

# **Die verflixte Sache mit der Kompetenzdarstellung**

Stefan Kühl

([stefan.kuehl@uni-bielefeld.de](mailto:stefan.kuehl@uni-bielefeld.de))

Unkorrigierte Arbeitsfassung

Erscheinen geplant in: Uwe Schimank und Nadine Schöneck (Hg.): Einladung zur Soziologie.  
Frankfurt a.M.; New York: Campus, Ende 2008.

„Beste Band der Welt sucht Plattenfirma.“ Mit dieser Anzeige in der Zeitschrift Musikmarkt suchte Anfang der neunziger Jahre die Punk-Band „Die Ärzte“ eine Plattenfirma. Beim Lesen dieser Anzeige stutzt man - sind doch solche Formen der Selbstdarstellung eher ungewöhnlich. Man stelle sich nur Kleinanzeigen in der Süddeutschen Zeitung oder im örtlichen Stadtmagazin vor, in der die „wohl beste Studentin Europas“ für sich einen Arbeitsplatz sucht oder der „vielleicht bestaussehendste Mann Österreichs“ nach einem entsprechenden weiblichen Gegenstück fahndet. Die Erfolgswahrscheinlichkeiten wären wohl eher gering.

### **Die Ächtung des Selbstlobs**

Viele haben schon von ihren Eltern und Lehrern eingetrichtert bekommen, dass „Bescheidenheit eine Zier“ ist, und wir kennen diese „Ächtung des Selbstlobs“ aus ganz unterschiedlichen Lebenssituationen: Der Latin Lover, der allzu offensiv seine Fähigkeiten im Liebesakt preist, weckt bei der potentiellen Geschlechtspartnerin Misstrauen bezüglich seiner realen Fremdbefriedigungskompetenz. Die Verkäufer von Templeton-Fonds, die allzu offensiv ihre Unterschichten-Herkunft durch Reichtumssignale zu kaschieren suchen, rufen bei potentiellen Käufern angesichts dieser offensiven Zurschaustellung von Auto, Uhr und Anzug Zweifel hervor. Eine Universität, die sich zu aggressiv als exzellent präsentiert, wird Irritationen bei potentiellen Studierenden auslösen.

Bei diesem Problem der dargestellten Kompetenz ist es zweitrangig, ob der Leistungsanbieter „in Wirklichkeit“ kompetent ist oder nicht. Allein die „mitgeteilte Kompetenz“ macht miss-trauisch. Der Latin Lover mag im Bett eine Kanone sein, aber das Herausstellen dieser Fähigkeiten im Vor-Vorspiel reduziert die Wahrscheinlichkeit, dass er dort auch landen wird. Die Universität Bielefeld mag in einer ganzen Reihe von Fächern eine „exzellente Universität“ sein, würde aber Irritation auslösen, wenn sie sich selbst als eine solche präsentiert und nicht durch das Lotterieverfahren des Wissenschaftsrates zu einer solchen erkoren wird.

Aber auch eine mehr oder weniger verkleidete Variante der Kompetenzdarstellung kann ähnliche Effekte erzeugen. Wenn ein Professor auf seiner Website, in den Klappentexten seiner Bücher oder in den Ankündigungen zu seinen Vorträgen damit wirbt, dass er vom Spiegel einmal als „Zeitmanagement-Papst“ bezeichnet wurde, dann verweist er zwar auf die Kompetenz- (oder vielleicht eher Prominenz-)Zurechnung anderer, löst aber allein schon durch die Wiedergabe des Zitats auf seiner (!) Website Irritation aus. Eine personenzentrierte Beraterin mag sich von einem Berufsverband die Bezeichnung „Senior Coach“ verleihen lassen, gerät aber in Darstellungsprobleme, wenn sie selbst das „Senior“ zu offensiv zu Markte trägt.

