

Soziopulse

Studien zur
Wirtschaftssoziologie und Sozialpolitik

herausgegeben von

Prof. Dr. Michael Nollert
(Universität Freiburg i. Ue.)

Band 1

LIT

Michael Nollert, Hanno Scholtz,
Patrick Ziltener (Hg.)

Wirtschaft in soziologischer Perspektive

Diskurs und empirische Analysen

LIT

Münster 2004

- Vogl, Joseph (2002), *Kalkül und Leidenschaft*, München.
- Wagner, Peter (1990), *Sozialwissenschaften und Staat, Frankreich, Italien, Deutschland 1870 - 1980*, Frankfurt a. Main/New York.
- Waszek, Norbert (1988), *Die Institutionalisierung der Nationalökonomie an deutschen Universitäten, St. Katharinen*.
- Whitley, Richard (1984), *The Development of Management Studies as a Fragmented Adhocracy*, in: *Social Science Information*, 23, 4/5, S. 777-818.
- Whitley, Richard (2000), *The Intellectual and Social Organization of the Sciences*, Oxford.

15 Lässt sich mit dem *Rational Choice*- Ansatz Wirtschaftssoziologie betreiben?

Einige Überlegungen am Beispiel von
Unternehmensgründungen

Peter Schallberger

1. Programm und Erfolg: Becker und Homans

Als im Jahre 1992 dem Amerikaner Gary S. Becker der Nobelpreis für Ökonomie zugesprochen wurde, versetzte dies nicht wenige Soziologen in eine eigentliche Euphorie. Mit Becker sei nun endlich einem Vertreter auch *ihrer* Faches die Ehre dieser hohen wissenschaftlichen Auszeichnung zuteil geworden. Andere Fachvertreter freilich sahen in dem Ereignis, wenn sie nicht schlicht schockiert waren, ein immenses Ärgernis. Becker forcieren in den Sozialwissenschaften einen ökonomischen Imperialismus, der nicht nur zu einem Verstehen gesellschaftlicher Phänomene nichts beitrage, sondern den Blick auf diese verstelle; was Becker betreibe, sei nicht Soziologie, sondern Anti-Soziologie.

Tatsächlich wurde mit Gary S. Becker ein Ökonom ausgezeichnet, der mit dem neoklassischen Paradigma einen universellen Erklärungsanspruch verbindet. „In der Tat“, so Becker (1976: 3ff.) in einem programmatischen Aufsatz, „bin ich zu der Auffassung gekommen, dass der ökonomische Ansatz so umfassend ist, dass er auf alles menschliche Verhalten anwendbar ist, sei es nun Verhalten, das monetär messbar ist oder unterstellte ‚Schatten‘-Preise hat, seien es wiederkehrende oder seltene Entscheidungen, seien es wichtige oder nebensächliche Entscheidungen,

Wirtschaft in soziologischer Perspektive. Diskurs und empirische Analysen, hg. von Michael Nollert, Hanno Scholtz, Patrick Ziltener. Münster 2004: LIT-Verlag, S. 261-281.

handele es sich um emotionale oder nüchterne Ziele, reiche oder arme Menschen, Männer oder Frauen, Erwachsene oder Kinder, kluge oder dumme Menschen, Patienten oder Therapeuten, Geschäftsleute oder Politiker, Lehrer oder Schüler.“ Denn, so Becker weiter: „Was die Ökonomie als Disziplin von anderen Disziplinen hauptsächlich unterscheidet, ist nicht ihr Gegenstand, sondern ihr Ansatz.“ Alle Theoriebildung, die in der Ökonomie betrieben werde, beruhe auf einer klaren und feststehenden Prämisse über die Logik individueller Entscheidungen. Auf den Punkt gebracht lautet diese Prämisse: Menschen stimmen bei gegebenen Präferenzen und angesichts begrenzter individueller Ressourcen ihre Einzelentscheidungen so aufeinander ab, dass aus ihnen der grösstmögliche individuelle Nutzen resultiert – oder noch knapper: Menschen sind rationale Nutzenmaximierer.

Dass Beckers Aufruf zu einer Subordination allen sozialwissenschaftlichen Denkens unter das Einheitsparadigma der neoklassischen Ökonomie insbesondere in den Vereinigten Staaten auf eine breite Resonanz stiess, hängt wesentlich mit der langen Vorherrschaft des Strukturfunktionalismus in der dortigen Soziologie zusammen. Diesem war bereits Mitte der 1960er Jahre eine Opposition erwachsen, die sich ähnlich dezidiert und lautstark artikuliert wie diejenige Beckers ein Jahrzehnt später: In seiner *Presidential Adress* vor den versammelten Mitgliedern der *American Sociological Association* hatte der vom Behaviorismus inspirierte Soziologe George C. Homans 1964 dazu aufgerufen, in Abkehr von Parsons die Soziologie nun endlich auf ein Fundament der Wissenschaftlichkeit zu stellen. Den Abdruck seiner Rede liess er in der *American Sociological Review* unter dem Titel *Bringing Men Back In* erscheinen. Ein grosser Teil der sozialwissenschaftlichen Theorie, so Homans in einem späteren Artikel, bestehe „aus orientierenden Feststellungen“, die jedoch „keine qualifizierten Lehrsätze“ seien. „Für die Prognose nützen sie uns wenig und [...] für die Erklärung gar nichts.“ (Homans 1972: 28) Ein Phänomen *wissenschaftlich* zu erklären, bedeute, es unter gegebenen Voraussetzungen als Deduktion aus generellen Hypothesen oder allgemeinen Lehrsätzen zu denken. Unter „gegebenen Voraussetzungen“ verstand Homans jene Elemente des deduktiven Systems, die unter die *ceteris paribus*-Klausel fallen, Randbedingungen also, auf deren deduktive Herleitung im jeweiligen Kontext verzichtet werden kann. „So erklären wir die bekannte Tatsache, dass täglich zweimal Ebbe und zweimal Flut eintritt [...], indem wir zeigen, dass sie eine logische Folge des Gra-

vitationsgesetzes unter den gegebenen Voraussetzungen ist, dass die Erde weitgehend mit Wasser bedeckt ist, sich um ihre Achse dreht, und dass der Mond sie in einer bestimmten Bahn umkreist.“ (Homans 1972: 33) Wenn die Erklärung eines empirischen Sachverhalts darin bestehe, dass er deduktiv aus generellen Hypothesen abgeleitet werde, komme wissenschaftlicher Fortschritt dadurch zustande, dass dem deduzierten Wissen immer allgemeinere Hypothesen zugrundegelegt würden. „Wenn wir wollen, können wir Theorie als ein Spiel ansehen. Sieger ist, wer die meisten verschiedenen empirischen Befunde aus der kleinsten Anzahl allgemeiner Gesetze unter bestimmten Voraussetzungen ableiten kann.“ (Homans 1972: 36) Bei dem Bemühen, wissenschaftliche Erklärungen für *gesellschaftliche* Phänomene zu finden, stelle sich dann heraus, „that their general propositions are not about the equilibrium of societies but about the behavior of man“ (Homans 1964: 818).

