

Klaus Kraemer, Sascha Münnich (Hg.)

ÖKONOMISCHER NATIONALISMUS

*Soziologische Analysen
wirtschaftlicher Ordnungen*

campus

Klaus Kraemer, Sascha Münnich (Hg.)

Ökonomischer Nationalismus

**Soziologische Analysen
wirtschaftlicher Ordnungen**

Campus Verlag
Frankfurt/New York

Über das Buch

Der europäische Integrationsprozess, Migrationsbewegungen, internationale Arbeitsteilung, die Warenmärkte und Kapitalströme sind Belege für den Öffnungsprozess, den wir mit dem Begriff Globalisierung verbinden. In jüngerer Zeit ist jedoch ein Erstarren von Rechtfertigungen zu beobachten, die »das Nationale« als Leitunterscheidung sozialer Ordnungen wieder aufwerten. Die Autorinnen und Autoren des Bandes fragen, welche Bedeutung »Nation« und »Nationalismus« für die soziologische Analyse von Wirtschaftsordnungen haben.

Vita

Klaus Kraemer ist Professor für Angewandte Soziologie: Wirtschaft, Organisation, soziale Probleme an der Universität Graz.

Sascha Münnich ist Professor für die Soziologie der Wirtschaft an der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt (Oder).

Inhalt

Ökonomischer Nationalismus – Konzeptionelle Grundlagen

Sascha Münnich und Klaus Kraemer: Nation und Nationalität in der Wirtschaftssoziologie

Dieter Reicher: Wettbewerb und Nation – Überlegungen zum Problem des Begriffs »Wirtschaftsnationalismus«

Klaus Kraemer: Machtprestige und Wirtschaftsnationalismus – Überlegungen zur symbolischen Ökonomie von Staatseliten

Wirtschaftsnationalismus im Vergleich

Katharina Bluhm und Mihai Varga: Konservativer Nationalstaat als Entwicklungsagentur – Ideenproduktion und Praxis in Polen, Ungarn und Russland

Timur Ergen: Die moralische Ökonomie des Schutzzolls: Der Fall der Solarindustrie

Tobias Köllner: Alltagsnationalismus und Orthodoxie im zeitgenössischen Russland: Die Rolle der wirtschaftlichen Eliten

Nico Tackner: Regionale Nationalismen als kollektives Kosten-Nutzenkalkül: Einflussfaktoren auf den Wahlerfolg regionalistischer Parteien in West-Europa

Globale Wirtschaftsordnung und Nationalismus

Max Haller: Ökonomischer Nationalismus als
Determinante von Freihandel und Protektionismus

Stefan Schmalz: Widersprüche der Globalisierung: Der
Aufstieg Chinas und der Wirtschaftskrieg mit den USA

Lisa Suckert: Die wirtschaftspolitischen Ideale der
Brexit-Kampagne: Zwischen ökonomischem
Nationalismus und globalem Freihandel

Jürgen Schraton: Wirtschaftliche Gesetzesbürokratie –
Der missing link zwischen Globalisierung und
Nationalismus

Dank

Autorinnen und Autoren

Ökonomischer Nationalismus - Konzeptionelle Grundlagen

Nation und Nationalität in der Wirtschaftssoziologie

Sascha Münnich und Klaus Kraemer

Die Soziologie diskutiert in den letzten Jahren (wieder) stärker die Bedeutung von Nation, Nationalität und Nationalismus. Dies hat mit politischen Umbrüchen und gesellschaftlichen Dynamiken der letzten Jahrzehnte in allen Teilen der Welt zu tun, in denen der spätestens seit der Freihandelswelle der 1980er und 1990er Jahre deutliche Trend unter den wirtschaftlich stärksten Nationen des globalen Nordens, institutionell zu kooperieren und sogar Teile ihrer nationalen politischen Souveränität an trans- und internationale Institutionen abzugeben, sich zugunsten einer gegenläufigen Tendenz der »Nationalisierung« abschwächt. Am Ende einer langen Phase des Herauswachsens von ökonomischen und politischen Beziehungen und Organisationsformen aus dem nationalen »primary cultural container« (Wallerstein 1979: 92) scheint die symbolische und institutionelle Bedeutung nationaler Grenzen und Zugehörigkeiten ungebrochen, und nationalistische Anklänge der Politik scheinen jederzeit (re-)aktivierbar zu sein.

Als Erstes fällt der Blick hier auf den durch national orientierte Politik gekennzeichneten wirtschaftlichen und politischen Aufstieg Chinas zum zentralen Rivalen um die globale ökonomische und politische Hegemonie gegenüber den USA, in deren Politik ihrerseits seit den frühen 2000er Jahren, besonders aber seit 2016 primär am nationalen Wachstum und nationaler politischer Stärke orientierte

Strategien deutlich im Vordergrund stehen. Der politische und ökonomische Bedeutungszuwachs der so genannten »Schwellenländer«, wie Indien, Brasilien, Südafrika, aber auch kleinerer südostasiatischer Gesellschaften ist seinerseits überall Ausdruck eines verstärkten wirtschaftlichen Protektionismus und politischen Nationalismus. Auch für Russland lässt sich eine Strategie der nationalen Selbstbehauptung durch Statussicherung und Statuswiederaufstieg konstatieren. Wenngleich es sich bei all diesen Verschiebungen um nationale Wachstumspolitiken handelt, die nur durch historisch spezifische Regulierungs-, Produktions- und Kostenstrukturen der *internationalen* Wirtschaft möglich waren, so sind sie doch Ausdruck einer Strategie, die nicht die Liberalisierung des globalen Handels allein als Quelle wirtschaftlichen und politischen Prestiges sieht. Sie gehen vielmehr mit partiellem Protektionismus, partiellen Entkopplungen, vor allem in Regulierungsfragen, und offensiven staatlichen Wettbewerbsstrategien gegen andere Wirtschaftsnationen einher.

Mit dieser Entwicklung verbunden ist auch eine Verschiebung der inneren politischen und sozialen Kräfteverhältnisse innerhalb der liberalen Demokratien des Nordens. Man denke nur an die Erschütterungen fast aller europäischen und nordamerikanischen Parteiensysteme und das Wiedererstarken des Nationalismus oder an die fortgesetzt hohe Bedeutung von Forderungen nach Einheit von Ethnie, Nation und staatlicher Organisation, die die Konflikte des globalen Südens überall begleiten und befördern. Zugleich sieht man auch auf wirtschaftspolitischer Seite eine Rückkehr als historisch unwiederbringlich überwunden geglaubter Formen des Protektionismus von Nationalstaaten, sowie die Re-Orientierung mancher Unternehmen an festen nationalen Standorten. Zölle und Außenhandelsbeschränkungen, Einschränkungen des freien Waren- und Personenverkehrs

werden als Instrumente der Wirtschaftspolitik wieder stärker normalisiert. Zudem tritt spätestens seit 2015 neben die Debatten um den freien Verkehr von Waren auch eine wiedererstartete Debatte um die räumliche Mobilität von Menschen (Migration) (Manow 2018: 26ff.).

