

Soziologie als »Marke«

Anmerkungen zum Markenkern und zur kulturellen Hegemonie der Soziologie

Manfred Mai

Der Beitrag von Jan-Felix Schrape über »Soziologie als »Marke« (Schrape 2016) zeichnet ein treffendes und originelles Bild der Soziologie. Es ist allerdings auf die akademische Soziologie beschränkt. Zum Markenkern der Soziologie gehört aber auch die Verbreitung ihrer Begriffe, Denk- und Sprechweisen außerhalb der Universitäten – vor allem in Politik und Medien. Die Hauptursachen dafür sind die erfolgreiche Etablierung zahlreicher Soziologinnen und Soziologen in außeruniversitären Berufsfeldern und der hohe Bedarf an Politikberatung.

Soziologinnen und Soziologen in der Praxis

Der massive Ausbau soziologischer Studienplätze in den 1970er Jahren hat zu einer stattlichen Anzahl Absolventinnen und Absolventen der Soziologie geführt, die sich in einigen, bislang eher für andere Studiengänge vorgesehenen Berufsfeldern etabliert haben. Es handelt sich dabei nicht nur um Tätigkeiten, die relativ nah an den professionellen Kompetenzen der Soziologie sind, wie das Erheben und Auswerten von Daten. Häufig werden derartige Stellen als »Referenten« für einen bestimmten Bereich oder als »Assistenzen« für Geschäftsführungen ausgeschrieben. Nicht selten folgt nach diesen beruflichen Einstiegsstellen eine echte Karriere.

Spätestens seit den 1980er Jahren haben immer mehr Soziologinnen und Soziologen weitere Berufsfelder erobert und das auf allen Stufen der Hierarchie – vom einfachen Referenten bis zum Geschäftsführer, zur Staatssekretärin oder Chefredakteurin. Anfangs noch als Exoten belächelt, sind sie heute fast überall zu finden. Das Studium der Soziologie qualifiziert für eine Menge von Tätigkeiten und Berufsfeldern, die allerdings primär nicht der Soziologie zugerechnet werden. Der Ruf der Soziologie und ihrer Absolventen bei potenziellen Arbeitgebern war noch in den 1970er Jahren alles andere als positiv. Hinzu kommt, dass es kein exklusives Berufsfeld gab und eigentlich immer noch nicht gibt. Als Generalisten galten demgegenüber traditionell Juristen und Ökonomen, während man bei Soziologen eher dachte, dass sie zwar zu allem fähig, aber zu nichts zu gebrauchen seien. Dieses Klischee gilt längst nicht mehr, zumal auch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Personalabteilungen nicht selten Soziologie studiert haben und bei Bewerbern schon mal fragen, was genau der Studienschwerpunkt war und bei wem das Studium abgeschlossen wurde. Soziologinnen und Soziologen haben in den letzten Jahrzehnten zahlreiche Nischen in Berufsfeldern außerhalb der Wissenschaft erobert und ausgebaut. Wo einmal ein Soziologe oder eine Soziologin tätig ist, wächst die Chance, dass weitere nachrücken. Die Soziologie hat auch außerhalb der Universität ihre Seilschaften.

Zahlreiche Absolventinnen und Absolventen der Soziologie arbeiten in den Medien, Verwaltungen, Verbänden, Stiftungen, Parteien, Agenturen oder Unternehmen. Wie viele genau das sind, weiß niemand. In der Berufsstatistik werden zwar Berufsbezeichnungen erhoben, aber nicht das absolvierte Studium. Auch umgekehrt weiß man nicht, unter welcher Berufsbezeichnung die Absolventen tätig sind. Nur grob lässt sich sagen, in welchen Bereichen sie nach dem Studium anfangen. Verbleibstudien (Brüderl, Reimer 2001) sind ebenfalls ungenau, da sie die individuellen Verläufe der Karrierewege innerhalb eines Berufsfeldes nicht kennen (können), sondern nur Angaben darüber machen, nach welcher Zeit Absolventen wo einen Arbeitsplatz gefunden haben.

