

Strong Ties und Weak Ties – der Mix macht's

Die Digitalisierung und die Globalisierung beflügeln den Anstieg von schwachen Beziehungen (Weak Ties), doch der Erwerb von Solidarität, Macht und Einfluss beruht nach wie vor auf starken, direkten und persönlichen Beziehungen (Strong Ties). Diese bleiben auch im Zeitalter der Digitalisierung matchentscheidend.

Text Dr. Walter Steiner

« In sozialen Netzwerken tauschen Menschen Gefälligkeiten und Waren aller Art. Sie sind die älteste Koordinationsform für menschliches Miteinander, noch lange bevor es andere Koordinationsformen wie Märkte oder formale Organisationen gab. Insofern nützen soziale Netzwerke uns allen. Sie vermitteln Solidarität, Information, Einfluss, Kontrolle und Macht. Jeder besitzt soziale Netzwerke und profitiert davon in ganz verschiedenen Lebenslagen oder Alltagssituationen, etwa wenn man Trost braucht, eine Geburtstagsfeier oder einen Wohnungswechsel plant. Allerdings fällt der Profit nicht für alle gleich aus. «Einige Menschen haben mehr Zugriff auf soziale Netzwerke, beispielsweise weil sie in Gruppen beliebter sind als andere oder weil sie eine einflussreiche Position in



Prof. Dr. Katja Rost, Universität Zürich, eröffnete das 20. HarbourClub Symposium.

der Gesellschaft innehaben», sagt Prof. Dr. Katja Rost. Diese Personen profitieren von sozialen Netzwerken stärker als andere. Oder in den Worten von Rost: «Sie haben mehr soziales Kapital, welches sich gewinnbringend in andere Gefälligkeiten oder Waren umtauschen lässt.»

« Wenn Strong Ties nicht gepflegt werden, sind sie wertlos. »

Strong-Tie-Kapazitäten sind limitiert

Wie lassen sich Strong Ties und Weak Ties voneinander abgrenzen? Katja Rost unterscheidet die beiden Kategorien nach der Beziehungsintensität, die sich analytisch aus den Antworten auf folgende Fragen ergibt: Wie oft und regelmässig sehe ich eine Person? Besteht die Beziehung bereits seit Jahren oder Jahrzehnten oder ist sie eher jüngerer Datums? Wie hoch ist die emotionale Verbundenheit mit einer Person?

Die Unterscheidung macht aber auch im realen Leben Sinn, weil wir alle nur begrenzte Zeitressourcen zur Erhaltung von Beziehungen haben. Aus diesem Grund können wir gemäss Katja Rost nur ein begrenztes Ausmass an Strong Ties aufrechterhalten, haben hingegen sehr viele Weak Ties. Wesentlich sei nun, dass sich die Strong Ties mit der Zeit untereinander eben-

« Eine selbstbestimmte, informierte Meinungfindung ist das höchste Gut, welches wir in heutigen Demokratien haben. »

falls kennen, weil sie gemeinsame Familienfeste feiern, gemeinsame Unternehmungen planen und weil sie übereinander miteinander sprechen. «Das Netzwerk wird deswegen kohäsiv. Oft sind sich die Personen untereinander sehr ähnlich, beispielsweise bezüglich ihres Bildungsgrades, ihrer politischen Weltanschauung, ihres Lebensstils. Dies gilt insbesondere für Freundschaftsbeziehungen. Weniger für die Familie. Hier vereint uns die Blutsbande», erklärt Katja Rost.

In Strong Ties oder in Weak Ties investieren?

Welcher der beiden Beziehungstypen gewinnbringender ist, hängt grösstenteils vom Inhalt ab. «Wenn Sie beispielsweise einen neuen Job suchen, sind Weak Ties eher von Vorteil. Die Wahrscheinlichkeit, dass Sie von einem Job erfahren, den Sie vorher noch nicht auf dem Plan hatten, steigt natürlich, wenn die Empfehlung aus Netzwerken kommt, die nicht redundant mit ihrem Netzwerk sind. Die Information ist neuartig», sagt Katja Rost. Aus diesem Grund seien Weak Ties auch für Innovationen entscheidend. Innovationen entstehen aus der Kombination von Altbekanntem und Neuartigem. Diese neuartigen Informationen kommen oft aus Bereichen, die vorher noch niemand auf dem Radar hatte. Also aus anderen Branchen, Berufszweigen oder Tätigkeitsfeldern. Insofern seien Weak Ties von Vorteil. Auch kostenmässig betrachtet schneiden Weak Ties gut ab. Sie eignen sich sehr gut für eine «Low-Cost-Beziehungspflege», wie sich Katja Rost ausdrückt.