Wenngleich die soziologische Forschung die Kontinuität rechtsextremer und nationalistischer Einstellungen in der Bevölkerung schon seit den 1990er Jahren immer wieder nachgewiesen hat, Heitmeyer spricht vom »Irrtum endgültiger liberaler Demokratieentwicklung« (Heitmeyer 2001: 501), so lassen sich doch Verschiebungen beobachten, die zeigen, dass mit der Etablierung rechtspopulistischer Parteien und Bewegungen in den west- und osteuropäischen Nationalparlamenten auch die Akzeptanz nationalistischer Töne im politischen Diskurs in den letzten zehn Jahren nochmals deutlich gestiegen ist. Beginnend mit der Finanzkrise von 2008/09 und jüngst in der COVID-19-Pandemie wuchs zudem die Bedeutung der nationalstaatlichen Kontrolle von Märkten und Wertschöpfungsketten über alle Parteigrenzen hinweg auch regulativ.

Diese grundlegenden Transformationsprozesse des Verhältnisses von nationaler und internationaler Ebene sowie, damit verbunden, der Beziehungen zwischen Ökonomie, Staat und Zivilgesellschaft, werfen vielfältige Fragen auch für die Wirtschaftssoziologie auf, die die Bedeutung kultureller und politischer Einbettung von Märkten und Unternehmen betreffen. Stehen wir am Anfang einer neuen postliberalen Ära, die die vorherrschenden »neoliberalen« Ordnungsvorstellungen in Wirtschaft, Staat und Gesellschaft aufweichen oder sogar unterminieren? Handelt es sich hierbei um eine Renaissance des alten, klassischen Protektionismus? Oder ist die Idee des Freihandels und der offenen Märkte immer schon in nationale Narrative und Ordnungskonzepte »eingebettet« gewesen? Werden nicht in jeder staatlichen

Ordnung, und zwar ganz gleich, ob diese etatistisch-
autoritär oder demokratisch-pluralistisch verfasst ist,
wirtschaftspolitische Instrumente ergriffen, um
»nationalen« Unternehmen Vorteile im internationalen
Wettbewerb zu verschaffen? Was ist neu am »neuen«
»liberal economic nationalism« (Helleiner 2002) bzw.
»economic patriotism« (Clift/Woll 2012)? Ist der neue
liberale Wirtschaftsnationalismus gar ein alter, der auf
protektionistische Steuerungsinstrumente (nichttarifäre
Handelshemmnisse wie Importquoten, Einfuhrzölle,
Exportsubventionen und Steuererleichterungen für
inländische Unternehmen) zurückgreift? Welche
Kontinuitäten und Brüche können zwischen älteren und
neueren Formen von Wirtschaftsnationalismus beobachtet
werden? Zugleich stellt sich die Frage, welche Folgen
solche Entwicklungen für die wirtschaftsliberale Öffnung
vormals national segmentierter »Wirtschaftscontainer«
haben? Stehen transnationale Wirtschaftsbeziehungen, wie
etwa der Ausbau des europäischen Binnenmarktes oder die
Etablierung von Freihandelsabkommen wie NAFTA, AFTA
bzw. CETA, und die Wiederkehr nationaler bzw.
nationalistischer Ordnungskonzepte in einem sich
gegenseitig aufschaukelndem Verhältnis? Kern aller dieser
Leitfragen ist die Frage, ob die eigentümliche
Gemengelage aus Transnationalisierung, Postnationalismus
und Re-Nationalisierung auf eine tiefergehende
Rekonfiguration der ökonomischen, institutionellen und
sozialen Ordnung kapitalistischer Gesellschaften hinweist.

Dieser Band versammelt zentrale Beiträge der Konferenz
»Ökonomischer Nationalismus« der Sektion
Wirtschaftssoziologie der Deutschen Gesellschaft für
Soziologie, die im Juni 2018 an der Karl-Franzens-
Universität in Graz stattfand. Es ging Autorinnen, Autoren
und Herausgebern darum, die Frage zu stellen, welcher
Beitrag zur Erklärung der Ursachen, Dimensionen und
Folgen des (Wieder-)Aufstiegs der symbolischen und

institutionellen Bedeutung von Nation und nationalen Zugehörigkeitsvorstellungen aus einer *dezidiert wirtschaftssoziologischen Perspektive* gewonnen werden kann. Der Vorteil einer solchen Perspektive ist, dass sie es erlaubt, sich der Frage aus der Breite einer schon lange ausführlich, aber mit oft nur vorläufigen Ergebnissen geführten soziologischen Debatte um den Begriff der »Nation« und der »Nationalität« heraus zu nähern und zugleich auf dieses Phänomen als ein ökonomisches, ökonomisch bedingtes *und* ökonomisch wirksames Phänomen zu schauen (Weber 1988: 162f.). Dabei ist es gerade die in weiten Teilen der Wirtschaftssoziologie geteilte Grundüberzeugung von der Nicht-Trennbarkeit der Handlungs-, Organisations- und Deutungszusammenhänge der Ökonomie vom Rest der Gesellschaft, die einen besonderen Blickwinkel auf die Frage des Nationalen eröffnet.

Norbert Elias hat Nationalismus als einen Begriff zur Beschreibung des »Wir«-Aspektes im Ich verortet und somit als »unlöslich in die Persönlichkeitsorganisation des Individuums« eingehend beschrieben (Elias 1989: 198f.). Wenn dies zutreffend ist, dann ist nicht nur jedes politische, sondern auch jedes wirtschaftliche Handeln, bzw. jedes soziale Handeln in ökonomischen Zusammenhängen, immer schon in nationale Wir-Bezüge eingebunden, wenngleich der Grad dieser Wir-Bezüge unterschiedlich ausgeprägt sein mag und in Konkurrenz zu anderen Wir-Bezügen, etwa regionalen oder kosmopolitischen, beruflichen, organisations- oder gruppenbezogenen, religiösen oder familiären, milieu- oder auch klassenspezifischen stehen kann. Damit hat Elias eine originär soziologische Perspektive eingenommen, die es zwingend erfordert, einen Begriff des Nationalismus zu entwickeln, der »ohne Untertöne der Mißbilligung oder Zustimmung« (ebd.) auskommt, also ohne jede normative Färbung, wie sie etwa in der Freiburger Antrittsrede Max

