

Steffen Mau

*Das metrische Wir*

Über die Quantifizierung  
des Sozialen

Suhrkamp

# Inhalt

Einleitung . . . . .	9
1. Die Vermessung des Sozialen . . . . .	23
Was bedeutet Quantifizierung? . . . . .	27
Die kalkulativen Praktiken des Marktes . . . . .	31
Der Staat als Datenmanager . . . . .	34
Zahlentreiber: Digitalisierung und Ökonomisierung . . . . .	40
2. Statuswettbewerb und die Macht der Zahlen . . . . .	49
Vergleichsdispositive . . . . .	52
Kommensurabilität und Inkommensurabilität . . . . .	56
Neue Vergleichshorizonte . . . . .	60
Register des Vergleichs und investive Statusarbeit . . . . .	63
3. Hierarchisierung: Rankings und Ratings . . . . .	71
Visibilisierung und Erzeugung von Differenz . . . . .	71
Plätze einnehmen! . . . . .	75
Universitätsrankings . . . . .	83
Treppauf, treppab: Die Marktmacht der Ratingagenturen . . . . .	93
4. Klassifizierung: Scorings und Screenings . . . . .	103
Kreditscoring . . . . .	108

Der quantifizierte Gesundheitsstatus . . . . .	115
Mobilitätswertigkeit . . . . .	121
»Boost your score« – Statusmarker in der Wissenschaft . . . . .	127
Ermittlungen sozialer Wertigkeit . . . . .	134
5. Bewertungskult: Sterne und Punkte . . . . .	139
Zufriedenheitsfeedbacks . . . . .	140
Bewertungsportale als Selektoren . . . . .	144
Peer-to-Peer-Bewertungen . . . . .	148
Professionen im Bewertungsfokus . . . . .	151
Gefällt-mir-Reputation in den sozialen Medien	158
6. Quantifizierung des Selbst: Balken und Kurven	167
Gesundheit, Bewegung, Stimmungen . . . . .	170
Der kollektive Körper . . . . .	175
Motivationstechniken . . . . .	178
7. Benennungsmacht . . . . .	185
Die Benennungsmacht des Staates . . . . .	186
Leistungsmessung und die Inszenierung von Wettbewerb . . . . .	191
Benennungsmacht der Experten . . . . .	197
Algorithmische Autorität . . . . .	203
Kritik der Benennungsmacht . . . . .	208
8. Risiken und Nebenwirkungen . . . . .	213
Reaktive Messungen . . . . .	214
Verlust professioneller Kontrolle . . . . .	219
Zeit- und Energieverluste . . . . .	222

Monokultur versus Diversität . . . . .	225
9. Transparenz und Disziplinierung . . . . .	231
Normativer und politischer Druck . . . . .	235
Die Macht des Feedbacks . . . . .	240
Technologische Überwachung in der Arbeitswelt . . . . .	243
Die neuen Tarifsysteme . . . . .	246
Die Verquickung von Selbst- und Fremdüberwachung . . . . .	249
Das Regime der Durchschnitte, Benchmarks und Körperschemata . . . . .	252
10. Das Ungleichheitsregime der Quantifizierung	257
Herstellung von Wertigkeit . . . . .	260
Reputationsmanagement . . . . .	264
Kollektive der Ungleichen . . . . .	270
Vom Konflikt der Klassen zum Wettbewerb der Individuen . . . . .	273
Unentrinnbarkeit und Statuslabilität . . . . .	277
Sich selbst verstärkende Effekte . . . . .	282
Literatur . . . . .	287