Das Problem des Zeitmanagement-Papstes und des Senior-Coaches liegt darin, dass ein Wortbeitrag oder auch nur eine kleine Geste zu offensichtlich instrumentell eingesetzt wird, um die eigene Kompetenz darzustellen. Man sagt etwas oder zeigt etwas, aber letztlich will man etwas ganz anderes als das Gesagte oder Gezeigte zum Ausdruck bringen. Der Professor meldet sich zu Wort, nicht weil er etwas zu sagen hat, sondern weil er vermutet, dass von ihm jetzt ein kluger Beitrag verlangt wird. Das Kind verlangt nach Essen, nicht weil es mit einem mehr oder weniger artikulierten Gequengel wirklich Essen haben möchte, sondern weil es nach der Aufmerksamkeit der Mutter verlangt. Johan Wolfgang von Goethe, der hier schon aufgrund der Kompetenzdarstellungsnotwendigkeit des Autors zitiert werden muss, hat das Problem schon vor zweihundert Jahren prägnant auf den Punkt gebracht: „So fühlt man Absicht und man ist verstimmt“.

In der Praxis wird es deswegen häufig unklar gehalten, ob es neben dem mitgeteilten Inhalt noch eine versteckte Mitteilung gibt. Der Professor mag einerseits das Ziel verfolgen, die

Diskussion mit einem ganz wichtigen Gedanken voranzubringen, andererseits spielt aber auch die Erwartung, dass er in dieser Situation etwas beizutragen hat, eine wichtige Rolle dafür, dass er sich zu Wort meldet. Das Kind will mit dem Schreien nach Essen vielleicht wirklich den Hunger gestillt bekommen, gleichzeitig will es damit aber auch das Bedürfnis nach Anerkennung durch die Mutter und den Vater kommunizieren. Jede Kommunikation wird vom Empfänger daraufhin gescannt, ob nicht eventuell etwas anderes mitgeteilt wird.

Das Misstrauen entsteht, wenn die Kommunikation sich als eine Kommunikation präsentiert, „die meint, was sie sagt“, der Empfänger aber den Eindruck hat, dass noch etwas ganz anderes mitgeteilt werden soll. Der Hinweis auf das gerade erschienene eigene Buch wird nicht dankbar als Hinweis auf zusätzliche Informationsquellen verstanden, sondern misstrauisch als Darstellung eigener Wichtigkeit wahrgenommen.

### **Die Notwendigkeit der Kompetenzdarstellung**

Die Beobachtung postpubertierender Männer, die angesichts ihrer Bemühungen zur Kompetenzdarstellung kaum noch laufen können, oder von Lehrern, die in ihren Beiträgen offensichtlich damit beschäftigt sind, sich selbst zu präsentieren, droht immer zu einer vorsoziologischen Analyse zu führen. Die Kompetenzdarstellung wird als persönliches Problem der Jungmänner oder verunsicherter Pädagogen identifiziert: Da habe, so die häufige Zurechnung, jemand ein Ego-Problem oder agiere sozial ungeschickt.

Dies mag in einzelnen Fällen sicherlich richtig sein. Selbst wenn Soziologen beim Klatschen sind (was sie häufig tun), dann kann man beobachten, wie debattiert wird, dass der Kollege Peterson mal wieder den dicken Matz markiert hat, oder man kann beobachten, wie beim Klatschen selbst andere (und leider manchmal auch man selbst) bei der Einhaltung der zentralen „Selbstlob-Ächtungs-Regel“ mal wieder kläglich versagt. Aber für diese persönlichen Zurechnungen sind eher die Teile der Psychologie, der Kommunikationswissenschaft oder der Sozialpädagogik zuständig. Für die Soziologie ist ein anderer Punkt interessant: die Notwendigkeit, in vielen Situationen kompetent zu erscheinen, ohne aber in ein Selbstlob zu verfallen.

Schon seit den frühen Kapitalismusanalysen von Karl Marx wissen wir, dass die „Arbeitskraftunternehmer“ nicht nur ihre Arbeitskraft zur Verfügung stellen, sondern diese auch offensiv vermarkten müssen. Seit der Abschaffung der Sklaverei ist der Mensch nicht mehr gezwungen, sich als ganzer Mensch zu verkaufen (oder besser: er wurde gezwungen). Aber viele soziologische Zeitdiagnosen weisen darauf hin, dass es zunehmende Notwendigkeiten gibt, sich in ganz unterschiedlichen Rollen mit guten Selbstdarstellungen zu verkaufen: als Arbeitskraft, als Mutter oder Vater, als Liebespartner, Sportler, Tourist oder auch nur als kurzer Gesprächspartner in der Straßenbahn zur Uni.

