



Kurswechsel

Heft 2/2000

Zeitschrift für gesellschafts-, wirtschafts- und umweltpolitische Alternativen

Leitbild Unternehmer. Neue Selbständige, Wettbewerbsstaat und Gesellschaftspolitik

Editorial 3

Nikolas Rose

Das Regieren von unternehmerischen Individuen 8

Jörg Flecker

Intrapreneure, Arbeitskraftunternehmer und andere Zwitterwesen 28

Eva Angerler

In die Selbständigkeit entlassen? Gewerkschaftliche Konsequenzen der Entstehung neuer Beschäftigtengruppen 37

Stephan Geene

Kommunikatives Wirtschaften und kollektives Unternehmen 49

b/w

Was heißt »Unternehmer« heute? Empirische Bestandsaufnahme und Anknüpfungspunkte für emanzipatorische Politik 59

Eine Zusammenfassung von Sergio Bolognas Thesen zur selbständigen Arbeit 75

Annette Weisser und Ingo Vetter

Zwischen _____ und radikaler Kritik der Verhältnisse 80

Interview mit Joachim Hirsch

Die Zukunft des Wettbewerbsstaats 81

Vanessa Redak

The Entrepreneurial City 85

Rainer Bartel

Volkswirtschaft und Staat als Firmen? 91

Christa Schlager

Unternehmen Haushalt: Aschenbrödels neue Kleider 100

Die Autorinnen und Autoren 108

Offenlegung der Blattlinie gemäß Mediengesetz

Die Zeitschrift Kurswechsel ist das Mitteilungsblatt des Vereins »Beirat für gesellschafts-, wirtschafts- und umweltpolitische Alternativen« mit Sitz in Wien. Der Inhalt der Zeitschrift orientiert sich an § 2 des Statuts: »Der Verein, dessen Tätigkeit nicht auf Gewinn gerichtet ist, bezweckt die Erstellung, Diskussion und Verbreitung von Konzeptionen und Einzelanalysen der österreichischen Wirtschafts- und Sozialpolitik und die Entwicklung gesellschafts-, wirtschafts- und umweltpolitischer Alternativen unter besonderer Berücksichtigung der Interessen von Frauen.«

Eigentümer und Herausgeber

Beirat für gesellschafts-, wirtschafts- und umweltpolitische Alternativen (BEIGEWUM)
A-1015 Wien, Postfach 162
E-mail: beigewum@iname.com
Homepage: <http://www.wu-wien.ac.at/inst/roman/beigewum>

Verleger

Sonderzahl Verlagsges.m.b.H., A-1040 Wien, Große Neugasse 35, Fax: (43) 01/586 80 70-4

Redaktion

Silvia Angelo, Joachim Becker, Andrea Grisold, Beat Weber

Hefredaktion

Beat Weber

Erratum

Irrtümlich wurde im Heft 4/1999 als Hefredakteur eine falsche Person genannt. Tatsächlich wurde dieses Heft von Silvia Angelo und Christa Schlager gestaltet.

Umschlag

Thomas Kussin

Satzbelichtung

VISCOM Ges. f. Mediendesign GmbH, Wien

Druck

REMAprint, Wien

Bankverbindungen

Sonderzahl Verlagsgesellschaft m.b.H.
Bank Austria AG 684 055 114

Zulassungsnr.: 1104 50 W 88 U

ISBN 3 85449 174 3

ISDS International Series Data Systems, Paris

Registered as: ISSN 1016 8419. Key Title: Kurswechsel
© 1999 BEIGEWUM. Alle Rechte vorbehalten

Preis

Einzelheft	öS 145,- / DM 20,- (zuzüglich Porto)
Normalabonnement	öS 300,- / DM 57,-
Studentenabonnement	öS 180,- / DM 30,- (Vorlage einer Inskriptionsbestätigung)

Bestellungen an

Sonderzahl Verlag, A-1040 Wien, Große Neugasse 35, Fax: (43)01/586 80 70-4

Editorial

Ein Gespenst geht um in Europa: Der Unternehmergeist. Eine »Gründeroffensive« soll die ersehnte gesamtwirtschaftliche Dynamik zurückbringen, neue Managementkonzepte fordern die Selbstverwandlung der ArbeitnehmerInnen in »Intrapreneure«, große Unternehmen lassen ihre Arbeit von neuen Selbständigen statt von fix Angestellten erledigen und Arbeitslosen wird geraten, ihr eigenes Unternehmen zu gründen statt die Leistungen der Arbeitslosenversicherung in Anspruch zu nehmen. Im Wirtschaftsleben scheint die ausgestorben geglaubte Unternehmerfigur der Jahrhundertwende eine Wiederauferstehung zu erleben (bzw. zumindest entsprechenden Beschwörungen ausgesetzt zu sein).

