelmäßige Auftragslage ermöglichen, zahlen jedoch auch ein geringeres Honorar, als es Berthold Froster mit dem Kunden direkt verhandeln kann.

„Aber meine Haut hängt drin. Es is mein Stress! Und letzten Endes mein Verdienst oder mein Ruf, der dann, für die Zukunft dann [I: Hm] relevant is. Deswegen so frei wie möglich! Und dementsprechend auch weniger Aufträge, sach ich mal, wie manche Kolleginnen, Kollegen, die eben, ich sach mal, günstiger sich tarifieren“ (I5, S. 15, Z. 510-513).

Seine Strategie, höhere Preise direkt und ohne eine zwischengeschaltete Agentur mit dem Kunden zu verhandeln, birgt durchaus die Gefahr, Kunden durch zu hohe Forderungen zu verprellen:

„Je nachdem, wie man den Bogen spannt, ich hab halt den Job nur einmal gemacht“ (I5, S. 10, Z. 945-948).

Das Bewusstsein und der Mut, ein bestimmtes Honorar zu verlangen und sich damit *freier*, sprich ohne Agentur auf dem Markt zu bewegen, sind als eine wichtige Form der *Professionalisierung* Berthold Frosters zu werten.<sup>8</sup> Erkennbar wird ein Lernprozess, der im Verlauf seiner Selbstständigkeit einsetzt. So erklärt der Dolmetscher:

„Ich weiß ungefähr wo der Markt ist. [I: Hm] Ich freu mich auch, wenn ich Kollegen kritischer machen kann. Ich mein, was jeder in seiner Zeit macht, kann jeder selber entscheiden. Aber man kann sich überlegen, wenn jeder das kann, könntest du das vielleicht auch. Ich mein, so hab ich's ja auch gemacht damals. [I: Hm] Ich hab ja auch dummerweise versucht, über den Preis in den Markt zu gehen.“ (ebd. S. 34, Z. 1218-1222)

Das eigene Verhalten wird retrospektiv als *dumm* und damit als falsche Handlungsstrategie gewertet. Über den Austausch und Vergleich mit Kollegen scheint Berthold Froster den Mut und das Selbstvertrauen entwickelt zu haben, höhere Preise zu verlangen. Mit der Erfahrung von fast zwanzigjähriger Selbstständigen-Praxis weiß er nun *ungefähr, wo der Markt ist*: Der Dolmetscher kann Preise einordnen und kennt nun die Mechanismen.

[Beim Berufsverband der Übersetzer und Dolmetscher (BDÜ), L. H.] „ergeben sich auch gute Austauschmöglichkeiten. Sowohl in fachlicher Hinsicht als auch in kaufmännischer Hinsicht, und das kriegt man halt dann irgendwie dummerweise im Studium nicht beigebracht. (...) Ich kann vielleicht gut übersetzen, ähm aber ich muss mich auch verkaufen, als Übersetzer am Markt. [I: Hm] Oder als Dolmetscher. Und da kommt es auch auf meine Leidenschaft an, ob ich mich an ne Agentur für 85 Cent die Zeile verkaufe [I: Ja] oder ob ich sach, ich guck jetzt nach dem Kunden, der mir zwei Euro die Zeile zahlt“ (I5, S. 9 f., Z. 312-321).

In diesen Zitaten werden mehrere Inhalte angesprochen. Angedeutet wird, dass das Studium eine fachliche Ausbildung der Sprachen garantiert, jedoch nicht auf eine selbstständige Berufskarriere vorbereitet, welche auch *kaufmännische* Expertise verlangt. Gerade die Anfangsphase der Selbstständigkeit, der Eintritt in den und das Etablieren am Markt, stellt für die meisten Akteure eine große Schwierigkeit dar. Häufig müssen hierbei neue Marktstrategien entwickelt werden, ohne dass Fach- oder Expertenwissen besteht. Und dieser Lernprozess vollzieht sich, während sich die Selbstständigen bereits am Markt bewegen.

Des Weiteren kommt es *als Übersetzer am Markt* nicht nur auf fachliche Kompetenzen an, sondern entscheidend ist, dass man *sich verkaufen* kann, so Berthold Froster. In seinen Schilderungen beziehen sich die Außenwirkung und das Eigen-Marketing vor allem darauf, ‚gute‘ und faire Honorare zu verhandeln. Da in den meistens Fällen keine Vereinbarungen über Mindesthonorare existieren, stellt Honorartransparenz eine wichtige Forderung für ihn dar. Die Strategie, dass DolmetscherInnen/ÜbersetzerInnen ihre Arbeitskraft günstig an eine Agentur verkaufen und somit auf die Sicherheit regelmäßiger Aufträge setzen, verknüpft er mit individueller *Leidenschaftlichkeit*: Hierbei wird Leiden bewusst in Kauf genommen und individuell ausge tragen. Durch den Begriff des *Leidens* wird die Zusammenarbeit mit Agenturen in ein semantisches Feld von Krankheit und Elend, aber auch von (selbstverschuldeter) Störung gesetzt. Berthold Froster wählt nicht den Ausdruck der angebotenen Ar-

<sup>8</sup> Die bereits zitierte, wörtliche Rede der Interviewten wird bei weiterem Gebrauch durch die kursive Schreibweise kenntlich gemacht.

beitskraft, sondern spricht davon, man würde *sich selbst (mich)* an eine Agentur verkaufen.

