

# I. Dominanzideologien und Hierarchisches Selbstinteresse: Exploration

## 1. Einleitung

Das Wettbewerbsprinzip gilt in marktorientierten Gesellschaften<sup>1</sup> gemeinhin als Motor für wirtschaftliche Entwicklung und gesellschaftlichen Fortschritt. Wettbewerb findet nicht nur zwischen Unternehmen, sondern auch auf der individuellen Ebene statt. Konkurrenzsituationen ergeben sich im Alltagsleben des einzelnen Individuums vor allem in Bezug auf den Arbeits-, Bildungs- und Wohnungsmarkt. Die wesentlichen Maximen, die ein Bestehen der Wettbewerbssituationen auf den verschiedenen Märkten ermöglichen sollen, erwirbt bzw. internalisiert der Einzelne im Zuge seiner lebenslangen Sozialisation. Eine besondere Rolle für den Grad der Internalisierung solcher Maximen spielen dabei nicht nur die familiäre und schulische Sozialisation, sondern auch die persönliche Erfahrung und Verarbeitung von Wettbewerbs- oder Konkurrenzsituationen. Zu diesen Maximen der marktorientierten Gesellschaft zählen Dominanzideologien, die vom Einzelnen als Werthaltungen des 'Hierarchischen Selbstinteresses' internalisiert werden. Das hinter diesen Werthaltungen liegende Bestreben, Leistung zu zeigen, um jeden Preis besser als andere zu sein und alleine bestehen zu können, lässt sich unter Rückgriff auf Vorstellungen des 'common sense' auch als Ellenbogenmentalität kennzeichnen. Dominanzideologien müssen dabei im historischen Kontext gesehen werden: Sie rekurrieren zwar auf klassische Marktlogiken, stellen aber eine verabsolutierte Form dar, die unter dem Eindruck von erreichten Grenzen des Wachstums, knapper Ressourcen und zunehmender 'Unvollkommenheit' der Märkte auftritt. Auch wenn der Begriff des Ellenbogens negativ konnotiert ist, beschreiben die marktorientierten Werthaltungen zunächst einen Mechanismus, der auf eigenes Fortkommen und damit – nach der ökonomischen Theorie – auf den gesellschaftlichen Fortschritt gerichtet ist. Was passiert jedoch, wenn die Gesellschaft an die natürlichen und sozialen Grenzen des Wachstums stößt, es zu einem rapiden sozialen Wandel kommt? Eine wesentliche These dieser Arbeit ist, dass dann die von dem Wan-

---

<sup>1</sup> Da der Kapitalismusbegriff in den Sozialwissenschaften umstritten ist und eher unspezifisch auf eine ganze Reihe verschiedener Gesellschaftsmodelle angewendet wird (z.B. meritokratische und wohlfahrtsstaatliche Marktwirtschaften; vgl. Liebig/Wegener 1995) wird er im weiteren Verlauf der Arbeit an vielen Stellen durch den Begriff 'marktorientiert' oder 'marktwirtschaftlich' ersetzt. Eine marktorientierte Ordnung bzw. Marktwirtschaft, d.h. ein idealtypisches Modell der Wirtschaftsordnung, dessen Produktion durch Angebot und Nachfrage bestimmt wird, ist Hauptmerkmal kapitalistischer Gesellschaften (vgl. Hillmann 1994). Im Rahmen der Besprechung von Thesen von Autoren, die sich ausdrücklich auf den Terminus 'Kapitalismus' beziehen, wird der Begriff aber beibehalten.

del der gesellschaftlichen und ihrer eigenen Situation betroffenen Individuen im starken Maße marktorientierte Werthaltungen ausbilden und sich an diesen orientieren, was u.a. zur Folge hat, dass fremdenfeindliche Einstellungen generiert und zur Bewältigung von Alltagssituationen herangezogen werden.

In den verschiedenen Abschnitten der Einleitung wird zunächst das Ausmaß des sozialen Problems der Fremdenfeindlichkeit in der Gesellschaft, insbesondere unter Jugendlichen, exploriert, um dann das dieser Arbeit zugrundeliegende soziologische Problem zu umreißen und in den Kontext gesellschaftlicher Mehrebenenprozesse zu stellen. Dabei wird klar gekennzeichnet, welche Gegenstände im Rahmen der Arbeit theoretisch und empirisch analysiert werden, und welche zwar vorausgesetzt, aber im Rahmen dieser Untersuchung nicht empirisch betrachtet werden können.

### *1.1 Das soziale Problem: Jugend und Fremdenfeindlichkeit*

In wissenschaftlichen, aber auch in Alltagsdiskursen werden sowohl der Gegenstand der Fremdenfeindlichkeit, als auch die Jugend problematisiert. Während Fremdenfeindlichkeit – für die meisten – auf den ersten Blick als Problem zu erkennen ist, erscheint die Kennzeichnung der Jugendphase als Problem erst auf den zweiten Blick plausibel. Ein Ziel dieser Arbeit ist, Lösungsmöglichkeiten für das Problem der Fremdenfeindlichkeit unter Jugendlichen aus den theoretischen Überlegungen und empirischen Ergebnissen der Untersuchung abzuleiten. Hauptaugenmerk gilt dabei den Mechanismen in der 'Mitte der Gesellschaft', die fremdenfeindliche Einstellungen begünstigen. Dieser als verabsolutierte Marktlogik oder auch 'Dominanzideologien' beschriebene Kern der marktorientierten Gesellschaft wird daher in seinen Konsequenzen für die Situation und die Werthaltungen der Individuen exploriert, um dann seine Rolle bei der Genese von Fremdenfeindlichkeit herauszuarbeiten und empirisch zu überprüfen.

#### *1.1.1 Forschungsergebnisse zum Ausmaß fremdenfeindlicher Einstellungen*

Fremdenfeindlichkeit, d.h. ablehnende Einstellungen gegenüber nicht als Mitglieder der eigenen Gruppe wahrgenommenen Personen, bildet eine wichtige Grundlage für Diskriminierung. Dies fängt bei der systematischen Benachteiligung und verbalen Herabwürdigungen von 'Fremden' (z.B. ImmigrantInnen) an und geht bis zu gewalttätigen Übergriffen ('hate crimes'; vgl. Jenness/Grattet 2002). Fremdenfeindliche Einstellungen beeinflussen außerdem Wahlentscheidungen<sup>2</sup> (vgl. Falter 1994; Falter/Rattinger 2001) und stellen eine wesentliche Grundlage für das Engagement in rechtsextremen Organisationen dar (vgl. Gaßebner 2001). Diese möglichen Folgen machen Fremdenfeindlichkeit zu

---

<sup>2</sup> Der Ausgang der Hessischen Landtagswahl 1999 – ein Sieg für die CDU – wurde u.a. durch eine Kampagne gegen die 'Doppelte Staatsbürgerschaft' seitens der Christlich-Demokratischen Union (CDU) „außergewöhnlich stark“ beeinflusst (Forschungsgruppe Wahlen 1999: 73).