Obwohl der Behaviorist Homans die verhaltenstheoretischen Prämissen sozialwissenschaftlicher Theoriebildung etwas umständlicher umreisst als der Ökonom Becker, unterscheiden sich ihre Programmatiken in der Stossrichtung kaum: Beide fordern sie eine Sozialwissenschaft, in der – wohl zurecht – funktionale Erklärungen als unwissenschaftlich zurückgewiesen werden und die sich stattdessen am Prinzip des sogenannten methodologischen Individualismus ausrichtet. Ausserdem hat Theoriebildung in den Sozialwissenschaften nicht anders vonstatten zu gehen als in den Naturwissenschaften.

2. Leistungen und Grenzen: James S. Coleman und die experimentelle Ökonomie

Die Wurzeln des *Rational Choice*-Ansatzes liegen zum einen in der neoklassischen Ökonomie, zum anderen im psychologischen Behaviorismus. In seinem Hauptwerk *Grundlagen der Sozialtheorie* (1991: 24) fordert James Coleman, der wohl interessanteste Vertreter der *Rational Choice*-Schule, zwar entschieden einen „Verzicht auf psychologische Komplexität“. Dennoch leugnet er sein ursprüngliches Fasziniertsein vom Programm einer verhaltenstheoretischen Soziologie nicht. Gefragt nach dem Weg, der ihn zur *Rational Choice*-Theorie geführt habe, antwortete er 1990 in einem Interview mit Richard Swedberg (1990: 49): „There certainly were several early points which were quite important. Probably the first was my listening to Homans at the University of Chicago.“ (Swedberg 1990: 49)

Ein wesentliches Verdienst von Coleman besteht darin, alle Missverständnisse auszuräumen, die sich aus Gary S. Beckers Aussage „I use an economic approach in seeking to understand human behavior in a variety of contexts and situations“ ergeben könnten. „Die Hauptaufgabe der Sozialwissenschaft“, so Coleman (1991: 2), „liegt in der Erklärung sozialer Phänomene und nicht in der Erklärung von Verhaltensweisen einzelner Personen.“ Mit seinem berühmt gewordenen Badewannen-Modell entwirft Coleman einen allgemeinen metatheoretischen Bezugsrahmen für jegliche Theoriebildung in den Sozialwissenschaften. Es seien dabei zwei analytische Schritte strikt auseinander zu halten: „The first is a use of a theory of purposive action as a foundation of social theory; this entails acceptance of a form of methodological individualism and rejection of holism. The second is a focus in social research and theory on the movement from the level of individual action to macrosocial functioning, that is, the level of system behavior.“ (Coleman 1986: 1320) Diesen „Micro-to-Macro Link“ herzustellen, stelle die zentrale Herausforderung soziologischer Theoriebildung dar. So sei beispielsweise zu erklären, wie aus der Unzufriedenheit Einzelner Revolutionen, aus der gleichzeitigen Angst mehrerer Individuen eine Massenpanik oder durch das Produktions- und Konsumverhalten einzelner Wirtschaftssubjekte Marktpreise entstünden. Am konsequentesten umgesetzt erscheint Colemans Programm in der spieltheoretischen Modellierung von kollektiven Handlungssituationen, in denen aus dem individuell nutzenmaximierenden Verhalten einzelner Individuen je nach Struktur des Spiels entweder kollektiv optimale oder kollektiv suboptimale Ergebnisse hervorgehen. Exemplarisch für Spiele des ersten Typs ist der funktionierende Markt, exemplarisch für Spiele des zweiten Typs das Gefangenendilemma (siehe Diekmann 1991).

James Colemans metatheoretische Überlegungen zum idealtypischen Modus der Theoriebildung in den Sozialwissenschaften leuchten auf den ersten Blick ein. Selbstverständlich hat sich die Soziologie mit „kollektiven“ Phänomenen zu befassen, und selbstverständlich emergieren soziale oder kollektive Tatsachen in irgendeiner Form immer aus Interaktionen mehrerer Individuen, ohne dass sie dabei bloss die Summe der jeweiligen Einzelhandlungen darstellten. Doch der von Coleman geforderte „Verzicht auf psychologische Komplexität“ scheint mittlerweile – und dies mag erstaunen – insbesondere die Ökonomen unter den *Rational Choice*-Theoretikern vor immense Probleme zu stellen. Arrivierte Vertreter der Disziplin – dar-

unter auch Nobelpreisträger – fordern neuerdings, dass die handlungstheoretischen Prämissen der neoklassischen Ökonomie einer radikalen Überprüfung zu unterziehen seien. Im Ankündigungstext zu einer unlängst erschienenen Publikation mit dem Titel *Psychologische Grundlagen der Ökonomie* (Fehr/Schwarz 2002) heisst es: „In der Ökonomie ist bisher oft von der Annahme ausgegangen worden, dass der Mensch rational und eigennützig handle. Dieses Denken greift zu kurz. Dem scheinbar vernünftigen Handeln des Menschen liegen oft irrationale Motive zugrunde. Neid und Ehrgeiz können das Verhalten mitbestimmen. Werte wie Fairness oder das Prinzip der Gegenseitigkeit erweisen sich als Korrektive ungebremsten Machtstrebens. Wer die Ökonomie von Grund auf verstehen will, muss deshalb mehr über das Wesen des Menschen wissen.“ Ist die Seele des leibhaftigen Menschen vielleicht doch etwas komplizierter gestrickt als diejenige des *homo oeconomicus*? Um diese Frage zu klären, sind mittlerweile verschiedene Ökonomen dazu übergegangen, in ausgeklügelten Laboruntersuchungen mit Repräsentanten der Spezies *Mensch* spieltheoretische Experimente durchzuführen. Sie suchten einen Ausweg aus der Krise ihres Faches in einer neuerlichen Zuwendung zum Forschungsprogramm und zu den Forschungsmethodiken des Behaviorismus. Bei allem Krisenbewusstsein und bei allem Leidensdruck scheinen sie sich also im Kreise zu drehen.

3. Die Defizite des *Rational-Choice*-Ansatzes

Die Defizite des *Rational Choice*-Ansatzes sind viel tiefgreifender, als dass sie sich mittels (Wieder-) Einführung von mehr Komplexität auf der Ebene der Handlungsaxiomatik beseitigen liessen. Dies gilt auch für dasjenige Forschungsfeld, das von sich aus am unmittelbarsten suggeriert, die Ausrichtung der Forschung am *Rational Choice*-Paradigma erweise sich in ihm als besonders fruchtbar. Hartnäckig hält sich auch in diversen Gegenwartssoziologien die Vorstellung, wenn denn überhaupt für irgendeine Sphäre der sozialen Welt davon ausgegangen werden könne, die in ihr vorherrschenden Praktiken folgten einer Logik der rationalen Wahl, dann sei dies die Sphäre der Wirtschaft. Die aus dieser Vorstellung resultierenden Zwei-Welten-Theorien replizieren gewollt oder ungewollt die Programmatik etwa eines Vilfredo Pareto, gemäss der zwischen logischen und nicht-logischen Handlungen zu unter-

scheiden sei, wobei sich mit der Sphäre ersterer die Ökonomie, mit der Sphäre zweiterer die Soziologie zu befassen habe. Eignet sich der *Rational Choice*-Ansatz, wenn er auch in anderen Forschungsgebieten möglicherweise versagt, zumindest für die Behandlung von Fragestellungen der Wirtschaftssoziologie?