Der Dolmetscher entscheidet sich für den Weg der eigenständigen Auftrags suche, organisiert sich jedoch über den eigenen Berufsverband kollegialen Austausch. Der BDÜ stellt für ihn eine zentrale Infrastruktur dar. Hier wird Erfahrungswissen ausgetauscht und es werden Aufträge weitergegeben, hier können sich die Selbstständigen austauschen, Unterstützung erfahren und Solidarität erleben. Dies ist ihm so wichtig, dass er selbst regionale Stammtische innerhalb des BDÜ organisiert, um sein Erfahrungswissen gerade an Jüngere weiterzugeben. Warum kollegialer Austausch sehr bedeutsam und gleichermaßen ambivalent für ihn ist, erklärt er folgendermaßen:

„Aber letzten Endes muss ich sagen ähm, das, was ich ähm vom Markt und so mitgekriegt hab, hab ich eben über die Kollegen gelernt [! Hm] und erfahren. Hab mich daran geschult. Wobei die eben auch nicht immer die Wahrheit sagen. Das bekannte Beispiel is, äh, wir haben drei Tage da und da zu dolmetschen. Einen Tag Anreise, Abreise, wären fünf Tage, fünfmal Tagessatz, ja. Na unter uns Betschwestern, drei reichen dann auch.“ (I5, S. 29, Z. 1053-1058)

„Also nee, insofern ähm sind wir doch ja, vielleicht eher Konkurrenten als Kollegen dann. Aber andererseits is der Markt riesig groß und es kommt drauf an, was man draus macht.“ (I5, S. 10, Z. 348-350)

Berthold Froster hebt die große Bedeutung kollegialer und solidarischer KollegInnen-Netzwerke und die Notwendigkeit kollegialen Austauschs hervor. Im selben Atemzug verweist er jedoch darauf, dass KollegInnen *doch eher* KonkurrentInnen sind, da sie Preise unterbieten, schlecht bezahlte Aufträge annehmen und somit die Preispolitik der Branche negativ beeinflussen. Seine Relativierung, dass *der Markt riesig groß* sei, zeigt, dass die Einschätzung und erlebte Bedrohungslage der Solo-Selbstständigen auch davon abhängt, in welcher Auftragslage sie sich selbst befinden und ob sie den Eindruck haben, dass es genug Aufträge für alle gibt. Konkurrenz kann sich seiner Meinung nach vor allem zwischen den DolmetscherInnen und ÜbersetzerInnen entwickeln, die nicht im BDÜ organisiert sind und somit zum Spielball des Marktes werden:

„Das heißt die [KollegInnen ohne Kontakt zum BDÜ, L. H.] wirtschaften irgendwie nebeneinander her. Ham kein Kontakt zu anderen Kollegen und das ist auch schön so, diese Singularisierung, weil, da kann der Kunde oder der Markt kann mit dem machen, was er will. Der, wie er gestrickt ist, lässt der Übersetzer, äh das Dolmetscherlein, sich das gefallen, was da gerade mit ihm gemacht wird.“ (I5, S. 28, Z. 994-998)

*Der Kunde* und somit der personifizierte *Markt* nehmen in den Schilderungen von Berthold Froster eine zentrale Rolle ein. Der Dolmetscher beschreibt dies im Interview mit einer sehr körperlichen Sprache. So spricht er beispielsweise davon, dass *seine Haut* an oder in einem Auftrag *hängt* und sich die Agenturen „Ranken herunter schneiden von mir!“ (I5, S. 14, Z. 500-501), sich also an ihm bereichern. Der Markt wird somit personifiziert und als brutaler Akteur dargestellt. In diesem Beziehungsgefüge *verkauft* man als Solo-Selbstständiger nicht nur seine Arbeitskraft, sondern *sich selbst und seinen Körper* an den Markt bzw. an Agenturen. Mit einem ironischen *das ist auch schön so* beschreibt er *Singularisierung* als einen Prozess, der das *Dolmet-*

*scherlein* klein macht und einen verlorenen Posten impliziert: So kann *der Markt* aufgrund von fehlenden kollektiven Professionalisierungstendenzen unberechenbar und nach eigenem Belieben mit den Solo-Selbstständigen *machen, was er will*:

„Weil, wenn der Markt kommt [I: Ja], der will bedient werden. Und wenn ich das nicht mache und, dann macht's der Nächste! [I: Hm] Ähm, ja, das ist halt extremer Markt, hm [I: Ja]. Und dann schiebt man alles andere“ (ebd., S. 47, Z. 1695-1697).

