

Steffen Mau

Die Quantifizierung des Sozialen¹

Die Quantifizierung des Sozialen ist ein Megatrend, der die Gesellschaft bis in die kleinsten Verästelungen verändern wird. Diese These ist der Ausgangspunkt meines Buches »Das metrische Wir. Über die Quantifizierung des Sozialen«. Das Buch ist weder Theoriebuch noch die monographische Ausformulierung einer empirischen Studie, sondern versteht sich als Debattenbuch zu einer Entwicklung, die die Soziologie und insbesondere die Sozialstrukturforschung möglicherweise nicht verschlafen, aber bislang doch wenig beachtet hat. Da es dem Genre der Zeitdiagnosen zuneigt, versucht es seinen Gegenstand auch durch Trendbehauptungen und zuspitzend-verallgemeinernde Thesen beizukommen, die helfen sollen, diesen klarer zu konturieren. Es bedient sich auch der Extrapolation anlaufender, sich noch im Frühstadium befindlicher Entwicklungen und entwickelt Szenarien darüber, wie diese sich weiter entfalten könnten. Diese nicht ganz risikofreie Anlage öffnet es für den Diskurs, aber macht es sicherlich auch anfällig für Kritik.

»Das metrische Wir« untersucht die gesellschaftliche Verbreitung und Durchsetzung von quantifizierenden Formen sozialer Rangbildung, die zunehmend ein eigenständiges System der Hierarchisierung und Klassifikation formieren. Es geht um die Herausbildung einer Gesellschaft der Ranglisten, Likes, Sternchen und Noten, betrachtet und interpretiert aus ungleichheitssoziologischer Perspektive. Das schließt die Verbreitung von Ratings und Rankings ein, die Nutzung von Screenings und Scorings, die Schaffung von immer neuen Bewertungsplattformen, die uns in unserem Alltag begegnen, sowie die vielfältigen Formen der Quantifizierung des Selbst, durch die Aktivitäts- und Gesundheitsdaten verfügbar gemacht werden. Soziologisch betrachtet haben wir es bei solchen quantifizierten gesellschaftlichen Vermessungen nicht mit der bloßen Widerspiegelung einer vorgelagerten Realität zu tun, sie können vielmehr als generativer Modus der Herstellung von Differenz angesehen werden. Quantitative Repräsentationen kreieren die soziale Welt nicht, aber sie re-kreieren sie (Espeland/Sauder 2007). Sie sind demzufolge als Realität sui generis anzusehen.

Digitalisierung und Ökonomisierung

Der neue Quantifizierungskult steht in einem engen Zusammenhang mit dem Prozess der Digitalisierung, der sich in ganz unterschiedlichen Lebensbereichen zeigt und diese

1 Der Text stützt sich auf mein Buch »Das metrische Wir. Über die Quantifizierung des Sozialen« (edition suhrkamp 2017) und stellt den zentralen Argumentationsgang zusammenfassend dar.

radikal verändert. Daten sind zum wichtigsten Rohstoff der Informations- und Wissensökonomie geworden, und mit der zunehmenden Verdattung der Gesellschaft entstehen immer neue Geschäftsfelder, da die entsprechenden Informationen verwendet werden können, um Kunden zu gewinnen, den kommerziellen Nutzen von Personen zu ermitteln oder sie in ihren Entscheidungen zu dirigieren. Auch privateste Dinge wie Hobbies, Familienverhältnisse, Gemütslagen oder Gewohnheiten sind nun plötzlich vermessbar. In »smart cities« und »smart homes« verschmelzen soziale Lebenswelten mit digitalen Technologien; Emotionsscanner sagen uns, wie wir uns fühlen; digital aufgerüstete Fitnessstudios speichern unsere Trainingsdaten in der Cloud; lokative Medien wie Smartphones verorten Personen im Raum und verfolgen jede Bewegung; Algorithmen errechnen die Vertrauenswürdigkeit und die Intelligenz von Personen anhand digitaler Fotos etc. Letztlich sind der Verdattung jener sozialen oder persönlichen Bereiche, die uns einstmals als Gegenpol zur rationalisierten Welt der Daten und der Objektivität erschienen, kaum noch Grenzen gesetzt. Die Rückzugsorte schrumpfen immer weiter, so dass man sich schon anstrengen muss, um überhaupt noch letzte Reservate der Datenfreiheit zu entdecken. Die vielfältigen Daten, die wir nun produzieren und die fortwährend gespeichert werden, erzeugen einen immer größeren digitalen Schatten, der als Treiber der Quantifizierung wirkt.

Das expansive Wachstum gespeicherter Datenmengen ist überwältigend: Schätzungen gehen davon aus, dass das digitale Universum im Zeitraum von 2005 bis 2020 um den Faktor 300 wächst (Gantz/Reinsel 2012). Man nimmt an, dass die Menschheit heute innerhalb von zwei Tagen so viele Daten generiert, wie in ihrer gesamten Geschichte vor dem Jahr 2003 (Leberecht 2015: 14). Die Schaffung von Megarepositorien vervielfacht nicht nur die Speichermenge, sie potenziert auch die Möglichkeiten, Daten miteinander zu verknüpfen und neu zu assemblieren. Der Übergang von der papiergebundenen Aufzeichnung und Archivierung zur digitalen Speicherung erlaubt zudem nun eine quasi unbegrenzte Weitergabe und hebt die Ortsgebundenheit von Informationen auf. Parallel zum Datenwachstum verbessern sich die algorithmischen Verfahren und Ansätze des Data-Mining und der Datenanalyse, mit denen versucht wird, aus den gespeicherten Informationen »Sinn« zu destillieren. Dabei geht es stets darum, Unterscheidungen zu treffen – mit einschneidenden Folgen für Prozesse der Klassifikation und der Statuszuweisung. Digitale Statusdaten werden zu »Unterscheidungszeichen« (Bourdieu 1985: 21) *par excellence*.

Die Möglichkeiten der Protokollierung von Lebens- und Aktivitätsspuren wachsen gegenwärtig rasant: Konsumgewohnheiten, finanzielle Transaktionen, Mobilitätsprofile, Freundschaftsnetzwerke, Gesundheitszustände, Bildungsaktivitäten, Arbeitsabläufe etc. – all dies wird statistisch erfassbar gemacht. Gewiss, es gibt nach wie vor Möglichkeiten, in der digitalen Welt Außen- oder zumindest Randseiter zu bleiben und Datenspuren zu vermeiden, allerdings um den Preis der Selbstexklusion aus relevanten Kontexten der Kommunikation und Vernetzung. Nach allem, was man bislang weiß, sind Menschen überaus freizügig, wenn es darum geht, persönliche Daten zu veröffentlichen oder weiterzugeben. Dieser Datenvoluntarismus speist sich aus einer Mischung aus Mitteilungsbedürfnis, Unachtsamkeit und schließlich dem Interesse, an den neuen Möglichkeiten

des Konsums, der Information und der Kommunikation teilzuhaben. Es gibt zudem eine wachsende Nachfrage nach Selbstquantifizierung, welche die Individuen zu bereitwilligen Datenlieferanten werden lässt. Die Technologien der Selbstvermessung und des Self-Tracking sind eine Goldader für die Data-Miner, die unser Verhalten so umfassend wie möglich beschreiben und vorhersagen wollen.

Angetrieben wird diese Entwicklung zugleich durch die Popularisierung von Konzepten wie Transparenz, Accountability und Evidenzbasierung, die oftmals unter dem Sammelbegriff der Ökonomisierung verhandelt werden, und bei denen Ratings, Rankings, Indikatoren und quantifizierende Bewertungsformen eine zentrale Rolle spielen. Es geht hierbei darum, durch die Verfügung über Daten das Steuerungswissen zu erhöhen, um effektiver in das soziale Geschehen eingreifen zu können (Power 1994; Strathern 2000). Die »Audit-Gesellschaft« (Power 1994) lebt vom Berichtswesen, von Zielvorgaben, von Performanzbeobachtung, von immer neuen Indikatoriken. Ökonomisierung steht dabei für ein In-den-Hintergrund-Treten nichtökonomischer Aspekte und eine Stärkung von Organisationsformen, Strukturen und Orientierungen, die sich aus Rentabilitäts Gesichtspunkten ableiten (Schimank/Volkman 2008). So führt das New Public Management – also die Übernahme privatwirtschaftlicher Managementtechniken in der öffentlichen Verwaltung – mehr oder weniger automatisch zu einer Ausdehnung des Monitoring und der Berichterstattungspflichten. Davon werden nun auch Felder wie das Gesundheitssystem, das kulturelle Leben oder das Bildungssystem erfasst, die bislang anderen Logiken unterworfen waren. Zielvereinbarungen, Globalbudgetierung und die berühmt-berüchtigte LOM (das Kürzel steht für leistungsorientierte Mittelvergabe) sind Symptome dieses Umschwenkens hin zu einer Output-Orientierung, die auf entsprechende Indikatoren und Daten angewiesen ist. Wer die effiziente Nutzung knapper Mittel ins Zentrum organisatorischen Handelns stellt, der kommt nicht umhin, Ziele klar zu definieren und ihre Erreichung messbar zu machen. Die »Herrschaft der Zielvorgaben« führt dabei sowohl zu einem »Kriterienreduktionismus« (Schimank 2011: 11), als auch dazu, dass jene Parameter bevorzugt werden, die sich in numerischer Form ausdrücken lassen (Crouch 2015: 108).