Doch damit nicht genug: Während noch in den siebziger Jahren die Wirtschaft mit der Forderung nach Übernahme von Leitbildern aus dem Bereich des Politischen (Demokratisierung, Erfüllung gesellschaftlicher Aufgaben etc.) konfrontiert war, ist es ihr mittlerweile gelungen, den Spieß umzudrehen. Heute gewinnt die Ansicht Verbreitung, daß sich AkteurInnen in allen gesellschaftlichen Bereichen »unternehmerisch« auszurichten hätten. Der Unternehmer und seine Organisation, das Unternehmen – vor Jahren noch Buhmann par excellence – werden zum Leitbild, unternehmerisches Verhalten zur vorherrschenden Normorientierung. Die inflationäre Verwendung der Unternehmensmetapher in Bereichen, die bislang nicht dem Feld der Ökonomie zugerechnet wurden, ist deutliches Indiz dieser Tendenz: Unternehmen Österreich, Unternehmen Universität¹, Unternehmen Wien, Unternehmen Familie etc. Der Unternehmersdiskurs transportiert also nicht nur ein wirtschaftspolitisches Konzept, sondern ein gesellschaftspolitisches².

Unternehmer – neue Anwendungsgebiete

Staaten sehen sich als Akteure in der Standortkonkurrenz und beginnen sich Organisationselemente der Privatwirtschaft zu entlehnen, um »wie als Unternehmen zu arbeiten«: Schwerpunktverlagerung von der Legislative zur Exekutive, Ablösung der alten Schicht politischer »Vermittler« durch eine neue Managergeneration (in Wahrheit eine Wiederbelebung des männlichen »Macher«typs), der Staatshaushalt als Effizienz-Kennziffer und somit Maßstab erfolgreicher Politik, Einschränkung des Pluralismus als angebliche Ursache von Ineffizienzen usw. (Revelli 1997, 54) gehören zu den Begleiterscheinungen. Das Modell des unternehmerischen Staates ist hierarchisch strukturiert, auf ein ökonomisches Ziel ausgerichtet, in Profit-Centers unterteilt, glatt und effizient funktionierend, autoritär (wenn auch mit modernen Personalführungsmethoden) gelenkt, mit Kern- und Randbelegschaften (MigrantInnen werden bei mangelndem Bedarf entlassen, sprich abgeschot-

ben), und funktional angepaßten Mitbestimmungselementen (Hirsch 1998, 76).

Die Rede vom Standortwettbewerb macht alle Lebensbereiche zu möglichen Quellen von Vorteilen oder Hindernissen (»Standortfaktoren«) im internationalen Wettbewerb der Firmen³. Und das Profitinteresse zielt darauf ab, bislang noch unerschlossene Bereiche in sein Feld einzubeziehen (Bildung, Gesundheit und sonstige öffentliche Aufgaben).

Die Verbreitung des Unternehmerdiskurses in Bereichen wie staatlicher Verwaltung, Erziehung, Gesundheits- und soziale Dienste und anderen bislang nicht-marktlichen Organisationen beschreibt natürlich kaum das tatsächliche Funktionieren der betroffenen Institutionen, aber hat Legitimationsfunktion für simple Sparmaßnahmen und veränderte Zielausrichtung derselben (Burrows/Curran 1991, 10).

Ein wichtiger Teil der Unternehmenskultur ist eine sich ändernde Unternehmenskultur – die heutige Arbeitswelt fordert auch von bislang abhängig Beschäftigten unternehmerisches Verhalten. Die eingemahnte Verabschiedung von der vermeintlich bequemen und passiven »Angestelltenmentalität« übersieht geflissentlich, daß schon bisher über die Anordnungen der Chefetage hinausgehende Eigentätigkeit der Beschäftigten eine Grundvoraussetzung für das Funktionieren des Produktionsprozesses war. Wenn dies nicht so wäre, wäre nicht anzunehmen, daß abhängig Beschäftigte, die sich selbständig machen sollen, mit diesem Schritt plötzlich unternehmerisch denken und handeln, ohne daß dies vorher vorhanden und praktiziert worden wäre (Frick 1999, 12).