Der extreme Markt stellt sich als körperlich einverleibende Macht dar, die *auch bedient werden will*. Angesprochen werden hier das Gefühl der Ersetzbarkeit und der daraus resultierende Zwang, jeden Auftrag annehmen zu müssen, um im Wettbewerb mit der Konkurrenz bestehen zu können. So berichtete eine andere Interviewpartnerin, die Geisteswissenschaftlerin Kirsten Weichkant:

„Also es ist nicht so, dass ich so viel arbeite, weil ich so viel Geld verdienen will, sondern ich arbeite eher so viel, also da ist eher Angst der Motivator und nicht [I: Ja] Gier. Sondern, sondern wirklich diese, dieses äh Furcht oder Sorge, wenn ich den Auftrag ablehne, bleibt der Kunde mir erhalten?! [I: Ja]. Ich hab's eben bei meinen beiden Kolleginnen erlebt. Die ihre Kunden verloren haben. Und wenn man einmal draußen ist, kommt man schlecht wieder rein. [I: Hm] Und dafür bin ich dann nicht so speziell genug, dass ich's mir leisten kann. Also ich [I: Ja] bin dann auch, ich versuche auch immer meine Aufträge in die Zeit abzuwickeln. Das alles so richtig auch auf die Spur zu haben. [I: Ja] Und keinen Kunden zu verärgern.“ (I2, S. 39, Z. 1567-1576)

Aufgrund großer Konkurrenz sind der und die Einzelne ersetzbar und somit angehalten, stets flexibel auf die Marktforderungen zu reagieren und andere Dinge dafür aufzuschieben. Erkennbar wird im Fall von Berthold Froster und Kirsten Weichkant ein ambivalentes und auch negativ konnotiertes Verhältnis in Bezug auf Markt und KollegInnen sowie ein durchaus politisches Verständnis für Markt- und Verhandlungsmechanismen. Sie sprechen von ambivalenter Kollegialität, die sich sowohl durch Hilfestellung und Solidarität als auch durch „Schmutz- und Preiskonkurrenz“<sup>9</sup> auszeichnet (ebd., S. 39, Z. 1556). Als Folgen werden steigende *Unsicherheit* und *Konkurrenz* genannt sowie die *Furcht und Sorge* vor Kundenverlust, welche letztendlich dazu führen, dass jeder Auftrag angenommen werden muss. Die eben zitierte Geisteswissenschaftlerin spricht lakonisch von Solo-Selbstständigen als „Prostituierte“ und ergänzt: „Aber wir sind immerhin schon weg vom Straßenstrich!“ (I2, S. 24, Z. 968). Diese harte Sprachwahl bringt zum Ausdruck, dass nicht nur die eigene Arbeitskraft an ‚den Markt‘ verkauft wird, sondern man sich – auch – selbst verkauft.

## 5 Fazit: Zur Ambivalenz von Kollegialität und Sozialkapital

Am Fallbeispiel von Berthold Froster treten die Ambivalenz von Kollegialität und Konkurrenz sowie die Schwierigkeit, unter Solo-Selbstständigen Kollegialität zu organisieren, deutlich hervor. Auf der einen Seite wird sichtbar, dass KollegInnen unter den Bedingungen von Wettbewerb und Preiskampf doch *eher Konkurrenten* werden. Das „soziale Kapital in Form von materiellen, emotionalen und informativen Unterstützungsressourcen, die in sozialen Beziehungen und Netzwerken generiert, ange-

<sup>9</sup> Die Geisteswissenschaftlerin führt die beklagte Preiskonkurrenz ihres Berufsfeldes auf unlautere Mittel im Wettbewerb zurück. Mit dem Begriff der *Schmutzkonkurrenz* bezeichnet sie Universitäten, die aufgrund von billigen Hilfskräften niedrige Preise anbieten können, sowie andere GeisteswissenschaftlerInnen, die durch andere Finanzierungen wie Promotionsstipendien die „Preise drücken“ (ebd.).