Unabhängig davon, ob in einem abgekoppelten, quasi-philosophischen Gedankenflug, wie ihn gekannt etwa Hartmut Esser (1993: 231ff.) vorzuführen versteht, die handelnden Subjekte als bloss *Restricted* und *Maximizing* (*homo oeconomicus*-Modell) oder – etwas gediegener – als *Resourceful, Restricted, Evaluating, Expecting and Maximizing Man* (*RREEMM*-Modell) konzipiert werden, weisen *Rational Choice*-Erklärungen die folgende Struktur auf: Das zu erklärende Phänomen ist dadurch zustande gekommen, dass alle an der Genese des Phänomens beteiligten Subjekte (a) bei *gegebenen* individuellen Präferenzen und (b) bei einer *gegebenen* Ausstattung mit einsatzfähigen Ressourcen (c) sich rational für diejenige Handlungsoption entschieden, die ihnen je individuell den grösstmöglichen Nutzen versprach. Sendungsbewusst werden die Vertreter des *Rational Choice*-Ansatzes nicht müde zu betonen, dass mit diesem „methodologisch individualistischen“ Modus der Erklärung Homans' Forderung nach einem *Bringing Man Back In* konsequent eingelöst sei. Statt ihn, wie alle bisherige Soziologie es getan habe, als Marionette übermächtiger Strukturen zu behandeln, sei innerhalb des *Rational Choice*-Ansatzes der Mensch als ein vernunftbegabtes und handlungsmächtiges Subjekt rehabilitiert.

Mit diesem einfachen und vordergründig einleuchtenden Erklärungsmodus sind drei Setzungen verbunden, aufgrund derer der Raum dessen, was überhaupt zum Gegenstand soziologischer Forschung werden kann, fast vollständig implodiert. Es sind insbesondere die drei folgenden, genuin soziologischen Problemstellungen, die sich, orientiert man sich am *Rational Choice*-Ansatz, nicht länger thematisieren lassen: (a) Wie konstituieren sich Individuen und wie gelangen Individuen zu ihren je besonderen Präferenzen? (b) Wie werden Ressourcen geschaffen und wie gelangen einzelne Individuen zu ihrer Ausstattung mit diesen Ressourcen? (c) Wie entstehen Entscheidungsoptionen und wie kommen *neue* Entscheidungsoptionen in die Welt?

Bei der Erläuterung dieser drei Residuen des *Rational Choice*-Ansatzes beziehe ich mich auf eigene Forschungen zur Entstehung von Start-up-Unternehmungen in

der Schweiz.¹ Es sei hier vorausgeschickt, dass in diesen Forschungen alles andere als eine funktionalistische Erklärungsstrategie verfolgt wird. Mit den Vertretern des *Rational Choice*-Ansatzes teile ich die Ansicht, dass die Feststellung, Unternehmer brächten Innovationen ins gesellschaftliche Leben hinein, das Phänomen der Entstehung neuer Unternehmen nicht zu erklären vermag. Damit es zu Unternehmensgründungen kommt, braucht es Akteure, die über bestimmte Präferenzen und bestimmte Ressourcen verfügen. Nicht durch Funktionserfordernisse oder Gelegenheitsstrukturen ist deren Handeln bestimmt, sondern durch autonom gefällte Entscheidungen.

Ohne dass er jemals den Schreibtisch verlassen müsste, liegt für den *Rational Choice*-Theoretiker die Erklärung des Phänomens unmittelbar auf der Hand (vgl. Douglas/Sheperd 2000 und Minniti/Bygrave 1999): Menschen machen sich selbständig, weil sie in einem mit Wahrscheinlichkeits- und Risikowerten operierenden Nutzenmaximierungskalkül zu dem Schluss gelangt sind, dass der langfristige Payoff der Handlungsoption „Selbständigkeit“ grösser ist als der langfristige Payoff der Handlungsoption „unselbständige Erwerbstätigkeit“. Kurzum: Mit der Gründung eines Unternehmens intendieren sie eine Maximierung ihres Lebenseinkommens oder – ökonomisch etwas weniger rigide gedacht und nicht-pekuniäre Erträge mit berücksichtigend – ihres lebenszeitlichen Wohlbefindens.

Mit dieser „Erklärung“ ist wenig gewonnen. Denn zum einen ist sie tautologisch: Aus der Annahme, dass es sich bei Individuen um rationale Nutzenmaximierer handelt, wird gefolgert, dass es sich bei jeder konkreten Einzelentscheidung eines Individuums – beispielsweise bei der Entscheidung für die Selbständigkeit – um das Ergebnis eines rationalen Nutzenmaximierungskalküls handelt. Zum anderen dokumentiert sie ein eigenartiges Desinteresse am zu untersuchenden Gegenstand und dessen konkreten Erscheinungsformen. Die oben ausformulierten Fragekomplexe bleiben systematisch ausgeblendet. Diesen wende ich mich im Folgenden zu.

¹ Das Forschungsprojekt „Eine neue Generation von Unternehmerinnen und Unternehmern? Habitusformationen, Mentalitäten und ökonomische Alltagstheorien bei jungen Selbständigen“ wird im Rahmen des NFP 43 „Bildung und Beschäftigung“ des Schweizerischen Nationalfonds durchgeführt.

4. Die Konstitution der Akteure

Im Denkuniversum der *Rational Choice*-Theorie erscheint der Mensch als ein von jeglicher Konkretion gereinigtes, blankes Gattungswesen: als ein geschichts-, kultur- und geschlechtsloses Abstraktum. Gegen Anthropologisierungen dieser Art wandte sich einst Marx, als er in *Die deutsche Ideologie* (1845: 25) festhielt: „Die Tatsache ist die: bestimmte Individuen, die auf bestimmte Weise produktiv tätig sind, gehen diese bestimmten gesellschaftlichen und politischen Verhältnisse ein.“ Die Sozialwissenschaften haben sich gemäss Marx nicht für in irgendeinem abstrakt Allgemeinen liegende, sondern für historisch und gesellschaftlich konkret gewordene und konkret individuierte Phänomene zu interessieren. Gegen Colemans Forderung, die Soziologie habe sich nicht mit „einzelnen Personen“ sondern mit „sozialen Phänomenen“ zu befassen, ist denn auch einzuwenden: Emergieren „einzelne Personen“ (respektive „bestimmte Individuen“) denn etwa nicht aus sozialen Interaktionen? Fallen sie vom Himmel? – Als eine *bestimmte* (im Sinne von Marx) stellt die „einzelne Person“ geradezu das Paradestück eines „sozialen Phänomens“ dar.