In der Regel ändern sich für einen Akademiker nach einer Phase des Berufseinstiegs in einer Institution die Bezeichnungen. Aus Soziologen werden dann zum Beispiel Projektmanager, Gruppenleiter, Consultants, Regierungsangestellte, Amtsleiterinnen. Je mehr sich Soziologinnen und Soziologen etablieren, umso mehr verlieren sie einen Teil ihrer fachlichen Identität, ohne sie jemals ganz aufzugeben. Was sie für den Aufstieg benö-

tigen und berufsbegleitend erlernen, sind vor allem Kommunikations- und Führungskompetenzen sowie fach- und organisationspezifisches Wissen. Was sie nicht aufgeben, ist aber auch ein Teil des »Markenkerns« der Soziologie: ihre fachliche Identität. Das geht anderen Akademikern nicht anders. Wer in der Hierarchie aufsteigt, versteht sich nicht mehr nur als Volkswirtin oder Ingenieur, sondern definiert sich über die Funktion als Abteilungsleiter, Geschäftsführerin oder CEO. Auch für Soziologen gilt: Sie machen erst dann Karriere, wenn sie nicht mehr als Soziologen arbeiten und sich dann auch nicht mehr in erster Linie so nennen. Daher die statistische Grauzone der zahlreichen Verbleibstudien.

Soziologie als Stichwortgeber für Politik und Medien

Der Einfluss der Soziologie zeigt sich nicht nur in den öffentlichen Kontroversen über den Zeitgeist und seine Krisen. Natürlich kann man den großen Stichwortgebern der Bonner Republik nachtrauern – Helmut Schelsky, Ralf Dahrendorf, Erwin K. Scheuch, Jürgen Habermas, Ludwig von Friedeburg und anderen, die mit ihren Themen von der Technokratie bis zum Bildungsnotstand Agendasetter par excellence waren. Vor allem aber haben sie alle nachhaltig Einfluss auf die Politik gehabt¹ und zum Ausbau der Studienplätze in der Soziologie beigetragen.² Heute stoßen führende Vertreter der Soziologie eher Fachdiskussionen in einem Teilbereich der Gesellschaft an und auch das nicht gerade nachhaltig. Die Debatte zum Beispiel über die Rückkehr des Nationalstaats zwischen Streeck und Habermas (Höpner 2013) erzielte nicht annähernd die öffentliche Resonanz wie seinerzeit die Studie von Scheuch über den Kölner Parteienfilz oder der Befund eines Bildungsnotstands von Dahrendorf. Soziologische Debatten, die es heute wenigstens ins Feuilleton schaffen, finden eher an den Rändern der Soziologie statt und hinterlassen zuweilen einen zwiespäl-

1 Dahrendorf und von Friedeburg waren sogar aktive Politiker.

2 »Mehr als 4.000 Studenten haben an Deutschlands Universitäten das Hauptfach Soziologie gewählt – fünfmal mehr als noch vor sieben Jahren. Doch zu was und zu welchem Ende sie studieren, bleibt häufig im Dunkeln.« (Der Spiegel 22/1968)

tigen Eindruck, wie etwa die Verleihung des Adorno-Preises 2012 an Judith Butler.³

Derartige Debatten sind aber nur *ein* Aspekt des Markenkerns: der der Sichtbarkeit der Soziologie als akademische Disziplin und die ihrer prominenten Fachvertreterinnen und -vertreter. Der Bedeutungsverlust der Soziologie als Stichwortgeber gesellschaftsweiter Debatten wird durch die Unsichtbarkeit ihrer zahlreicher werdenden Fachvertreter in gesellschaftlichen Institutionen zwar nicht kompensiert, aber um eine wichtige Dimension erweitert, die es früher kaum gab: Das ist die gestiegene Präsenz soziologischer Begriffe und Denkweisen im Handeln wichtiger Institutionen und ihrer Repräsentanten.