boten und abgerufen werden“ können (Böhnke/Gefken 2015: 389), bildet eine zentrale Ressource selbstständiger Tätigkeit, die jedoch durch Unterbietungs- und Konkurrenzmechanismen des sozialen Feldes ständig bedroht und unterlaufen wird. Der Marktbezug der eigenen Tätigkeit, verstanden als die Art und Weise, „wie Marktakteure ihr Handeln auf die anderen Beteiligten am Marktgeschehen sowie auf die institutionellen Regelungen eines Marktes ausrichten“ (Pongratz/Abbenhardt 2015: 211), hängt für Solo-Selbstständige somit stark vom Verhalten der Konkurrenz ab. Dies bedeutet, dass die einzelnen Motive, Orientierungsrahmen und Handlungen – wie sie hier im Umgang mit Kollegialität untersucht wurden – stets in ihrem Zusammenspiel mit den anderen Akteuren und den institutionellen Regelungen zu betrachten sind. Für fast alle Solo-Selbstständigen gilt, dass sie mit Regulationsmodi individueller Aushandlungen in flexiblen Netzwerkstrukturen konfrontiert sind. Innerhalb des Netzwerkes ist die jeweilige Marktposition nicht stabil, sondern muss stets neu ausgehandelt und hergestellt werden. Dabei obliegt der ‚Erfolg‘ häufig subjektiv nicht beeinflussbaren Nachfragestrukturen und dem Verhalten der Konkurrenz. Kollegen und Kolleginnen sind somit gleichermaßen KonkurrentInnen, die sich nicht zur ‚Rechen-schaft‘ ziehen lassen, ebenso wenig wie Kunden, wenn ihr Markthandeln die Existenzgrundlage anderer Selbstständiger bedroht (vgl. Pongratz/Simon 2010: 58).

Auf der anderen Seite trägt die erlebte Kollegialität im Fall von Berthold Froster maßgeblich zur Professionalisierung seines Marktbezugs bei. Der Dolmetscher nutzt den Austausch mit KollegInnen, um seine Erlebnisse mitzuteilen sowie zu verarbeiten und um sich über Preisvorstellungen, Auftragslagen, Abgrenzungsstrategien und vieles mehr auszutauschen. Berthold Froster reproduziert mit seinem Engagement im BDÜ nicht nur die bestehende Feldlogik, sondern er versucht auch, die Rahmenbedingungen seines Marktbezugs nach seinen eigenen Vorstellungen zu gestalten. Gerade der Mut, hohe Honorare auszuhandeln, erweist sich als wichtiger Schritt der Professionalisierung und als ein Lernprozess, der durch den kollektiven Austausch ermöglicht wurde.

Dieser Lernprozess verweist auf einen weiteren Aspekt. Berthold Froster kommt mehrfach auf die Bedeutung seines (sozialen und chronologischen) Alters für seinen Marktbezug zu sprechen. Sein Erfahrungswissen und seine Selbstsicherheit hat er im Laufe der Zeit gewonnen und sie nehmen mit fortschreitendem Alter zu. Der Dolmetscher hebt die Bedeutung des Alters für ein professionelles Markthandeln hervor, indem er von seinem eigenen Verhalten als junger Selbstständiger erzählt: *Ich hab ja auch dummerweise versucht, über den Preis in den Markt zu gehen*. Er stellt die Kategorie des Alters somit im Zusammenhang mit Erfahrung und hinzugewonnenen Wissen her. Davon ausgehend macht er es sich zur Aufgabe, sein erworbenes Wissen gerade an jünger KollegInnen weiterzugeben, um sie in ihrem Selbstvertrauen und ihrer Handlungsmacht zu stärken und zu ermächtigen.

Die Kategorie des Alters hat im Habituskonzept Bourdieus und der daran anknüpfenden Forschung (siehe dazu Amrhein 2008), ebenso aber auch in den Untersuchungen zu Selbstständigen bisher keine große Beachtung gefunden. Anhand des Marktbezugs Solo-Selbstständiger wird jedoch erkennbar, dass sich die Zusammensetzung der Kapitalsorten im Lebensverlauf verändert und „altersspezifische Sozial-

räume“<sup>10</sup> (Amrhein 2008: 59) existieren. Die Rahmenbedingungen, unter denen die verschiedenen Kapitalsorten eingesetzt werden können, hängen somit nicht nur von der jeweiligen Feldlogik und dem Verhalten der anderen Akteure ab, sondern weisen auch eine altersspezifische Strukturierung auf. Um soziales Kapital aufzubauen und aufrechtzuerhalten, bedarf es einer lebenslangen Pflege und Investition in Netzwerke. Was sich bei Berthold Froster als Erfahrungswissen zeigt, ist bedeutsames Sozialkapital im Sinne von unterstützenden Sozialbeziehungen, welches im Laufe der Zeit angesammelt werden und sich mit ökonomischem und kulturellem Kapital wechselseitig steigern konnte.

Welche allgemeingültigen Schlüsse lassen sich nun sowohl aus den drei Handlungstypen als auch aus dem Fallbeispiel ziehen? Die Empirie hat gezeigt, dass alle sechs Solo-Selbstständigen mit einem starken Marktbezug konfrontiert sind, diese Problematik aber durchaus unterschiedlich verhandeln. Mit der Gegenüberstellung der verschiedenen Handlungstypen und der detaillierten Schilderung eines Falles (der zu einem Handlungstypus gehört) sollte somit nicht nur die Heterogenität marktlicher Handlungsstrategien herausgestellt werden. Die verschiedenen Handlungstypen erlauben durch ihre Kontrastierung auch, die rekonstruierten Orientierungsrahmen vom Einzelfall abzulösen und zu abstrahieren. Dabei erweisen sich die Motive für den Eintritt in die Selbstständigkeit sowie die zeitliche Abfolge der Phasen von Selbstständigkeit und abhängiger Beschäftigung (ständiger Wechsel, einmaliger Wechsel, kein Wechsel) als zentrale Erfahrungshintergründe der Handlungstypologie.