Die Frage, aus welchen hereditären, historischen, sozialen, kulturellen oder auch sozialräumlichen Konstellationen Individuen als *bestimmte* Individuen hervorgehen, lässt sich – mit etwas Grosszügigkeit – in die Terminologie des *Rational Choice*-Ansatzes durchaus übersetzen: Sie erscheint hier als die Frage nach der Entstehung individueller Präferenzen. Doch *Rational Choice*-Theoretiker halten sich in Regel sehr streng an das einst von Georg G. Stigler und Gary S. Becker (1977) explizit ausgesprochene Gebot, *de gustibus non est disputandum*. Ihr Schweigen in dieser Frage ist nicht bloss Effekt einer Laune, sondern hat theorieimmanente Gründe. Welcher spezifischen Terminologie man sich auch immer bedient: Prozesse der „Individuation“, der „Sozialisation“, der „Identitätsbildung“, der „Habitusgenese“ oder der „Entstehung von Präferenzen“ sind als interaktive Bildungsprozesse, die sich immer innerhalb konkreter und bestimmter sozialisatorischer und biographischer Konfigurationen vollziehen, in den Kategorien einer allgemeinen Entscheidungstheorie, wie sie in der neoklassischen Ökonomie vorliegt, nicht fassbar. Sie lassen sich nur fallrekonstruktiv erschliessen. Mit Max Weber (1988: 172) gesprochen: „Ausgangspunkt des sozialwissenschaftlichen Interesses ist nun zweifellos die wirkliche, also individuelle Gestaltung des uns umgebenden Kulturlebens in seinem universellen, aber deshalb natürlich nicht

minder individuell gestalteten, Zusammenhänge und in seinem Gewordensein aus anderen, selbstverständlich wiederum individuell gearteten, sozialen Kulturzuständen heraus.“ Was aus Fallrekonstruktionen an Allgemeinem hervorgeht, sind *Idealtypen* möglicher Verläufe, keine abstrakte mathematische Modelle.

Der wohl faszinierendste Gegenstand soziologischer Forschung überhaupt, das aus spezifischen sozialisatorischen Interaktionen und aus spezifischen sozialmoralischen und sozialräumlichen Milieus hervorgegangene und in einer spezifischen historischen Zeit agierende, vergemeinschaftete und vergesellschaftete Subjekt, wird mit der Ausrichtung des Denkens am *Rational Choice*-Paradigma ultimativ aus dem Gegenstandsfeld der Soziologie verbannt. Kurzum: Kein soziologisches Forschungsprogramm läuft Homans' Forderung nach einem *Bringing Men Back In* radikaler zuwider, als das von ihm mitinitiierte Programm des methodologischen Individualismus respektive des *Rational Choice*-Ansatzes.

Welche Implikationen hat nun der Einbezug konkret individuierter Subjekte für ein Forschungsprojekt, das sich mit Unternehmensgründungen befasst? Zuerst einmal erscheint es wenig sinnvoll, auf Erklärungsstrategien zu setzen, in denen die Gründung eines Unternehmens als ein individueller Reflex auf entweder positive oder negative Gelegenheitsstrukturen erscheint: Der im deutschsprachigen Raum insbesondere von Bögenhold und Staber (1994) stark gemachte und in der aktuellen Gründungsforschung breit rezipierte Typus einer „Selbständigkeit aus Not“ oder einer „erzwungenen Selbständigkeit“ besitzt eine nur geringe Aussagekraft. Dies deshalb, weil Gelegenheitsstrukturen ohne ein Handeln, das sich an ihnen ausrichtet, faktisch wirkungslos bleiben. Nicht jeder, dem Arbeitslosigkeit droht oder dessen Tätigkeit aus einem Unternehmen ausgelagert werden soll, macht sich selbständig. Folglich ist zu klären, was diejenigen, die – ob erfolgreich oder nicht – den Schritt in die Selbständigkeit wagen, von den anderen, die dies nicht tun, spezifisch unterscheidet.

Was hierzu seitens der psychologischen Gründungsforschung zu erfahren ist, befriedigt nur bedingt. Der unternehmerische Mensch zeichne sich durch besondere „Traits“, etwa ein starkes Unabhängigkeitsstreben, eine starke Leistungsorientierung, hohe Belastbarkeit, emotionale Stabilität, Risikobereitschaft, Problemlösungsorientierung, Kreativität, Durchsetzungskraft, Anpassungsbereitschaft usw. aus (vgl. die Beiträge in Frese 1998, Moser 1999, Müller 2000). Irritierend an

derartigen Aussagen ist zum einen, dass sie sich auf standardisierte Fragebogenuntersuchungen stützen – aus denen hervorgeht, was der gesunde Menschenverstand mit dem Stichwort „Unternehmer“ spontan in etwa auch assoziieren würde. Ausserdem scheinen sich akademische Psychologen kaum mehr dafür zu interessieren, wie diese „unternehmerischen Traits“ entstehen respektive weshalb einzelne Individuen sie herausbilden und andere nicht.

Zur Rekonstruktion sowohl der *Struktur* als auch der *Genese* von „unternehmerischen“ Identitätsformationen bietet sich das soziologische Konzept des „Habitus“ an. In der Bestimmung von Oevermann (2001, 45) sind „unter dem Begriff der Habitusformation jene tiefliegenden, als Automatismus ausserhalb der bewussten Kontrollierbarkeit operierenden und ablaufenden Handlungsprogrammierungen zusammen (zu fassen), die wie eine Charakterformation das Verhalten und Handeln von Individuen kennzeichnen und bestimmen.“ Da es sich beim Habitus – so auch in der Fassung von Bourdieu (1987) – um eine *generative* Struktur handelt, manifestiert er sich nie direkt, sondern immer nur indirekt in den Praktiken, die er erzeugt. Bei der Rekonstruktion von Habitusformationen sind folglich methodische Instrumentarien zur Anwendung zu bringen, die das Manifeste auf das sie strukturierende Latente hin auch tatsächlich zu durchdringen vermögen (vgl. Oevermann 2000).

Prozesse der Habitusgenese haben mit Konditionierungsprozessen nichts gemeinsam (vgl. Schallberger 2003a). Dennoch vollziehen sie sich, wie schon erwähnt, immer innerhalb spezifisch ausgestalteter sozialisatorischer Interaktionen, innerhalb bestimmter sozialräumlicher und sozialmoralischer Milieus sowie innerhalb des historischen Kontextes einer bestimmten Generationenlagerung. Niemand kann beispielweise umhin, sich mit den Sittlichkeitsidealen, den Arbeitsethiken oder den normalbiographischen Erwartungen, die im Milieu seiner Herkunft vorherrschen,² in irgendeiner Weise auseinander zu setzen. Sie bestimmen folglich mit, welchen Dingen er sich später mit Vorliebe hingeben wird oder welche Dinge ihm erstrebenswert erscheinen werden. Analoges gilt für die Struktur der sozialisatorischen Interaktion innerhalb der Herkunftsfamilie. Je nach dem, wie diese konkret ausgestaltet ist, gehen aus ihr – um die Sache hier möglichst plastisch zu

² Diese milieuspezifischen „Wissensformen“ bedürfen ihrerseits einer methodisch kontrollierten Rekonstruktion anhand eines konkreten, durch den Erhebungsprozess nicht bereits vorstrukturierten Datenmaterials. Siehe exemplarisch für unterschiedliche Schweizer Milieus Honegger/Bühler/Schallberger (2002).

formulieren – eher neugierige oder verklemmte, eher initiative oder lethargische, eher risikofreudige oder risikoscheue, eher verkrampfte oder offene, eher traurige oder glückliche Menschen hervor. Wer, wie dies die Vertreter des *Rational Choice*-Ansatzes tun, die Frage nach der „Entstehung von Präferenzen“ der Psychologie (oder irgendeiner anderen nicht-soziologischen Disziplin – etwa der Biologie oder gar der Astrologie) überantwortet, verlässt – so scheint mir – das Terrain soziologischen Denkens.