Webers (1980 [1895]) oder auch bei Ludwig Gumplowicz (1978 [1926]) aufscheint. Folgt man Elias (1989: beide Zitate 198), dann ist es in der Soziologie unumgänglich, »den Ausdruck ›Nationalismus‹ in einem etwas anderen Sinn [...] als im alltäglichen Leben« zu verwenden. Und weiter heißt es: »Der übliche Sprachgebrauch setzt etwa das Adjektiv ›nationalistisch‹ oft locker von Worten wie ›national‹ oder ›patriotisch‹ ab, wobei man mit Hilfe des ersteren Mißbilligung, mit Hilfe der letzteren Zustimmung bekundet. Was aber ›Nationalismus‹ heißt, ist in vielen Fällen einfach der ›Patriotismus‹ anderer, und ›Patriotismus‹ die eigene Form von ›Nationalismus‹.« Gegen derartige normative Auf- und Abwertungen von gruppenbezogenen Selbst- und Fremdzuschreibungen, die in alltäglichen Kommunikationen über begriffliche Etikettierungen wie »Patriotismus« und »Nationalismus« transportiert werden, spricht sich Elias aus und plädiert für eine strikt soziologische Beobachterperspektive. Für ihn ist »Nationalismus« zunächst einmal eine gemeinsam geteilte, in modernen Gesellschaften weit verbreitete Glaubensvorstellung, in der eine besondere enge Beziehung eines Individuums zu einer Wir-Einheit angenommen und zum Ausdruck gebracht wird. Nationale Glaubensvorstellungen schaffen, so Elias (ebd.: 200), »Wir-Bindung« und »Wir-Repräsentanz«. Wenn man nun Elias Überlegungen zur soziologischen Analyse von Nationalismus zugrunde legt, und diese mit Max Webers Ausführungen zur »Nation« im Kapitel »Politische Gemeinschaften« von *Wirtschaft und Gesellschaft* (1980 [1895]: bes. 527ff.) verbindet, dann ist zunächst, auch in Abgrenzung zum Primordialismus und zu klassischen Modernisierungstheorien sowie im Anschluss an die neuere konstruktivistische Nationalismusforschung (vgl. zum Forschungsstand Eriksen 1993; Smith 2001; Salzborn 2011; Tada 2018) festzuhalten, dass »nationale« Gemeinsamkeitsvorstellungen niemals nur auf bloße

Abstammung, den Geburtsort oder die – subjektiv geglaubte bzw. faktisch bestehende – Zugehörigkeit zu bestimmten Konfessions-, Sprach-, Kultur- oder Erinnerungsgemeinschaften zurückgeführt werden können.

Zweitens basiert der »Glaube[n] an den Bestand einer ›nationalen‹ Gemeinsamkeit« (Weber 1980 [1895]: 242) auf einer Einheitssemantik, die allerdings mit unterschiedlichen Vorstellungselementen und Wertbeständen verbunden werden kann. Die jeweiligen Vorstellungselemente und Wertbestände, die von einer nationalen Glaubensgemeinschaft kollektiv geteilt werden, können sich zudem von denen anderer nationaler Glaubensgemeinschaften mehr oder weniger unterscheiden, aber paradoxerweise zuweilen auch weitgehend ähnlich sein (z. B. »Fleiß«, »Strebsamkeit«, »weltoffen«), ohne dass markante Unterschiede benennbar sind. Drittens, und darauf hat schon Weber insistiert, ist der nationale Gemeinsamkeitsglaube nicht nur ideell wirksam, etwa als Wertidee oder Ideologie, sondern leitet auch *tatsächlich* das individuelle oder kollektive Handeln der Gemeinsamkeitsgläubigen an. Ungeachtet seiner ideellen und praktischen Wirkmächtigkeit ist mit Weber viertens davon auszugehen, dass sowohl die Geltungsgründe als auch der Grad der Zustimmung empirisch kontingent ausgeprägt sein können. Wie bereits Weber (ebd.: 229) gezeigt hat, kann die Intensität der Zustimmung von »emphatischer Bejahung« über indifferente und »unerweckte« Haltungen bis hin zu rigoroser Ablehnung reichen. Und fünftens kann, wenn man Weber (ebd.) weiter folgt, weder aus einem nationalen Gemeinsamkeitsglauben noch aus der formal-rechtlichen Zugehörigkeit zu einer nationalen politischen Gemeinschaft (Staatsbürgerschaft) ein tatsächlich einheitliches, uniformes Gemeinsamkeitshandeln kausal abgeleitet werden.

Wenn nun die Wirtschaftssoziologie die Einbettung ökonomischen Handelns in soziale Strukturen, Normen und Werte beschreibt, so ist aus der Perspektive der soziologischen Nationalismusforschung naheliegend, dass kollektiv geteilte, national »Wir-Bindungen« und »Wir-Repräsentanzen« (Elias) bzw. »Gemeinsamkeitsvorstellungen« (Weber) auch in der Ökonomie in empirisch unterschiedlichen Ausprägungen wirkmächtig werden können. Mit Elias (1989: 201) würde dann gelten, dass die Einbettung von Märkten immer gleichermaßen einen »egalitären Wertkanon« des Nationalen aus der gemeinsamen (perzipierten) Zugehörigkeit der Marktteilnehmer zu einer Nation als auch einen »nicht-egalitären Wertkanon« des Nationalen, d. h. die Abgrenzung gegenüber anderen Nationen, umfasst. In Märkten sind mithin nicht nur Konfliktmuster des Wettbewerbs *und* kollektiv geteilte Werte und Identitätszuschreibungen gemeinsam wirksam, wie dies die Marktsoziologie gegenüber dem Marktmodell individueller Rationalität immer wieder betont. Zugleich können nationale Einheitssemantiken in ökonomischen Arenen immer auch als graduell abgestufte Mechanismen der Inklusion nach innen und Exklusion nach außen wirken, entlang der ideellen oder praktisch wirkmächtigen Differenz Wir/Andere. Wenn man nun noch einbezieht, dass Märkte und Marktordnungen in räumlicher Hinsicht auf vielfältige Weise soziale Beziehungen über die nationalen Grenzen von Recht und Politik hinaus aufspannen, zeigt sich ein wirtschaftssoziologisch kaum erschlossenes Feld der Analyse des komplexen Zusammenspiels von Markt und Nation, in dem nationale Aspekte des »Wir« auch dann (oder sogar gerade dann) fortwirken, wenn die Marktbeziehungen die nationalen Grenzen räumlich schon längst hinter sich gelassen haben und »transnationalisiert« sind. Zugleich ist es denkbar, dass selbst dort, wo nationale Container ökonomisch fortbestehen, die institutionell-

rechtlichen Grenzziehungen des Nationalen und die Grenzen der geglaubten nationalen Zugehörigkeit im wirtschaftlichen Handeln gar nicht deckungsgleich sind.