So lässt sich beim ersten Handlungstypus ‚kollektiv und marktfern‘ der geringste Bezug auf Marktmechanismen erkennen; hier haben sich die Interviewten aufgrund von drohender Arbeitslosigkeit selbstständig gemacht. Berthold Froster, der dem dritten Handlungstypus zugeordnet wird, handelt marktadäquat und weist ein hohes Bewusstsein für Kooperations- und Marktambivalenzen auf. Er hat sich, ebenso wie die zu diesem Handlungstypus gehörende Kirsten Weichkant, aus einer Festanstellung heraus selbstständig gemacht. Zum anderen kommen in ihren Fällen zu der erworbenen ‚Marktadäquanz‘ auch feste Partnerschaften und vollerwerbstätige PartnerInnen mit Festanstellung hinzu. Die Komponenten Partnerschaft und Haushaltskontext müssen, ebenso wie die Existenz eines Berufsverbandes, als bedeutsame Kontextbedingungen (vgl. Welter 2011) in die Analyse einbezogen werden. Sie sind zentral für die Bewältigung marktlicher Risiken.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Im Anschluss an Jutta Ecarius (1996) erweitert Ludwig Amrhein Bourdieus Lebensstiltheorie um eine Lebenslaufperspektive, die auf eine altersspezifische Sozialstruktur verweist (vgl. Amrhein 2008: 58 f.). Mit Ecarius fasst er den „Sozialraum (als Ort des Zusammentreffens von Kapital und Habitus) nicht nur als ‚Raum der sozialen Positionen‘ von Erwachsenen (...), sondern als Abfolge verschiedener altersspezifischer Sozialräume“ (ebd.: 59). Der Lebensstil ergibt sich somit aus den altersspezifischen Sozialräumen und ist gleichzeitig Produkt eben dieser (vgl. Ecarius 1996, zit. nach ebd.).

<sup>11</sup> Gendersensibel drängt sich hier die Frage auf, über wie viel Kapital bzw. Finanzierungsquellen Frauen gegenüber Männern bei ihrer Gründung und während ihrer Selbstständigkeit verfügen und inwiefern sich die sozialen Ausgangsbedingungen einer Selbstständigkeit nach Geschlecht unterscheiden. Im Rahmen dieses Beitrages kann diese Frage leider nicht weiter verfolgt werden. Es soll jedoch darauf hingewiesen werden, dass im vorgestellten Sample zwei von drei Frauen durch die Verbindung von fehlendem institutionellem Schutz (kollektiven Strukturen) und fehlender familiärer Unterstützung die geringste Risikominimierung und stärkste Marktabhängig-

Gleichermaßen wird durch den Kontrast von Berthold Froster und Kirsten Weichkant sichtbar, welche Rolle institutionelle Regeln des Feldes spielen. Im Fall des Dolmetschers stellt der Berufsverband eine zentrale Instanz dar, die Kontakt und kollektive Interessensvertretung ermöglicht und somit Kollegialität institutionell verankert. Somit kann der Marktbezug abgeschwächt werden. Die Geisteswissenschaftlerin kann weder auf einen Berufsverband noch auf Ausbildungsstandards zurückgreifen. Kirsten Weichkant führt den Druck, keinen Auftrag ablehnen zu können, darauf zurück, dass ihr Berufsfeld kein „geschützter Bereich“ (I2, S. 40, Z. 1615) sei. Im Gegensatz zu JuristInnen oder ÄrztInnen wird GeisteswissenschaftlerInnen, so ihre Analyse, nicht per se eine spezifische Kompetenz zugeschrieben, sondern sie müssen sich permanent beweisen (vgl. I2, S. 16, Z. 630-634).