Gerade im Arbeitsleben ist dabei ein Punkt interessant. Besonders in den Bereichen, wo mit Klienten gearbeitet wird, ist man gezwungen, nicht nur kompetent zu agieren, sondern auch bei diesen Kompetenzvermutungen zu mobilisieren: Ein Friseur ist darauf angewiesen, seinen Kunden seine Kompetenz zu signalisieren, damit diese ihm eine möglichst störungsfreie Beschneidung ihrer Haare erlauben. Eine Rechtsanwältin muss einer Klientin vermitteln, dass sie ihr zugrunde liegendes Rechtsproblem beherrscht – und zwar unabhängig davon, dass vermutlich kein Anwalt in der Lage ist, komplizierte Rechtsfälle ohne genaues Studium entsprechender Gesetzeskommentare bearbeiten zu können. Ein Beratungsteam muss dem Klienten die Sicherheit vermitteln, dass es ein Problem lösen kann – und zwar auch dann, wenn es das erste Mal auf so ein Problem stößt und keine bewährten Routinen für dessen Lösung hat.

Man kann sich dieses Phänomen am Arztbesuch (oder häufig noch schlimmer - Friseurbesuch) kleiner Kinder ansehen. Bei Kindern herrscht noch keine Kompetenzvermutung gegenüber den Ärzten (und berechtigterweise erst recht nicht gegenüber Friseuren), und die Behandlung gestaltet sich deswegen in der Regel schwieriger als bei Erwachsenen. Die Interaktionsbestrebungen der Leistungserbringer sind nicht selten darauf ausgerichtet, mühsam Vertrauen beim Klienten aufzubauen. Es werden Vertrautheitssurrogate in Form der beruhigenden Anwesenheit von Eltern aufgebaut, bevor eine Behandlung einsetzen kann. Aber in ihrem weiteren Lebensverlauf entwickeln sich Kinder dann – jedenfalls meistens – zu Klienten, die den Leistungserbringern mehr oder minder berechtigterweise mit einer Kompetenzvermutung gegenüberreten.

Gerade Berufe, die ihre Leistung am Klienten (oder noch besser in Kooperation mit dem Klienten) erbringen, stoßen auf ein Paradox: Ein Leistungserbringer muss einem Klienten vermitteln, dass er ihm bei seinen Problemen kompetent helfen kann, weil es sonst nur schwer möglich ist, ihm zu helfen. Eine Lehrerin kann ihren Schülern nur dann etwas beibringen, so schon eine alte pädagogische Binsenweisheit, wenn die Schüler – in ihre Kompetenz vertrauend – mitarbeiten. Eine Psychoanalyse setzt eine Aneinanderreihung gelungener Interaktionen zwischen Analytiker und Klient voraus. Damit die Interaktion mit dem Klienten gelingt, ist es notwendig, dass dieser die Aneinanderreihung von „Hmms“, „Hmms“ nicht als Sprachfehler des Analytikers, sondern als kompetente professionelle Gesprächsführung begreift.

Aber wie macht man das? Wie erzeugt man Kompetenzvermutungen?

### **Die unterschiedliche Verteilung von Kompetenzvermutungen**

Die Notwendigkeit, seine Kompetenzen darzustellen, kann je nach Tätigkeit unterschiedlich verteilt sein: Ein Polizist braucht seine Kompetenz zur Nutzung einer Pistole in der Regel nicht unter Beweis zu stellen. Man bringt ihm - jedenfalls meistens - schon aufgrund seiner durch die Uniform signalisierten Zugehörigkeit zu einer Berufsgruppe eine Kompetenzvermutung bei der Nutzung einer Pistole entgegen. Einem Piloten begegnet der Kunde – vorausgesetzt, er leidet nicht unter pathologischer Flugangst – mit einem so hohen Maß an Kompetenzvermutung, dass in der Regel keine zusätzlichen Kompetenzdarstellungen durch den Piloten benötigt werden. Überspitzt und eine Überlegung Michaela Pfadenhauers paraphrasierend: Echte Profis brauchen keine Kompetenzdarstellungskompetenz.