Datafizierung als Valorisierung

Der als Rationalisierung maskierte Kult der Zahlenhaftigkeit hat weitreichende Folgen: Er verändert auch die Art und Weise, wie das Wertvolle oder Erstrebenswerte konstruiert und verstanden wird. Indikatoren und metrische Vermessungsformen stehen jeweils für spezifische Konzepte sozialer Wertigkeit sowohl im Hinblick auf das, was als relevant gelten kann, als auch auf das, was gesellschaftlich als erstrebenswert und wertvoll angesehen wird bzw. werden soll. Im Regime der Quantifizierung erfahren entsprechende Daten große Anerkennung, man denke nur an die Rolle von Ratingnoten auf kommerziellen Bewertungsplattformen oder die Zitationsindizes im wissenschaftlichen Feld. Je besser diese Einprägung gelingt, desto größer ist ihr gesellschaftlicher Einfluss. Die symbolische Dimension der hierarchisierenden Soziometrie zeigt sich dann darin, dass viele der Kriterien, die der quantitativen Rangbildung zugrunde liegen, einfach hingenommen und

nicht mehr hinterfragt werden. Wenn sie als angemessen, evident und selbstverständlich erlebt werden, sind wichtige Schritte in Richtung einer Naturalisierung metrischer Ungleichheiten vollzogen.

Vor diesem Hintergrund gibt es neuerdings wichtige Anläufe, sich intensiver damit zu befassen, wie Wertigkeit zustande kommt, und wie Grammatiken von Klassifikation, Differenzbildung und Hierarchisierung durch Quantifizierungen durchgesetzt werden (Espeland/Stevens 1998; Espeland/Stevens 2008; Fourcade/Healy 2013; Heintz 2010; Lamont 2012; Peetz et al. 2016; Timmermans/Epstein 2010). Diese Ansätze firmieren unter dem Label der »Valuation Studies«. Es gibt eine ökonomische Theorie der Valuation, die sich mit der Ermittlung des Wertes bestimmter Güter (etwa von Umwelt- und Naturgütern) beschäftigt, wobei es in der Regel um Dinge geht, die nicht permanent gehandelt werden oder für die keine ausgebildeten Nachfragemärkte und damit auch keine Preise existieren. In den gesellschaftlichen Kontexten, mit denen ich mich beschäftige, stehen allerdings nicht Preise im Mittelpunkt, sondern vor allem soziale Wertigkeiten und damit verbundene Positionen im gesellschaftlichen Gefüge. Mit Valuation im engeren Sinne ist dabei die Wertfestsetzung oder -stellung gemeint, der Begriff soll hier aber zugleich als sozio-kulturelle Praktik der Inwertsetzung verstanden werden: als Valorisierung, also als Aufladung mit Wert, als Wertgebung. Aus dieser Perspektive existiert kein vorgängiger, neutraler und vom Betrachter unabhängiger Wert, der nur »entdeckt« oder gemessen werden müsste, sondern wir haben es mit Vorgängen der Wertzuschreibung und Wertmanifestation zu tun. Valuation, so schreiben Doganova et al. in einem programmatischen Beitrag, bezeichnet jede soziale Praktik, »bei der Wert oder Werte von etwas etabliert, eingeordnet, verhandelt, provoziert, erhalten, konstruiert und/oder herausgefordert werden« (2014: 87, eigene Übersetzung). Wenn Wert nicht als gegeben, sondern als sozial hergestellt angesehen wird, lautet eine Grundprämisse der Analyse solcher gesellschaftlichen Vorgänge immer: Es hätte auch anders sein können!

Die Herausbildung metrischer Wertigkeitsordnungen lässt sich in eben diesem Sinne als Valorisierung kennzeichnen, als Vorgang der Inwertsetzung, bei dem Objekte oder Personen, deren Wert wir zuvor nicht oder nur diffus beziffern konnten, mit einem numerischen Ausdruck versehen werden. Im Grunde sind Vermessung, Wertermittlung und Inwertsetzung drei eng, oftmals unlöslich miteinander verbundene Aspekte der Quantifizierung des Sozialen. Der Quantifizierung haftet immer ein – nicht unbedeutendes – Moment der Schaffung dessen an, was sie zu messen vorgibt. Die Zahlen besitzen in der Welt des Status daher auch eine assignative Funktion, sie haben einen Doppelcharakter: Sie zeigen Wert nicht nur an, sondern teilen ihn auch zu. Mit einer derartigen Perspektive kann man so unterschiedliche Phänomene wie das Ranking von Universitäten, Performanzmessung in der Arbeitswelt, die Punktevergabe für die Freundlichkeit des Hotelpersonals, das Messen der täglichen Schrittzahl oder die Veröffentlichung von Mortalitätsraten in Krankenhäusern als Teil eines umfassenden und auch zusammenhängenden Syndroms verstehen. Hier wird die Tür in Richtung einer Bewertungsgesellschaft aufgestoßen, die alles und jeden einer Bewertung mittels quantitativer Daten unterzieht und damit neue Wertigkeitsordnungen etabliert, die zugleich auch Sichtbarkeitsordnungen sind, die uns und anderen Orientierung geben und Übersicht versprechen.

Zahlen, Vergleich, Wettbewerb, Hierarchisierung

Vor diesem Hintergrund argumentiere ich, dass die Quantifizierung des Sozialen nicht einfach nur eine spezifische Beschreibungsform der Gesellschaft darstellt, sondern in vier soziologisch relevanten (und bislang wenig berücksichtigten) Hinsichten Wirkung entfaltet. Diese vier Schritte bauen aufeinander auf und führen von der Zahlenhaftigkeit hin zur Schaffung neuer Ungleichheiten.

Erstens verändert die Sprache der Zahlen unsere alltagsweltlichen Vorstellungen von Wert: Zahlen sind keineswegs neutral, denn durch Zahlenhaftigkeit werden Wertigkeiten erzeugt. Beim Zugriff auf Zahlen sind daher immer schon Vorentscheidungen darüber enthalten, was als relevant, wertvoll oder maßgeblich gelten soll (Espeland/Stevens 1998; Verran 2013). Daten legen nahe, wie Dinge zu sehen sind, und schließen damit andere Sichtweisen systematisch aus. Beim Gebrauch von Zahlen geht es stets auch um eine »besondere Form des Schreibens von Wert« (Vormbusch 2012: 24). Quantifizierungen institutionalisieren daher bestimmte »Wertigkeitsordnungen«, die uns Beurteilungsmaßstäbe und Rechtfertigungen darüber an die Hand geben, wie Dinge zu sehen und zu bewerten sind. Sie visibilisieren bestimmte Aspekte nicht nur (und invisibilisieren andere), sie sagen uns auch, welche Aktivitäten, Leistungen oder Eigenschaften einen hohen »Wert« besitzen und welche nicht, und bringen dadurch bestimmte gesellschaftlich dominante normative Prinzipien zur Geltung (Boltanski/Chiapello 2003; Boltanski/Thevenot 2007). Durch Quantifizierungen werden daher klassifizierende Vorgänge des Bestimmens, Bewertens und Einordnens durchgesetzt. »Statistiken«, so Bettina Heintz in ebendiesem Sinne, »geben vor, eine Realität zu zeigen, die außerhalb von ihnen liegt und durch sie sichtbar gemacht wird. Faktisch sind sie aber nicht Zweitfassungen einer vorausgesetzten Wirklichkeit, sondern selektive Konstruktionen, die diese Wirklichkeit teilweise erst erzeugen. Die Objektivität von Zahlen ist folglich kein Sachverhalt, sondern eine Zurechnung« (2010: 170).