Der spanische Soziologe César Rendueles, Professor an der Universität Madrid, spricht gar vom »Scheitern der Sozialwissenschaften«:

»Niemand kennt heute Modesoziologen, -ökonomten oder -pädagogen. Skinner, Galbraith, Dahrendorf ... ? Nie gehört. Trotzdem verhalten wir uns, als würde unser Leben vom Dekan einer sozialwissenschaftlichen Fakultät dirigiert. Würde man einer Runde von Rational-Choice-Theoretikern, Psychoanalytikern und Pädagogen den Auftrag geben, sich auf Mindestanforderungen zu einigen, die gegeben sein müssen, damit soziale Beziehungen entstehen können, käme dabei vermutlich so etwas wie *Facebook* heraus.« (Rendueles 2015: 250)

Rendueles fasst den Begriff Sozialwissenschaften etwas breiter⁴ und vor allem die Ökonomen kriegen »ihr Fett weg«. Aber vieles von der Kritik Rendueles trifft auch für die Soziologie zu.

Akademische und angewandte Soziologie

Eine Folge der Ausweitung der Studienkapazitäten in der Soziologie ist, dass immer mehr Soziologen in Stiftungen, Verbänden, Medien und anderen Institutionen Studien erstellen, die von anderen Medien und von politischen Akteuren wie Verbänden, Parteien und anderen aufgegriffen werden. Es gibt heute keinen Politikbereich, in dem sozialwissenschaftliche Exper-

3 »Die Torheit, akademische Reputation von politischer Einsichtsfähigkeit zu trennen, rächt sich. Man kann akademischer Showstar und realitätsferner politischer Dummkopf zugleich sein – siehe Judith Butler.« (Claussen 2012)

4 Auch in dem Beitrag von Schrape werden die Politikwissenschaftler Fukuyama und Huntington als Soziologen vereinnahmt.

tisen keine Rolle spielen. Ob Bedarf an Pflegekräften in einer bestimmten Region, an Facharbeitern in einer bestimmten Branche oder an IT-Kompetenzen für die »Industrie 4.0« – alles dies wird regelmäßig von Fachverbänden, Kammern, Gewerkschaften und Behörden erhoben, ausgewertet und politisch bewertet. Schließlich greifen Parteien, Parlamente und Ministerien derartige Expertisen auf und reagieren darauf mit Gegenexpertisen, Stellungnahmen oder mit Maßnahmen.

An allen diesen Phasen der Politikberatung sind Soziologinnen und Soziologen beteiligt – sei es als Autorinnen oder als »Übersetzer« für die Leitungsebene. Es ist nicht ungewöhnlich, dass eine soziologische Studie zum Beispiel über den Frauenanteil an Hochschulen (Kortendiek et al. 2013) von Soziologinnen in den Parlamenten (konkret: von der Assistentin einer Fraktion oder einer Abgeordneten) ausgewertet wird und die zuständige Wissenschaftsministerin – ebenfalls Sozialwissenschaftlerin – dazu im Parlament Stellung bezieht, nachdem ihr die Gleichstellungsbeauftragte ihres Ministeriums die Auswertung des Reports als Vorbereitung mitgegeben hat. Die entsprechende Aussprache im Parlamentsausschuss erinnert fast schon an ein soziologisches Seminar (Landtag Nordrhein-Westfalen 2014). Auch in der Pressestelle des Ministeriums klagt keiner über das »Soziologenchinesisch« des Berichts, weil man ja mit seiner Begrifflichkeit aus dem eigenen Studium vertraut ist.