Der Unternehmerdiskurs

Die Renaissance des Unternehmers dürfte zunächst eine ideologische Begleiterscheinung der wiedergewonnenen Unternehmermacht in den letzten Jahren sein. Sogar die großen Industriellen und Finanziere versuchen ihre ökonomische Macht durch Rekurs auf einen Gründermythos zu rechtfertigen (Boutillier/Uzunidis 1999, 96). Unternehmer sind überzeugt, daß die Gesellschaft wie ihr Unternehmen organisiert werden sollte und fordern die Wiedererrichtung von Respekt vor Autorität, Arbeitsteilung und hierarchischen Beziehungen (Boutillier/Uzunidis 1999, 59).

Aber es ist mittlerweile mehr als simple Interessenpolitik daraus geworden: Das Leitbild Unternehmer, die Forderung nach Verankerung einer »Unternehmenskultur« in der Mentalität der Bevölkerung ist der Kampf um eine neuen Rechten, die sich nicht konservativ, sondern innovativ gibt (Virno 1998, 109) – und dadurch eine breite Ausstrahlungskraft hat.

Die Ausrufung der Unternehmenskultur bietet sich auch als Rechtfertigungsdiskurs für eine von ungekannter Unsicherheit geprägte Welt und als Modus sozialer Integration für die zur Erfüllung der Normen eines bestimmten Leistungsbegriffs Fähigen und Willigen an. Sie erfüllt diese Rolle durch Rückgriff auf eine imaginäre Welt (die des kleinen Familienbetriebs), von der wir vermeintlich abgewichen sind und nun zurückkehren sollen. Das Leitbild Unternehmer präsentiert sich als Bedeutungssystem, aus dem soziale Akteure verschiedene rationalisierende Motivierungsvokabularien ziehen können, um ihre Situation mit Sinn zu versehen⁴, ohne daß die kollektiven Ursachen der laufenden Veränderungen thematisiert werden (Burrows/Curran 1991, 12).

Bei genauerem Hinsehen entpuppt sich der Begriff »Unternehmer« als im Grunde

völlig vages Konzept – es gibt unzählige widerstreitende Definitionen. Vagheit ist aber ein Charakteristikum aller hegemonialen Konzepte – so dass sich jede/r etwas hineindenken kann – Rechte träumen vom Führerprinzip, Unternehmer von der Aufwertung ihres gesellschaftlichen Ansehens und Linksalternative von der eigenen Befreiung von alten etatistischen Vorurteilen und einem Einlassen auf das Neue. Deshalb ist es nicht überraschend, daß der Begriff Unternehmer auch in der sozialwissenschaftlichen Forschung unterschiedlichen, teilweise einander widersprechenden Definitionen unterzogen wird.

Das Gemeinsame dieser Konzepte liegt nicht in ihrer Essenz, sondern darin, wogegen sie sich abgrenzen. Was das ist, gibt einen besseren Aufschluß über die Stoßrichtung des Leitbilds Unternehmer – es ist ein Kampfbegriff gegen soziale Absicherung, Benennen von Interessenkonflikten, öffentlichen Sektor, Demokratie, Thematisierung von Verteilungsfragen, soziale Rechte und kollektives Handeln überhaupt.

»Unternehmer« wird mit Begriffen wie Selbständigkeit, Entscheidungsautonomie, Freiheit, Dynamik, Innovation und Effizienz assoziiert. Dabei wird auch ausgeblendet, daß das Unternehmen in seinem Inneren den Inbegriff autoritärer Organisation und Herrschaft darstellt. Deshalb verheißt die »unternehmerische« Neuausrichtung für Institutionen tendenziell nichts Gutes. Das vielbeschworene Gegenmodell zu Bürokratie stellt sie jedenfalls nicht dar.

Ein Charakteristikum aller Teilströme des Unternehmerdiskurses ist die Tatsache, daß er systematisch Frauen unsichtbar macht. Die Sprache ist entweder explizit männlich oder scheinbar geschlechtsneutral, und hebt Verhaltensmerkmale hervor, die in Wahrheit dem tatsächlichen oder vermeintlichen Lebensstil stereotyper Männer entsprechen. Unternehmensleiter des »schnellen Kapitalismus« werden in Managementtheorien als Personen ohne permanente Verpflichtungen konstruiert, außer gegenüber der Idee der Akkumulation an sich (Connell 1998, 16), als heroisch und kämpferisch. Gute Manager entsprechen, wie Studien zeigen, in hohem Maß Vorstellungen hegemonialer Männlichkeit, das mit Anleihen aus Kriegskunst und männlicher Sexualität angereicherte Vokabular der Managementrhetorik verweist auf männlich orientierte Erfahrungswelten (Wegscheider 1998, 24).