Zweitens wird durch die Quantifizierung des Sozialen ein neues gesellschaftliches Vergleichsdispositiv geschaffen und gestärkt, das auf der »magischen Kraft« der Zahlen beruht. Vergleiche sind immer dann besonders wirkungsvoll und überzeugend, wenn sie den Raum subjektiver Wahrnehmungen und Deutungen verlassen und sich auf objektive (oder das, was dafür gehalten wird) Kriterien beziehen. Die Durchschlagskraft von Zahlen ergibt sich vor allem daraus, dass Menschen bei sozialen Vergleichen eher vermeintlich harten Fakten vertrauen als dem Bauchgefühl oder dem Hörensagen (Festinger 1954). Zwar mag der Vergleich eine anthropologische Konstante und dem Sozialen immanent sein – schon Kinder vergleichen sich in vielerlei Hinsicht –, aber es gibt historisch und kulturell eine enorme Varianz der Intensität und auch der Praktiken des Vergleichs. Mit der Quantifizierung des Sozialen gewinnen »numerische Differenzen« (Heintz 2010) an Gewicht, indem in bislang ungekanntem Umfang Daten erzeugt und gesammelt werden, mit denen sich neuartige Vergleichsbeziehungen herstellen lassen. Wer vergleichen will, dem helfen Indikatoriken, Vermessungsinstrumente und standardisierende Beobachtungssysteme, die den Vergleich mit Daten unterlegen und ihm die

Aura der Objektivität und Fairness verleihen. Mit Daten vergleicht es sich leichter, sie schaffen eine Faktizität, derer man sich kaum entziehen kann – es gibt ein »kaltes Charisma« von Zahlen. Die zunehmende Verdatung des Sozialen liefert somit den Rohstoff für eine tatsächliche oder scheinbare Objektivierung gesellschaftlicher Vergleichsoperationen. Die Darstellung in Zahlen entreißt Informationen dabei nicht nur ihrem Ursprungskontext, sie stellt auch erweiterte Vergleichskontexte her. Dabei werden neben Vergleichbarkeit zugleich auch mannigfaltige, oft schwer durchschaubare Vergleichbarkeitsillusionen geschaffen, wobei zwischen beiden Aspekten ein großer Graubereich liegen dürfte. Was quantifiziert werden kann, so der übliche Schluss, kann auch verglichen werden.

Drittens befördert die quantifizierende Vermessung des Sozialen eine Ausbreitung, wenn nicht gar eine Universalisierung von Wettbewerb, da durch das Bereitstellen quantitativer Informationen sowohl der Hang zum Sozialvergleich wie auch zum Wettbewerb gestärkt wird. Indem sie qualitative Unterschiede in quantitative Ungleichheiten verwandeln und bislang Unvergleichbares und Disparates einem einheitlichen Bewertungsschema unterwerfen und vergleichbar machen, wird auch der Verwettbewerblichung des Sozialen Vorschub geleistet. In vielen Bereichen sind es letztlich erst die Praktiken der Quantifizierung, die eine *Inszenierung von Wettbewerb* ermöglichen, und zwar eines Wettbewerbs, der mithilfe von Zahlen ausgetragen wird. Die Zahlenhaftigkeit des Sozialen ist, wenn man es etwas überpointieren möchte, ein wichtiger Schrittmacher auf dem Weg zur zunehmenden »Glorifizierung der Konkurrenz« (Rosanvallon 2013: 280). Vergleichsoperationen sorgen dabei dafür, dass wir immer wieder aufgefordert und motiviert werden, uns mit anderen ins Verhältnis zu setzen – nicht in geselliger oder kooperativer Absicht, sondern im Kontext von Konkurrenz und wechselseitiger Überbietung. Indem Vergleiche Differenz statt Gemeinsamkeit und Hierarchie statt Gleichheit betonen, sind sie eine wesentliche soziale Grundlage für die Durchsetzung der Logik des Wettbewerbs. Mit Daten können wir nun in vielen Sphären unserer sozialen Existenz, die solchen Verfahren zuvor nicht explizit zugänglich waren, anhand von Mehr-oder-weniger- oder Besser-oder-schlechter-Vergleichen anderen gegenübergestellt werden. Sich ausweitende Konkurrenz- und Wettbewerbsordnungen sind geradezu auf die Durchsetzung und subjektive Aneignung von Indikatoren angewiesen.

Viertens ergibt sich ein Trend hin zu einer verstärkten gesellschaftlichen Hierarchisierung, weil Darstellungen wie Tabellen, Grafiken, Listen oder Noten letztlich qualitative Unterschiede in quantitative Ungleichheiten transformieren. Die Folgen für die Strukturierung und Legitimation sozialer Ungleichheit sind bislang noch kaum in den Blick genommen worden. Quantifizierende Zuweisungen von Statusrängen, so die zentrale These des Buches, verändern unsere Ungleichheitsordnung, weil bislang Unvergleichbares miteinander vergleichbar gemacht und in ein hierarchisches Verhältnis gebracht wird. Heute haben wir es daher nicht länger allein mit materiellen Ungleichheiten und entsprechenden kulturellen Distinktionspraktiken zu tun, sondern auch mit numerischen Ungleichheiten. Zahlen beschreiben, erzeugen und reproduzieren Status und tragen so zur Institutionalisierung bestimmter Wertigkeitsordnungen bei. »Zahlen machen Leute« – das wäre eine plakative Beschreibung des sich herausbildenden neuen

Statusregimes, das sich in vielfältigen Formen der Quantifizierung und der numerischen Rangbildung manifestiert.

Benennungsmacht

Wenn sich der Modus der sozialen Rangzuweisung durch Quantifizierung und Digitalisierung wie beschrieben verändert, drängt sich die Frage auf, wer im neuen Regime der Zahlen eigentlich die Definitionshoheit besitzt. Wer wirkt als Valorisierungsagent? Wer definiert die Regeln, nach denen der Wettbewerb um Ränge und/oder Punkte ausgetragen wird? Wer besitzt die »Benennungsmacht«? Mit »Benennungsmacht« bezeichnete Bourdieu (1985) die Fähigkeit, bestimmte Begriffe und Kategorien sowie Wahrnehmungs- und Repräsentationsschemata zu beeinflussen, zu autorisieren und ihnen quasi-offiziellen Charakter zu verleihen. Der Terminus beruht auf der Vorstellung, dass symbolische Formen der Repräsentation nicht nur ein Abbild der Wirklichkeit sind, sondern letztlich Re-Präsentationen, also Darstellungs- und Beschreibungsformen, die die Wirklichkeit filtern und formatieren, Deutungsangebote bereitstellen und bestimmte Lesarten nahelegen. Sie sind zwar mit objektiven Strukturen der Gesellschaft verkoppelt, können allerdings nicht als bloße – und womöglich interessenlose – Spiegelungen des Sozialen angesehen werden. Ganz im Gegenteil: Die symbolische Ordnung einer Gesellschaft ist ein wichtiger Aspekt gesellschaftlicher Macht, der es Akteuren erlaubt, bestimmte Mechanismen der Zuweisung von Status oder Reputation als legitim darzustellen (und andere dadurch zugleich zu delegitimieren). Diejenigen, die Benennungsmacht ausüben, bedienen sich bestimmter »Objektivierungsmethoden« (Bourdieu 1985: 20), um ihre Interessen durchzusetzen und sie gleichzeitig zu verschleiern. Durch diese Repräsentationen werden Denk- und Vorstellungswelten konditioniert, die auch Vorstellungen der gerechten Ordnung und legitimer Ungleichheiten beinhalten.

Benennungsmacht zeigt sich, wo es gelingt, bestimmte Kategorien und Klassifikationen zu etablieren, die dann wiederum als »strukturierende Struktur« die Gesellschaft prägen. Benennungsmacht verkörpert daher sowohl das Politische (als Form der Durchsetzung und Institutionalisierung) als auch das Symbolische (als Erzeugung von Anerkennung und Legitimität). Sie spielt in allen gesellschaftlichen Sphären eine Rolle, sei es im Bildungssystem, auf Märkten, in sozialen Anerkennungskontexten, im Gesundheitssektor oder in der öffentlichen Verwaltung. Die in Indikatoren, Daten und Messungen geronnene Benennungsmacht kann unter Umständen ganze gesellschaftliche Felder restrukturieren und neue Handlungslogiken durchsetzen, selbst wenn das gegen den »gesunden Menschenverstand«, den eingübten professionellen Ethos oder das Gemeinwohlinteresse verstoßen mag.

In meinem Buch identifizierte ich nicht eine, sondern mehrere Quellen von Benennungsmacht. Traditionell, das ist auch Bourdieus Dreh- und Angelpunkt, übt der Staat Benennungsmacht aus, etwa durch das Sammeln und Verfügbarmachen von Statistiken, durch die Etablierung von Konsekrationsinstanzen und durch vielfältige Klassifikationsleistungen, mit denen Status und der Zugang zu Lebenschancen verbunden sind. Die

Quantifizierung ruft nun auch andere Benennungsmächte auf den Plan: Benennungsmacht üben beispielsweise nun auch jene üblichen Verdächtigen aus, die typischerweise zu den Trägergruppen der Ökonomisierung gezählt werden: einflussreiche Think Tanks, Experten mit ökonomischem Sachverstand, Lobbygruppen, Unternehmerverbände, multinationale Konzerne, Finanzmarktakteure und politische Entscheidungsträger, die marktorientierte Lösungen bevorzugen und entsprechende Reformprozesse vorantreiben. Wo es keine Märkte gibt, die über Preissignale und Gewinnorientierung strukturiert werden, versucht man, Kostenbewusstsein und Effizienzorientierung zu fördern, indem man Quasi-Märkte herstellt (Le Grand 1991; Weiß 2001). Dabei spielt die Initiierung von Konkurrenzbeziehungen eine herausgehobene Rolle; Wettbewerb ist schließlich keine elementare Gegebenheit, sondern er muss gefördert und durchgesetzt werden. Die genannten Gruppen sind die Hauptakteure dieser »Ausdehnung des Kalkulativen« (Vormbusch 2012: 240), d.h. einer verstärkten gesellschaftlichen Orientierung an Effizienz, Leistung, Wettbewerbsfähigkeit, Output und Accountability.