Besonders anschaulich kann eine solche Entwicklung am Beispiel des europäischen Integrationsprozesses, globaler Migrationsbewegungen, der internationalen Arbeitsteilung sowie der weltweiten Warenmärkte und Kapitalströme aufgezeigt werden. Im Schatten dieser Entwicklungen ist seit jüngerer Zeit ein Erstarken von normativen Rechtfertigungen zu beobachten, die in Konkurrenz zu kosmopolitischen und postnationalen Deutungsangeboten danach streben, »das Nationale« als Leitunterscheidung sozialer Ordnungen wieder aufzuwerten (Kraemer 2018). Derartige Leitunterscheidungen zielen darauf ab, neue segmentäre Schließungen oder Abschottungen gleich welcher Art entlang der Differenz Inländer/Ausländer zu legitimieren. Solche Schließungsprozesse betreffen die politisch-institutionelle und wohlfahrtsstaatliche ebenso wie die wirtschaftliche Ordnung. Sie stehen in einem latenten oder offenen Spannungsverhältnis zu den transnationalen Öffnungen nationaler Containergesellschaften der letzten vier Jahrzehnte.

Die mangelnde Beschäftigung der Wirtschaftssoziologie mit der Frage des Nationalismus im Ökonomischen steht in einem bemerkenswerten Kontrast zu den Befunden der Vergleichenden Politischen Ökonomie und der Debatte um die »Spielarten des Kapitalismus« (Deeg/Jackson 2006), in der national-institutionell divergierende Produktions- und Verteilungsregime und national dominierende Wachstumsmodelle (Baccaro/Pontusson 2016) bei aller Betonung globaler Tendenzen wie Finanzialisierung und Tertiärisierung nach wie vor eine zentrale Rolle spielen, um das Zusammenspiel von nationaler Politik und globalem (oder manchmal auch gar nicht so globalem) Kapitalismus zu beschreiben. Schon allein die ungebrochene Dominanz nationaler Rechtsordnungen und politischer

Willensbildungsprozesse und den zunehmenden Einfluss transnationaler Organisationsformen legen es doch nahe, auch über die soziologischen Implikationen der Konzepte von »Nation« nachzudenken, die solche Ordnungen tragen und mit sich bringen. Man denke nur an die ubiquitären Debatten um nationale Standorte und »national champions« oder auch die Bedeutung nationaler Schlüsselindustrien und nationalstaatlich kontrollierbarer Lieferketten. Obwohl auch im Feld der Politischen Ökonomie prominente Kritiker wie Sum und Jessop (2013) oder Blyth (2013) auf die Rolle divergierender kollektiver Identitäten als Einflussfaktor auf Kapitalismus-Varianten hingewiesen haben, so findet sich in den ideenorientierten Erklärungsansätzen kaum Forschung, die die Brücke zur soziologischen Nationalismusforschung sucht. Ein möglicher Grund für diese Lücke in der Betrachtung der Rolle des Nationalismus in der vergleichenden Kapitalismusforschung mag darin liegen, dass sich Historischer Institutionalismus und Rational-Choice Ansätze (Hall/Taylor 1996) in der Politischen Ökonomie oft dort konzeptionell treffen, wo Unternehmen, Arbeitergruppen und -verbände oder auch staatliche Akteure primär als von rationalen Interessen und eben nicht als von symbolischen »Wir«-Konstruktionen getriebene Subjekte konzipiert worden sind. Nationale »Container« wurden hier als Regelsysteme und Ressourcencluster verstanden, nicht aber als symbolische Zuschreibungen und Bezugspunkte von Deutungsmustern. Im Regelfall geht die Vergleichende Kapitalismusforschung von einem auf historischen Institutionen und materiellen Interessenkonstellationen basierenden Verhältnis von Politik und Ökonomie aus, in dem wenig konzeptioneller Raum für die kulturelle bzw. diskursive Konstruktion von Interessen als Orientierungspunkte des Handelns der Wirtschaftssubjekte ist. Dies schließt in Hinblick auf empirische Fallanalysen jedoch gerade nicht aus, dass in

den Narrativen der historisch-vergleichenden Politischen Ökonomie nationale Denkweisen oder Traditionen durchaus als Teil der Entstehung und Evolution von Institutionen auftauchen. Hier sei nur auf »thick descriptions« der nationalen Pfade des Keynesianismus in Frankreich, den USA und Großbritannien verwiesen, die in Peter Halls vielzitiertem Buch versammelt sind (Weir 1989; Rosanvallon 1989). So legt etwa Rosanvallon die Resonanz der keynesianischen Beschäftigungspolitik in Frankreich mit Konzepten der Nation nahe: »France had long-standing traditions of state-led action where public works were concerned, for strategic reasons as well as for purpose of territorial unification since the eighteenth century« (Rosanvallon 1989: 177). Auch in aktuellen Debatten um die Krise des Euro und die Möglichkeit der transnationalen Einhegung des globalen Kapitalismus auf der EU-Ebene findet sich der Aspekt nationaler »Wir«-Gefühle als potentielle Quelle wohlfahrtsstaatlicher Solidarität und demokratischer Legitimation, so etwa bei Wolfgang Streeck, wenn er von nationalen wie sub-nationalen, »auf räumliche Nähe gegründeten Wirtschafts- und Identitätsgemeinschaften« (Streeck 2013: 65) spricht, die für die Legitimität politischer Entscheidungen zentral sind und die Etablierung einer transnationalen europäischen Demokratie erschweren. Auch dies spräche für eine weitergehende soziologische Beschäftigung mit der Frage, wann nationale und sub-nationale »Wir«-Gefühle bzw. Gemeinsamkeitsvorstellungen wirtschaftliches Handeln einbetten und unter welchen Bedingungen Marktbeziehungen diese ablösen, abschwächen oder verstärken.

