

Judith Ellenbürger

Bausteine zu einer Medialität des Geldes (Perspektiven)

2018

<https://doi.org/10.17192/ep2018.4.7951>

Veröffentlichungsversion / published version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Ellenbürger, Judith: Bausteine zu einer Medialität des Geldes (Perspektiven). In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 35 (2018), Nr. 4. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2018.4.7951>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons BY 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons BY 3.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Perspektiven

Judith Ellenbürger

Bausteine zu einer Medialität des Geldes

Als ‚das Leitmedium schlechthin‘ bezeichnet Jochen Hörisch das Geld in seinem Beitrag zum Lemma „Geld“ im *Handbuch Medienwissenschaft* (Schröter 2014, S.239). Vermag es vielleicht auf den ersten Blick noch verwundern, neben den klassischen Texten zu Film, Fernsehen, Fotografie und so weiter überhaupt einen Eintrag über Geld in diesem Buch zu finden, so fällt spätestens auf den zweiten Blick die Avanciertheit der zentralen These ins Auge. Nicht nur soll das Gros der Mediendefinitionen in Bezug auf Geld Geltung haben; und nicht nur sollen die Kriterien für ein Leitmedium auf das Tausch- und Zahlungsmittel zutreffen; auch soll das Geld unter den Leitmedien noch das führende sein. Wenn der Begriff Leitmedium dasjenige Medium benennt, das von einzelnen Gruppen oder in einzelnen Milieus am meisten gebraucht und am höchsten geschätzt, oder, wie bei Hörisch, gar von allen als verbindlich und unvermeidbar betrachtet wird (vgl. ebd.), dann scheint Geld durchaus als ein solches klassifiziert werden zu können. „Man muss heute keine Tageszeitung abonniert haben und kann sogar Fernsehen und Internet umgehen – Geld aber kann man selbst in liberalen Gesellschaften nicht beziehungsweise nur um den Preis großer Einschränkungen vermeiden.

Wer heute nicht über Geld verfügt, ist in einem sehr handfesten Sinne aus der Welt- und Informationsgesellschaft exkommuniziert, soziologisch formuliert: exkludiert“ (ebd.). Ähnlich, so schreibt er in Hinsicht auf die deutsche Inflation von 1914 bis 1923 oder die Rubelkrise von 1998 bis 1999 an anderer Stelle, erliegen moderne Gesellschaften Desintegrationsprozessen oftmals genau in dem Maße, in dem ihre Währung an Wert verliert, was ihn zu dem Schluss kommen lässt: „Was die Welt der Moderne im Innersten zusammenhält, ist Geld“ (2004, S.113). Auch in Anbetracht der global verheerenden Finanzkrisen seit 2007 kann der enorme Einfluss des Geldes auf das Weltgeschehen kaum angezweifelt werden.

Dennoch soll die These hier nicht einfach verifiziert werden, sondern stattdessen als Ausgangspunkt für eine grundlegende Auseinandersetzung mit der Medialität des Geldes dienen, denn bevor vom Geld als Leitmedium die Rede sein kann, muss es erst einmal schlicht als Medium bestimmt werden können. Die explizite Bezeichnung von Geld als Medium taucht bereits in einigen Schriften aus dem 19. Jahrhundert auf, wobei zweifelhaft ist, ob sie zu der Zeit schon für etwas Analoges stand. Prominent finden wir den Begriff in