Im vorliegenden Sample konnten drei fallübergreifende Orientierungen herausgearbeitet werden, die auf unterschiedliche Arbeitsbedingungen, aber auch auf verschiedene biographische Erfahrungsräume und Kapitalsorten zurückzuführen sind. Anhand einer weiteren kurzen Kontrastierung der beiden Dolmetscher/Übersetzer lässt sich das Zusammenspiel von Orientierungsrahmen und biographischen Erfahrungsräumen verdeutlichen. Berthold Frosters Erzählungen sind geprägt durch ein Verständnis von Kollegialität und eine eigene berufliche Identität, die sich stark an der Interessensvertretung durch den Berufsverband sowie an fachlichen Ausbildungsstandards orientiert. Anders als Hans Coswig, der sich in einer moralischen oder gerechtigkeitsorientierten Argumentation auf Solidarität bezieht, rekurriert Berthold Froster in seiner praktischen und normativen Handlungsausrichtung auf den Professionalisierungsdiskurs der Freien Berufe und die damit verbundenen Ordnungs- und Diskursstrukturen. Er betont fachliche Normen und Standards sowie die Notwendigkeit von Zugangsregeln. Gleichermaßen macht er deutlich, dass die bereits bestehenden Ordnungsstrukturen – ein funktionierender Berufsverband und eine relative Zugangsbeschränkung durch die Akademisierung der Ausbildung – das Markthandeln für DolmetscherInnen und ÜbersetzerInnen in der Praxis nicht ausreichend vor einem *extremen Markt* schützen. In seinen Augen schmälert diese Tatsache die Forderung nach kollektiver Interessensvertretung jedoch nicht, sondern stärkt diese. Je kollektiver die KollegInnen agieren, desto stärker ist ihre Verhandlungsmacht und desto deutlicher können *Singularisierung* und damit ein radikaler Marktzugriff verhindert werden. Für Berthold Froster ist eine kollektive Interessensvertretung nicht nur die Grundbedingung von Kollegialität, sondern er verbindet damit auch die Hoffnung, dass eine starke Kollegialität und eine organisierte Interessensvertretung ebenfalls nach innen regulieren und den internen Preiskampf zwischen den KollegInnen beenden.

So zeigt sich bei Berthold Froster eine Orientierung an Solidarität und Kollektivität, die in der Kontrastierung zu Hans Coswig auf einem differenten Selbstverständnis basiert. Während Berthold Froster die Agenturen als Teil des Marktes begreift, sind sie für Hans Coswig Schutzmechanismus und Bollwerk gegen den Markt. Er argumentiert hierbei über die Notwendigkeit von gesellschaftlicher Arbeitsteilung und

---

keit zeigen. Beide Fälle weisen eine starke gesundheitliche Belastung auf, so dass in diesem Sample ein Zusammenhang zwischen Geschlecht und sozialer Ungleichheit konstatiert werden kann.

Solidarität; für ihn ist eine berechenbare und kontinuierliche Auftragslage wichtig, die es ihm ermöglicht, seine Lebens- und Arbeitspraxis analog zu einem ‚Normallebenslauf‘ zu gestalten. Bei ihm zeigen sich dabei weder ein eigener Identitätswurf als Selbstständiger noch ein Bewusstsein für die Ambivalenz von Kollegialität. Berthold Froster hingegen ist diese Ambivalenz sehr bewusst, so dass er kollektiven Austausch im Berufsverband begrüßt, diesen jedoch dezidiert von seinem konkreten Markthandeln abtrennt: Er fühlt sich in seinem Markthandeln als Einzelkämpfer und handelt als unternehmerischer und eigensinniger Akteur.

Die Forderung nach einer starken kollektiven Interessensvertretung liegt in der Einzelkämpferposition der Solo-Selbstständigen begründet, bei der diese ihren Auftraggebern alleine gegenüberstehen – und findet durch eben diese strukturelle Positionierung und ein häufig damit verbundenes Selbstverständnis ihre Grenzen. So vermischt sich eine spezifische gesellschaftliche Adressierung der Solo-Selbstständigen – die nicht als ArbeitnehmerInnen mit entsprechenden gesetzlichen Rechten angerufen werden, sondern als UnternehmerInnen ihrer eigenen Erwerbsbiographie – nicht selten mit einem Selbstverständnis als eigensinnige UnternehmerIn und EinzelkämpferIn. Die Erzählung von Kirsten Weichkant zur *Schmutzkonkurrenz* wirft die generelle Frage auf, in welchem Maß die permanente Gefahr herrscht, dass berufliche Beziehungen und Freundschaften instrumentalisiert werden. So zeigt sich in der Berufspraxis der Solo-Selbstständigen eine große Schwierigkeit in dem Wechsel von geteilter, abgegebener oder übernommener (kollegialer) Verantwortung und der Ressource des Vertrauens.

Die Analyse des Marktbezugs mit dem Fokus auf Märkte als soziale Felder lässt somit die Erfahrungshintergründe und Kontextfaktoren sowie die Bedeutung der verschiedenen Kapitalsorten für die Positionierung, die Möglichkeiten von Kooperation und damit die Erfolgsbedingungen und Risiken selbstständiger Tätigkeit sichtbar werden. Deutlich wird, dass biographische Erfahrungen relevant für das Markthandeln und damit für den jeweiligen Marktbezug sind. Das impliziert ebenfalls, dass das Agieren am Markt immer auch biographisch verarbeitet und integriert werden muss (vgl. Bernhard 2016).