Ein weiterer Blickwinkel, der zur Frage des Verhältnisses von Markt und Nation führt, ist die Frage nach den sozioökonomischen Interessen und Koalitionen, die den jüngsten (Wieder-) Aufstieg des Rechtspopulismus getragen haben. Parallel zu der Analyse der Rolle divergierender

unternehmerischer Interessen für die Ausgestaltung von Wohlfahrts- und Produktionsregimen (Mares 2003; Swenson 2004; Estevez-Abe u. a. 2001; Iversen/Soskice 2001), wäre auch eine Analyse der Verbindung dieser jüngsten politischen Kräfteverschiebung mit den Interessen unterschiedlicher Kapitalfraktionen ein Schritt zum besseren Verständnis der ökonomischen Dimension des Nationalismus. Philip Manow hat hier Wege aufgezeigt, wo er unterschiedliche Arten des Populismus mit einer vergleichenden Analyse nationaler Arbeitsmarkt- und Wohlfahrtsregime verknüpft und herausarbeitet, unter welchen Bedingungen eher der freie Warenverkehr und unter welchen Bedingungen eher die Freizügigkeit von Menschen zum politischen Problem werden. Hier ist vor allem die exkludierende Seite des nationalen »Wir«-Gefühls als Ausdruck der Verteidigung von Arbeitsmarkt- und Wohlfahrtspositionen großer Arbeitnehmergruppen angesprochen, sowie die enge historische Verbindung von Wohlfahrtsstaatenbildung und Konstruktionen nationaler Zugehörigkeit, nicht nur in Deutschland (vgl. Tennstedt 1997). In seinen Überlegungen zur symbolischen Ökonomie des Neonationalismus hat Klaus Kraemer dagegen darauf hingewiesen, dass die Kongruenz der Unterstützung für nationalistische Parteien mit spezifisch sozialen und ökonomischen Milieus nur eingeschränkt besteht (Kraemer 2018). Zum einen beschränkt sich die politische Unterstützung auf Modernisierungs- oder Globalisierungsverlierer, zum anderen gehören auch überall Vertreter der von diesen Parteien angegriffenen politischen und ökonomischen Eliten zu ihren Anhängern (vgl. ebd.: 286ff.). Während also, so ließe sich argumentieren, eine polit-ökonomische vergleichende Betrachtung des Populismus, wie Manow sie vorschlägt, eine überzeugende Erklärung für die Frage bietet, wann sich wo eher Links- als Rechtspopulismus herausbildet, so ist doch die Einbeziehung symbolischer

Statuszuschreibungen zwischen nationalen Containern notwendig, um der wirtschaftlichen und symbolischen Komplexität des Verhältnisses von Nation und Interesse gerecht zu werden. Aus einer solchen Perspektive wäre daher die Bedeutung der nationalen Zugehörigkeit als ihrerseits vorstrukturierte *ideelle Ermöglichung* von fraktions- und klassenübergreifenden Interessenkoalitionen in den Blick zu nehmen. Die Frage ist nicht nur, welche Unternehmen im Bunde mit welchen Arbeitnehmergruppen von einer Stärkung nationaler Grenzziehungen gegenüber Migranten und Waren jeweils profitieren, sondern auch wie kollektive »Wir«- Bezüge Einfluss auf die selektive Wahrnehmung oder Konstruktion solcher wirtschaftlichen Interessen nehmen (vgl. Münnich 2011; Haas 1992; Campbell/Pedersen 2015).

1. Ökonomischer Nationalismus und nationaler Protektionismus

Sowohl die ökonomische Theorie, die als selbstverständliche Gegnerin oft die erste Adressatin der Theorien der Neuen Wirtschaftssoziologie ist (vgl. Beckert 2009; Swedberg 1994; Caliskan/Callon 2009), als auch die Politikwissenschaft gehen in ihren Grundmodellen davon aus, dass Nationalismus als Einfluss einer spezifischen Ideologie auf Präferenzstrukturen gesehen werden muss. In der Politikwissenschaft und manchmal auch in der Politischen Soziologie ist der Begriff des »Nationalismus« eine spezifische politische Ideologie oder Philosophie, die neben Liberalismus und Marxismus besteht und zu diesen in Konkurrenz tritt. Natürlich treten auch ideologische Mischformen auf, etwa ein nationalistischer Marxismus, der in China und der Sowjetunion im 20. Jahrhundert anzutreffen ist, oder nationalliberale Weltbilder, die sich

historisch schon 1848 und in der Industrialisierungspolitik und Sozialpolitik des Deutschen Reiches unter Bismarck beobachten lässt (Becker 1986: 92). Die Verbindung von nationalen Interessen- und Freihandelspolitiken wurde auch für Großbritannien zu Zeiten des Empires und bis in die heutige Zeit diagnostiziert (Helleiner 2002), sowie für die USA seit dem Zweiten Weltkrieg: »Liberal ideology prevailed in the world of social science reflecting the easy and unquestioned economic hegemony of the United States«. (Wallerstein 1979: 67) Entscheidend ist jedoch, dass das Nationale hier eben als »ismus«, also primär als ein politisches Weltbild verstanden wird, das politische Entscheidungen anleiten kann. Benedict Anderson hat gegen diese Perspektive eingewendet, dass die Bedeutung des »Nationalen« insgesamt tiefer und weiter reicht. Es müsste soziologisch nicht zwischen politischen Ideologien verortet werden, sondern sei eher mit »religion« oder »kinship« vergleichbar (Anderson 2016: 5). Daraus ließe sich der Gedanke weiterführen, dass der Zuschreibungen des Nationalen auch mit einem kultur- und religionssoziologischem Begriffsapparat analysiert werden müssen. Anderson selbst beschreibt Nation als eine durch symbolische Kommunikation aufgerufene imaginierte Gemeinschaft, die »historische Fatalität« in »Kontinuität« (ebd.: 11) verwandeln kann und durch diese eschatologische Dimension als eine säkularisierte Form der Religion gedeutet werden muss. Folgt man Andersons soziologischem Konzept der Nation, der auch an Max Webers Überlegungen zu Nation als kollektiver Gemeinsamkeitsglauben anknüpft, so ist das Nationale oder »Nationalität« als Modus der kollektiven Selbst- und Fremdzuschreibung natürlich auch in der Ökonomie allgegenwärtig. Aus Sicht der Wirtschaftssoziologie ist nämlich ökonomisches Handeln auf Märkten, wie auch die Interaktionsformen in und zwischen Unternehmen, immer symbolisch vermittelt und kulturell geprägt. Ökonomisches

Handeln nimmt immer schon Bezug auf historische Kontinuitäten und gemeinsam geteilte Zukunftserwartungen. So wie Nationalismus keine dem politischen System vorbehaltene Kategorie ist, gibt es auch keinen Grund für die Annahme, dass die auf Märkten wirksamen Symbole, Rechtfertigungsmuster, Kognitionen und Handlungsmotive nur aus dem Deutungszusammenhang der Ökonomie stammen können.