Diejenigen, die Benennungsmacht ausüben möchten und dies nicht allein aufgrund vorhandener politischer oder ökonomischer Ressourcen tun können oder wollen, greifen auch auf andere Quellen zurück, etwa moralische Autorität oder, viel häufiger, Expertise. Die Fähigkeit, einen bestimmten quantitativen Standard als legitim, sachlich angemessen und verallgemeinerbar darzustellen, steht und fällt mit der Glaubwürdigkeit derjenigen, die ihn etablieren oder protegieren: Die Entwicklung von Indikatoren, Klassifikationen oder Bewertungen wird genau wegen des hohen Bedarfs an *Kredibilität* häufig in die Hände von Experten gelegt, die in den jeweiligen Sachbereichen Autorität und Anerkennung genießen, so dass es zumindest nicht schon vordergründig politische oder ökonomische Interessen sind, die hier zum Zuge kommen. Politik und Verwaltung nutzen dabei immer beides, den Sachverstand, der in entsprechenden Gremien versammelt werden kann, wie auch den Nimbus der Unabhängigkeit und die Autorität von Experten, welche dann auf die von ihnen vorgenommenen Benennungen ausstrahlen. Die Glaubwürdigkeit der Experten wird also in einen Legitimitätsgewinn für Indikatoriken umgemünzt. Auf diese Weise schmälert die Politik einerseits ihre Möglichkeiten zur Beeinflussung und Feinsteuerung von Indikatoriken, erzielt andererseits aber symbolisch-legitimatorische Gewinne. Oft wird diese Mandatierung von Benennungsmacht in den verschiedenen gesellschaftlichen Sphären auch positiv gesehen, weil deren dominante Akteure ein großes Interesse daran haben, an der Setzung von Klassifikationen und der Bestimmung von Leistungsindikatoren mitzuwirken, anstatt sie sich von Politik und Verwaltung diktieren zu lassen. Einige Kommentatoren kritisieren diese Nutzung des symbolischen Kapitals der wissenschaftlich geschulten Experten durch die Politik jedoch, weil damit Transparenzverluste und eine Machtverlagerung aus der politischen Sphäre hinaus einhergehen. Außerdem trage die Verleihung des »Qualitätssiegels der Legitimität« (Münch 2009: 26) durch das Regime der Experten dazu bei, die Entscheidungen dieser Gruppen und Kommissionen so darzustellen, als handele es sich um neutrale Urteile, denen Kraft politischer Argumente nicht beizukommen sei.

Angesichts der fortschreitenden Digitalisierung und der wachsenden Bedeutung von Big Data sind zudem Algorithmen zu den zentralen Instrumenten der Benennungsmacht

geworden. Algorithmen bestimmen mehr und mehr, wer sich an welchem Platz wiederfindet oder wie soziale Konstrukte wie Risiko, Gesundheit, Produktivität, Glaubwürdigkeit oder Popularität abgebildet werden. Während durch Indikatorisierung und digitale Erfassung Daten zunächst nur angehäuft werden, sind Algorithmen die Verarbeitungsvorschriften zur Kondensierung und Extraktion von Informationen aus diesem Meer von Daten. Dieser Vorgang ist heikel und höchst anspruchsvoll, denn in ihm stecken zahlreiche Entscheidungen darüber, welche Daten einbezogen, wie sie gewichtet und auf welche Weise sie miteinander verknüpft werden. Die eigentliche Macht algorithmischer Verfahren besteht also darin, dass sie einzelnen Inputfaktoren eine spezifische Bedeutung zuweisen, und dass sie spezifische Modi der Selektivität und Komplexitätsreduktion anwenden. Algorithmen sind gewissermaßen in Syntax überführte Manifestationen von Benennungsmacht. Zwar genießen Algorithmen oftmals den Nimbus der Objektivität, weil sie unpersönlich sind und Daten verarbeiten, doch diese kalkulativen Praktiken selbst sind keineswegs neutrale Verdatungsformen des Sozialen. Algorithmen stehen in einem unauflösbaren Zusammenhang mit sozialen Formen der Zuschreibung von Wertigkeit, und in diesem Sinne produzieren und repräsentieren sie das, was für relevant oder wertvoll gehalten werden soll (Lupton 2014). Sie sitzen auf bestimmten Modellen, Zuschreibungen und Wertigkeitsvorstellungen auf und üben dadurch »algorithmische Macht« (Beer 2009) oder auch »algorithmische Autorität« (Rogers 2013: 97) aus, die in der Lage ist, unsere Wirklichkeit in einer bestimmten Weise zu codieren.

Wem aber gehört diese Macht, wer setzt sie in Szene? Die Macht liegt zunächst bei denen, die als Programmierer die Syntax schreiben, dann aber insbesondere bei denen, die diese Programmierer beauftragen (in der Regel Privatunternehmen), und schließlich bei denen, die die Algorithmen in Anwendung bringen. Es ist sicherlich falsch, hinter den Algorithmen immer gleich dunkle Absichten zu vermuten. Oftmals geht es den Autoren von Algorithmen darum, Dinge angemessen zu erfassen und die Wirklichkeit digital lesbar zu machen. Tatsache ist aber auch, dass die algorithmische Verarbeitung von Informationen heutzutage Weichenstellungen dafür vornimmt, wie wir die Welt sehen (Anderson 2011; Gillespie 2014). Schon allein die Tatsache, dass die Digitalisierung von Informationen einen quantitativen Bias besitzt, legt die Repräsentation dieser Daten in numerischen Größen und somit auch in Relationen zueinander nahe. Interessant ist nun, dass Algorithmen fast keinen Rechtfertigungsanforderungen unterliegen. Der technische Charakter der Prozeduren vermag zu verschleiern, auf welche Weise bestimmte Vorannahmen in die Programmierung einfließen, welche Selektionen vorgenommen werden und welche denkbaren Alternativen ausgeschlossen werden. Die Algorithmen und Codier-Protokolle bleiben auf der Hinterbühne verborgen, wir sehen nur die Welt der Kurven, Sternchen und Balken und nehmen sie als gegeben hin. Algorithmische Operationen sind im Grunde Arkanpraktiken, die sich dem Anspruch auf Transparenz und Nachvollziehbarkeit effektiv entziehen können, was schon dadurch deutlich wird, dass viele Unternehmen ihre Algorithmen explizit zum Unternehmensgeheimnis machen und somit die genauen Prozeduren vor den Augen der Öffentlichkeit verbergen. Die »Benenner« geben ungern Gründe, warum etwas wie gemacht wird, und lassen das Publikum sogar darüber im Unklaren, wie ihre Algorithmen operieren. Damit wird offene Kom-

munikation über die Messkonzepte und Modelle verhindert. In der Konsequenz heißt das nichts anderes, als dass wir uns, obwohl wir von der Macht der Algorithmen wissen, ihr weder effektiv entziehen noch sie wirklich herauszufordern können. Es bildet sich ein asymmetrisches Transparenzverhältnis heraus, bei dem wir – als Bürger, Konsumente etc. – immer gläserner werden, und die Bewertungsalgorithmen immer intransparenter.