den 1857/1858 verfassten *Grundrisen der Kritik der politischen Ökonomie* von Karl Marx, in denen vom Geld als „sachliche[m] Medium“ die Rede ist, „worein die Tauschwerte getaucht [sic!], eine ihrer allgemeinen Bestimmung entsprechende Gestalt erhalten“ (1953, S.84). Was auf einen zumindest ähnlichen Begriffsgebrauch schließen lässt, ist, dass das Geld hier an anderer Stelle kritisch mit der Sprache verglichen wird (vgl. ebd., S.80). Ferner zu nennen wäre in diesem Zusammenhang Carl Mengers Text *On the Origins of Money* aus dem Jahr 1892 (2009, S.19) wie auch weniger bekannte Schriften, unter anderem der ohne Angabe eines Autors erschienene *Essay on Money, or, An Inquiry Into the Nature of the Circulating Medium* (1837) oder „The Circulating Medium“ von William King (1832). Eine intensive oder gar extensive medientheoretische Reflexion über den Begriffsgebrauch findet hier allerdings weniger statt; äquivalent heißt es in der Forschung, dass in früheren Positionen versäumt worden sei, „zwischen Geld oder Sprache als Medium, Zahl oder Wort als Zeichen und schließlich Wert oder Sinn als veränderbaren Konventionen – in der Verantwortung des Menschen stehend – zu unterscheiden“ (Gernalzick 2006, S.89).

Rekapituliert und weitergedacht werden derartige Überlegungen mit der, wenn auch zeitlich schwer festzuschreibenden, Etablierung der Medienwissenschaft im 20. Jahrhundert, wobei sich die einzelnen Autoren, die oftmals den Literaturwissenschaften, der Philosophie oder Soziologie entstammen, zumeist auf ein oder zwei mediale Eigenschaften des Geldes kon-

zentrieren. Ein umfassenderes Bild über die medialen Qualitäten des Geldes ergibt sich erst in der Zusammenschau der verschiedenen Ansätze und das vor dem Hintergrund bereits bestehender Medientheorien. Auf diese Art und Weise kann eine Annäherung daran entstehen, welche Spezifika des Geldes sich gleichzeitig als Medienspezifika erweisen, oder anders: worin eine Medialität des Geldes besteht und wo die Grenzen einer solchen Lesart liegen.

Für eine solche Zusammenschau wurden – in Anlehnung an die von Hartmut Winkler in der *MEDIENwissenschaft* publizierte Mediendefinition (2004b), die mit ihren 69 Schritten als idealer Steinbruch zur Beschäftigung mit und Vertiefung von Medienfragen dient, – drei Kategorien gebildet: Kommunikation, Zeichenhaftigkeit und Traditionsbildung. Es handelt sich dabei um wichtige, nicht überall konsensfähige, aber doch immer wiederkehrende medientheoretische Begrifflichkeiten, die zugleich mit den drei prominenten ökonomischen Funktionen des Geldes – Tauschmittel, Recheneinheit und Wertspeicherung – korrespondieren.¹ So lassen sich unter jedem der Begriffe unterschiedliche einschlägige Positionen subsumieren und diskutieren, sodass es im Endeffekt zur Erörterung von Einzelaspekten und

1 Siehe zum Beispiel den Eintrag im Brockhaus-Lexikon: „Geld [...] Eine abstrakte Funktion des G. ist die der Rechnungseinheit; [...] die konkreten Funktionen des G. sind 1) die eines allgemeinen Tauschmittels [...], 2) die eines Wertaufbewahrungsmittels [...]; 3) die eines gesetzl. Zahlungsmittels“ (Brockhaus 1996, S.266).

gleichzeitig zu einem (ersten vorläufigen) Panorama auf die Medialität des Geldes kommen kann.²