Aus Sicht der Wirtschaftstheorie tritt das Nationale vor allem als Einschränkung des freien Austauschs der Produktionsfaktoren, Güter und Präferenzen auf Märkten auf. Nationalismus ist eine Form des kollektiven, wohlfahrtsschmälernden Eingriffs in die freie Konkurrenz, eine nur exogen, d. h. durch falsche staatliche Anreize oder mangelnde Rationalität der Individuen erklärbare Steuerung von Mengen und Preisen, deren Sinnhaftigkeit in der klassischen Entgegensetzung von David Ricardo und Friedrich List als Teil der ökonomischen Paradigmengeschichte gelehrt, aber zumeist doch im Sinne der Effizienz- und Wohlfahrtsgewinne durch die komparativen Kostenvorteile entschieden wird, die im Freihandel ausgespielt werden können. Wenngleich in der Tradition des Ordo-Liberalismus wie auch in der historischen politischen Praxis vieler liberaler Regierungen eine über den klassischen Nachwächterstaat hinausgehende Förderung einheimischer Infrastruktur und Kapitalentwicklung durchaus anerkannt wird – insbesondere aus makroökonomischer Sicht in Zeiten des Angstsparens und der Unterkonsumption – so ist Nationalismus aus wirtschaftstheoretischer Sicht doch in erster Linie Protektionismus und synonym mit dem steuernden Eingriff des Staates in das freie Spiel der Kräfte. Er ist mit Vorsicht zu genießen, da es potentiell brachliegende Produktionskapazitäten und »faules« Kapital, sowie eine für das Wachstum gefährliche Schieflage zwischen Produktivitäts- und

Einkommensverteilung hervorbringt. Letztlich gilt Nationalismus in der makroökonomischen Theorie als *eine* mögliche ideologische Ausprägung der kollektiven Marktverzerrung und ist auch hier somit als Ideologie zu verstehen, die ökonomisch nur unter ganz bestimmten historischen Bedingungen Wohlfahrtsgewinne erlaubt und daher stärker normative als analytische Bedeutung hat.

Wirtschaftssoziologisch betrachtet kann und wird ein Markt aber niemals eine vollkommen neutrale Arena des freien Austauschs sein. Der Grund dafür liegt darin, dass Märkte ohne soziale, politische und kulturelle Einbettungen die Kontingenzprobleme rationalen Handelns und die nicht kalkulierbare Ungewissheit der Verhaltensweisen aller anderen Marktteilnehmer nicht mehr bewältigt werden könnten (Beckert 1996; Etzioni 1986). Die neuere wirtschaftssoziologische Forschung hat gezeigt, welche sozialen Interaktions- und Organisationsformen gewissermaßen »naturwüchsig« überall dort entstehen, wo freier Markt und freie Konkurrenz drohen. So streben Anbieter beispielsweise danach, Netzwerke und Cliques zu bilden, die sich gegenseitig beobachten und sich so voneinander abgrenzen, so dass eine sozial differenzierte Marktstruktur entsteht, die jenseits staatlicher Eingriffe Marktkontrolle durch kleine Gruppen erlaubt (White 1993) – und das schon weit unterhalb der Schwelle, die die ökonomische Theorie als »Monopolbildung« beschreiben würde (Münich 2017: 113). Die neoinstitutionalistisch ausgerichtete Wirtschaftssoziologie rückt dagegen die Orientierung von Unternehmen an für legitim erachtete Arbeits- und Organisationsformen ins Zentrum und beschreibt sie als stärkeres Handlungsmotiv als die Profitmaximierung, solange die Profitabilität nicht lebensbedrohlich abgesenkt wird. Soziales Überleben (Fligstein 2002: 17) des Unternehmens und seine Anpassung an die als legitim erachteten Blaupausen der sozialen Umgebung (DiMaggio/Powell 1991) erscheinen in

dieser Perspektive wichtiger als die Verfolgung maximaler ökonomischer Renditen. Auch die Rolle des Staates als einflussreicher und strukturbildender Akteur auf Märkten für Kapital und Arbeit, Güter und Dienstleistungen ist von großer Bedeutung für das Funktionieren jedes Marktes durch Setzung von Regeln und die Stimulierung von Investitionen. In den letzten Jahrzehnten hat die Wirtschaftssoziologie nicht-ökonomische Handlungsformen, Organisationsmuster, institutionelle Regeln, kulturelle Skripts und Narrative als notwendige Bestandteile von Märkten nachweisen können. Vor diesem Hintergrund liegt es nahe, auch den Einfluss kollektiv geteilter, identitätsstiftender Selbst- und Fremdzuschreibungen, – in unserem Fall *nationaler* Gemeinsamkeitsvorstellungen, wie sie etwa in der soziologischen Nationalismusforschung von Weber über Elias bis Anderson beschrieben worden sind, – in Unternehmen, Märkten und wirtschaftlichen Ordnungen genauer zu rekonstruieren. Mit anderen Worten geht es also darum, nationale Gemeinsamkeitsvorstellungen als weiteren *endogenen* Faktor der sozialen Konstitution von Märkten, als eine mögliche Orientierung unter Ungewissheit für »intentional rationale« Marktakteure, als eine Legitimationsquelle für die Organisationsform von Unternehmen und bzw. oder als einen weiteren sozialen Referenzrahmen von Netzwerkbildungen in Unternehmen und auf Märkten zu erforschen.

2. Nationalismus zwischen Wirtschaft und Gesellschaft

Zusammenfassend lässt sich also festhalten, dass es zwei zentrale Grundperspektiven der Wirtschaftssoziologie sind, die einen originären Beitrag zur Frage des »Nationalen« anleiten können. *Erstens* lassen sich auf der Mikroebene

Interessen, Präferenzen und Rationalitäten in der Marktwirtschaft weder als rein ökonomisch noch als extern gegeben beschreiben. Dies bedeutet, dass Nationalismus weder als Einbruch nicht-ökonomischer Rationalität oder Irrationalität in einen ansonsten sauberen Marktprozess verstehen lässt, noch sich auf das plötzliche und kontingente Auftauchen exogen festgesetzter »nationalistischer Präferenzen« bestimmter Marktteilnehmer reduzieren lässt.

