

Luc Boltanski
Arnaud Esquerre
Bereicherung

Eine Kritik der Ware

*Aus dem Französischen
von Christine Pries*

Titel der Originalausgabe: *Enrichissement. Une critique de la marchandise*
© Éditions Gallimard, Paris, 2017

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet
über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Erste Auflage 2018

© dieser Ausgabe Suhrkamp Verlag Berlin 2018

Alle Rechte vorbehalten, insbesondere das des
öffentlichen Vortrags sowie der Übertragung durch Rundfunk
und Fernsehen, auch einzelner Teile.

Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form
(durch Fotografie, Mikrofilm oder andere Verfahren)
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages
reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme
verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Satz: Satz-Offizin Hümmer GmbH, Wäldbüttelbrunn

Druck: Druckerei Pustet, Regensburg

Printed in Germany

ISBN 978-3-587-58718-8

Inhalt

Vorwort	13
-------------------	----

Teil I: Wertverlust und Wertschöpfung

Erstes Kapitel: <i>Das Zeitalter der Bereicherungsökonomie</i>	27
Die Deindustrialisierung in den westeuropäischen Ländern	27
Alte und neue Stätten des Wohlstands	31
Die Omnipräsenz angereicherter Dinge	37
Der Luxusboom	41
Die Patrimonialisierung	50
Die Entwicklung des Tourismus	57
Die Zunahme von kulturellen Aktivitäten	65
Der Kunsthandel	73
Arles: Von der Lokomotivwerkstatt zur Ausstellungshalle für zeitgenössische Kunst	77
Eine ökonomische Neuausrichtung auf die Reichen . .	85
Zweites Kapitel: <i>Erste Schritte hin zur Bereicherung</i>	91
Die Charaktereigenschaften einer Bereicherungsökonomie	91
Ressourcen der Bereicherungsökonomie	97
Wandel der französischen Kulturpolitik	102
Neue Perspektiven der Wirtschaftsanalyse	114
Eine Umstellung auf mehreren Ebenen	118
Von der patrimonialen Zierde zum Unternehmen Kulturerbe	124
Lokale Umbrüche innerhalb des globalen Kapitalismus	131
Im Namen der Dinge	137

Teil II: Preise und Wertermittlungsformen

Drittes Kapitel: <i>Der Handel mit Dingen</i>	145
Der Warencharakter	145
Über die Zirkulation der Dinge	151
In andere Hände übergehen	155
Die Bestimmung	161
Preis und Metapreis	167
Kritik des Preises	178
Der Wert als Rechtfertigung des Preises	184
Über den Preis als Baustein der Realität	191
Viertes Kapitel: <i>Die Wertermittlungsformen</i>	203
Struktur und Transformationsgruppe der Wertermittlungsformen	203
Die analytische und die narrative Präsentation eines Dings	220
Das Problem der Wertermittlung durch Bilder	225
Über die Reproduktion der Dinge	231
Leerstellen, Totalitäten und Seltenheit	236
Institutionen und Wertermittlungsformen	241
Strukturalismus und Kapitalismus	246
Konkurrenz aus systemischer Perspektive	247
Kapitalismus und Märkte	248
Die Rolle der Reflexivität	251
Die Struktur der Wertermittlungsformen	253

Teil III: Die Warenstrukturen

Fünftes Kapitel: <i>Die Standardform</i>	259
Das Modell der Standardform	259
Standardform und industrielle Produktion	263
Prototypen und Exemplare	269
Das ungebremste Wuchern unpersönlicher Dinge	275
Die Binnenspannung der Standardform	281
Die Standardform als Anlass zur Beunruhigung	286