Die im Rahmen des erwähnten Forschungsprojekts durchgeführten Fallrekonstruktionen sind noch nicht vollständig abgeschlossen. Dennoch lassen sich bereits jetzt einige idealtypische sozialisatorische und biographische Konstellationen benennen, die die Entstehung unternehmerischer Handlungsorientierungen und Handlungsdisposition begünstigen. Der Wunsch, Unternehmer zu werden, kann – hier nur ganz allgemein formuliert (vgl. ausführlicher: Schallberger 2003b und Schallberger 2004) – *zum einen* aus Krisen bei der individuellen Positionierung im sozialen Raum sowie aus den mit ihnen verbundenen Anerkennungs- und Distinktionskämpfen erwachsen. Dies ist beispielsweise dann der Fall, wenn mittels Selbstständigkeit ein im Herkunftsmilieu drohender Anerkennungsverlust kompensatorisch ausgeglichen wird oder wenn im Kontext einer sich *radikalisiert* stellenden Adoleszenzproblematik mittels Selbstständigkeit gegenüber den Eltern (oder auch gegenüber generalisierten Über-Ich-Instanzen) forciert und gleichsam subversiv ein Anspruch auf Autonomie geltend gemacht wird (vgl. Schallberger 2003d). *Zum anderen* kann er auf einem gesteigerten Bewährungswillen gründen, der dann seinerseits entweder eine eher charismatische oder eine eher narzisstische Ausformung besitzen kann. Für den ersten Fall sind etwa Herkunftskonstellationen charakteristisch, deren Wurzeln nach wie vor erkennbar im Milieu des Protestantismus liegen; für den zweiten Fall sind es typischerweise Herkunftskonstellationen, in denen die sozialisatorische Interaktion sich an einem Grundmuster der Verzärtelung ausrichtete.

5. Die Mobilisierung von Ressourcen

Bei der Gründung eines Unternehmens werden Ressourcen zum Einsatz gebracht, die, bevor sie verwertet werden können, vom jeweiligen Gründer in irgendeiner

Weise mobilisiert werden müssen. Nicht nur zur Identifikation der handelnden Subjekte, auch zur Bestimmung dieser Ressourcen erscheint die Ausrichtung der Forschung am *Rational Choice*-Paradigma wenig geeignet. Denn in den Modellbildungen der neoklassischen Ökonomie werden diese Ressourcen – analog zu den individuellen Präferenzen – als immer schon *gegeben* vorausgesetzt. Soziologisch brisante Fragen werden dadurch gar nicht erst gestellt: Wie gelangen Individuen zu den Ressourcen, die sie in ihrem Handeln zum Einsatz bringen? Von welcher spezifischen Qualität sind diese Ressourcen? Weshalb gelingt es einzelnen Individuen besser als anderen, gründungsrelevante Ressourcen zu mobilisieren? Und wie werden die mobilisierten Ressourcen konkret verwertet?

Eine angemessene Behandlung dieser Fragen lässt es zuerst einmal zwingend erscheinen, einen ausschliesslich auf „ökonomisches Kapital“ beschränkten Ressourcenbegriff einer Erweiterung zu unterziehen (vgl. Bourdieu 1983). Auch Gründungsforscher aus der *Rational Choice*-Schule bestreiten nicht, dass die erfolgreiche Etablierung eines Unternehmens mehr als nur ökonomisches Kapital voraussetzt. Als von ebenso entscheidender Bedeutung erscheint auch in ihren empirischen Arbeiten (vgl. exemplarisch Brüderl/Preisendörfer/Ziegler 1998) die Ausstattung von Individuen mit einerseits *Sozialkapital* und andererseits *Humankapital*. Ersteres liegt beispielsweise innerhalb eines bestimmten organisationsökologischen Umfeldes (Gründerzentren, Technoparks, *innovation areas*) oder auch innerhalb sonstiger sozialer Netzwerke in Form stärkerer oder schwächerer Bindungen an andere Personen vor. Bei zweiterem handelt es sich um die verwertbaren Erträge aus zuvor „rational“ getätigten Investitionen in die eigene Bildung. Selbstverständlich ist gegen Forschungen, die den Nachweis erbringen, dass auch in unternehmerischen Kontexten Bildung sich lohnt, nichts einzuwenden. Und zu erfahren, dass die Dichte von Netzwerken und die Position, die in ihnen eingenommen wird, den Erfolg einer Unternehmensgründung in statistisch bestimmbarer Weise beeinflusst, kann von allergrösstem Interesse sein.

Wie steht es nun allerdings um die Frage – um aus den oben formulierten nur eine herauszugreifen – weshalb einzelne Individuen mit gründungsrelevanten Ressourcen besser ausgestattet sind als andere? Es ist sicherlich lohnenswert, sich zuerst einmal rein statistisch mit dem durchschnittlichen „Sozialprofil“ von Unternehmensgründern zu befassen (vgl. für die Schweiz: Arvanitis/Marmet 2001,

Harabi/Meier 2000 und Thierstein et al. 2002). Hierbei kann sich dann beispielsweise zeigen, dass die Summe der individuell getätigten Bildungsinvestitionen in einem direkten Zusammenhang mit Variablen der sozialen Herkunft steht, dass es ähnliche statistische Zusammenhänge auch in Bezug auf das „Sozialkapital“ gibt oder dass derjenige, der – etwa qua Herkunft – über einen Grundstock an ökonomischem Kapital bereits verfügt, leichter auch an zusätzliches ökonomisches Kapital herankommt. Will man all diese statistischen Zusammenhänge indes nicht bloss konstatieren, sondern sie auch verstehen, drängt sich erneut eine fallrekonstruktive Forschungsweise auf.

In den bisher durchgeführten Fallrekonstruktionen hat sich – wiederum sehr allgemein formuliert – gezeigt, dass es wesentlich eine Frage der individuellen Habitusformation ist, ob es jemandem gelingt, ökonomisches, soziales und kulturelles Kapital zu akkumulieren und für die Gründung sowie den Bestand eines Unternehmens erfolgreich einzusetzen. In einer besonders auffälligen Variante wird die Mobilisierung und der erfolgreiche Einsatz von gründungsrelevanten Ressourcen wesentlich durch eine *charismatische* Grundstruktur im Habitus des Gründers begünstigt. Der Charismatiker neigt *erstens* dazu, hochgradig selbstbewusst die eigene Krisenfestigkeit ständig von Neuem auf die Probe zu stellen. *Zweitens* gelingt es ihm, aufgrund einer besonderen persönlichen Überzeugungskraft sich auch in extrem krisenhaften Situationen die Gefolgschaft Anderer zu sichern. *Drittens* nimmt er – gleichsam ein Krisenavantgardist – in der Regel einen Problemlösungsbedarf wahr, lange bevor im allgemeinen Bewusstsein ein Problem überhaupt manifest geworden ist und *viertens* sieht er sich in seinen Aktivitäten als Träger eines zivilisatorischen Mandats und ist entsprechend mit einem hohen Sendungsbewusstsein ausgestattet (vgl. ausführlicher Schallberger 2003c).