Die Berufs- und Professionssoziologie hat sich in Berufsprestigestudien immer wieder mit der Frage beschäftigt, welche Beschäftigtengruppen in der Bevölkerung als am kompetentesten wahrgenommen werden. Bei der Messung der Reputation von Berufen schneiden die Professionen seit Jahrzehnten stabil und in fast allen Teilen der Weltgesellschaft immer am besten ab. Wenn gefragt wird, welche Berufsgruppe sie am meisten schätzen und bei wem sie am meisten Kompetenz vermuten, gehören die klassischen Professionen der Ärzte, Richter und Anwälte, Lehrer und Geistlichen immer zu den am höchsten bewerteten Berufsgruppen. Auf den hinteren Rängen landen fast immer Berufe wie Journalisten, Politiker, Prostituierte oder Manager, die zwar ihre Leistungen in Interaktionen mit ihren Klienten erbringen, aber nicht als Profession mit standardisierter Ausbildung und beschränktem Berufszugang etabliert sind.

Diese Kompetenzvermutungen gegenüber Professionen basieren nicht alle auf einer Reihe von Erfahrungen in konkreten Interaktionen zwischen Professionsangehörigen und Klienten. Sie werden vielmehr durch eine Vielzahl von „Institutionen“ gestützt, die jenseits des eigentlichen Gesprächs zwischen Leistungserbringern und Klienten liegen: das Sich-darauf-Verlassen, dass der Tätigkeit des Professionellen ein standardisierter Verhaltenskodex

zugrunde liegt, der es ermöglicht, überhaupt Kunstfehler zu identifizieren; eine wissenschaftliche Verankerung dieses standardisierten Verhaltenskodexes; die Gewissheit, dass der Professionelle sich diesen Verhaltenskodex in einer mehrjährigen Ausbildung angeeignet hat, und die Sicherheit, dass sich die Profession in einer Form selbst kontrolliert, die es ermöglicht, Kunstfehler zu identifizieren und zu sanktionieren.

Durch die Verselbstständigung der Kompetenzvermutung haben Professionen „Inszenierungsvorteile“ gegenüber Nichtprofessionen. Die Familienanwältin braucht der nach Scheidung strebenden Ehefrau nicht erst die zentralen Paragraphen des Familiengesetzbuches aufzusagen, damit sich diese auf ein Arbeitsbündnis einlässt. Der Geistliche kann sich jedenfalls im Erstkontakt auf die Reputation seines Berufsstandes verlassen, und der Klient vermutet erstmal, dass er einigermaßen predigen, die Beichte abnehmen und die zu kritischen Lebenslagen passenden Bibelstellen rezitieren kann. Dem Mediziner wird insofern vertraut, als dass – jedenfalls bei Standardbehandlungen – man bereit ist, sich einen Praktiker aus dem Telefonbuch herauszusuchen. Erst bei schwerwiegenden Eingriffen zieht man dann weitere Quellen wie Empfehlungen durch Bekannte oder Gerüchte heran.

Natürlich gibt es auch bei etablierten Professionen wie Juristen, Medizinern, Geistlichen oder Lehrern Fälle übermäßig inszenierter Kompetenzdarstellung. Diese deuten jedoch in der Regel auf mehr oder minder ausgeprägte Krisen hin: Wenn junge Ärzte mit einem für sie unbekanntem Problem konfrontiert werden, kann man beobachten, dass sie erst auf der Hinterbühne heimlich im „Klinikleitfaden“ blättern, um sich Orientierung zu verschaffen, danach dann aber gegenüber dem Patienten häufig mit übertriebener Kompetenzdarstellung reagieren. Bei jungen Lehrern, die durch eine Klasse unter Druck gesetzt werden, lässt sich nicht selten beobachten, dass sie die Situation noch dadurch verschlimmern, dass sie zu aggressiv versuchen, ihre Kompetenzen, die von den Schülern in Frage gestellt werden, darzustellen. Aber normalerweise sind Mitglieder von Professionen vom Zwang zur übermäßig offensiven Kompetenzdarstellung befreit, weil sie sich zu einem nicht unerheblichen Teil auf die Kompetenzvermutungen der Klienten gegenüber Professionen stützen können.