Diskursive Hegemonie der Soziologie

Diese Soziologisierung von Politik und Medien gehört auch zum Markenkern der Soziologie und ist Teil ihrer Identität. Vor allem von den Medien und politischen Akteuren werden sozialwissenschaftliche Begriffe verwendet und kommuniziert. Man erkennt an Studien oder Berichten, ob sie von einem Juristen, Ökonomen oder Soziologen verfasst wurden. Das gilt selbst für Dokumente und die Kommunikation innerhalb von Institutionen, obwohl die Sprache in einer Organisation stark formalisiert ist. Entscheidungsvorlagen und Berichte innerhalb der öffentlichen Verwaltung müssen zum Beispiel sachlich und knapp gehalten werden.

Interne Berichte in einer Verwaltung haben einen fachlichen »Dialekt«: Soziologen verwenden andere Begriffe, setzen andere Schwerpunkte und argumentieren anders als zum Beispiel Juristinnen, die eher Rechtsquellen

zitimieren, oder Ökonomen, die gerne mit Zahlen argumentieren. Es ist bezeichnend, dass in fast allen Arbeitszimmern von Juristinnen Gesetzsammlungen stehen und viele Ökonomen zum Beispiel *Handelsblatt* oder *Wirtschaftswoche* wie eine zweite Tageszeitung lesen.⁵ Allein dadurch werden Probleme, Ereignisse und Aufgaben in einen bestimmten – rechtlichen bzw. ökonomischen – Kontext eingeordnet und entsprechende Begrifflichkeiten vorgegeben. Was für diese Fachvertreter sachlich erscheint, ist aus soziologischer Sicht eine bestimmte Realitätskonstruktion oder ein normativer Deutungsrahmen⁶ – und wäre eben deshalb zu relativieren und zu ergänzen.

Das mag vor allem daran liegen, dass Arbeitsgebiete von Juristinnen und Ökonomen rechtliche bzw. ökonomische Schwerpunkte haben. Aber bei Unternehmen, Verbänden und Verwaltungen können sich nach einer Phase des Berufseinstiegs die Zuständigkeiten erweitern oder ändern. Aus einem Spezialgebiet wie zum Beispiel »EU-Förderprogramme« wird dann eine größere Zuständigkeit beispielsweise für »Sozialpolitik«, die ein deutlich breiteres Kompetenzspektrum erfordert. Obwohl derartig breite Zuständigkeiten, wie sie in größeren Unternehmen, Verbänden und Ministerien typisch sind, kaum mit einer einzigen wissenschaftlichen Disziplin abzudecken sind, zeigt sich, dass die erlernte Qualifikation auch das Denken und Handeln in anderen Positionen prägt.

Expertisen von Soziologinnen und Soziologen verlieren sich in der Regel nicht in rechtlichen Details oder ökonomischen Standardmodellen. Allerdings sollte man als Soziologin oder Soziologe über ein Mindestmaß an Kenntnissen des jeweiligen Rechtsrahmens und der ökonomischen Randbedingungen verfügen – allein deshalb, um sich mit Vertretern anderer Abteilungen austauschen zu können. Es ist ein Manko, dass vor allem betriebs- und volkswirtschaftliches Grundwissen im Soziologiestudium kaum vorkommt und das Thema Wirtschaft nicht selten durch die Brille der Globalisierungs- und Kapitalismuskritik gesehen wird. Neben der gesellschaftlichen Notwendigkeit von innovativen Projekten müssen immer auch de-

⁵ Es sagt vielleicht einiges über den Gebrauchswert dieser Quellen aus, dass in kaum einem Arbeitszimmer eines Soziologen, der außerhalb der Wissenschaft arbeitet, Luhmann, Parsons oder Beck bzw. soziologische Fachzeitschriften zu finden sind. Chefredakteurin und Textchef der *Wirtschaftswoche* (Miriam Meckel und Sven Prange) sind übrigens beide Sozial- und Kommunikationswissenschaftler.