Wenn Ressourcen und Restriktionen nicht einfach – wie dies in den Modellbildungen der Ökonomie geschieht – als gegeben unterstellt, sondern als zu mobilisierende aufgefasst werden, stellt sich erneut unmittelbar die Frage nach der sozialen Genese individueller Habitusformationen. Ausserdem wird die Frage virulent, was denn – möglicherweise weit über Geld, Bildungstitel und Beziehungen hinaus – bei Unternehmensgründungen an unterschiedlichen „Ressourcen“ überhaupt zum Einsatz gelangt, und wie dies konkret geschieht. Beides scheinen mir Problemkomplexe zu sein, die sich weder durch Modellierung und Deduktion noch mittels

standardisierter Fragebögen und Statistik, sondern einzig mittels hermeneutischer Fallrekonstruktionen angemessen behandeln lassen.

6. Die Entstehung von *Neuem*

Gegen meine bisherige Argumentation könnte eingewendet werden, dass sowohl individuelle Präferenzen als auch individuell verfügbare Ressourcen in einem Erklärungsmodell selbständigen Unternehmertums als – im Sinne von Homans – „gegebene Voraussetzungen“ zu behandeln seien. Dieser Einwand erscheint insofern plausibel, als es zweifellos unsinnig ist, immer alles gleichzeitig erklären zu wollen. Mein Argument war freilich ein anderes: Der *Rational Choice*-Ansatz lässt eine angemessene Behandlung dieser zwei Problemkomplexe deshalb nicht zu, weil er sie als soziologische gar nicht erst wahrnimmt. Wie steht es nun um das eigentliche Kernstück des *Rational Choice*-Ansatzes, die ihm zugrunde gelegte Handlungssaxiomatik?

Die Annahme, dass es sich bei Unternehmern um rationale Nutzenmaximierer im Sinne der neoklassischen Ökonomie handelt, ist auf den ersten Blick vollkommen unproblematisch: Wie anders als „rational“ im Sinne des Einsatzes der geeignetsten Mittel zur Erreichung bestimmter Zwecke sollten sie sich denn verhalten? Und worauf sonst als darauf, ihre Erzeugnisse möglichst gewinnbringend zu bewerten, sollten sie denn bedacht sein? Die Sache verkompliziert sich freilich, wenn man sich empirisch mit der Frage befasst, wie Unternehmer sich in konkreten Entscheidungssituationen tatsächlich verhalten. Die folgende Beschreibung ihres Verhaltens scheint mir präzise wiederzugeben, was sich auch in einigen der bisher durchgeführten Fallrekonstruktionen zeigte: „In der richtigen Wahl liegt ein wesentliches Kriterium seiner Befähigung [der Befähigung des Unternehmers; P. S.]. Der Vorgang ist nun nicht so zu denken, dass er alle die Möglichkeiten sorgfältig studiert und so zu einem exakten Resultate kommt. Sein Talent liegt vielmehr darin, dass sich ihm nur eine oder nur wenige darbieten und er an andere gar nicht denkt. Ganz von selbst und unbewusst und ohne sich über seine Gründe streng Rechenschaft zu geben, fasst er das und nur das an, was sich dann tatsächlich bewährt. [...] Erstens fällt er die von einer unübersehbaren Anzahl verschiedener Momente, von denen manche überhaupt nicht genau gewertet werden können,

abhängige richtige Entscheidung, ohne diese Momente erschöpfend zu untersuchen, was nur wenigen Leuten von ganz bestimmter Anlage möglich ist, und zweitens setzt er sie dann durch. [...] Besonders wenn die Zeit drängt und gehandelt werden muss, ist es essentiell, das Richtige zu treffen *ohne* erschöpfende Untersuchung anderer Möglichkeiten.“

Diese eingängige Charakterisierung unternehmerischen Entscheidungsverhaltens stammt von Joseph A. Schumpeter (1912: 178). Deutlich lässt Schumpeter anklagen, dass der idealtypische Unternehmer nicht einfach nur schneller, intuitiver, grosszügiger, unbedarfter oder grobschlächtiger kalkuliert, als dies etwa ein Buchhalter tun würde. In einem auch sprachlich äusserst elegant gestalteten Affront gegen die neoklassische Ökonomie stellt er vielmehr fest, dass unternehmerisches Handeln faktisch eine ganz andere Motivierungsbasis besitzt als diejenige der Nutzenmaximierung: „Die Männer, die die moderne Industrie geschaffen haben, waren ‚ganze Kerle‘ und keine Jammergestalten, die sich fortwährend ängstlich fragten, ob jede Anstrengung, der sie sich zu unterziehen hatten, auch einen ausreichenden Genussüberschuss verspreche. Wenig haben sie sich um die hedonischen Früchte ihrer Taten gekümmert. Von Anfang an bestand für sie keine Absicht, sich des Erworbenen müssig zu erfreuen, nicht dazu haben sie gelebt. Solche Männer schaffen, weil sie nicht anders können. Ihr Tun ist das grossartigste, glänzendste Moment, das das wirtschaftliche Leben dem Beobachter bietet und geradezu kläglich nimmt sich daneben eine statisch-hedonische Erklärung aus.“ (Schumpeter 1912: 137f.)

Im weiteren Verlauf seiner Argumentation rückt Schumpeter unternehmerisches Handeln nunmehr explizit in die Nähe künstlerischen Schaffens: „Das Tun, das Selbstzweck und jenes, das der Gewinnung von passiven Genüssen gewidmet ist, folgt eben anderen Gesetzen“. (ebd.: 133). Letzteres sei denn auch nicht auf die Befriedigung einer gegebenen Nachfrage, sondern auf die Schaffung von *Neuem* ausgerichtet. „Unser Mann der Tat folgt nicht einfach gegebener Nachfrage. Er nötigt seine Produkte dem Markte auf. [...] Keine neue Maschine, keine neue Marke eines Gutes wird unter dem Drucke vorhandener Nachfrage erzeugt.“ (ebd.: 182)

Spätestens an diesem Punkt von Schumpeters Argumentation wird deutlich, dass Entscheidungssituationen, in denen sich ein Unternehmer typischerweise befindet, ganz anderer Natur sind als diejenigen, die im Rahmen des *Rational Choice*-Paradigmas modelliert werden. Weil er sich mit der Erprobung von *Neuem*

befasst, ist zu jedem Zeitpunkt einer Entscheidung vollkommen offen, ob diese den Weg zu einem Erfolg oder zu einem Misserfolg bahnt. Wenig plausibel erscheint angesichts dessen die Vorstellung, dass er sich mit einem Tableau evidenter Entscheidungsalternativen konfrontiert sehe, die er mit Payoff- sowie mit Wahrscheinlichkeitswerten versehen könne, um sich in der Folge „rational“ für die beste von ihnen zu entscheiden. Wer davon ausgeht, die Konsequenzen einer Entscheidung liessen sich im Hier und Jetzt vollständig antizipieren oder zumindest mit Wahrscheinlichkeitswerten versehen, muss unterstellen, dass es so etwas wie Innovation oder Geschichte nicht gibt. Der Unternehmer handelt spontan in eine *offene* Zukunft hinein und er kann dabei nicht einmal wissen, wie viel Zeit ihm für eine Entscheidung zur Verfügung steht. Denn immer kann sich die Zeit auch gegen ihn entscheiden. Indes verbindet er mit seinen Entscheidungen immer einen Anspruch auf Vernünftigkeit. Einlösen – d.h. seine Entscheidungen „rational“ begründen – kann er diesen Anspruch freilich immer erst im Nachhinein, dann nämlich, wenn sich seine Entscheidungen entweder bewährt, oder wenn sie zu einem Scheitern geführt haben. Folglich befindet sich der Unternehmer permanent in einem Zustand der Krise. Für diesen ist konstitutiv, dass sich die in ihm darbietenden Problemstellungen durch eingeschliffene, standardisierte und bewährte Methoden – beispielsweise durch ein Nutzenmaximierungskalkül – gerade *nicht* bewältigen lassen.