Diese Kompetenzvermutung gegenüber Professionen kann man an dem wohl prominentesten Kleidungsstück einer Profession verdeutlichen: Dem Arztkittel. Vorsoziologisch wurde der Arztkittel immer wieder als notwendiges Instrument zur Kompetenzdarstellung einer Profession interpretiert. Der Arztkittel sei, so die auch immer wieder in Cartoons aufgegriffene Vermutung, Ausdruck ärztlichen Standesbewusstseins. Erst im und durch den weißen Kittel würde der Arzt zum Arzt werden. Aber es fällt auf, dass viele medizinische Praktiker keinen Kittel tragen: Psychiater tragen ihn nicht, Kinderärzte legen sehr selten einen an, und Hausärzte tragen ihn immer weniger.

Wie wenige Ärzte auf eine Kompetenzdarstellung über den Arztkittel angewiesen sind, lässt sich in einem Realexperiment beobachten, das von Clare Murphy eindrucksvoll geschildert wurde. Nach einer Vorgabe des Gesundheitsministeriums sollen Mediziner in Großbritannien seit 2008 keine weißen Kittel mehr tragen. Hintergrund: In vielen Staaten haben gerade die Infektionen durch gegen Antibiotika resistente Stämme wie *Staphylococcus aureus* oder *Clostridium difficile* in letzten Jahren stark zugenommen. Neben den Krawatten der männlichen Leistungserbringer sind die Ärztekittel die Hauptüberträger dieser Infektionen. Sie werden, so zeigen Studien, seltener gereinigt als Alltagskleidung. Statt des Kittels empfiehlt das britische Gesundheitsministerium das Tragen von Hemden mit kurzen Ärmeln oder T-Shirts, die tagtäglich gewechselt werden. Nur wenn mit Blut, Eiter oder Exkrementen hantiert wird, sollte mit Plastikschrürze, Einmalhandschuhen und Mundschutz gearbeitet werden, die dann unmittelbar nach der Behandlung entsorgt werden.

Überraschend ist, wie problemlos sich die Abschaffung des Ärztekittels in Großbritannien durchzusetzen scheint. Mehrere Studien haben gezeigt, dass die hauptsächliche Funktion von Ärztekitteln darin besteht, gerade in Krankenhäusern den Patienten eine schnelle Identifikation des ärztlichen Personals zu ermöglichen. Aber gerade dafür gibt es auch andere, weniger infektiöse Möglichkeiten: Namensschilder. Angehörige klassischer Professionen müssen identifizierbar sein, aber:

Aber wie macht man es, wenn man sich nicht auf die Kompetenzvermutungen einer Profession stützen kann? Wie löst man das Darstellungsproblem, wenn es noch keine durch lange Beziehungen erhärteten Kompetenzvermutungen des Gegenübers gibt?

### **Der Nutzen indirekter Kommunikation und der Charme maßloser Übertreibung**

Es gibt eine ganze Reihe von Eigenschaften, die man nicht direkt ansprechen kann, ohne Misstrauen beim Gegenüber zu wecken. Vertrauen baut sich zwischen Personen nur ganz langsam auf, und eine Sache sollte man dabei sicherlich vermeiden, nämlich den anderen dazu auffordern, einem zu vertrauen. Löst doch die Aufforderung „Vertrau mir“ den Verdacht aus, dass der andere Gründe hat, dies so direkt einzufordern. Gleiches gilt für Ehrlichkeit. Schon bei Friedrich Schiller kann man nachlesen, dass der Meuchelmörder, der sich mit der Aussage „Herr, ich bin ein ehrlicher Mann“ seinem Opfer nähert, sich erst durch diese Aussage verdächtig macht und kurz darauf vom Opfer den Dolch mit der Aussage „Es ist gut, dass du das beifügst – und doch auch wieder nicht gut“ aus der Hand geschlagen bekommt. Kompetenz reiht sich lediglich in die Reihe dieser Eigenschaften ein, bei denen man sich verdächtig macht, wenn man sie für sich selbst in Anspruch nimmt.