⁶ Nach Robert M. Entman (1993) besteht ein »Frame« aus der Definition, Bewertung und Interpretation eines Problems und einer Handlungsempfehlung. Alle diese Elemente werden durch die Struktur der erlernten Wissenschaft geprägt.

ren rechtliche und wirtschaftliche Möglichkeiten dargelegt werden. Wie könnte man sonst zum Beispiel in einer Sozialbehörde eine Haushaltsverhandlung über die Durchführung solcher Projekte führen?

Durch die Beteiligung unterschiedlicher Fachvertreter zum Beispiel in einem Ministerium an einem Projekt kann es zu Konflikten über die Deutungshoheit kommen: Ist der Bericht eines Ökonomen über die Folgen einer bestimmten Beschäftigungspolitik objektiver, weil er im Wesentlichen auf Kennziffern beruht oder der eines Juristen, der nur die rechtlichen Steuerungsinstrumente fokussiert? Oder der einer Soziologin, der auch qualitative und soziokulturelle Faktoren in den Blick nimmt? Hier geht es auch um Realitätskonstruktionen, die jeweils unterschiedliche politische Maßnahmen zur Konsequenz haben können.

Natürlich sehen Juristen nicht nur rechtsförmige Willenserklärungen, Ökonominnen nicht nur spieltheoretische Nutzenmaximierer und Soziologen nicht nur selbstreferentielle Funktionssysteme. Spätestens in der Praxis werden sie alle mit einer Welt konfrontiert, die wenig mit den abstrakten Modellwelten ihrer Disziplinen zu tun hat. Es ist aber ein Unterschied, ob zum Beispiel in Handlungsoptionen das rechtlich Erlaubte, das ökonomisch Mögliche oder das gesellschaftlich Notwendige akzentuiert wird. Ebenso ist es ein Unterschied, mit welchen Mitteln ein politischer Akteur ein Ziel erreichen will: mit wirtschaftlichen Anreizen, durch neue Gesetze oder durch die Einbindung von organisierten Interessen in Verhandlungssysteme, die formelle und informelle Elemente enthalten. Dabei spielen rechtliche und wirtschaftliche Aspekte natürlich ebenfalls eine Rolle. Aber sie sind Teil eines smarten Instrumentenmix aus formellen und informellen Elementen.

Der Markenkern der Soziologie besteht auch darin, diesen Instrumentenmix den Entscheidern überhaupt als eine Option zu zeigen. Wenn gesellschaftliche Probleme zum Beispiel nur als rechtliche konstruiert werden, bestünde jede Lösung aus einer weiteren Verrechtlichung. Die Politik hat die fragwürdige Tendenz zur Verrechtlichung bereits seit längerem erkannt und setzt bei der Lösung politischer Fragen stattdessen auf Verhandlungen mit den Adressaten. Ohne die soziologische Expertise über Implementation (Mayntz 1977) und Governance (Mayntz 2004; Mai 2016) wären die Verwaltungs- und Organisationsreformen der letzten Jahre nicht denkbar (Grunow 2014).

Während Soziologinnen und Soziologen bei der Erstellung und Implementation politischer Maßnahmen und Programme nur Mitbeteiligte sind,

schlägt ihre Stunde spätestens bei der Evaluierung. Ob alle diese Maßnahmen erfolgreich waren, ist eine Frage des Standpunkts. Im politischen und verbandlichen Spektrum finden sich soziologische Expertisen über den Erfolg dieser Programme, die den gesellschaftlichen und medialen Diskurs etwa in der Arbeitsmarkt-, Gesundheits- oder Sozialpolitik prägen. Je mehr gesellschaftliche Probleme soziologisch »gerahmt« und bearbeitet werden, umso mehr steigt der Bedarf an entsprechenden Expertisen.⁷