Die Frage nach dem Geld als Leitmedium soll ebenfalls mitgedacht werden – auch wenn sich die Bestimmung als problematisch erweist. Die Medienwissenschaft fragt sich seit einigen Jahren, ob es Leitmedien überhaupt gibt, beziehungsweise auch, ob es sinnvoll ist, bestimmte Medien als solche zu deklarieren (vgl. Ruchatz 2009; Leschke 2009). Stattdessen wird eher ganzen Mediensystemen – und höchstens einzelnen Medien innerhalb dieser Systeme –, die häufig aufgrund der Durchsetzung einer neuen Technik eine besondere Prägnanz und Prägekraft, ja eine gewisse Dominanz entfalten, eine leitende Funktion attestiert (vgl. Müller/Ligensa 2009, S.14-15; Weber 2009, S.95). Da eine grundsätzliche Diskussion zur Sinnhaftigkeit des Begriffs in Bezug auf das Geld kaum fruchtbar sein wird, sollen im Folgenden nur einige im Diskurs mitschwingende ‚leitmediale‘ Aspekte diskutiert werden: ein hoher Nutzen, eine große Reichweite sowie auch eine starke hergestellte (Ver-)Bindung. Zudem steht mit dem Begriff natürlich immer die Frage im Raum: „Wer/ was leitet wen, womit, wie und wohin?“ (Müller/Ligensa 2009, S.16).

Zur Kommunikation im Tausch: Das Geld als Mittler

Unter dem Begriff der Kommunikation sollen alle monetären Aspekte rund um Vernetzung, Vermittlung und Gesellschaft thematisiert werden. Nach Winkler bilden Medien Netze aus, an die sie Einzelne – Menschen, Institutionen oder auch Maschinen – anschließen. Dies gilt mit Blick auf das Telefonnetz, den Rundfunksender oder auch den Internetknoten zunächst auf der technischen Ebene, stellt sich aber letztlich unter Berücksichtigung der Technik sowie der Teilhabe und den tatsächlichen Akten der Kommunikation wesentlich komplexer dar (vgl. 2004b, S.10). Es entsteht ein nahezu unüberschaubares Geflecht. Die Medien nehmen darin die Rolle der Mittler ein; das heißt, sie bilden eine „Sphäre der Vermittlung“ (ebd.), in der sie „dazwischen“ (ebd.) treten – einerseits zwischen die Kommunizierenden und andererseits zwischen sie und die Welt. Dadurch seien sie stets zugleich „freundlich-verbindende Diener und unüberwindbare Trennung/Barriere“ (ebd., S.10-11).

Die Nähe des Geldes zu dieser Medienspezifik offenbart sich bereits bei Aristoteles, der das Geld als Mitte bezeichnet, die alles misst und von den Menschen für die Menschen geschaffen wurde, um einen Austausch der unterschiedlichen Bedürfnisse zu ermöglichen (vgl. 1995, S.112). Damit unterstreicht er implizit den Nutzen für alle Mitglieder der Gemeinschaft, ferner die große Reichweite und nicht zuletzt auch das verbindende Element.

2 Ähnlich konstatiert Jens Schröter jüngst eine „gewisse Ähnlichkeit“ (2018, S.59) zwischen den klassischen Geldfunktionen und Kittlers Definition von Medientechnologien über die Begriffe Übertragung, Speicherung und Recheneinheit.

Bindend wirkt das Geld hier gleich auf zweierlei Weisen, da es zum einen selbst ein bindendes Wertmaß darstellt, mit dem allein getauscht werden kann, und da es zum anderen als freundlich unterstützender Diener eine Verbindung zwischen den Menschen schafft. Eine Gegenposition, die diesen hier schon leitmedialen Aspekt des Geldes jedoch nicht infrage stellt, stammt von Georg Simmel, der das Geld zwar auch in dieser Sphäre der Vermittlung verortet, von ihr ausgehend aber anstelle der Verbindung eher die Trennung sieht. „Daß im Geldverkehr eine Person genau soviel wert ist wie die andere“ (2003, S.277), schreibt er, „hat nur den Grund, daß keine etwas wert ist, sondern nur das Geld“ (ebd.). Es geht bei ihm also kaum um Bedürfnisse, (Aus-)Tausch, Kommunikation, um die mindestens zwei Menschen, die sich eines Mittlers bedienen, sondern um das Dazwischen selbst, das die Menschen auseinandertreibt. Seiner Meinung nach verführt das Geld dazu, „wirtschaftlich[e] Sonder-Interessiertheit[en]“ (2000, S.664) zu entwickeln und sich von der Familie und damit einhergehend auch von Verbundenheit, Gemeinschaft und Tradition freizukaufen. In der Konsequenz tritt das Geld, tritt der Wert des Geldes immer mehr an die Stelle anderer Werte und wirkt somit wiederum, wenn auch auf andere Art und Weise, bindend – nun weniger zwischen den Kommunizierenden als vielmehr zwischen ihnen und der Welt.