Handlungsorientierungen in Märkten sind durch den sozialen, politischen und kulturellen Kontext beeinflusst. Sie sind in »on-going systems of social relations« (Granovetter 1985: 487) eingebettet. Dies bedeutet, dass die Frage untersucht werden muss, unter *welchen Bedingungen* sich national eingefärbte Zugehörigkeitsvorstellungen und Handlungsorientierungen bei Marktakteuren zeigen, wodurch diese befördert werden, und empirisch untersucht werden müsste, wie sie die Funktionsweisen von Produktion und Distribution beeinflussen. Zu diesen nationalen Zugehörigkeitsvorstellungen und Handlungsorientierungen gehören neben den wirtschaftlichen Interaktionsmustern zwischen und in Unternehmen auch die Interessen und Präferenzen der Akteure selbst, die sich durch ihre permanente Einbettung in symbolisch imaginierte soziale Gemeinschaften deutlich von dem unterscheiden können, was unter dem Gesichtspunkt von Effizienz und Produktivität zu erwarten wäre. Im vorliegenden Band zeigt etwa *Lisa Suckert* diese symbolische Tiefenstruktur der Präferenzen zum Brexit, in denen symbolische Vorstellungen der »Britishness« und ökonomische Interessen miteinander verbunden auftreten. Die Artikel von *Tobias Köllner* und auch von *Katharina Bluhm* und *Mihal Varga* zeigen durch vergleichende und ethnographische Betrachtungsweisen, wie tief diese Symboliken in die Konstruktion von Wirtschaftsräumen und

unternehmerische Alltagspraktiken in Osteuropa verwoben sind. Auch *Dieter Reicher* weist in seinem Beitrag darauf hin, wie historisch variabel und instabil, aber zugleich wirkmächtig »Wir-Bezüge« in der Wirtschaftspolitik und den Interaktionen nationalstaatlicher Akteure in der internationalen Ökonomie sind. Zugleich folgt aus der Einsicht der Wirtschaftssoziologie in die gesellschaftliche Variabilität und symbolische Überformung von ökonomischen Interessen, dass Nationen auch ökonomisch nicht als Entitäten betrachtet werden können. Ökonomien sind nie »liberal« oder »nationalistisch« sondern wir haben es immer mit komplexen sozialen Konfliktlagen um ökonomische Fragen zu tun, in denen sich Koalitionen von ökonomischen Interessen zwischen und quer zu politischen Räumen oder territorialen Zugehörigkeiten bilden können. Umgekehrt ist ebenso denkbar, dass wirtschaftliche Akteure gerade deswegen miteinander kooperieren, weil sie sich symbolisch derselben nationalen Wir-Gruppe zuordnen oder dieser Wir-Gruppe von anderen Wirtschaftsakteuren zugerechnet werden, die sich wiederum selbst einer konkurrierenden nationalen Wir-Gruppe zugehörig fühlen. Auch sind Interaktionsformen und Konfliktlinien zwischen »localists« und »globalists« denkbar, die nicht nur quer zu allen »rein« ökonomischen Branchenlogiken verlaufen, sondern eben auch quer zu allen nationalen Selbst- und Fremdzuschreibungen. Allemal ist davon auszugehen, dass einfache Zuordnungen von Wirtschaftsakteuren entlang einer gedachten Achse nicht möglich sind, an deren Polen nationale bzw. transnationale Handlungsorientierungen verortet sind. Eher ist von einem Kontinuum ineinander übergehender und sich überlappender Handlungsorientierungen auszugehen, welches alle erdenklichen Zwischenformen, Grauzonen und hybriden Muster einschließt.

Zweitens kann auch für die Frage sozialer Ordnung die Grundannahme der Wirtschaftssoziologie zur sozialen

Einbettung wirtschaftlichen Handelns fruchtbar gemacht werden, um zu prüfen, welchen Einfluss nationale Zuschreibungen in der Ökonomie haben: Das Argument lautet, dass Märkte und Unternehmensorganisationen inhärent politisch sind und politisch-kulturellen Logiken unterliegen (Fligstein 1996; Weber 1980 [1895]). Wenn Märkte und Unternehmen immer auch in kulturellen Deutungsmustern und politischen Auseinandersetzungen eingebettet sind, die feldspezifisch die Regeln und legitimen Praktiken einzelner Märkte oder Branchen prägen, dann können entsprechende Koalitionen von »incumbents« oder »challengers« in Märkten natürlich auch »nationale« Legitimationsmuster und Kognitionen verfolgen oder sich entlang nationaler symbolischer Zuschreibungen integrieren.

Über die soziale Konstitution und Einbettung der Marktteilnehmer hinaus ist in der Wirtschaftssoziologie die Bedeutung von Marktöffentlichkeiten betont worden (Goldstone 2004: 333). Gemeint ist damit, dass in Marktöffentlichkeiten Marktakteure, Marktintermediäre und Marktereignisse beobachtet, Markterwartungen formuliert und von Experten an das Publikum adressiert, Narrative über Produktinnovationen und zukünftige Marktentwicklungen kommuniziert und gemeinsam geteilt werden usw. Marktöffentlichkeiten sind insbesondere dann national segmentiert, wenn es sich um Marktsegmente handelt, deren Produkte oder Dienstleistungen an Endkonsumenten verkauft werden sollen. Dies zeigt sich selbst dort, wo die Produktionsseite, insbesondere Wertschöpfungs- und Lieferketten längst supra- oder transnational organisiert sind. Weiterhin ließe sich an die Forschungsliteratur zu Bewertungen und Wertigkeiten in Märkten anschließen, die die Bedeutung von »Instanzen der Urteilsbildung« (Karpik 2010: 44ff.) für den Wert von Gütern und den Prozess von »classification, clustering and sorting« (Callon/Muniesa 2005: 1235) betont. Auch der

soziale Status von Firmen wirkt auf die Qualitätszuschreibungen des Marktpublikums (Beckert 2011: 763f.), auf Anbieter, Nachfrager und das Publikum gleichermaßen. Es ist naheliegend, das Augenmerk auf Aspekte der nationalen Zurechnung in solchen Statusordnungen zu richten, auf nationale Rahmungen bei der zugeschriebenen Wertigkeit und Qualität von »singulären« (Karpik 2010) Produkten. Beispiele finden sich in der französischen *Économie des conventions*, etwa in der Forschung zum Markt für Camembert in Frankreich, der als »nationaler Mythos« beschrieben worden ist (Boisard/Miller 2003). Gisèle Sapiro (2018: 11ff.) zeigt am Beispiel des Marktes für »symbolische Güter« wie Filme, Literatur und Populärmusik, welche Maßnahmen u. a. die nationale Kulturpolitik in Frankreich ergreift, um in diesen Marktsegmenten die Diversität der nationalen »small-scale production« vor der global dominanten, anglo-amerikanischen »large-scale production« zu protegieren und global sichtbarer zu machen. Und jüngst haben Luc Boltanski und Arnaud Esquerre in der Studie *Bereicherung* (2018: 46ff.) am Beispiel der wachsenden Bedeutung des französischen Gastro-, Wein-, Städte- und Ökotourismus nachgezeichnet, dass kulturelle Produkte und Dienstleistungen in nationale Narrative (»französische Lebensart«) eingebunden werden, um ihre exklusive Wertigkeit und damit höhere Marktpreise zu rechtfertigen. Hierbei greifen Boltanski und Esquerre u. a. auf die Befunde von Michaela DeSoucey (2010) zum »Gastronationalismus« in Europa zurück. In diesem Zusammenhang ist hervorzuheben, dass nationale staatliche Institutionen nicht als externe Akteure fungieren, sondern (de-)legitimierend und sanktionierend in das Marktgeschehen eingreifen, indem z. B. Standards des Konsumentenschutzes definiert und Qualitätszuschreibungen national eingefärbt werden (Nessel 2016: 75ff.).

