

Wie wirkmächtig ist der Diskurs um das unternehmerische Selbst? Laura Glausers Feldforschung in der Coachingzone

Schendzielorz, Cornelia

Veröffentlichungsversion / Published Version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Schendzielorz, C. (2016). Wie wirkmächtig ist der Diskurs um das unternehmerische Selbst? Laura Glausers Feldforschung in der Coachingzone. *Soziopolis: Gesellschaft beobachten*. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-82486-2>

Nutzungsbedingungen:

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

Terms of use:

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

Cornelia Schendzielorz | Rezension | 05.12.2016

Wie wirkmächtig ist der Diskurs um das unternehmerische Selbst?

Laura Glauers Feldforschung in der Coachingzone



Laura Glaser
Das Projekt des unternehmerischen Selbst
. Eine Feldforschung in der Coachingzone
Deutschland
Bielefeld 2016: transcript
266 S., EUR 34,99
ISBN 9783837634211

Laura Glaser untersucht in einer ethnographischen Feldforschung, wie Mitarbeiter_innen und Klient_innen von universitären Career Services mit dem Diskurs des unternehmerischen Selbst umgehen. In der Konzeption dieses Selbst folgt sie Ulrich Bröckling, der diese Subjektivierungsform in einer genealogisch verfahrenenden Diskursanalyse von Managementratgebern herauspräpariert hat.¹ In Anbetracht der u.a. von Bröckling geteilten Annahme, „dass der Diskurs des unternehmerischen Selbst niemals bruchlos in individuelles Verhalten und Denken übergeht“ (14), bedarf es laut Glaser der Ethnographie, um die vornehmlich diskursanalytisch begründeten Diagnosen in der Konfrontation mit „sozialer Realität“ (17) zu überprüfen und zu differenzieren. Ihr Forschungsfeld hat sie in der Annahme gewählt, dass Career Center von Universitäten mit fächerübergreifendem Angebot Institutionen seien, welche die Subjektanforderung, des unternehmerischen Selbst propagieren und somit als Vermittlungsinstanzen des Diskurses fungieren. Ihre Dissertationsschrift soll diese Hypothese prüfen, indem an konkreten Beispielen erörtert wird, inwiefern individuelle Anpassungsleistungen an den Appell, ein unternehmerisches Selbst zu sein bzw. zu werden, erbracht werden. Zudem interessiert sich Glaser für die Selbstverhältnisse, die die Beteiligten dabei ausbilden. Auf diese Weise

möchte sie aufzeigen, wie sich auf der Ebene individueller Erfahrungen die „Ökonomisierung des Sozialen vollzieht“. (14)

Das erste von vier Kapiteln ordnet die Fragestellung und die Prämissen der Arbeit in einen breiteren gesellschaftstheoretischen Kontext ein. Zu Beginn identifiziert sie Flexibilität, Selbstoptimierung, positives Denken, Risikofreudigkeit, Konkurrenz, Eigenverantwortung, Selbstbestimmung und Aktivierung des Individuums als zentrale Elemente des Diskurses um das unternehmerische Selbst, den sie als „hegemonial“ (14) beschreibt. Besagte Dominanz exemplifiziert Glauser an verschiedenen Alltagsquellen (Zeitungsdokumente, Werbefilme, Anzeigen etc.), anhand derer sie die einzelnen Paradigmen inklusive deren Kehrseiten – Nivellierung von Ungleichheit, Aktivitätszwang, Angst vor dem Scheitern und vor sozialem Ausschluss, Vereinzelung, Erschöpfung etc. – erörtert. Konkrete Beispiele, etwa die Aufforderung, sich selbst als Produkt zu bewerben, machen die Ökonomisierung des Sozialen anschaulich.