Das Defizit der ökonomischen Entscheidungstheorie besteht folglich darin, dass in ihr im Grunde gar keine echten, d.h. krisenhaften Entscheidungssituationen modelliert werden. Sie befasst sich vielmehr mit dem sehr speziellen und eher seltenen Fall von Situationen, in denen immer schon klar ist, wie sie vernünftigerweise zu bewältigen sind: Wähle aus den Dir vorgegebenen Optionen diejenige aus, die Dich unter Berücksichtigung der Dir gegebenen Möglichkeiten am glücklichsten macht. Einen Warenkorb entsprechend seinem Geschmack und seinen Möglichkeiten mit *bekannt*en Produkten zu füllen, liefert keine eigentlichen Entscheidungsprobleme. Ein *neues* Produkt zu erproben, indes schon. Erst im Nachhinein lässt sich in diesem Fall bestimmen, ob die getroffene Entscheidung eine vernünftige oder eine unvernünftige war. Dies impliziert, dass die ursprüngliche Entscheidung für das unbekannte und neue Produkt weder „rational“ im Sinne eines Richtig-Falsch-Kalküls, noch „irrational“ im Sinne etwa der Orientierung an Gewohnheiten gefällt wurde, sondern vielmehr *charismatisch*. Ulrich Oevermann

(2000: 131) umreißt den charismatischen Entscheidungsmodus wie folgt: „Am Begründungsanspruch kann eine Entscheidung sich später bewähren, oder sie kann daran scheitern. Erst dann wird offenbar, ob sie eine neue materiale Rationalität begründet hat oder als irrational verworfen werden muss. Solange sich das nicht erwiesen hat, ist die Entscheidung weder irrational (denn sie soll ja dort, wo eine rationale Wahl nicht mehr zu treffen war, dennoch Rationalität für die Zukunft sichern) noch rational (denn sie ergab sich ja gerade daraus, dass die eingespielten Rationalitätskriterien versagten.)“

Unternehmerische Entscheidungen sind *charismatisch* in dem Sinne, dass mit ihnen *neue* Rationalitätsentwürfe real erprobt werden und dass es entsprechend keine universalistisch ausformulierbare Methode gibt, nach welcher sie routinemässig abgewickelt oder gar programmiert werden könnten. Der Begriff eines *charismatischen* Handelns leitet sich dabei konsequent von Max Webers Charisma-Konzept her. Löst man es, dem Vorschlag von Oevermann (1991, 331ff.) folgend, aus dem Kontext der Herrschaftssoziologie heraus, kommt Charisma respektive ein charismatischer Entscheidungsmodus immer dann zum Zuge, wenn – Webers Ausführungen (1980: 654f.) verdichtend – mit den bereits vorhandenen „normalen Mitteln“, also „traditional“, oder entsprechend einem eingeschliffenen „System rationaler Regeln“ eine „Not“, respektive eine Krise, nicht mehr bewältigt werden kann. Da es mit dem „Alltag“ bricht und „Ausseralltägliches“ setzt, kennzeichnet Weber Charisma als „spezifisch wirtschaftsfremd“ und attestiert ihm einen „revolutionären Charakter“. Vollkommen analog dazu verortet Schumpeter (1912: 123) das „Prinzip des rationellen Verhaltens“ in der „*statischen*“ Wirtschaft, das unternehmerische Prinzip des „schöpferischen Gestaltens“ hingegen in der „*dynamischen*“. Und zum Thema Charisma heisst es bei Schumpeter (1912: 155f.): „Der kraftvolle Entschluss allein bringt Entwicklung ins Lebens.“ Gerade weil sich der Schumpetersche Unternehmer, der charismatisch in eine offene Zukunft hinein das Neue erprobt, sich so vollkommen anders verhält als der *homo oeconomicus* der neoklassischen Ökonomie, ist er der zentrale Agent wirtschaftlicher Entwicklung.³

³ Auch Jens Beckert (1996) weist überzeugend nach, dass die neoklassische Handlungstheorie wesentlich daran scheitert, dass sie mit dem Problem der Ungewissheit systematisch nicht zurechtkommt. Seine Folgerung, Akteure griffen in den entsprechenden Situationen auf Routinen und institutionalisierte Praxisformate zurück, überzeugt freilich des-

Doch Schumpeters Aussage lässt sich noch viel allgemeiner fassen. In dem oben skizzierten Sinne sind ja nicht nur Entscheidungssituationen, in denen sich ein Unternehmer befindet, genuin krisenhaft. Alles Prozesshafte, handle es sich dabei um ein Fussballspiel, eine individuelle Lebensgeschichte oder die Geschichte einer politischen Vergemeinschaftung, konstituiert sich gerade dadurch, dass „charismatisch“ in eine offene Zukunft hinein Neues erprobt und „kraftvolle Entschlüsse“ ohne Verzug einer Bewährung ausgesetzt werden. (Um sich diese These zu veranschaulichen, stelle man sich gedankenexperimentell einfach nur den *homo oeconomicus* als Fussballer vor: Würde mit ihm ein Fussballspiel überhaupt je zustande kommen?) Entsprechend taugt die Handlungsaxiomatik des *Rational Choice*-Ansatzes allerhöchstens dafür, real Geschehenes nachträglich einer Rationalisierung zu unterziehen. Die Struktur der tatsächlichen Entscheidung – die Entscheidung *in statu nascendi* – fasst sie indes nicht. Dies ist es denn auch, was alle Befunde von *Rational Choice*-Theoretikern, die individuelles Handeln betreffen, als hochgradig tautologisch erscheinen lässt.

7. Schluss

Im Objektivitätsaufsatz aus dem Jahre 1904 unternahm Max Weber den Versuch, den Modellbildungen der neoklassischen Ökonomie zumindest insofern eine Berechtigung zuzusprechen, als er ihnen kurzerhand den Status von Idealtypen attestierte. Dabei betonte er allerdings, dass die Psychologie in der Ökonomie nichts zu suchen habe: „Es handelt sich bei den Aufstellungen der abstrakten Theorie nur scheinbar um ‚Deduktionen‘ aus psychologischen Grundmotiven, in Wahrheit vielmehr um einen Spezialfall einer Form der Begriffsbildung, welche den Wissenschaften von der menschlichen Kultur eigentümlich und in gewissem Umfang unentbehrlich ist.“ (Weber 1988: 189) Wer sich dann freilich Webers eigenen, genuin *fallrekonstruktiven* Modus der Idealtypenbildung vergegenwärtigt, wie er besonders eindrücklich in der Protestantismusstudie (Weber 1986) dokumentiert ist, mag berechtigte Zweifel daran hegen, ob ihm die Verteidigung der neoklassischen Ökonomie tatsächlich gelang.

halb nicht, weil sie den Fall von Innovation resp. von charismatischem Handeln unberücksichtigt lässt.

