

Macht der Berater?

Call for Papers für die Veranstaltung Sektion Arbeits- und Industrie-
soziologie auf dem Soziologiekongress, Jena, 6.-10. Okt. 2008

Berater aller Art sind inzwischen eine alltägliche Erscheinung nicht nur in großen Industriebetrieben. Sie erfüllen dort unterschiedlichste Funktionen, von der Unterstützung bei der Gestaltung von Detailprozessen, der Beratung einzelner Entscheidungsträger bis hin zur strategischen Ausrichtung ganzer Konzerne. Und sie üben dabei ganz offensichtlich oft eine erhebliche Macht aus, über die man aber meist wenig weiß. Dabei handelt es sich nicht nur um unmittelbare Einflüsse auf Entscheidungsprozesse in Unternehmen, sondern Berater bestimmen darüber hinaus sehr stark ökonomisch orientierte Normen und Leitbilder sowie damit zusammenhängende Managementkonzepte, ja Managementmoden.

Berater bzw. Beratungsorganisationen dringen inzwischen aber nicht nur immer mehr in wirtschaftliche Organisation ein: Auch politische Parteien und öffentliche Verwaltung (einschließlich mancher Hochschulen), öffentlich-rechtliche Einrichtungen (von der Bundesagentur, bis zu den öffentlich rechtlichen Medien bis hin zu den Kirchen und ihren großen Sozialorganisationen), ja sogar die Bundesregierung und viele Kommunen lassen sich von großen Beratungsgesellschaften ‚unterstützen‘.

Es sind aber nicht immer nur Großunternehmen, wie McKinsey, Roland Berger oder PriceWaterhouse-Coopers, die hier agieren und zur Zeit verstärkt im Interesse einer zunehmend auch kritischen öffentlichen Thematisierung stehen. Eine zunehmend große Rolle spielen hier machtvolle Stiftungen und ähnliche Einrichtungen, die mit einer Aura der Gemeinützigkeit oft größten gesellschaftlichen Einfluss ausüben (etwa die Bertelsmannstiftung oder die „Initiative neue soziale Marktwirtschaft“).

In diesem Feld bewegt sich aber nicht zuletzt auch eine große Zahl vielfältigster kleiner und kleinster Beratungsorganisationen. Hier spielen unter anderem auch Organisationen eine nicht unbedeutende Rolle, die etwa den Gewerkschaften nahe stehen (z.B. Technologieberatungsgesellschaften) oder dezidiert alternative Beratungen (z.B. im ökologischen Bereich) anbieten. Dies ist im Übrigen ein Feld, in dem nicht wenige arbeits- und industriesoziologische Kolleginnen und Kollegen nicht nur ihr Auskommen und eine interessante Tätigkeit zu finden versuchen, sondern die Hoffnung haben, im Sinne ihres Fachs Gestaltungsmöglichkeiten wahrnehmen zu können.

Schließlich darf auf keinen Fall übersehen werden, welche Bedeutung inzwischen individuelle Berater aller Art bzw. (was nicht das Gleiche sein muss) eine personenbezogene Beratung in modernen Arbeitsgesellschaften haben. Dies betrifft nicht nur den großen Bereich von i.w.S. sozialen Beratungen (Berufs- und Bildungsberatung, Familien- und Jugendberatung, Finanz- und Verbraucherberatung, Gesundheits- und Sozialberatung u.v.a.m.), sondern das Feld all jener Berater, die direkt wirtschaftliche bzw. organisationale Entscheidungsträger beruflich und/oder privat (z.B. als Coa-

ches) unterstützen und darüber zumindest indirekt einen erheblichen Einfluss ausüben.

Fast kann man davon sprechen, dass nach einem frühen Kapitalismus, der stark durch individuelle Eigner-Unternehmer geprägt wurde und der dann (wie oft thematisiert) durch einen Manager-Kapitalismus abgelöst wurde, nun eine dritte Stufe entsteht, in der eine höchst machtvolle dritte Akteursgruppe neuer Art, eben Berater, massive Einflüsse auf den Kern des wirtschaftlichen und betrieblichen Geschehens ausübt.

Position, Rolle, Funktion und der Einfluss der verschiedenen Beratergruppen sind bisher nur unzureichend soziologisch verstanden. So ist zu vermuten, dass die Beraterbranche der Kern ausgeprägter Netzwerkstrukturen in den verschiedenen gesellschaftlichen Teilsystemen ist. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass zumindest die großen Beraterfirmen ausgeprägt international aufgestellt sind. Auch liegen bislang wenig bis gar keine Kenntnisse über die Konstitutionsbedingungen und –mechanismen der Beraterbranche vor. Zu Frage ist beispielsweise, nach welchen Kriterien regeln sich Rekrutierung und Karrieren in der Beraterbranche? Und, in welcher Weise ist eine erfolgreiche Beraterkarriere Voraussetzung für einen Aufstieg in Unternehmen oder einem anderen Bereich?

Theoretische und empirische Beiträge jeder Art und Provenienz zu diesem Themenfeld in deutscher oder englischer Sprache sind willkommen.

Wir bitten um Zusendung der Abstracts (max. eine Seite) bis zum **30. April 2008** per E-Mail an:

Hartmut Hirsch-Kreinsen (hartmut.hirsch-kreinsen@tu-dortmund.de)

Katharina Bluhm (katharina.bluhm@uni-jena.de)

G. Günter Voß (guenter.voss@phil.tu-chemnitz.de)