Die Ursachen der Renaissance

Wie ist es dazu gekommen? Zumindest bei den diskursdominierenden Eliten hat sich im Lauf der vergangenen Jahre Krisenstimmung breit gemacht. Eine Krise, aus der herauszuführen die Führungspersönlichkeit Unternehmer (auch in Gestalt des maskulinen Manager-Machertyps in der Spitzenpolitik) allein in der Lage zu sein scheint. Diese Persönlichkeiten gilt es ans Tageslicht zu bringen und ihr alle Hindernisse aus dem Weg zu räumen.

Wie alle hegemonialen Konstrukte ist das Leitbild Unternehmer aber nicht allein Produkt einer Okstruktion interessierter Kreise, sondern kann sich erst aufgrund der Zustimmung breiter Bevölkerungsschichten durchsetzen. Offensichtlich gelingt es diesem Diskurs, an verbreitete Wünsche und Orientierungen anzuknüpfen. Die mit der Person des Unternehmers verknüpften Konnotationen wie Kreativität, Freiheit, Kontrolle und Selbstbestimmung stehen heute in der gesellschaftlichen Werthierarchie ganz oben⁵.

Der Hauptgrund für den Erfolg ist aber vermutlich weniger in der Attraktivität des Bildes vom Unternehmer selbst zu sehen, als in der Leerstelle, die es in Abwesenheit eines anderen Diskurses besetzt hat. Eine Ideologie muß nicht von allen geliebt werden, um hegemonial zu sein. Es ist nur notwendig, daß sie keine ernst zu nehmenden Rivalen hat. Und sie muß auf der Ebene der Ideen und des Alltags, der gelebten Kultur, arbeiten (Cohen/Musson 2000). Der Linken ist es nicht gelungen, die einst selbst aufgestellte Forderung nach »Demokratisierung aller Lebensbereiche« mit Leben zu füllen, auf die zunehmende Kritik an Bürokratisierung, Herrschaft und Entmündigung, die mit Durchstaatlichung und Monopolisierung verbunden war, mit einer demokratisch-emanzipatorischen Perspektive zu antworten bzw. eine solche plausibel zu machen.

Beiträge dieser Nummer

Welche Veränderungen in Wirtschaft und politischen Machtverhältnissen stecken nun hinter der Ausbreitung des »Leitbild Unternehmer«? Welche Konsequenzen hat das für die betroffenen Bereiche? Was hat das für Auswirkungen auf Möglichkeiten politischen Widerstands? Diesen Fragen widmet sich das vorliegende Heft.

Nikolas Rose untersucht in seinem Beitrag den Unternehmerdiskurs in Anschluß an Foucault als zeitgenössische Herrschaftstechnik und weist darauf hin, daß er auf Elementen basiert, die nichts ausschließlich »Rechtes« sind, sondern für die zeitgenössische Mentalität charakteristisch sind, die in den Industriestaaten vorherrscht. Ohne seine Ablehnung gegen alle ideologiekritischen Antworten auf diesen Diskurs zu teilen, scheint uns das ein für kritische Arbeit bedenkenswerter Hinweis zu sein.

Jörg Flecker und Eva Angerler untersuchen die Lage von arbeitenden Menschen, die gemäß neuesten Managementkonzepten als Intrapreneure oder neue Selbständige tätig sind. Flecker hinterfragt die Behauptung, daß damit jeder Konflikt zwischen ArbeitnehmerInnen und ArbeitgeberInnen an ein Ende gekommen sei, und Angerler leitet einige zentrale Forderungen aus Gewerkschaftssicht ab.

Annette Weisser und Ingo Vetter veranschaulichen an einem konkreten Beispiel, was es heißt, wenn Arbeitslosen empfohlen wird, sich selbständig zu machen⁶.

Stephan Geene stellt in seinem Beitrag Überlegungen zum Wesen der Subjekte in der neuen Arbeitswelt und der zentralen Bedeutung von Interpretation und Kommunikation für die unternehmerische »new economy« an, im Anschluß an die Thesen italienischer Theoretiker wie Antonio Negri und Maurizio Lazzarato, die eine emanzipatorische Perspektive aus den jüngsten Entwicklungen abzuleiten versuchen. Der Rückgriff auf Arbeiten aus Italien erfolgt nicht zufällig – man könnte in Italien eine Art Labor für mögliche künftige Entwicklungen im restlichen Europa sehen. Die Anzahl der formal Selbständigen geht dort bereits in die Millionen. Dieser Prozeß wird von ForscherInnen theoretisch begleitet, die seit Jahrzehnten den ständigen Blick auf die Transformation der Arbeit und ihre gesellschaftspolitischen Konsequenzen halten. Neben der stärker philosophischen Perspektive von Negri, Lazzarato und anderen »Post-Operaisten« ist hier insbesondere die empirische Arbeit von Sergio Bologna über die Selbständigen in Norditalien zu nennen. Sein jüngstes Werk enthält die bislang umfassendste Untersuchung der Umstände und Perspektive dieser Arbeitsform, ist aber nur in italienisch

erschienen, weshalb wir hier eine kurze Zusammenfassung zur Verfügung stellen.

b/w überprüft das Leitbild Unternehmer auf seine empirische Entsprechung im Wirtschaftsleben und leitet Anknüpfungspunkte für emanzipatorische Strategien ab.