Weiterhin ließe sich konstatieren, dass nationale Traditionen und tradierte Formen des Interessenausgleichs unter Branchen- und Marktteilnehmern oder zwischen Kapitaleigentümern und abhängig Beschäftigten, etwa dort, wo neokorporatistische Institutionen stark sind, eine prägende Wirkung auf betriebliche Organisationsformen, Managementpraktiken und kalkulatorische Standards der Unternehmen haben. Solche institutionellen Arrangements und Praktiken können national begründet und legitimiert werden, – man denke nur an die sozialwissenschaftlichen Befunde über einen »rheinischen« oder »deutschen« Kapitalismus (Streeck 1995). In diesem Zusammenhang ist auf Michael Billig zu verweisen, der in seinen kultursoziologischen Studien die Alltagsbedeutung bzw. »Banalität« des Nationalen betont. Nationale Sinnrahmungen interpretiert Billig als tief eingeschriebene und permanent aktivierbare Identitätszuschreibungen: »To have a national identity is to possess ways of talking about nationhood. [...] typically, it means being situated within a homeland, which itself is situated within the world of nations.« (Billig 1995: 8) Folgt man Billigs Argumentation, dann entfaltet »Nationalismus« seine soziale Wirkmächtigkeit nicht so sehr als eine politische Ideologie, die von bestimmten, ideell integrierten Virtuosen oder Gruppen strategisch ins politische Spiel eingebracht wird und die ein geschlossenes Weltbild umfasst. Vielmehr betont Billig das gesellschaftliche Potential, in jeder alltäglichen Kommunikation nationale Einheitssemantiken und Identitätszuschreibungen aufzurufen. »National banalism« (Billig) ist in viele gesellschaftliche Praktiken und allgegenwärtige Artefakte eingeschrieben, von der Beflagung und Benennung offizieller Einrichtungen bis zur Struktur sportlicher Wettbewerbe. Es ist naheliegend, ähnliches auch für die nationalen Rahmungen und Selbstbeschreibungen von Märkten, Unternehmen, Produkten, Gewerkschaften, Unternehmensverbänden oder

auch ökonomischen Think Tanks anzunehmen. Selbst dort, wo politische Ideen, die die Auseinandersetzungen um die Regulierung und Schaffung von Märkten begleiten, *nicht* nationalistisch im ideologischen Sinne sind, ist doch die Symbolik nationaler Bezugnahmen in alle mikropolitischen Konflikte und Aushandlungsprozesse eingeschrieben. Der banale Nationalismus des Alltags kann auch von Interessenkoalitionen in Märkten strategisch aufgerufen und in bestimmten Kontexten erfolgreich für ökonomisches Handeln aktiviert werden. Genauer zu untersuchen wären in diesem Zusammenhang »banale« Marketingstrategien, die symbolische Aufladung von Produkten oder auch Kämpfe um die Legitimierung und Delegitimierung von Arbeitskämpfen. So widmet sich im vorliegenden Band *Nico Tackner* einer ähnlichen Problematik, wenn er die Wirkung von regionalen Nationalismen innerhalb europäischer Länder untersucht. Es ist gerade das Zusammenspiel aus kulturell eingeschriebenen subnationalen Identitäten in Sprache und Alltagswelt und daran symbolisch anbindbaren ökonomischen »Stärken« gegenüber anderen Regionen eines Landes, die politische Absatzbewegungen von Regionen verstärkt und politische Segmentierung der Nationalstaaten begünstigt. *Timur Ergen* argumentiert am Beispiel der Schutzzölle zur Förderung der heimischen Solarenergie in den USA und Europa, dass Handelspolitiken im Kontext nationaler moralischer Ökonomien diskutiert und legitimiert werden. Er schließt, dass diese *moral economies* entscheidend sind für die Frage, wann Liberalisierung und Freihandel sich durchsetzen könnten. Sie treten somit gleichberechtigt neben Überlegungen zu Effizienz und Wohlfahrtsmaximierung bzw. rahmen, wie die Akteure diese abstrakten Ziele in konkreten Handlungssituationen definieren und gewichten. *Jürgen Schraten* zeigt in seinem Beitrag über den Verlauf des Reformprozesses der europäischen Harmonisierung des Insolvenzrechtes seit

2016, wie vordergründig an eigentumsrechtlichen Grundprinzipien sich festmachende Auseinandersetzungen eine nationale Tiefenstrukturierung haben. Juristische Fachdebatten und politische Konflikte werden unter Bezugnahme auf deutsche und amerikanische Rechtskulturen ausgetragen und tragen so nationale Deutungsmuster in die institutionelle Grundstruktur des Privateigentums in kapitalistischen Gesellschaften.

Darüber hinaus gilt es, dieses Zusammenspiel von nationalen Deutungsmustern und ökonomischen Ordnungen auch auf internationaler Ebene zu verfolgen. *Max Haller* wirft in seinem Beitrag zu historischen Konstellationen von nationalen und internationalen Wirtschaftspolitiken, u. a. in China, den USA und der früheren Sowjetunion, ebenfalls Sand in das Getriebe der blanken Entgegensetzung von Protektionismus und Freihandel und plädiert für eine kontextsensitive Analyse der Mischverhältnisse von nationalen und internationalen ökonomischen Handlungsstrategien von Nationalstaaten. Zu einem ähnlichen Schluss kommt auch *Stefan Schmalz* in seinem Beitrag, der sich ebenfalls mit dem komplexen Verhältnis von Nation und internationaler Handelsordnung beschäftigt. Der jüngste Handelskonflikt zwischen China und den USA hat über die ökonomischen Interessen der nationalen Produktionszweige hinaus eine soziologische Dimension, der sich aus der Weltsystemtheorie heraus als wachsender materieller aber auch symbolischer Konflikt um die globale Hegemonie zwischen beiden Ländern deuten lässt und multiple Statusordnungen und Organisationsformen auf nationaler, internationaler, aber auch regionaler Ebene sichtbar macht.

Klaus Kraemer schließlich greift die sozialtheoretische Dimension dieser Frage auf und legt Max Webers Überlegungen zu Machtprestige und Kulturprestige verschiedener Nationen zugrunde, um die Verwobenheit von politischen und ökonomischen Statusfragen zwischen