Die enorme Trag- und Reichweite des monetären Einflusses hinsichtlich der Kommunikation wird später bei Niklas Luhmann deutlich, der für beide

Positionen zusammen argumentiert. Er geht davon aus, dass das Geld in dem speziellen gesellschaftlichen System der Wirtschaft ein Kommunikationsmedium, ja sogar ein Spezialcode mit universeller Relevanz ist (vgl. 1996, S.240). So Sorge es zum einen für vermehrte Tauschmöglichkeiten und verminderte Transaktionskosten und wende Gewalt ab, weil man kaufen statt stehlen beziehungsweise auch sonstige Aggressionen zur Aneignung eines Gegenstandes oder einer Dienstleistung unterlassen könne (vgl. ebd., S.230). Auf den hohen Nutzen rekurriert im Anschluss an Luhmann übrigens auch Sibylle Krämer, indem sie den sozialen Aspekt betont, welcher sich darin zeigt, dass es nicht einfach Sachen, sondern im Grunde menschliche Besitztümer sind, die friedlich getauscht und übertragen werden können (vgl. 2008, S.161-163).

Zudem sorgen die weitgehend anonymen Transaktionen Luhmann zufolge zum anderen dafür, dass die Fremdheit zwischen den Tauschenden zwar überwunden, zugleich aber aufrechterhalten werde, was wiederum zu einer Schwächung der Sozialität führe (vgl. 1996, S.241). Geld schafft eine ganz neue Freiheit, lässt indes andere Werte wie Gegenseitigkeit, Hilfsbereitschaft oder Großzügigkeit verkümmern. Es trennt zwischen Arbeit und Ausgleich ebenso wie zwischen den Menschen, die es haben, und jenen, die es nicht haben. Auch wenn das Geld vor allem innerhalb des Wirtschaftssystems als Kommunikationsmedium dient, reicht seine Wirksamkeit in private Räume hinein.

Anders gewendet (ver-)leitet es offenbar zu einem Wertewandel, der sich ganz konkret auf das zwischenmenschliche Zusammenleben auswirken kann, was vielleicht am eindrucklichsten in den Werken von Eva Illouz zu Geld und Gefühl (2003; 2004) hervortritt. So gesehen erscheint die Formulierung, dass das Geld den Menschen „bestimmte Handlungsweisen und soziale Formen erst eröffnet und aufnötigt“ (Schröter 2015), sehr treffend.

Zur Zeichenhaftigkeit der Rechen- einheit: Das Geld als Symbol

„Das Reich der Medien ist das Reich des Symbolischen“ (2004b, S.13), schreibt Winkler und meint damit, dass Medien sich unter anderem darüber definieren, dass sie Zeichensysteme ausbilden, mit denen ein symbolisches Probedandeln möglich wird. Der mediale Raum innerhalb der Gesellschaft zeichnet sich dadurch aus, dass er weitgehend von tatsächlichen Konsequenzen losgelöst ist – oder anders formuliert: dass sich die Handlungen innerhalb dieses Raumes zumeist als reversibel erweisen. Man denke zum Beispiel an einen Gewaltakt auf einer Bühne, nach dem das Opfer unbeschadet wieder aufsteht und sich strahlend verneigt (vgl. ebd.). Dabei ist die Sphäre der Zeichen einerseits von jener des Bezeichneten getrennt, auch wenn sie sich natürlich auf die Realität bezieht, sie verdoppelt, gliedert und interpretiert; andererseits beschränkt sie sich nicht auf diese Repräsentation, sondern führt zudem die Möglichkeit des Spiels,

der Fiktion oder der Simulation mit sich (vgl. ebd., S.14). In diesem Punkt scheint sich der mediale Charakter des Geldes im Laufe der Geschichte immer stärker herausgebildet zu haben.