Auch der fast inflationäre Bezug auf Begriffe wie »Ausgrenzung«, »Prekariat« oder »Risikogesellschaft« in den Medien und in Parlamentsdebatten ist ein Indikator für die »Kulturelle Hegemonie« der Soziologie. Journalistinnen verwenden diese soziologischen Begriffe ebenso selbstverständlich wie Politiker, NGOs oder Verbandsfunktionäre. Entscheidend ist, dass die Soziologen in diesen Organisationen mit diesen Begriffen etwas verbinden und sie darauf hoffen können, dass diese Begriffe auch von anderen Akteuren verstanden werden. Ganze Politikbereiche wie Arbeit, Familie, Jugend, Demographie, Kultur und Soziales sind Domänen der Soziologie, weil in allen ihren Institutionen von Ministerien und Kulturämtern bis zu Gewerkschaften, NGOs und Sozialverbänden das soziologische Denken präsent ist. Ob eine gesellschaftliche Problematik wie

»zum Beispiel Einwanderung überhaupt als Problem gerahmt wird, ob sie wie ein Verbrechen oder wie ein Naturereignis verstanden wird, ob Einwanderer als Arbeitnehmer oder als Sozialleistungsempfänger in Erscheinung treten, all dies wird unterschiedliche Reaktionen auf Seiten des Zielstaates und unterschiedliche Lebensformen für die Einwanderer selbst bedeuten. [...] Die sinnhafte Erschließung der Welt durch das, was man als Diskurse bezeichnen kann, [...] ist zutiefst politisch, weil diese Zuschreibungen erstens grundlegend für unser kollektives Handeln und zweitens umkämpft sind.« (Nonhoff 2014: 51)

Aus der Sicht der reinen akademischen Lehre hat das alles wenig mit Soziologie zu tun: Da werden vermeintlich Grundbegriffe und soziologische Methoden bis zur Unkenntlichkeit verwischt. Das gilt im Übrigen für jede Wissenschaft. Die Praxis sieht immer anders aus, als es die Paradigmen im Verwaltungsrecht, BWL oder Politikwissenschaft lehren. Die politische Wirklichkeit ist nun einmal »unordentlich« (Héritier 1993: 435). Nur tut sich im Unterschied zu anderen Disziplinen die akademische Soziologie

⁷ Diese sich selbst verstärkende Dynamik hätte Schelsky (1978) sehr kritisch gesehen. Er warnte davor, dass der Sozialstaat seine eigene Klientel schafft, weil er immer neue Bedürfnisse weckt, die nie befriedigt werden können, und so mit seinen immer mehr betretenen Bürgern an seine finanziellen Grenzen kommt.

besonders schwer, die Theorie-Praxis-Differenz zu überbrücken. Dabei wäre das für die Studierenden der Soziologie enorm wichtig, abgesehen von vielen Anregungen für theoretische Fragestellungen.⁸

Fazit

In allen gesellschaftlich relevanten Institutionen und bei allen politischen Akteuren ist soziologische Expertise vorhanden. Zu beklagen ist allerdings, dass sich die Träger dieser Expertise von der akademisch institutionalisierten Soziologie weitgehend abgekoppelt haben. Die Theorie-Praxis-Kluft scheint in der Soziologie größer als bei anderen Disziplinen.

Dennoch: Die Verständigung über institutionelle Grenzen hinweg im Medium soziologischer Begriffe und Argumentationen ist keine geringe Leistung der Soziologie, die noch in den 1960er Jahren den Marsch durch die Institutionen mit dem Ziel ihrer Veränderung forderte und stattdessen im »Höheren Dienst« gelandet ist. Die Anhänger von Norbert Elias, Robert Merton und Niklas Luhmann könnten darüber streiten, ob es sich bei dem Erfolg der Soziologie in Wirtschaft, Gesellschaft und Politik um eine nicht-intendierte Folge intendierten Handelns oder um einen Beleg für die Kontingenz zielgerichteter Interventionen handelt. Fest steht: Die »Marke Soziologie« umfasst mehr als nur die akademische Lehre und ihre Vertreterinnen.