Statusdaten als symbolisches Kapital

In »Das metrische Wir« zeige ich anhand einer Reihe von Bereichen und Beispielen, wie die Logik der Quantifizierung gesellschaftlich voranschreitet und durchgesetzt wird. Die Palette ist dabei breit – sie reicht vom Kredit- und Gesundheitsscoring über Bewertungsplattformen, Zitationsdaten und Massenratings bis hin zu den Anwendungen des »Quantified Self«. Für alle diese Arenen der Quantifizierung versuche ich herauszuarbeiten, wie Daten genutzt werden, um Statusklassifikationen vorzunehmen. Daten zeigen hierbei an, wo eine Person, ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine Organisation steht, sie leiten Bewertungen und Vergleiche an – kurz: produzieren Status und bilden diesen ab. In der so zustande gekommenen Wertigkeitsordnung hat alles seinen Platz und einen dazugehörigen Wert. Aus der Vielzahl an subsystem- oder feldspezifischen Wertigkeitsnotierungen ergeben sich, mit Merton (1995: 351) gesprochen, bestimmte »Statussets«, also Bündel von Statuspositionen, in denen sich der Einzelne befindet. Die Daten weisen dann aus, welchen »Kurswert« etwas oder jemand im Kontext der entsprechenden Wertigkeitsordnung hat. Es kann nun fortwährend registriert werden, ob es diesbezüglich zu Wertsteigerungen oder Verlusten kommt, was auch einen Druck hervorruft, sich anzustrengen, Leistung abzurufen, besser zu werden. Dass wir es nun mit einer größeren Zahl an bezifferbaren Wertigkeiten zu tun haben, mag durchaus als Vorteil gesehen werden: Vergleiche können in sehr unterschiedlichen Dimensionen stattfinden, und jeder kann die Aspekte herausgreifen, die im Hinblick auf das Vergleichsergebnis günstig erscheinen. Nicht Beruf und Bildungsabschluss allein bestimmen unseren Status, sondern vielleicht auch zurückgelegte Laufstrecken oder ein Gesundheitsscore, was nun Gelegenheiten schafft, sich durch solche Aspekte zu profilieren. Wenn sich die Zahl der Vergleichsdimensionen vervielfacht, wachsen auch die Möglichkeiten, mit bestimmten, bislang wenig beachteten Leistungen »zu punkten« und sich Spitze zu fühlen.

Statusdaten können als symbolisches Kapital wirksam werden, und versprechen – zuweilen beachtliche – soziale oder materielle Reputationserträge, weshalb sich Menschen auch um immer bessere Daten bemühen. Symbolisches Kapital räumt Akteuren einen »Kredit« bei anderen Akteuren ein, der genutzt werden kann, um sich Vorteile und damit wiederum Anerkennung zu sichern. Man kann seinen Ruf oder seine Reputation einsetzen, um Besserstellungen zu erreichen, genauso wie ein schlechter Ruf oder ein zweifelhaftes Image zu erheblichen Nachteilen auf dem Wohnungs-, Partnerschafts-, Kredit-, Arbeits- oder auf sonstigen Märkten führen kann. Symbolisches Kapital in Form von Statusdaten lässt sich also in materielle Vorteile oder nützliche Kontakte konvertieren. Die »Zurschaustellung des symbolischen Kapitals« ist es letztlich, die dafür sorgt, dass »Kapi-

tal zu Kapital kommt« (Bourdieu 1987: 218). Fourcade und Healy (2017) sprechen in Anlehnung an Bourdieu vom »Überkapital« als einer auf Daten beruhenden Kapitalform, in welcher Informationen über Individuen aufgehoben werden, die dann dazu genutzt werden, um Individuen zu klassifizieren und zu bewerten und damit über die Zuteilung von Lebenschancen entscheiden. Das Horten und Auslesen von Daten über Personen wird eingesetzt, um sie in einer Wertigkeitsordnung zu verorten und damit bestimmte Möglichkeiten einzuräumen bzw. zu versagen. Daten beschreiben eben nicht nur, sondern zeitigen handfeste stratifizierende Effekte. Im Falle von sichtbaren Wertigkeitsmetriken sind die Chancen auf Vorteilmehrung erheblich, weil direkte Vergleiche des symbolischen Kontostandes durchgeführt werden können. In etlichen Bereichen braucht es bereits heute nur noch einen Klick, um herauszufinden, wo jemand steht, in Zukunft wird sich diese Tendenz verstärken. Versteht man Scores (oder andere Quantifizierungen) als in der Sprache der Zahlen ausgedrücktes symbolisches Kapital, wird deutlich, dass das Symbolische in dieser abstrakten und generalisierten Form nun viel umfassender kommuniziert und verwertet werden kann als der traditionelle, oft lokal begrenzte oder bereichsgebundene »gute Ruf«. Überall dort, wo Leistungsscores, Populärbewertungen oder Rangtabellen veröffentlicht werden, wird symbolisches Kapital verliehen und als konvertierbare Währung eingeführt.

Die Frage, die sich das statusorientierte Selbst nun stellen muss, lautet dann: Wie werde ich »reputation rich«? (Fertik/Thompson 2015: 6) Die Tatsache, dass das Bewertungsspiel der Daten nicht einfach etwas ist, was man hinzunehmen hat, sondern beeinflussen kann, beinhaltet ja geradezu die Handlungsaufforderung, dies auch zu tun. Selbstoptimierung bedeutet schließlich nicht nur Selbstentfaltung, sondern bezieht sich in den genannten Kontexten vor allem auf Steigerung und Wettbewerb, so dass es für den Einzelnen mehr und mehr darauf ankommt, seine (messbaren) Leistungen zu verbessern und zugleich sichtbar zu machen. Sichtbar machen wiederum heißt im Zeitalter des metrischen Wir, dass man vor allem auf »easy-to-quantify accomplishments« setzen muss (Fertik/Thompson 2015: 63), weil klar ist, dass die häufig angewandten Algorithmen vor allem jene Informationen einlesen und gut verarbeiten können, die in quantifizierter Form vorliegen. Reputationsscores können für Individuen dann leicht einen solchen Stellenwert erhalten, wie ihn betriebswirtschaftliche Kennzahlen für Unternehmen besitzen: Menschen sind aufgefordert, sich im Sinne des Accountings, also einer individuellen Buchhaltung, darum zu kümmern, dass die Performanzwerte stimmen. Sie müssen investiv tätig werden und ihre Ressourcen und Kompetenzen strategisch richtig einsetzen, damit sich numerische Erträge erzielen lassen. Und sie müssen unternehmerisch tätig werden, also risikobewusst, vorrausschauend, marktbeobachtend, flexibel und eigenverantwortlich sein. Diese drei Dinge – die individuelle Wertigkeitskontenführung, das Investitionsverhalten und die unternehmerische Orientierung im Hinblick auf die eigenen Zahlen – machen Menschen zu »Kapitalisten des Selbst«, so etwa Marion Fourcade (2016). Wie die doppelte Buchführung eine wesentliche Grundlage der Entfaltung der kapitalistischen Wirtschaftsweise darstellte, so könnte die Quantifizierung des Sozialen einer stärker rationalisierten alltäglichen Lebensführung Vorschub leisten, die sich an Zahlen orientiert. Das »unternehmerische Selbst« (Bröckling 2007), das sich dem Diktat

fortwährender Selbstoptimierung unterwirft, ist dann eines, das dafür sorgen muss, dass die Zahlen »stimmen«.

Wie gesagt, Individuen stellen im Zeitalter des metrischen Wir ein Bündel von Daten dar, das ihre Wertigkeit beschreibt. Sind diese Daten erst einmal in der Welt und irgendwo gespeichert, besteht die Möglichkeit, sie mittels Datamining zu nutzen, indem man etwa Muster analysiert. Zudem kann man aus Daten-Personen-Verknüpfungen Schlüsse für zukünftiges Verhalten, den »Wert« eines Individuums für bestimmte Zwecke oder auch mögliche Risiken ermitteln. In dem Moment, in dem wir als Kunden, Selbstvermesser oder schlicht als Internet-Surfer die digitale Arena betreten, werden unsere Daten zu einem Produkt, das verwertet, rekombiniert und weiterverkauft werden kann. Das Kompilieren, Kumulieren, Assemblieren und Verknüpfen von personenbezogenen Daten aus sehr unterschiedlichen Quellen schafft einen ungeheuren Informationsgewinn und ermöglicht eine sehr umfassende – man könnte auch sagen: totale – Verdichtung des Sozialen. Freizeitverhalten, Konsumgewohnheiten, Gesundheits- und Einkommensstatus, Freundschaftsnetzwerke, Wohnkontexte, Informationen zum Arbeitsumfeld und zum Arbeitgeber – all dies kann in einem einzelnen Datensatz versammelt werden, der sich dann wieder dazu verwenden lässt, der »Durchkapitalisierung der Lebenswelt« (Streeck 2015: 256) eine zusätzliche Dynamik zu verleihen.

Es zeigt sich zudem, dass die Quantifizierung des Sozialen neue Schnittstellen der Informationsübertragung zwischen gesellschaftlichen Teilsystemen schafft. Das lässt sich etwa beobachten, wenn private sportliche Aktivitäten zu Rabatten bei der Krankenkasse führen, wenn Arbeitgeber sich bei Facebook über die Freundschaftsnetzwerke von Bewerbern informieren, wenn der Gesundheitsstatus für den Wohnungsmarkt relevant wird oder wenn ein Creditscore Bildungschancen beeinflusst. Hier werden Daten, die in einem bestimmten Bereich und für sehr spezifische Zwecke erhoben wurden, zu wichtigen Referenzgrößen in anderen Kontexten. Statusfeststellungen bleiben also vielfach nicht auf einen Sachbereich begrenzt, sondern wandern mühelos durch die Wände zu anderen Sphären. Die Zahlenhaftigkeit führt, um eine Formulierung von Luhmann (2010: 132) zu nutzen, zur »Erleichterung des Grenzverkehrs zwischen Teilsystemen«. Sie kann strukturelle und informationelle Kopplungen zwischen gesellschaftlichen Bereichen herstellen. Die Möglichkeit der Extraktion von Informationen aus den angesammelten Datenmengen und ihre Überführung in andere Sachbereiche machen oftmals sogar den eigentlichen Wert solcher Sammlungen aus.