Gleichermaßen werfen diese Aspekte Fragen an die Verallgemeinerung der Ergebnisse auf. Kann von ‚den‘ Solo-Selbstständigen im Sinne einer einheitlichen Kategorie überhaupt gesprochen werden, wenn ihre Kontextbedingungen, Einkommenslagen und individuellen Bewältigungsstrategien so heterogen sind? Hier gilt es, die erwerbsstrukturellen Veränderungen sowie die skizzierten Analyseebenen weiter zu verfolgen, um sie für eine Ausdifferenzierung der breiten Kategorie der Kulturberufe nutzbar zu machen. Was sich jedoch für alle Solo-Selbstständigen festhalten lässt, ist der Modus individueller Aushandlungen in Netzwerkstrukturen, eine starke Konkurrenz, fehlende Monopolstrukturen sowie – in Konsequenz dessen – eine hohe Bedeutung des individuellen sozialen und kulturellen Kapitals (vgl. Gottschall/Betzelt 2001: 9).

Die Diskussion um das Spannungsfeld von Kooperation und Konkurrenz zeigt, dass Solo-Selbstständige soziales Kapital als emotionale und informative Unterstüt-

zungsressource benötigen und dadurch sowohl die ‚Begrenzung von Selbstausschöpfung‘ als auch eine ‚Ich-Stabilisierung‘ herstellen (vgl. Voß 2001: 18). Deutlich wird aber gleichfalls, dass eben dieses Kapital durch Unterbietungs- und Konkurrenzmechanismen des sozialen Feldes ständig bedroht und unterlaufen wird.<sup>12</sup> Die Tatsache, dass das Sozialkapital aufgrund einer strukturell unsicheren Marktposition von Solo-Selbstständigen in Krisenzeiten und kritischen Lebens- und Übergangsphasen eine wesentliche Voraussetzung für deren Bewältigung bildet, wirft jedoch Fragen an die Stabilität und Dynamik sozialen Kapitals für Selbstständige, aber auch an die wohlfahrtsstaatliche Absicherung selbstständiger Tätigkeit auf. In der Gleichzeitigkeit von einer direkt marktvermittelten Tätigkeit, einer fehlenden wohlfahrtsstaatlichen Absicherung und einer geringen Kapitalausstattung vieler Solo-Selbstständiger offenbart sich eine prekäre und ambivalente Markt-Vergesellschaftungslogik. Diese gilt es dahingehend weiter zu untersuchen, wie und in welcher Form Selbstständige Sozialkapital und biographische Erfahrungen beanspruchen, welche ungleiche Verteilung sich hierbei zeigt und welche Veränderungen das Sozialkapital im Laufe der Selbstständigkeit erfährt.

## Literatur

- Amrhein, Ludwig (2008): Drehbücher des Alter(n)s: die soziale Konstruktion von Modellen und Formen der Lebensführung und -stilisierung älterer Menschen. Wiesbaden.
- Beckert, Jens (2012): Die sittliche Einbettung der Wirtschaft. Von der Effizienz- und Differenzierungstheorie zu einer Theorie wirtschaftlicher Felder. In: Berliner Journal für Soziologie, Jg. 22, Heft 2, S. 247-266.
- Bernhard, Stefan (2016): Märkte, Biografien, Storytelling – Gelingen und Scheitern beim Aufbau von Marktidentitäten. In: Forum Qualitative Sozialforschung, Jg. 17, Heft 2, Art. 18.
- Betzelt, Sigrid (2006): Flexible Wissensarbeit. Alleindienstleiter zwischen Privileg und Prekarität. ZeS-Arbeitspapier, Nr. 3/2006, S. 1-90.
- Bourdieu, Pierre (2001): Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes. Frankfurt a. M.
- Bourdieu, Pierre (1997): Das soziale Feld. In: Pierre Bourdieu & Louis Pinto (Hrsg.): Streifzüge durch das literarische Feld. Konstanz, S. 33-147.
- Bourdieu, Pierre (1983): „Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital“. In: Reinhard Kreckel (Hrsg.): Soziale Ungleichheiten. Soziale Welt, Sonderband 2. Göttingen, S. 183-198.
- Bourdieu, Pierre [1982] (1987): Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt a. M.
- Böhnke, Petra; Gefken, Andreas (2015): Dynamiken und Belastbarkeit sozialen Kapitals. Plädoyer für eine lebensverlaufssoziologische Perspektive. In: Leviathan, Jg. 43, Heft 3, S. 388-409.

<sup>12</sup> Im Fall von Sarah Steffan kommt es im Zuge der Wende zu einer Entwertung des kulturellen und sozialen Kapitals. Dieser Punkt wird im Rahmen dieses Artikels nicht weiter verfolgt, findet jedoch an anderer Stelle Beachtung (vgl. Hanemann 2016).