Daraufhin rekonstruiert die Autorin den sozioökonomischen Hintergrund dieses Diskurses, indem sie von sogenannten „kapitalistischen Grundprinzipien“ der Konkurrenz, Akkumulation und des Liberalismus ausgeht. In Anschluss an die Gouvernamentalitätsforschung hält sie die Entstehung eines Sozialstaats nach 1945 und dessen Rückbau im Zuge neoliberaler Transformationen seit den 1980er-Jahren für relevante Faktoren. Konkret vertritt sie die These, „dass die Virulenz des Diskurses des unternehmerischen Selbst weniger einem sich tatsächlich vollziehenden Wandel der Arbeitsverhältnisse geschuldet ist, sondern mehr einer im Zuge neoliberaler Politik erfolgenden Ökonomisierung des Sozialen.“ (14) Dass wirtschaftliche und unternehmerische Logiken die Subjektivität durchdringen, sei zudem „der kapitalistischen Organisation von Arbeit eigen, also nicht historisch neu“. (14)

Entsprechend kritisiert sie, die „sozial- und kulturwissenschaftlichen Forschungen zu den ‚neuen‘ Subjektanforderungen, die mit der Kategorie des unternehmerischen Subjekts zusammengefasst werden [..., würden] diese oft in den Kontext tatsächlicher Veränderungsprozesse der Arbeitswelt“ (70) stellen. Sie attestiert dieser Literatur, jene normativen Subjektanforderungen festzuschreiben, indem sie „die Veränderungsrhetorik des Diskurses reproduziere“ (70f., 16). Leider fehlen die angesichts dieser Kritik notwendigen Quellennachweise ebenso wie eine detaillierte Auseinandersetzung mit den beanstandeten Untersuchungen. Zudem irritiert es sehr, dass die seit den 1980er-Jahren in den Gesellschaftswissenschaften intensiv geführte und breit rezipierte Debatte um den Wandel der Arbeitswelt vom fordistischen Wohlfahrtsstaat zu einer postfordistischen

Gesellschaftsformation² völlig unbeachtet bleibt, zumal die Autorin sich vielfach auf Autoren beruft, die in ihren Analysen an jene Debatte anschließen.³ Diese Lücke in der Kontextualisierung scheint umso verwunderlicher, als Glauser mit Karl Marx sehr grundlegend einsetzt und sich im Folgenden in der Forschungslandschaft mit Bezug auf die „neoliberalen Umbauten des Sozialstaats“ (44) und die Prekarisierung von Arbeitsverhältnissen positioniert. Obwohl sie zur Begründung ihrer Argumentation die von Wettbewerbskalkülen und Effizienzkriterien geprägte kapitalistische Arbeitsorganisation anführt, findet auch die tayloristische Prozesssteuerung von Arbeitsabläufen keine Erwähnung. Diese kaum ausgearbeitete, aber von der Autorin als Grundlage der eigenen Untersuchung präsentierte „Kritik der Forschungsliteratur“ (16) gibt Rätsel auf, zumal sie für die Begründung ihrer Untersuchungsfrage entbehrlich gewesen wäre.

Überzeugender ist der zweite als „Ethnographie“ überschriebene Teil der Arbeit. Im zweiten Kapitel gibt Glauser einen fundierten Einblick in die Struktur des Untersuchungsfeldes der universitären Career Center mit fächerübergreifendem Angebot. Sie beschreibt diese Career Services als „verlängerte[n] Arm der Wirtschaft“ (83), da sie das Marketing im Wettbewerb der Hochschulen unterstützten. Zudem trügen sie als interne Dienstleister zur Ökonomisierung der Universität bei, indem sie Studenten als Klienten adressierten und ihnen die eigenverantwortliche Optimierung ihrer Employability nahelegten. (79f.) So plausibilisiert sie ihre Hypothese, Career Services seien als Produzenten und Multiplikatoren der Anrufung eines unternehmerischen Selbst zu verstehen. Anschließend legt sie ihr methodisches Vorgehen dar: Für ihre Studie bedient sie sich der Diskursanalyse und der Ethnopschoanalyse, welche „die Beziehung zwischen Individuum und Gesellschaft unter psychologischen Aspekten fokussiert“. (92) Diese Instrumentarien sollen ihr ermöglichen, die subjektive Bedeutung jenes Diskurses im Handeln der Individuen zu erfassen und somit eine vorschnelle Gleichsetzung von Diskurs und sozialer Wirklichkeit zu vermeiden.