Kollektive der Ungleichen

In der Debatte um die Rolle der Digitalisierung ist oft die Rede davon, das Internet könne einen gewaltigen Beitrag zur Demokratisierung zugunsten der Teilhabe bislang ausgeschlossener Bevölkerungskreise und zu einem Mehr an Gerechtigkeit leisten. Einigen Beobachtern erscheint die Digitalisierung sogar als der »große Gleichmacher« (Bohsem 2016), da sich ganz unabhängig vom sozioökonomischen Status breite Zugänge zu Bildung, Information und Konsum ergeben. Selbst in abgehängten Regionen mit schwach

entwickelter Infrastruktur kann man nun gleichberechtigt shoppen oder sich Vorlesungen an den besten Universitäten der Welt anschauen. Informationsmonopole werden aufgebrochen, Beteiligungsschwellen sinken. Soziale Medien steigern die individuellen Vernetzungsoptionen. Auch politische Partizipationsmöglichkeiten sind etwa durch Online-Petitionen weniger exklusiv und voraussetzungsvoll als früher. Ein weiterer Vorteil der umfassenden Digitalisierung und Verdichtung des Sozialen wird darin gesehen, dass grobe Kategorienbildungen zugunsten der genaueren Erfassung spezifischer Profile und des individuellen Verhaltens überwunden werden können. Die Digitalisierung führt so zu einer »Differenz-Revolution« (Kucklick 2014: 21), in deren Verlauf umfassende kollektive Kategorien zugunsten feinerer Unterschiede aufgelöst werden. Statt in einer statistischen Großgruppe zwangskollektiviert zu werden, darf jeder oder jede nun eine ganz individuelle Behandlung erwarten. Man kann sich das wie einem Zoom vorstellen, der in ein Gruppenfoto hineinfährt und einzelne Personen immer genauer hervortreten lässt. Dieses präzise Erkanntwerden ist dabei etwas, das sich viele Menschen ausdrücklich wünschen. Ihr Gerechtigkeitsempfinden sagt ihnen, dass eine Gesellschaft, die uns nicht aufgrund allgemeiner Zuschreibungen bewertet und einer Gruppe zurechnet, sondern anhand detaillierter Analysen genau beschreibt, fairer ist.

Ging es in der Frühphase der Sozialstatistik vor allem um die Definition sinnvoller kollektiver, zusammenfassender Kategorien, so bedeutet der Zuwachs an individualisierten Daten, dass Individuen nun nicht mehr nur als Teil einer großen Klasse erkennbar werden, sondern mehr und mehr als sozialstatistische Solitäre. Bislang übersehene, verborgene oder willen- und wissentlich ignorierte Unterschiede werden durch den Einsatz von Metriken und Algorithmen erkenn- und damit auch verwertbar. Wo sie einmal als objektive Messungen etabliert sind, ist es schwer, wieder in den Zustand des Nichtwissens zurückzufallen, und es entsteht ein gesellschaftlicher, von unterschiedlichen Akteuren forcierter Druck, die Daten auch in anderen Zusammenhängen zu verwenden, sei es bei der Personalrekrutierung, auf dem Konsummarkt, bei der Leistungsmessung, in der Welt der sozialen Beziehungen oder auf Versicherungs- und Vorsorgemärkten. Weil das Wissen über die Gewohnheiten und Präferenzen der Kunden immer umfangreicher wird, lassen sich nun maßgeschneiderte Konsumofferten entwickeln, die den standardisierten Massenprodukten zunehmend Konkurrenz machen und von denen man sich neue Wachstumsschübe verspricht (Streeck 2016).

Wie angedeutet, sind es nicht nur Unternehmen und kommerzielle Interessen, die diesen Prozess vorantreiben, schließlich wollen die Kunden ihrerseits als Individuen behandelt werden. »Price me by how I drive, not by who you think I am!« (Consumers-Union 2015) lautet ein Slogan des amerikanischen Verbraucherverbandes, der dafür kämpft, dass Versicherungen das tatsächliche Fahrverhalten zur Grundlage ihrer Tarifberechnungen machen, nicht allein den Wohnort oder den Familienstand. Dieser Wunsch nach individueller und genauer Erfassung und Bewertung hat zur Folge, dass es in Zukunft immer schwieriger werden wird, Gussformen für solidarische Kollektivierungen zu entwickeln. Wer möchte schon in einen Topf mit vielen anderen (womöglich schlechteren) Risikoträgern geworfen werden, wenn er mit individualisierten Tarifen besser abschneidet? Wer möchte nicht für gesundes, risikoaverses oder vorbeugendes Verhalten

belohnt werden? Welche Versicherung wird es sich nehmen lassen, Risikokollektive immer weiter auszudifferenzieren und zu kostensparendem Verhalten anzureizen? Vor diesem Hintergrund steht uns möglicherweise eine digitale *Hyperindividualisierung* bevor, die auf unendlich vielen und endlos kombinierbaren Differenzbeobachtungen beruht. Quantifizierung des Sozialen heißt eben zugleich Spaltbarkeit des Sozialen. Hier kommt Individualisierung nicht als Befreiung und Emanzipation daher, sondern als Separierung des Einzelnen durch statistische Erkennung. Diese Art der Individualisierung ist ein Prozess der Singularisierung, der Adressierung, des Identifizierens, Verortens und Unterscheidens von Personen innerhalb einer größeren Masse. Man zählt nicht als »Gruppenexemplar« (Nassehi 2016: 71) und wird nicht länger aufgrund verallgemeinerter Eigenschaften angesprochen, sondern nur noch als einzelner Vektor in einem Zahlenraum, als durch Daten beschriebener Einzelmensch.

Subjektiv mag man die eigenen Daten durchaus als Ausweis von Individualität verstehen; das Ambivalente dieser datengetriebenen Hyperindividualisierung besteht jedoch darin, dass sie den Kollektivbezug unabdingbar braucht. Kein Leistungsdatum der Selbstvermesser, kein Gesundheitsscore und kein Rating kommt ohne Standardisierung und den Bezug auf Kollektivdaten aus. Die versicherungsmathematische Bewertung, ob jemand ein gutes oder schlechtes Fahrverhalten an den Tag legt, ist ja davon abhängig, wie alle anderen Insassen des Datenpools das Lenkrad führen. Das Individuelle entsteht hier nur aus dem Kollektiven heraus, eben als Differenzbeobachtung, als Maßstabsbezug. Es ist nun aber kein Kollektiv der Gleichen mehr, das wir vor uns sehen, sondern ein Kollektiv der Ungleichen. Die homogenisierten Großgruppenkollektive der Vergangenheit werden durch neue Hierarchien mit immer genaueren Differenzierungen abgelöst. Deshalb ist das metrische Wir eine Datenwolke aus unendlich vielen Einzelpunkten und kein solidarischer Verband.

Vom Konflikt der Klassen zum Wettbewerb der Individuen

Wie kann man diesen Wandlungsprozess nun begrifflich fassen und einordnen? Befinden wir uns im Übergang zu einer »digitalen Klassengesellschaft« (Han 2015: 90), wie manche meinen? Zwar bestimmen die digitalen Klassifikationssysteme die gesellschaftliche Statusordnung immer stärker, aber eine Klassenbildung im herkömmlichen Verständnis ergibt sich daraus gerade nicht. Stattdessen beobachten wir – auch hier überpointiere ich wieder – ein graduelles Umschalten des gesellschaftlichen Ungleichheitsregimes weg vom Konflikt der Klassen hin zum Wettbewerb der Individuen. Alternativ können die Wettbewerber natürlich auch Universitäten, Krankenhäuser, Professionen oder Staaten sein, je nachdem welche Zurechnungseinheit im Fokus steht. Beim Konflikt geht es um die direkte Auseinandersetzung zwischen den beteiligten Parteien, das Ringen miteinander; beim Wettbewerb tritt man im Hinblick auf spezifische Leistungsziele gegeneinander an (Werron 2010). Die Quantifizierung des Sozialen öffnet immer neue Türen, um den Wettbewerbsindividualismus noch weiter zu verbreiten. Rangtabellen, Gesundheitsscores, Fitnesspunkte, Leistungsindikatoren, Bewertungsnoten oder Gefällt-