⁸ Wie viele Professorinnen und Professoren der Soziologie haben denn vor ihrer Berufung außerhalb der Wissenschaft gearbeitet? An Fachhochschulen müssen es mindestens drei Jahre sein. Für eine Berufung an eine Universität ist Praxiserfahrung kaum relevant. Viele halten es für ausreichend, empirische Studien zu machen oder in der Lebenswelt ihres Milieus verankert zu sein, als deren Seismograf sie ständig neue Krisensymptome der Moderne entdecken. Ein Ergebnis dieser »Praxis« sind medienkompatible Experten, die von Journalisten für Soziologen und von Soziologen für Journalisten gehalten werden.

Literatur

- Brüderl, J., Reimer, D. 2001: Soziologinnen und Soziologen im Beruf. Ergebnisse ausgewählter Absolventenstudien der 1990er Jahre. Fakultät für Sozialwissenschaften, Universität Mannheim. www.sowi.uni-mannheim.de/lsssm/absol/absolventen_review.pdf, letzter Aufruf 31. Juli 2016.
- Claussen, D. 2012: Ist Judith Butler preiswürdig? die tageszeitung, 12. September 2012, www.taz.de/!5084212/, letzter Aufruf 28. Juli 2016.
- Entman, R.M. 1993: Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43. Jg., Heft 4, 51–58.
- Grunow, D. 2014: Innovationen in der öffentlichen Verwaltung. In M. Mai (Hg.), *Handbuch Innovationen. Interdisziplinäre Grundlagen und Anwendungsfelder*. Wiesbaden: Springer VS, 209–232.
- Héritier, A. 1993: Policy-Netzwerkanalyse als Untersuchungsinstrument im europäischen Kontext: Folgerungen aus einer empirischen Studie regulativer Politik. In A. Héritier (Hg.), *Policy-Analyse. Kritik und Neuorientierung*. PVS-Sonderheft 24, 432–447.
- Höpner, M. 2013: Die Habermas/Streck-Kontroverse. *Gesellschaftsforschung* 2. Köln: Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung, 2–3.
- Kortendiek, B., Hilgemann, M., Niegel, J., Hendrix, U. 2013: Gender-Report 2013. Geschlechter(un)gerechtigkeit an nordrhein-westfälischen Hochschulen. Studien Netzwerk Frauen- und Geschlechterforschung NRW, 17. www.genderreport-hochschulen.nrw.de/gender-report-2013/, letzter Aufruf 28. Juli 2016.
- Landtag Nordrhein-Westfalen 2014: Ausschussprotokoll Apr 16/501, 19. März 2014.
- Mai, M. 2016: *Regieren in der modernen Gesellschaft. Governance aus der Sicht der Ministerialbürokratie*. Opladen: Budrich.
- Mayntz, R. 1977: Die Implementation politischer Programme: Theoretische Überlegungen zu einem neuen Forschungsgebiet. *Die Verwaltung*, 10. Jg., Heft 1, 51–66.
- Mayntz, R. 2004: Governance im modernen Staat. In A. Benz (Hg.), *Governance – Regieren in komplexen Regelsystemen*. Wiesbaden: VS, 65–76.
- Nonhoff, M. 2014: Gemeinwohl und Gemeinwohlblockade: Wie »funktionieren« hegemoniale Diskurse? In *Denkwerk Demokratie* (Hg.), *Sprache, Macht, Denken. Politische Diskurse verstehen und führen*. Frankfurt am Main, New York: Campus, 51–62.
- Rendueles, C. 2015: *Soziophobie. Politischer Wandel im Zeitalter der digitalen Utopie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Schelsky, H. 1978: *Der selbständige und der betreute Mensch. Politische Schriften und Kommentare*. Frankfurt am Main, Berlin, Wien: Ullstein.
- Schrage, J.-F. 2016: Soziologie als »Marke«. *Kernkompetenz, gesellschaftlicher Nutzen, Vermittlungswege. Soziologie*, 45. Jg., Heft 3, 279–293.