Die Auswertung der erhobenen Daten, nämlich ihrer ethnographischen Feldnotizen, Protokolle sowie „unstrukturierte[r] und halbstrukturierte[r] Interviews“ (96), erfolgt sodann in einer qualitativen Inhaltsanalyse, die kontinuierlich von einem intensiven, supervisionsähnlichen (99) Austausch mit Fachkolleg_innen begleitet war. In Anbetracht von Glausers eigener enger Verflechtung mit dem Forschungsfeld – als ehemalige Klient_in sowie als freiberufliche Dozentin der Career Services ist sie mit diesem bestens vertraut – erscheint ihre ausführliche Reflexion der eigenen Rolle als teilnehmende Beobachterin und Forscherin durchaus angemessen. Im Austarieren von Nähe und Distanz zu den Akteur_innen des Feldes nimmt sie sich selbst als Objekt ihrer Forschung ernst, sodass ihr

inneres Ringen wie auch die Reflexion der Ambivalenzen ihrer Vierfachrolle der Forscherin weitere Zugänge zu den Befragten eröffnen.

Aufschlussreich sind die in Kapitel drei dargelegten detaillierten Analysen des Umgangs mit dem Diskurs des unternehmerischen Selbst seitens der Mitarbeiter_innen der Career Center. In den Techniken, die sie propagieren (Aktivsein als Strategie, Selbstmanagement und Selbstmarketing) manifestiert sich eindrücklich, dass Career Centers als Mediatoren eines sowohl unternehmerischen als auch ökonomisierten Selbstverständnisses und Selbstverhältnisses fungieren. Entsprechend ihrer Arbeitsplatzbeschreibung reproduzieren die Mitarbeiter_innen den Diskurs weitgehend ungebrochen. Das Leben verstehen sie als Projekt, für dessen Planung der_die Einzelne verantwortlich ist, wobei sie strukturelle Präfigurationen, die die Gestaltungsmacht eingrenzen, weitestgehend ausblenden. Hierin sieht Glauser eine „Unbewusstmachung“ (177) der gesellschaftlichen Verhältnisse, die sie auch an sich selbst als Trainerin beobachtet – und die auch erforderlich sei, wolle man die eigene professionelle Tätigkeit im Career Service aufrecht erhalten. Freilich wird die stromlinienförmige Reproduktion des Diskurses seitens der Mitarbeiter_innen vereinzelt durchkreuzt von inneren Widersprüchen und Zweifeln an oben genannten Techniken, wenn ihre eigenen Ängste vor dem Scheitern in den Blick geraten. In der metaphernsensiblen Analyse beschreiben sie ein „Jonglieren“ (122) mit mehreren Bällen, um sich diverse berufliche Optionen offenzuhalten und ihr finanzielles Auskommen zu sichern. Diese Metapher symbolisiert für Glauser die Prekarität, welche die Beschäftigungsverhältnisse der Mitarbeiter_innen des Career Service kennzeichnet und von diesen teils ausgeblendet, teils als permanente Gefahr der Exklusion thematisiert wird. Im letzteren Fall versuchen sie, dem durch mehrgleisige Aktivität entgegenzuwirken. (122f.)

Spannend lesen sich insbesondere die detaillierten Fallbeschreibungen der Absolvent_innen (Kapitel vier), die sich ratsuchend ins Career Center begeben. Während des Übergangs von Studium zu Erwerbstätigkeit leben sie in einer „Zwischenwelt“ (188) und sehen sich der identifizierenden Anrufung „Du bist, was du arbeitest“ (189) ausgesetzt. Entsprechend erweisen sie sich als besonders empfänglich für die ihnen vermittelten Anforderungen. Die Selbstpraktiken der Absolvent_innen beschreibt die Autorin als Streben nach Erfolg, das sich im Wunsch nach Zugehörigkeit sowie der Angst, nicht zu genügen, artikuliert und in eine „Arbeit am erfolgreichen Selbst“ (209) münde. Letztere umfasse das Selbstmarketing, das den Produktcharakter der eigenen Persönlichkeit fokussiert, sowie das optimierende Selbstmanagement, mit dessen Hilfe die Absolvent_innen ausgehend von einer Selbstbeobachtung, -analyse und -evaluation gezielt regulierend auf sich einwirken. Überzeugend zeichnet sie die Dilemmata der