mir-Klicks stärken das *komparative Dispositiv*, aus dem der Wettbewerb unmittelbar hervorgeht. Der konfliktive Modus wird auf diese Weise durch den datengetriebenen kompetitiven Modus abgelöst. In der Konkurrenzgesellschaft kämpft man jeweils für sich um Plätze, Anerkennung oder Leistungsvorsprünge, nicht mehr kollektiv um Macht oder Verteilungsgerechtigkeit. Aus der Auseinandersetzung um Einfluss, Teilhabe und Umverteilung ist somit ein Steigerungsspiel des Überbietens, Überholens und der Optimierung geworden, das die Kollektivierungsfähigkeit von Interessen unterminiert. Mit Marx gesprochen: Die Herausbildung einer »Klasse für sich« wird unwahrscheinlicher, weil die Individuen eine gemeinsame Klassenlage in der Vereinzelung gar nicht mehr zu erkennen vermögen. Das metrische Wir ist eine Masse aus Individuen, die im Wettstreit miteinander stehen, kein solidarisches oder kooperatives Wir. Diese Ordnung kennt also vor allem »kompetitive Singularitäten« (Reckwitz 2015, 2017), die sich wechselseitig beobachten und zugleich von Dritten beobachtet werden, allerdings nicht – anders als bei Reckwitz (2017) – in ihrer Einzigkeit, sondern durch die Herstellung von Kommensurabilität und Standardisierung. Die Etablierung von Konkurrenzbeziehungen in vielen gesellschaftlichen Feldern und die andauernde Ermahnung, sich im Differenten und nicht im Gemeinsamen zu erkennen, sind ohne Zweifel geeignet, den Charakter der Gesellschaft grundlegend zu verändern, ja wesentliche Kernprinzipien in Frage zu stellen.

Zwar gehen Quantifizierungen stets mit dem Versprechen einher, Wertigkeitsordnungen enger an die tatsächliche Leistung zu koppeln und so gerechter zu machen, aber diese Betrachtung unterschlägt den Verwendungszusammenhang, in den solche Statusdaten oft eingebracht werden. Wo Statusdaten Teil der sichtbaren gesellschaftlichen Hierarchie sind, gibt es oftmals erhebliche Kumulations- und Aufschaukeleffekte. Das Horten von Chancen und die sukzessive Vergrößerung anfänglich kleiner Unterschiede werden in der Soziologie häufig mit Versatzstücken aus der Theorie kumulativer Vorteile betrachtet (DiPrete/Eirich 2006). Diese geht davon aus, dass frühere Erfolge zukünftige Erfolge wahrscheinlicher machen, oder umgekehrt, dass Nachteilspositionen dazu tendieren, sich zu verfestigen. »Success breeds success« ist die amerikanische Formel dafür. Eine Analogie, die in diesem Zusammenhang oft ins Spiel gebracht wird, ist die des einmal angelegten Kapitals, das durch den Zinseszinsseffekt exponentiell anwächst. Anders ausgedrückt: Die Resultate der eigenen Statusarbeit hängen sehr stark von der Ausgangsposition ab, von der aus man ins Rennen gegangen ist. Wer Erfolg hat und dadurch symbolisches Kapital einheimst, kann leichter weitere Ressourcen auf tun oder vorhandene Ressourcen mit einer höheren Ertragswahrscheinlichkeit einsetzen, ein Zusammenhang, der für das wissenschaftliche Feld gut belegt ist.

Vor diesem Hintergrund auf die Verwendung von Daten geblickt, wird klar, dass die Vorstellung einer immer leistungsgerechteren Statushierarchie durch Quantifizierung in eine falsche Richtung weist, zumindest wenn man die Breite der Entwicklungen anschaut. Die Vermessung des Sozialen und die Universalisierung des Wettbewerbs sind daher keine Garanten für eine Rationalisierung von Statuszuweisungsprozessen. Numerische Reputationsvorsprünge können erhebliche Gratifikationserträge bringen, genauso wie ein Mangel an guten Kennziffern zu systematischen Benachteiligungen und Abstiegsspiralen führen kann. Zwar wird durch die Institutionalisierung von Statuskonkur-

renz in immer mehr Lebensbereichen eine aktivistische Kultur der Leistungsorientierung und -steigerung durchgesetzt, verbunden ist dies aber mit einem Ungleichheitsregime, das in nicht wenigen Bereichen dazu neigt, Leistungsdifferenzen und Erfolgserträge zu entkoppeln (Neckel 2001). Indem es sich aber auf objektive Daten beruft, stellt dieses System sicher, dass es den Anschein von Fairness wahrt, auf den es in einer sich als meritokratisch verstehenden Gesellschaft am Ende ankommt. Quantitative Daten, vereinheitlichte Bewertungsmaßstäbe und standardisierte Prozeduren sind die legitimatorischen Leitplanken des Wettbewerbs der besseren Zahlen, die zudem darüber hinwegtäuschen, auf welchen ideologischen Grundvorstellungen sie fußen und welche normativen Leitideen sie verwirklichen.

Eine solche Gesellschaft mag heute noch wie eine Überzeichnung einzelner Trends erscheinen, es gibt aber dennoch gute Gründe anzunehmen, dass Messbarkeits- und Quantifizierungsansprüche, die hierbei als Treiber wirken, kein Oberflächenphänomen bleiben. Wie wir sehen, haben nicht nur die Instrumente und Technologien der Vermessung des Sozialen einen Quantensprung erlebt, auch die Nachfrage nach Daten zum Zweck der gesellschaftlichen Steuerung steigt unablässig an. Dabei geht es eben nicht nur um Indikatoren für die zentralen Schaltstellen gesellschaftlicher Entscheidungen, sondern um mannigfaltige Kontexte, in denen Daten nun eine Rolle spielen. In der sich nach und nach durchsetzenden Semantik der Statusdaten, die uns unentwegt mit Informationen über uns selbst und über andere versorgt, stecken veränderte Beziehungsformen, die auf Mehr-oder-weniger-Vergleiche und Steigerung angelegt sind. Die in Zahlen eingelassenen Bewertungsstrukturen der Individuen bleiben nicht äußerlich, sondern werden durch Sozialisation, gesellschaftliche Erwartungen und Bemühungen um Legitimation angenommen, eingeübt und verfestigt. Sie geben Gründe, schaffen Anreize, nehmen Relevanzsetzungen vor – bestimmen also, worauf es jeweils ankommt.

Positive Bewertungseinkünfte erzielen in dieser Welt vor allem jene, die mit guten Zahlen glänzen. Auch das Selbstwertgefühl bleibt von der Quantifizierung nicht unberührt: Wenn man annimmt, dass die ganz normale Sorge um den Selbstwert den Wunsch nach Beachtung einschließt (Franck 1998: 79), kann man davon ausgehen, dass sich Menschen darum bemühen, möglichst gute Positionen in den Wertigkeitsordnungen zu erlangen. Rankings, Ratings oder Scores übermitteln hierbei gesellschaftliche Wertigkeitssignale. Wo wir nichts über die wirkliche Wertschätzung unserer Performanz wissen, können Zahlen eine Krücke der Selbstvergewisserung sein. Wenn wir uns selbst an diesen orientieren, um andere zu bewerten und einzuordnen, werden auch wir geneigt sein zu glauben, dass andere sich ebenfalls dieser Signale bedienen, um uns zu bewerten. Die wechselseitige Relevanzvermutung fördert die gesellschaftliche Durchsetzung des metrischen Wir ungemain. Die Klassifikation anhand von Daten wird somit eine Jedermann-(und Jederfrau-)Angelegenheit, die sukzessive dazu beiträgt, dass wir alle Teil des großen Gesellschaftsspiels des wechselseitigen Bewertens, Beobachtens und Vergleichens werden. Der Mensch wird zum Jäger und Sammler von Statuspunkten. Die Gesellschaft des metrischen Wir erzieht uns möglicherweise alle zu Numerokraten, die immerzu die Zahlen im Blick haben. Die Quantifizierung des Sozialen hat somit das Potenzial, ein neues Regime der Ungleichheit hervorzubringen, in dem wir immerfort bewertet sowie

mit anderen verglichen werden, und in dem wir uns fortwährend darum bemühen müssen, mit guten Zahlen zu glänzen.