Wegen der Ächtung des Selbstlobs beobachten wir Kompetenzdarstellungen meistens nur in der Form indirekter Kommunikation. Während direkte Kommunikation eine verbindlich zu verstehende Kommunikation ist – Motto: „ich sage, was ich bin und will“ - handelt es sich bei indirekter Kommunikation um eine Form der Kommunikation, von der sowohl Empfänger als auch Sender bestreiten können, dass sie jemals stattgefunden hat. Niklas Luhmann hat diese Unterscheidung in seinen soziologischen Studien häufiger genutzt und gezeigt, wie durch den unterschweligen Sinn ausdrücklicher Mitteilungen, durch Betonung, durch Wahl zweideutiger Begriffe, durch aufschlussreiches Zögern, wohlgezielte Pausen und durch Nichteingehen auf Anregungen vielfältige Kompetenzsignale gesendet werden können. Aber wenn der Empfänger den Sender auf diese Informationen anspricht, kann dieser sich arglos geben und jegliche Intentionen bestreiten.

Bei der Darstellung von Kompetenzen gilt dabei die Regel: Je indirekter die Kommunikation, desto besser. Ein direkter Hinweis auf ein gerade geschriebenes Buch oder auf einen gerade publizierten Artikel kommuniziert die Kompetenzdarstellung zwar mit, weil es aber immer möglich ist zu sagen, dass es sich um eine reine Information über neue relevante Literatur handelt, ist die Kompetenzdarstellung nur im Bereich der indirekten Kommunikation glaubhaft. Das Aushängen von Diplomen ist sicherlich eine eher ungeschickte und auch nur im angloamerikanischen Kontext akzeptierte Praxis. Die Hinweise einer Sekretärin, wie gefragt ihre juristisch, medizinisch, seelsorgerisch, therapeutisch oder beraterisch aktive Chefin ist, belasten eine Interaktion weniger, als wenn es die Chefin selbst vermittelt. Die Selbstdarstellung einer Universität als „exzellent“ auf ihrer Website würde Irritation auslösen, aber es schadet nicht, wenn ganz andere – und sei es nur das Centrum für Hochschulentwicklung in Gütersloh - eine Uni als exzellent markieren. Bei Exzellenz-Universitäten ist es wie mit Bieren. Ein Selbsthinweis, dass es sich „um das vielleicht beste Bier der Welt“ handelt, löst Irri-

tation aus, ein Aufkleber mit „Testurteil: sehr gut“, ist förderlich und kann mit Vorsicht auch auf das Produkt geklebt werden.

Aber die Ärzte – gemeint ist hier wieder die Punk-Band und nicht die Profession - haben vermutlich die beste Lösung für das Problem der Kompetenzdarstellung gefunden: Eine Kompetenzdarstellung ins Maßlose übertrieben, vorgetragen mit einem leichten ironischen Unterton. Es gehört eine hohe Kunstfertigkeit dazu, dieses ins Absurde gezogene Selbstlob mit einer Mischung aus Ernsthaftigkeit und Ironie über einen längeren Zeitraum durchzuhalten, und sicherlich lässt sich diese Lösung auch nicht ohne weiteres beispielsweise auf den akademischen Betrieb oder das Überleben in geselligen Interaktionen übertragen. Aber wenn sie funktioniert, hat man das Problem des Selbstlobs ein für alle mal aus der Welt geschafft. Um auf diese elegante Lösung des Kompetenzdarstellungsproblems zu kommen, braucht man nicht unbedingt Soziologe zu sein, aber vielleicht weiß man diese Variante als Soziologe erst richtig zu würdigen.

### **Literaturhinweis:**

Moers, Walter (1991): *Schöne Geschichten*. Frankfurt a.M.: Eichborn.