Strong Ties sind hingegen vorzuziehen, wenn es um Vertrauen oder den Austausch impliziten Wissens geht. Katja Rost: «Wenn Sie beispielsweise brisante Informationen haben, werden sie diese nur mit Strong Ties teilen. Diese Informationen sind aber oft ein entscheidender Wettbewerbsvorteil beim Abschluss von Verträgen oder in Bezug auf das strategische Verhalten innerhalb einer Organisation. Genauso gibt es Wissensarten und Verhaltensweisen, die sich nur im engen, direkten Kontakt erwerben lassen und eben nicht in wenigen Sekunden über Twitter oder über Schnellbleichen in Schulungen. Dieses implizite Wissen oder Erfahrungskönnen erlangen Sie über Strong Ties.» Die folgenden Verhaltensregeln im Berufsleben erwirbt man in der Regel nur über implizites Wissen aus Strong Ties: Wie verhalte ich mich bei einem Geschäftsmeeting? Wie kleide ich mich zu welchem Anlass? Welchen Wein wähle ich bei welchem Gesprächspartner aus? Wann und wie wechsle ich den Konversationsinhalt? Aber aufgepasst! Strong Ties sind den Weak Ties nicht in jedem Fall überlegen. Wenn Strong Ties nicht gepflegt werden, sind sie wertlos.

« Wenn Sie beispielsweise einen neuen Job suchen, sind Weak Ties eher von Vorteil. »

Vom Wert des kulturellen Kapitals

Prof. Dr. Katja Rost erklärt, wie es entsteht und was es bewirkt

Menschen, die kulturelles Kapital erben, haben im Berufs- und Privatleben signifikante Vorteile. Diese Beobachtung trifft in allen Regionen und Kulturkreisen zu. Die naheliegende Vermutung, dass die Gesellschaften beispielsweise in der Schweiz, in Deutschland oder in den USA sozial mobiler und durchlässiger sind, trifft nicht zu. Im Gegenteil: Gerade in diesen Ländern korreliert die soziale Klasse oder Herkunft – und damit das kulturelle Kapital – sehr stark mit den Bildungs- und Aufstiegschancen.

In der Schweiz lässt sich diese Konstellation gut am Beispiel der Matura aufzeigen. Kinder von Eltern aus höheren Gesellschaftsschichten haben ungleich höhere Chancen auf eine Matura. Die Eltern setzen alles daran, dass die Kinder einen solchen Abschluss erlangen. Sie üben mit den Kindern, sie bezahlen Kurse und sie beeinflussen Lehrer. Dieser Mechanismus setzt sich im späteren Berufsleben fort.

Kinder aus gehobenen Schichten haben ein klassisches Musikinstrument erlernt, eine hu-

manistische Ausbildung genossen, haben schon im Kindes- oder Jugendalter Galerien und Ausstellungen besucht, wissen teure Weine zu schätzen, können sich in gehobenen Schichten natürlich bewegen und sprechen nicht selten mehrere Sprachen fließend.

Ihre Freunde kommen aus ähnlichen sozialen Kreisen. Kein Wunder, dass solche Personen andere Startvoraussetzungen haben.

In angelsächsischen Ländern wie den USA oder Grossbritannien sind die Unterschiede aufgrund des privatisierten Bildungssektors sowie der Elite-Internate und Elite-Schulen noch ausgeprägter. Die Unterschiede sind eine Frage des Geldes und damit sozusagen institutionalisiert.