Diese These ist insbesondere dann schlüssig, wenn man die Geschichte des Geldes nicht als „Zerfallsgeschichte“³ (Hetzel 2001, S.83–84), sondern vielmehr als Initiationsgeschichte betrachtet: Mit der sukzessiven Ablösung von einem wertvollen Gegenstand ist das Geld mehr und mehr zum abstrakten Zeichen geworden und damit immer weiter in die Sphäre des Symbolischen und der Medien vorgedrungen. Die volle Reichweite wird mit einem genauen Blick auf die einzelnen ‚Stationen‘ deutlich. Zunächst, wenn das Geld noch aus Gold- und Silbermünzen besteht, fallen Signifikant und Signifikat zusammen, wobei Michel Foucault darauf hinweist, dass das Geld auch hier schon seinen Wert aus der Funktion als Zeichen erhält: „Weil das Gold Geld ist, ist es kostbar, nicht etwa umgekehrt“ (1999, S.222). Sicht- und greifbar wird das zur Zeit der Golddeckung, in der das Münz- und Papiergeld auf eingelagerte Goldbestände verweist und so seinen Weltbezug garantiert. Die Beziehungen zwischen Reichtum und Geld, so der französische Philosoph, entstehen im Zirkulations- und Tauschprozess und nicht durch die Kostbarkeit des Materials. Indem sich das Geld dann nach der Aufhebung des Goldstandards jedes

3 Als Zerfallsgeschichte beschreibt Simmel die Geschichte des Geldes aufgrund der Trennung der Einheit von Objekt und Zeichen (vgl. ebd.).

Signifikats entledigt und nichts mehr existiert, das seinen Wert sichert, folgt es nach Jean Baudrillard einer Eigenlogik. Es ist dem Gebrauchswert und heute sogar dem Tauschwert entkommen und kann sich „in einer unaufhörlichen Verdopplung und Entkopplung seiner eigenen abstrakten Substanz reproduzieren“ (Baudrillard 2005, S.41) und zum selbstständigen Simulacrum werden.⁴

Aufgrund seiner Entwicklung und Funktionen ist im Zusammenhang mit Geld häufig auch die Rede von Sprache, welche aufgrund ihres Nutzens, ihrer Notwendigkeit, ihrer Reichweite, und auch ihrer Allgegenwart unumstritten als Leitmedium für jegliche Gesellschaft gelten kann. Während Talcott Parsons das Geld in sein Sprachmodell einordnet, ja es sogar zu seinem Ausgangspunkt für die Überlegungen zur Sprach- und Medientheorie macht (vgl. 1980, S.229), schildert Christina von Braun die parallele Entwicklung von Geld und Alphabet (vgl. 2012, S.54-60). Grundsätzlich geht es in der Argumentation häufig um die Abstraktion und Entkörperung beziehungsweise den Umstand, dass Zeichen wie Geld Abstand zur unmittelbaren körperlichen Erfahrung nehmen. Ähnlich wie Baudrillard vertreten Bernhard Vief und Christian Jürgens die These, dass das Geld unter digitalen Bedingungen,

also bei der Übersetzung der Geldwerte in den Binärcode seiner eigentlichen Form am Nächsten kommt. In der Konsequenz implodiere mit der Digitalisierung die Unterscheidung von Geld und Information, wenn es in dem Binärcode, der reine Information ist, aufgehe und somit selbst zur Information werde (vgl. Jürgens 1999, S.248-256; Vief 1991, S.140).