Absolvent_innen nach. Wer sich etwa in einem holistischen Ansatz als Persönlichkeit verkaufe, riskiere auch, als ganze Person abgelehnt zu werden. Im „Theaterspiel“ (222) der Bewerbung gelte es zudem, die Balance zwischen gelungenem Selbstmarketing und Selbstentfremdung zu finden.

Laura Glauser spürt mannigfaltige Elemente der Ökonomisierung des Sozialen auf und weist im Kontext von Career Centern eindrücklich die Wirkmächtigkeit des Diskurses nach. Mit Blick auf den Umgang und die Aneignungsmodi der Anrufungen gelingt es ihr, in konkreten Situationen und Einzelfallanalysen zu beleuchten, in welchem Maße die Befragten die Verwertungslogik in ihr Selbstverständnis integrieren. Sie rekonstruiert beispielsweise, wie Selbst- und Marktwert im Zuge der Arbeitsuche miteinander verknüpft werden und wie sich die Befragten in Anbetracht der Ungewissheit an Plänen sowie der permanenten Selbstaktivierung festhalten, um nicht ihren Ohnmachtsempfindungen zu erliegen. Die von ihr aufgezeigten widersprüchlichen Umgangsweisen mit den Subjektanforderungen des Diskurses um das unternehmerische Selbst bleiben jedoch in den Dilemmata gefangen, die den Betroffenen eben kaum wirksame Handlungsalternativen eröffnen, sondern eher die Dynamik eines unabschließbaren Strebens nach Selbstoptimierung in Gang halten. Somit bestätigt Glausers Analyse die Befunde der genealogischen Diskursanalyse. Letztere hat die „mikropolitische Ratio“⁴ herausgearbeitet, die der Subjektivierungsform des unternehmerischen Selbst als ein „Subjekt im Gerundivum“⁵ inhärent ist.

Mit Blick auf das Forschungsfeld „Coachingzone“ wäre es interessant gewesen, auch die zentralen Argumente und Thesen der Debatten um eine Pädagogisierung⁶ und Therapeutisierung⁷ des Sozialen aufzugreifen. Glauser verweist auf die diesbezüglich einschlägige Literatur von Maasen u.a. und Traue, deren Erörterungen und Diskussionen mit Bezug auf ihre Ergebnisse eine Bereicherung sein könnten. Hinsichtlich der von ihr analysierten Umgangsweisen mit dem Diskurs wäre allerdings eine Einschätzung wünschenswert gewesen, welchen Einfluss die Besonderheiten ihres Untersuchungsfeldes auf die Ergebnisse haben. Dafür hätte sich eine Kontrastierung der Aneignungsmodi der Absolvent_innen mit Erwerbstätigen anderer Branchen mit mehrjähriger Berufserfahrung angeboten. An deren Stelle hat die Autorin die Untersuchung des Umgangs der Mitarbeiter_innen mit besagtem Diskurs gesetzt. Deren Aneignungsmodi funktionieren jedoch nicht als Kontrast, da die Angestellten und externen Mitarbeiter_innen der Career Center selbst unter eben jenen Subjektanforderungen leiden, die sie an ihre Klient_innen vermitteln sollen. Ein Vergleich mit Fallanalysen von berufserfahrenen Angestellten in weniger prekären Arbeitserhältnissen könnte erhellen, wie sich Umgangsweisen mit dem

Diskurs in Abhängigkeit von der beruflichen Position und der Arbeitsplatzsicherheit unterscheiden und sich gegebenenfalls im Verlaufe des Berufslebens verändern.