Joachim Hirsch hat in vielen Publikationen die Gründe für den aktuellen Wandel der Rolle des Staates dargelegt und den Begriff vom »Wettbewerbsstaat« in der deutschsprachigen Diskussion eingeführt. In unserem Interview erläutert er einige zentrale Aspekte seiner Thesen. Rainer Bartel weist auf die volkswirtschaftlichen Mißverständnisse einer Konzeption des Staates als Unternehmen hin und legt seine eigene Interpretation der Ursachen dieses Wandels dar. Vanessa Redak zeigt die Auswirkungen des Konzepts auf einer regionalen Ebene – der »unternehmerischen« Stadt.

Christa Schlager untersucht den geschichtlichen Wandel der Konzeption des Haushalts bis zur aktuellen Ausprägung, des Haushalts als Unternehmen.

Anmerkungen

- 1 siehe dazu Kurswechsel 2/98
- 2 Gilles Deleuze (1992) hat diese Entwicklung als Übergang von der »Disziplinargesellschaft« (der von hierarchischen Einschließungsmilieus wie Fabrik, Schule, Gefängnis, Krankenhaus etc. charakterisierten Moderne, wie sie Foucault beschrieben hat) zur »Kontrollgesellschaft« (in der sich Herrschaft auf indirekte Steuerung einer flexiblen Anordnung unternehmerhafter Subjekte und Institutionen zurückzieht) bezeichnet.
- 3 Der neue österreichische Wirtschaftsminister erklärt ganz im Sinne dieser Idee die Interessengegensätze zwischen Arbeit und Kapital für obsolet und sich selbst zum »Standortminister«.
- 4 Es gibt wenig empirische Stützung, dass das tatsächlich funktioniert. Allerdings dürften wohl mehr Leute als früher Selbständigkeit in Erwägung ziehen – zumindest dieser Echoeffekt dominanter Diskurse ist feststellbar (Burrows/Curran 1991, 20).
- 5 Was nicht zuletzt Ergebnis linker Gesellschaftskritik der sechziger und siebziger Jahre ist, deren Freiheitsdiskurs mittlerweile eine vorwertungskompatible Ausprägung gefunden hat (siehe dazu ausführlich Chiappello/Boltanski 1999).
- 6 Für den Hinweis auf diese Arbeit danken wir Ulrike Müller.

Literatur

- Boutillier, Sophie /Dimitri Uzunidis (1999): La legende de l'entrepreneur, Paris
- Chiappello, Eve/Luc Boltanski (1999): Le nouvel esprit du capitalisme, Paris
- Cohen, Laurie/Gill Musson (2000): Entrepreneurial identities: Reflections from two case studies, *Organization* 7/1
- Connell, R.W. (1998): Masculinities and globalization, *Men and Masculinities* 1/1
- Deleuze, Gilles (1992): Postskriptum über die Kontrollgesellschaften, in: Unterhandlungen, Frankfurt am Main
- Frick, Siegfried (1999): »Kultur der Selbständigkeit« in Deutschland? Zur theoretischen und empirischen Fundierung eines aktuellen Begriffs der Wirtschaftspolitik, in: Bögenhold/Schmidt (Hg.): Eine neue Gründerzeit? Die Wiederentdeckung kleiner Unternehmen in Theorie und Praxis, Amsterdam
- Hirsch, Joachim (1998): Vom Sicherheitsstaat zum nationalen Wettbewerbsstaat, Berlin
- Revelli, Marco (1997): Vom »Fordismus« zum »Toyotismus«, *Supplement der Zeitschrift Sozialismus* Nr.4
- Virno, Paolo (1998): Do you remember counterrevolution? Soziale Kämpfe und ihr Double, in: Toni Negri/Maurizio Lazzarato/Paolo Virno: Umherschweifende Produzenten, Berlin
- Wegscheider, Susanne (1998): Management und Männlichkeit, Diplomarbeit, Wien