Wie dem auch sei: Auf das missionarische Ansinnen der *Rational Choice*-Schule, mit ihrem Theoriebildungsansatz nun endlich auch die Soziologie dem Stadium der Wissenschaftlichkeit zugeführt zu haben, lässt sich auch heute noch mit Weber (1988: 190) entgegenen: „Die Frage, wie weit z. B. die heutige ‚abstrakte Theorie‘ noch ausgesponnen werden soll, ist schliesslich auch eine Frage der Ökonomie der wissenschaftlichen Arbeit, deren doch auch andere Probleme harren. Auch die ‚Grenznutzentheorie‘ untersteht dem ‚Gesetz des Grenznutzens‘“.

Bibliographie

- Arvanitis, Spyros/Marmet, David (2001), Unternehmensgründungen in der Schweiz, Bern: Seco.
- Becker, Gary S. (1976), Der ökonomische Ansatz zur Erklärung menschlichen Verhaltens, Tübingen: Mohr.
- Beckert, Jens (1996), „Was ist soziologisch an der Wirtschaftssoziologie? Ungewissheit und die Einbettung wirtschaftlichen Handelns“, in: Zeitschrift für Soziologie, 25, S. 125-146.
- Bögenhold, Dieter/Staber Udo (1994), Von Dämonen zu Demiurgen. Zur (Re-)Organisation des Unternehmertums in Marktwirtschaften, Wien: Akademie.
- Bourdieu, Pierre (1983), „Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital und soziales Kapital“, in: Soziale Welt, Sonderband 2, Göttingen, S. 183-198.
- Bourdieu, Pierre (1987), Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft, Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Brüderl, Josef/Preisendörfer, Peter/Ziegler, Rolf (1998), Der Erfolg neugegründeter Betriebe. Eine empirische Studie zu den Chancen und Risiken von Unternehmensgründungen, Berlin: Duncker und Humblot.
- Coleman, James S. (1986), „Social Theory, Social Research, and a Theory of Action“, in: American Journal of Sociology, 91, S. 1309-1335.
- Coleman, James S. (1991), Grundlagen der Sozialtheorie, Bd.1, München: Oldenbourg.
- Diekmann, Andreas (1991), „Soziale Dilemmata. Modelle, Typisierungen und empirische Resultate“, in: Esser, Hartmut et al. (Hg.), Modellierung sozialer Prozesse, Bonn-Bad Godesberg: Informationszentrum Sozialwissenschaften, S. 417-456.
- Douglas, Even J/Sheperd, Dean A. (2000), „Entrepreneurship as a Utility Maximizing Response“, in: Journal of Business Venturing, 15, S. 231-251.
- Esser, Hartmut (1993), Soziologie. Allgemeine Grundlagen, Frankfurt/M.: Campus.
- Fehr, Ernst/Schwarz, Gerhard (2002), Psychologische Grundlagen der Ökonomie, Zürich: NZZ-Verlag.
- Frese, Michael (Hg.) (1998), Erfolgreiche Unternehmensgründer, Göttingen: Verlag für Angewandte Psychologie.
- Harabi, Najib/Meyer, Rolf (2000), Die neuen Selbständigen. Forschungsbericht, Fachhochschule Solothurn Nordwestschweiz.
- Homans, George C. (1964), „Bringing Men Back In“, in: American Sociological Review, 29, S. 809-819.
- Homans, George C. (1972), Was ist Sozialwissenschaft? Opladen: UTB.

- Honegger, Claudia/Bühler, Caroline/Schallberger, Peter (2002), *Die Zukunft in Alltagsdenken. Szenarien aus der Schweiz*, Konstanz: UVK.
- Marx, Karl (1978 [1845]), *Die deutsche Ideologie*, Berlin: Dietz.
- Minniti, Maria/Bygrave, William (1999), "The Microfoundations of Entrepreneurship", in: *Entrepreneurship Theory and Practise*, 23, S. 41-52.
- Moser, Klaus et al. (Hg.) (1999), *Unternehmerisch erfolgreiches Handeln*, Göttingen: Verlag für Angewandte Psychologie.
- Müller, Günther F. (Hg.) (2000), *Existenzgründung und unternehmerisches Handeln*, Landau: Verlag empirische Pädagogik.
- Oevermann, Ulrich (1991), „Genetischer Strukturalismus und das sozialwissenschaftliche Problem der Erklärung der Entstehung des Neuen“, in: Müller-Doohm, Stefan (Hg.), *Jenseits der Utopie*, Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 267-336.
- Oevermann, Ulrich (2000), „Die Methode der Fallrekonstruktion in der Grundlagenforschung sowie der klinischen und pädagogischen Praxis“, in: Kraimer, Klaus (Hg.), *Die Fallrekonstruktion*, Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 58-156.
- Oevermann, Ulrich (2001), „Die Struktur sozialer Deutungsmuster. Versuch einer Aktualisierung“, in: *Sozialer Sinn. Zeitschrift für hermeneutische Sozialforschung*, 1/2001, S. 35-81.
- Schallberger, Peter (2003a), *Identitätsbildung in Familie und Milieu. Zwei mikrosoziologische Untersuchungen*, Frankfurt/M.: Campus.
- Schallberger, Peter (2003b), „Motive unternehmerischen Handelns. Versuch einer auf Fallstudien basierenden Typologie“, in: Honegger, Claudia/Liebig, Brigitte/Wecker, Regina (Hg.), *Wissen – Gender – Professionalisierung. Historisch-soziologische Analysen*, Zürich: Chronos, S. 87-109.
- Schallberger, Peter (2003c), *Unternehmerisches Handeln und Charisma. Eine Fallrekonstruktion*, Ms. Institut für Sozialforschung, Frankfurt/M.
- Schallberger, Peter (2003d), „Unternehmensgründung als subversiver Akt. Eine Fallrekonstruktion“, in: *Institut für Sozialforschung – Mitteilungen* 15 (September 2003), S. 91-122.
- Schallberger, Peter (2004), *Junge Unternehmerinnen und Unternehmer in der Schweiz. Gründungsmotive und ökonomisches Denken*, Bern: Schweizerischer Nationalfonds, Schriftenreihe „Synthesis“ des NFP 43.
- Schumpeter, Joseph. A. (1912), *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*, Leipzig: Duncker und Humblot.
- Stigler, George G./Becker, Gary S. (1977), „De Gustibus non est Disputandum“, in: *American Economic Review*, 67, S. 76-90.
- Swedberg, Richard (Ed.) (1990), *Economic and Sociology. Refinding Their Boundaries: Conversations with Economists and Sociologists*, Princeton: University Press.
- Thierstein, Alain et al. (2002), *Gründerzeit. Unternehmensgründungen von Absolventen der Ostschweizer Hochschulen*, Bern: Haupt.
- Weber, Max (1980 [1921]), *Wirtschaft und Gesellschaft*, Tübingen: Mohr.
- Weber, Max (1986 [1920]), „Die Protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus“, in: Ders., *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie I*, Tübingen: Mohr, S. 17-206.
- Weber, Max (1988 [1904]), „Die Objektivität sozialwissenschaftlicher und sozialpolitischer Erkenntnis“, in: Ders., *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*, Tübingen: Mohr, S. 146-214.