Lässt sich ein geringes kulturelles Kapital durch Mitgliedschaften in Parteien oder Serviceclubs, durch Abos in der Oper, das Sammeln von Kunst oder den Kauf von Luxusmarken verringern? Den Versuch machen viele. Augenfällig sind etwa Fussballer oder Schauspieler, die Kunst sammeln oder sich für Architektur inter-

essieren. Auch die Unmengen an gesellschaftlichen Anlässen mit Vernetzungsfunktion und Apéros locken mit der Aussicht auf eine Steigerung des kulturellen Kapitals. Es gilt jedoch weiterhin, dass sich Statusgruppen untereinander abgrenzen. Die hohe Statusgruppe hat ihre eigenen Gesetze und ihre eigenen Clubs. Sie lassen Aussenstehende nur durch Empfehlungen hinein. Man trifft sich untereinander und grenzt sich bewusst nach unten ab. Sobald untere Schichten versuchen, den Habitus der höheren Schicht nachzuahmen – und das passiert sehr oft –, wendet sich die höhere Schicht von solchen aufstrebenden Personen ab.

Gute Beispiele sind Tennis und später Golf. Sobald diese zu Massensportarten wurden, nahm das Prestige ab und die höhere Schicht wendete sich anderen Hobbys zu, beispielsweise dem Polospiel oder dem Segeln.

« Sobald untere Schichten versuchen, den Habitus der höheren Schicht nachzuahmen, wendet sich die höhere Schicht von solchen aufstrebenden Personen ab. »

Digitalisierung macht die Welt nicht gerechter

Mit dem Internet und dem niederschweligen Zugang zu sozialen Netzwerken wird oft die Hoffnung verbunden, dass die Welt demokratischer wird. Die Informationen und das Wissen sind heute öffentlich verfügbar und die Deutungshoheit der traditionellen Medien hat sich stark abgeschwächt. Haben traditionell benachteiligte Gruppen und insbesondere Menschen mit einem geringen sozialen Kapital tatsächlich mehr Chancen? Katja Rost verneint. Ihre Begründung: «Die Digitalisierung hat die soziale Ungleichheit sogar verschärft. Viele Jobs aus der Mittelschicht werden automatisiert, und es polarisieren sich die Ränder der Gesellschaft aus unterer und oberer Schicht. Die Sharing Economy hat infolge der Netzwerkeffekte Monopolisten geschaffen und ein Prekariat aus atypischen Erwerbsverhältnissen. Und die Meinungsäusserung in den sozialen Medien findet in Echokammern statt und schafft ideologische Gesinnungsgruppen in der Gesellschaft.» Es sei falsch und unlauter, eine neue Technologie unter falschen Versprechungen zu promoten, wie dies die Politik oft tue. Man habe Angst, den internationalen Anschluss zu verlieren. «Ich denke aber eine selbstbestimmte, informierte Meinungsfindung ist das höchste Gut, welches wir in heutigen Demokratien haben. Dies gilt auch in globalen, digitalen Zeiten.»

Prof. Dr. Katja Rost

Katja Rost ist Ordinaria für Soziologie und Privatdozentin für Wirtschaftswissenschaften an der Universität Zürich. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich der Wirtschafts- und Organisationssoziologie, der digitalen Soziologie, sozialer Netzwerke und Diversität. Sie ist Mitglied des Universitätsrats der Universität Luzern, Präsidentin der Gleichstellungskommission der Universität Zürich und stellvertretende Vorsitzende des Center for Higher Education and Science Studies.

Katja Rost studierte Soziologie und Kulturwissenschaften an der Universität Leipzig und promovierte 2006 in Betriebswirtschaftslehre an der Technischen Universität Berlin. 2010 habilitierte sie mit «Different views on corporate governance» bei Margit Osterloh und erhielt die Venia Legendi in Betriebswirtschaftslehre der Universität Zürich. Seit 2012 ist sie an der Universität Zürich angestellt.



Dr. Walter Steiner

hat 1998 Steiner Kommunikationsberatung gegründet. Die Agentur ist spezialisiert auf Unternehmens- und Finanzkommunikation und Mitglied der GIRAS, Gesellschaft der Investor Relations Agenturen der Schweiz. www.steinercom.ch