Literatur

- Anderson, Chris W. (2011): »Deliberative, Agnostic, and Algorithmic Audiences: Journalism's Vision of its Public in an Age of Audience Transparency». In: *International Journal of Communication* 5, S. 529-547.
- Beer, David (2009): »Power through the algorithm? Participatory web cultures and the technological unconscious». In: *New Media & Society* 11(6), S. 985-1002.
- Bohsem, Guido (2016): »Der große Gleichmacher«. In: *Süddeutsche Zeitung* 3.9.2016, S. 24.
- Boltanski, Luc/Chiapello, Ève (2003): *Der neue Geist des Kapitalismus*. Konstanz: UVK.
- Boltanski, Luc/Thévenot, Laurent (2007): *Über die Rechtfertigung. Eine Soziologie der kritischen Urteilskraft*. Hamburg: Hamburger Edition.
- Bourdieu, Pierre (1982): *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre (1985): *Sozialer Raum und ›Klassen‹. Leçon sur la leçon*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre (1987): *Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bröckling, Ulrich (2007): *Das unternehmerische Selbst*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- ConsumersUnion (2015): »Price me by how I drive!«. <https://secure.consumersunion.org/site/Advocacy?cmd=display&page=UserAction&id=3057> (zuletzt aufgerufen am 28.2.2017)
- Crouch, Colin (2015): *Die bezifferte Welt: Wie die Logik der Finanzmärkte das Wissen bedroht*. Berlin: Suhrkamp.
- DiPrete, Thomas A./Eirich, Gregory M. (2006): »Cumulative Advantage as a Mechanism for Inequality: A Review of Theoretical and Empirical Developments». In: *Annual Review of Sociology* 32, S. 271-297.
- Doganova, Liliana/Giraudeau, Martin/Helgesson, Claes-Fredrik/Kjellberg, Hans/Lee, Francis/ Mallard, Alexandre/Mennicken, Andrea/Muniesa, Fabian/Sjögren, Ebba/Zuiderent-Jerak, Teun (2014): »Valuation Studies and the Critique of Valuation». In: *Valuation Studies* 2(2), S. 87-96.
- Espeland, Wendy N./Sauder, Michael (2007): »Rankings and Reactivity: How Public Measures Recreate Social Worlds». In: *American Journal of Sociology* 113(1), S. 1-40.
- Espeland, Wendy N./Stevens, Mitchell (1998): »Commensuration as a Social Process». In: *Annual Review of Sociology* 24, S. 313-343.
- Espeland, Wendy N./Stevens, Mitchell (2008): »A Sociology of Quantification». In: *European Journal of Sociology* 49(3), S. 401-436.
- Fertik, Michael/Thompson, David C. (2015): *The Reputation Economy. How to Optimize Your Digital Footprint in a World Where Your Reputation Is Your Most Valuable Asset*. London: Piakus.
- Festinger, Leon (1954): »A Theory of Social Comparison Processes». In: *Human Relations* 7(2), S. 117-140.
- Fourcade, Marion (2016): »Ordinalization: Lewis A. Coser Memorial Award for Theoretical Agenda Setting». In: *Sociological Theory* 34(3), S. 175-195.
- Fourcade, Marion/Healy, Kieran (2013): »Classification situations: Life-chances in the neoliberal era». In: *Accounting, Organizations and Society* 38(8), S. 559-572.
- Fourcade, Marion/Healy, Kieran (2017): »Seeing Like a Market». In: *Socio-Economic Review* 15(1): 9-29.
- Franck, Georg (1998): *Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf*. München: Hanser.
- Gantz, John/ Reinsel, David (2012): »The Digital Universe in 2020: Big Data, Bigger Digital Shadows, and Biggest Growth in the Far East». <https://www.emc.com/collateral/analyst-reports/idc-the-digital-universe-in-2020.pdf> (zuletzt aufgerufen am 5.4.2016)

- Gillespie, Tarleton (2014): »The Relevance of Algorithms«. In: Gillespie, Tarleton/Boczkowski, Pablo J./Foot, Kirsten A. (Hg.): *Media Technologies. Essays on Communication, Materiality, and Society*. Cambridge: MIT Press, S. 167-194.
- Han, Byung-Chul (2015): *Psychopolitik. Neoliberalismus und die neuen Machttechniken*. Frankfurt am Main: Fischer.
- Heintz, Bettina (2010): »Numerische Differenz. Überlegungen zu einer Soziologie des (quantitativen) Vergleichs«. In: *Zeitschrift für Soziologie* 39(3), S. 162-181.
- Kucklick, Christoph (2014): *Die granulare Gesellschaft. Wie das Digitale unsere Wirklichkeit auflöst*. Berlin: Ullstein.
- Lamont, Michèle (2012): »Toward a Comparative Sociology of Valuation and Evaluation«. In: *Annual Review of Sociology* 38, S. 201-221.
- Leberecht, Tim (2015): *The Business Romantic. Give Everything, Quantify Nothing, and Create Something Greater Than Yourself*. New York: HarperCollins.
- Le Grand, Julian (1991): »Quasi-Markets and Social Policy«. In: *The Economic Journal* 101, S. 1256-1267.
- Luhmann, Niklas (2010): *Politische Soziologie*. Berlin: Suhrkamp.
- Lupton, Deborah (2014): *Digital Sociology*. London: Routledge.
- Mau, Steffen (2017): *Das metrische Wir. Über die Quantifizierung des Sozialen*. Berlin: edition suhrkamp.
- Merton, Robert K. (1995): *Soziologische Theorie und soziale Struktur*. Berlin: de Gruyter.
- Münch, Richard (2009): *Globale Eliten, lokale Autoritäten. Bildung und Wissenschaft unter dem Regime von PISA, McKinsey & Co.* Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Nassehi, Armin (2016): *Die Wiedergewinnung des Politischen. Eine Auseinandersetzung mit Wahlverweigerung und kompromislosem Protest*. Berlin: Konrad Adenauer Stiftung.
- Neckel, Sighard (2001): »Leistung« und »Erfolg«. In: Barlösius, Eva/Müller, Hans-Peter/Sigmund, Steffen (Hg.): *Gesellschaftsbilder im Umbruch. Soziologische Perspektiven in Deutschland*. Wiesbaden: Springer, S. 245-265.
- Peetz, Thorsten/Aljets, Enno/Meier, Frank/Waibel, Désirée (Hg.) (2016): *Soziologie der Bewertung*. Berliner Journal für Soziologie 26 (3-4).
- Power, Michael (1994): *The Audit Explosion*. London: Demos.
- Reckwitz, Andreas (2015): »Die Transformation der Sichtbarkeitsordnungen. Vom disziplinären Blick zu den kompetitiven Singularitäten«. Soziopolis: <http://www.sozioipolis.de/beobachten/kultur/artikel/die-transformation-der-sichtbarkeitsordnungen> (zuletzt aufgerufen am 9.11.2016)
- Reckwitz, Andreas (2017): *Die Gesellschaft der Singularitäten*. Berlin: Suhrkamp
- Rogers, Richard (2013): *Digital Methods*. Cambridge: MIT Press.
- Rosanvallon, Pierre (2013): *Die Gesellschaft der Gleichen*. Hamburg: Hamburger Edition.
- Schimank, Uwe (2011): »Ökonomisierung der Wissenschaft«. http://www.uni-muenster.de/imperia/md/content/agfortbildung/oekon-wiss-hannover_schimank.pdf (zuletzt aufgerufen am 23.11.2016)
- Schimank, Uwe/Volkman, Ute (2008): »Ökonomisierung der Gesellschaft«. In: Maurer, Andrea (Hg.): *Handbuch der Wirtschaftssoziologie*. Wiesbaden: Springer, S. 382-393.
- Strathern, Marilyn (Hg.) (2000): *Audit Cultures. Anthropological Studies in Accountability, Ethics and the Academy*. New York: Routledge.
- Streeck, Wolfgang (2015): »Kunde oder Terrorist? Wie Big Data den Menschen kategorisiert«. In: Schirrmacher, Frank (Hg.): *Technologischer Totalitarismus. Eine Debatte*. Berlin: Suhrkamp, S. 247-256.
- Streeck, Wolfgang (2016): »Bürger als Kunden: Überlegungen zur neuen Politik des Konsums«. In: Bude, Heinz/Staab, Philipp (Hg.): *Kapitalismus und Ungleichheit. Die neuen Verwerfungen*. Frankfurt/New York: Campus, S. 261-284.
- Timmermans, Stefan/Epstein, Steven (2010): »A World of Standards but not a Standard World: Toward a Sociology of Standards and Standardization«. In: *Annual Review of Sociology* 36, S. 69-89.
- Verran, Helen (2013): »Number«. In: Lury, Celia/Wakeford, Nina (Hg.): *Inventive Methods. The Happening of the Social*. Abingdon: Routledge, S. 110-124.

- Vormbusch, Uwe (2012): *Die Herrschaft der Zahlen. Zur Kalkulation des Sozialen in der kapitalistischen Moderne*. Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Weiß, Manfred (2001): »Quasi-Märkte im Schulbereich. Eine ökonomische Analyse«. In: Oelkers, Jürgen (Hg.): *Zukunftsfragen der Bildung*. Weinheim: Beltz, S. 69-85.
- Werron, Tobias (2010): »Direkte Konflikte, indirekte Konkurrenzen. Unterscheidung und Vergleich zweier Formen des Kampfes«. In: *Zeitschrift für Soziologie* 39(4), S. 302-318.

Anschrift:

Prof. Dr. Steffen Mau
Humboldt-Universität zu Berlin
Institut für Sozialwissenschaften
Unter den Linden 6
10099 Berlin
steffen.mau@hu-berlin.de