Insgesamt würde die Arbeit durch eine Verdichtung der Argumentation an Stringenz gewinnen. Die Analyse des reichhaltigen empirischen Materials ist detailliert und solide, wobei in der diskursanalytischen Auswertung zuweilen eine tiefergehende Begriffsarbeit sinnvoll gewesen wäre. Diesbezügliche Unschärfen gehen leider auch in den Schlussfolgerungen zu Lasten der Prägnanz, wenn etwa das Leistungsprinzip und der Diskurs des „unternehmerischen Selbst“ nahezu gleichgesetzt werden. Positiv hervorzuheben ist gleichwohl, dass Laura Glauser sich als gelernte Ethnologin in einer „Native Anthropology“ (93, 101) mit einer der zentralen gesellschaftswissenschaftlichen Debatten der letzten zwei Jahrzehnte auseinandersetzt. Insbesondere die Fallrekonstruktionen profitieren von ihrem Feinsinn für die Analyse subjektiver Erfahrungen. Sie stellen somit eine empirisch anschauliche Anregung für die soziologische Literatur der Diskurs- und Gouvernementalitätsforschung dar, indem sie die Ambivalenzen und Dilemmata im Handeln Einzelner sichtbar machen.

Endnoten

1. Ulrich Bröckling, Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform, Frankfurt am Main 2007.
2. Zentral: Joachim Hirsch / Roland Roth, Das neue Gesicht des Kapitalismus. Vom Fordismus zum Postfordismus, Hamburg 1986; Joachim Hirsch, Vom Sicherheitsstaat zum nationalen Wettbewerbsstaat, Berlin 1998; ders., Herrschaft, Hegemonie und politische Alternativen, Hamburg 2002; [Ulrich Brand](#) / Werner Raza (Hrsg.), Fit für den Postfordismus? Theoretisch-politische Perspektiven des Regulationsansatzes, Münster 2003; Robert Castel, Die Stärkung des Sozialen. Leben im neuen Wohlfahrtsstaat, Hamburg 2005. Aktuell findet sich ein differenzierter Überblick bei Roland Anhorn / Marcus Balzereit, Die „Arbeit am Sozialen“ als „Arbeit am Selbst“ – Herrschaft, Soziale Arbeit und therapeutische Regierungsweise im Neoliberalismus, in: dies. (Hrsg.), Handbuch Therapeutisierung und Soziale Arbeit, Wiesbaden 2016, S. 3–203.
3. U.a. nennt sie Stephan Lessenich, Richard Sennett, Hans J. Pongratz und G. Günter Voß.
4. Bröckling, Das unternehmerische Selbst, S. 48.
5. Ebd., S. 47.
6. Helmut Schelsky, Anpassung oder Widerstand, Heidelberg 1961; Christian Lüders / Jochen Kade / Walter Hornstein, Entgrenzungen des Pädagogischen, in: Heinz-Hermann Krüger / Werner Helpser (Hrsg.), Einführung in die Grundbegriffe und Grundfragen der Erziehungswissenschaft, Opladen 1998, S. 207–216.
7. Sabine Maasen / Jens Elberfeld / Pascal Eitler / Maik Tändler, Das beratene Selbst. Zur Genealogie der Therapeutisierung in den ‚langen‘ Siebzigern, Bielefeld 2011; Boris Traue, Das Subjekt der Beratung. Zur Soziologie einer Psycho-Technik, Bielefeld 2010.

Cornelia Schendzielorz

Cornelia Schendzielorz hat am Institut für Soziologie der Universität Freiburg und am deutsch-französischen Forschungszentrum für Sozialwissenschaften Centre Marc Bloch in Berlin promoviert. In ihrer Dissertation untersuchte sie berufliche Soft Skill Trainings als

Aushandlungsraum einer sozial akzeptablen Subjektivität. Zurzeit arbeitet sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin im interdisziplinären Labor Bild Wissen Gestaltung am Exzellenzcluster der Humboldt-Universität zu Berlin. Ihre Arbeitsschwerpunkte liegen an der Schnittstelle von Arbeits-, Bildungs- und Kultursoziologie.

Dieser Beitrag wurde redaktionell betreut von Christina Müller.

Artikel auf soziopolis.de:

<https://www.sozopolis.de/wie-wirkmaechtig-ist-der-diskurs-um-das-unternehmerische-selbst.html>