- Bührmann, Andrea D.; Pongratz, Hans J. (2010): Prekäres Unternehmertum. Einführung in ein vernachlässigtes Forschungsfeld. In: Dies. (Hrsg.): Prekäres Unternehmertum. Unsicherheiten von selbstständiger Erwerbstätigkeit und Unternehmensgründung. Wiesbaden, S. 7-24.
- Bührmann, Andrea D.; Pongratz, Hans J. (Hrsg.) (2010): Prekäres Unternehmertum. Unsicherheiten von selbstständiger Erwerbstätigkeit und Unternehmensgründung. Wiesbaden.
- Ecarius, Jutta (1996): Individualisierung und soziale Reproduktion im Lebensverlauf. Konzepte der Lebenslaufforschung. Opladen.
- Gottschall, Karin; Betzelt, Sigrid (2001): Alleindienstleister im Berufsfeld Kultur: Versuch einer erwerbssoziologischen Konzeptualisierung. ZeS-Arbeitspapier Nr. 18/2001, S. 1-25.
- Kelle, Udo; Kluge, Susann (2010): Vom Einzelfall zum Typus. Fallvergleich und Fallkontrastierung in der qualitativen Sozialforschung (2., überarb. Aufl.). Wiesbaden.
- Kleemann, Frank; Matuschek, Ingo; Voß, G. Günter (2003): Subjektivierung von Arbeit. Ein Überblick zum Stand der Diskussion. In: Manfred Moldaschl & G. Günter Voß (Hrsg.): Subjektivierung von Arbeit (2., überarb. u. erw. Aufl.). München/Mering, S. 57-114.
- Hanemann, Laura (2016): Zwischen Zeitsouveränität und Zeitpanik: Zum Lebensrhythmus der Solo-Selbstständigen. Konstanz.
- Manske, Alexandra (2016): Kapitalistische Geister in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Kreative zwischen wirtschaftlichem Zwang und künstlerischem Drang. Bielefeld.
- Manske, Alexandra (2007): Prekarisierung auf hohem Niveau. Eine Feldstudie über Alleinunternehmer in der IT-Branche. München/Mering.
- Matuschek, Ingo (2010): Konfliktfeld Leistung. Eine Literaturstudie zur betrieblichen Leistungspolitik. Berlin.
- Müller, Hans-Peter (2002): Die Einbettung des Handelns. Pierre Bourdieus Praxeologie. In: Berliner Journal für Soziologie, Jg. 12, Heft 2, S. 157-171.
- Nohl, Arnd-Michael (2012): Dokumentarische Methode in der qualitativen Bildungs- und Arbeitsmarktforschung. Von der soziogenetischen zur relationalen Typenbildung. In: Karin Schittenhelm (Hrsg.): Qualitative Bildungs- und Arbeitsmarktforschung. Wiesbaden, S. 155-201.
- Pongratz, Hans; Abbenhardt, Lisa (2015): Selbstständigkeit, Unternehmertum oder Entrepreneurship? Differenzierungen der Feder unternehmerischen Handelns. In: Sozialer Fortschritt, Jg. 64, Heft 9-10, S. 209-214.
- Pongratz, Hans J.; Simon, Stefanie (2010): Prekaritätsrisiken unternehmerischen Handelns. In: Andrea Bührmann & Hans J. Pongratz (Hrsg.): Prekäres Unternehmertum. Unsicherheiten von selbstständiger Erwerbstätigkeit und Unternehmensgründung. Wiesbaden, S. 27-61.
- Söndermann, Michael (2004): Kulturberufe. Statistisches Kurzportrait zu den erwerbstätigen Künstlern, Publizisten, Designern, Architekten und verwandten Berufen im Kulturberufemarkt in Deutschland 1995-2003. Studie im Auftrag der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM). Bonn.

- Strauss, Anselm L. [1994] (1998): Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Datenanalyse und Theoriebildung in der empirischen soziologischen Forschung (unveränderter Nachdruck der 2. Aufl.). München.
- Strübing, Jörg (2008): Grounded Theory. Zur sozialtheoretischen und epistemologischen Fundierung des Verfahrens der empirisch begründeten Theoriebildung (2., überarb. u. erweiterte Aufl.). Wiesbaden.
- Voß, G. Günter (2001): Der Arbeitskraftunternehmer. Ein neuer Typus von Arbeitskraft und seine sozialen Folgen. Vortragsmanuskript, S. 1-20. Leicht geänderte Fassung in: Herrmann Reichhold; Albert Löhr; Gerhard Blickle (Hrsg.): Wirtschaftsbürger oder Marktopfer? Neue Beschäftigungsverhältnisse – ein Risiko für Gesellschaft, Recht und Ethik? München/Mering, S. 15-32.
- Welter, Friederike (2011): Contextualizing Entrepreneurship – Conceptual Challenges and Ways Forward. In: Entrepreneurship Theory and Practice, Jg. 35, Heft 1, S. 165-184.
- Wilkesmann, Maximiliane; Apitzsch, Birgit; Ruiner, Carolin (2015): Von der Deprofessionalisierung zur Reprofessionalisierung im Krankenhaus? Honorarärzte zwischen Markt, Organisation und Profession. In: Soziale Welt, Jg. 66, Heft 3, S. 327-345.



## **AIS-Studien**

Das Online-Journal der Sektion Arbeits- und Industriosozologie  
in der Deutschen Gesellschaft für Soziologie (DGS).

[www.arbsoz.de/ais-studien](http://www.arbsoz.de/ais-studien)