Sechstes Kapitel: <i>Standardisierung und Differenzierung</i> . . .	293
Die Geschichtlichkeit der Wertermittlungsformen . . .	293
Von Geschäften mit Dingen zur Warenzirkulation . . .	300
Die Auswirkungen der Standardisierung auf die Bildung der Wertermittlungsformen	307
Materielle Ökonomie, immaterielle Ökonomie	312
Siebentes Kapitel: <i>Die Sammlerform</i>	317
Die Modernität der Sammlerform	317
Das Dispositiv des systematischen Sammelns	328
Sammlerobjekte	333
Preis und Wert der Sammlerstücke	345
Die Sammelgebiete	355
Die Struktur der Sammlerform	364
Achstes Kapitel: <i>Sammeln und Bereichern</i>	371
Die Nützlichkeit des Nutzlosen	371
Wie das Sammeln vom Marketing aufgegriffen wird . . .	380
Wie die Luxusunternehmen die Sammlerform verwenden	394
Vom Holzhandel zu Luxusprodukten: Die Verwandlung des Pinault-Konzerns in den Kering-Konzern	395
Das Vermögen der besonders Wohlhabenden abschöpfen	397
Wert und Preis der Luxusprodukt-Marken Standardprodukte mit »Sammlereffekt« und Sammlerprodukte	405
Sammlerform und zeitgenössische Kunst	407
Die Widersprüchlichkeit der Bereicherungsökonomie . .	415
Neuntes Kapitel: <i>Die Trendform</i>	423
Trend, Zeichen und Distinktion	423
Die Struktur der Trendform	432
Die ökonomischen Vorgaben der Trendform	442
Von der Trendform zur Sammlerform	451

Zehntes Kapitel: <i>Die Anlageform</i>	457
ε ρ Charaktereigenschaften der Anlageform	457
Über die Liquidität der Dinge als Kapitalanlagen	466
Das Marktpotenzial von Kapitalanlagen	471

Teil IV: Wer von der Vergangenheit profitiert

Elftes Kapitel: <i>Profit in der kommerzialisierten Gesellschaft</i>	483
ε ρ Konkurrenz und Ausdifferenzierung	483
ρ ς Profit und Mehrwert durch Arbeit	487
ε ς Profit und kaufmännischer Mehrwert	495
ρ ς Den Standort der Waren oder den Standort der Käufer	
verlagern	502
ρ ς Verlagerungen zwischen den Wertermittlungsformen	508
Die Vereinnahmung der Reichen und der Kapitalismus	512
Zwölftes Kapitel: <i>Die Bereicherungsökonomie in der Praxis</i>	519
ε ς Ein reich gewordenes Dorf: Laguiole im Aubrac	520
Der Wandel der Lebensräume durch	
ρ ς die Patrimonialisierung	524
Die neuen »traditionellen Feste« des Dorfs	526
Patrimonialisierung der Nahrungsmittel	526
ε ς Eine sehenswerte Landschaft	528
Messer, deren Wert durch die Sammlerform ermittelt	
wird	530
ρ ς Die »handwerkliche« Fertigung eines	
Messers in Laguiole	532
ε ς Sammelobjekt Messer	535
ρ ς Musealisierung als Vermarktungsmittel	539
ε ς Das Problem der Herkunft der Materialien	544
Die Unterscheidung der Laguiole-Messer von	
Messern anderer Herkunft	548
ε ς »Ein Name, eine Marke, ein Dorf«	551
ε ς Wie die Einheimischen die freie Verfügungsgewalt	575
ε ς über den Namen ihres Dorfs verloren	552

Eine geographische Angabe, um »die Schätze der Landesregionen zu würdigen«	554
Dreizehntes Kapitel: <i>Die Konturen der Bereicherungsgesellschaft</i>	
Das Gefüge von Dingen und Personen	565
Wer kann aus einer Bereicherungsökonomie Profit schlagen?	568
Abgehängte und Dienstboten	571
Die Wiederkehr der »Rentiers«	577
Vierzehntes Kapitel: <i>Die Kreativen in der Bereicherungsgesellschaft</i>	
Die ökonomische Lage der Kulturarbeiter	587
Die Selbstvermarktung der Kreativen	596
Der Zwang zur Selbstausbeutung	604
Die Herausbildungsbedingungen sozialer Klassen	611
Irritationen auf Seiten der Kritik	615
Schluss: <i>Handeln und Strukturen</i>	
Bereicherungsökonomie und Kapitalismuskritik	621
Über einen pragmatischen Strukturalismus	630
Anhang: <i>Skizze zu einer Formalisierung der Warenstrukturen</i>	
Von Guillaume Couffignal	639
Dank	677
Bibliographie	681
Namenregister	711
Sachregister	721