Damit bewegt sich das Geld stark in Richtung Sprache und (Leit-)Medien und mehr noch: Es wird regelrecht Teil eines umfassenden, weltumspannenden Zeichennetzes. Allerdings stellt sich die Frage, ob das Geld, wenn es nur noch mit sich selbst in Tauschbeziehung tritt, weiterhin als Mittel zum Kauf von Waren und damit auch als Medium betrachtet werden kann. Es besteht offenbar ein schmaler Grat zwischen der rückhaltlosen Entwicklung in das Reich der Zeichen und Medien hinein und dem möglichen Verlust der Medialität, falls der Bezug zur materiellen Welt in immer weitere Ferne rückt – auch wenn das Geld freilich auch als so etwas wie eine „zweite Realität aus Werten und Verhältnissen zwischen Werten“ (Esposito 2008, S.124-125) betrachtet werden kann. Inwiefern das Geld sein Einflussvermögen und damit seinen (leit-)medialen Charakter tatsächlich einbüßen kann, zeigt sich in seiner Bedeutung als Schatz.

4 Ähnlich schreibt Joseph Vogl von einem „gespenstischen Eigensinn“ (Vogl 2010, S.7), den die zirkulierenden Zeichen in ökonomischen Prozessen entwickeln. Mit dem Begriff der Oikodizee äußert er Kritik an der Auffassung, dass die Märkte trotz der Krisen selbstregulierend und ausgleichend wirken.

Zur Traditionsbildung durch Wertespeicherung: Das Geld als Schatz

Viele Medien zeichnen sich durch die Möglichkeit einer Speicherung, einer

dauerhaften Niederlegung symbolischer Strukturen oder im Sinne von Friedrich Kittler: durch ihr Wesen als Aufschreibesystem aus (vgl. Winkler 2004b, S.20-21). Der Medientheoretiker unterscheidet zwischen verschiedenen Aufschreibesystemen von den typografischen über die technischen bis hin zu den digitalen. Was sie alle gemeinsam haben, ist, dass sie eine Art Gedächtnis darstellen und – indem sie die Zeit überwinden – der Traditionsbildung dienen (vgl. ebd., S.21). Winkler spricht in diesem Zusammenhang von einer „[m]aterielle[n] Kopräsenz“ (ebd., S.22), da die Niederschriften respektive Niederlegungen sowohl Dinge aus der Vergangenheit als auch als Überbleibsel oder Zeugen noch immer existierende Teile der Gegenwart sind. Sofern ein beständiges Material gewählt wurde, können sie gar in die Zukunft hineinreichen und sich somit der Zeit komplett entheben.

Auf den ersten Blick erscheint der mediale Aspekt der potenziell endlosen Speicherung oder Akkumulation beim Geld als Schatz besonders in Hinsicht auf die Reichweite enorm zu sein. Es wurde jahrhundertlang darauf geachtet, dass das Geld aus einer dauerhaften, nicht verwesenden Materie besteht (vgl. Wolff 1980, S.313),⁵ und auch heute gehört die Wahrung der Wert- und Preisniveaustabilität noch zum aus-

drücklichen Auftrag vieler Zentralbanken. Das spezifische Verb ‚sparen‘ offenbart die Üblichkeit der Handlung Geld aufzuheben, und so verwundert es auch nicht, dass viel darüber nachgedacht wird, was eigentlich im Wert des Geldes gespeichert wird. Kant zufolge stellt Geld einen Speicher für Fleiß dar (vgl. 1990, S.138), auch wenn man – das konstatiert Adam Smith – schwerlich ein akkurates Maß für einen Aufwand finden kann (vgl. 1999, S.29). Es geht jedoch grundsätzlich um die Zeit und die Mühe, die in etwas einfließt und anschließend entlohnt wird. Ähnlich sieht es Marshall McLuhan, für den Geld die Übersetzung vieler Arbeitsleistungen ist und der den medialen Charakter des Geldes genau darin sieht, dass es hier als Brücke, Metapher oder Umwandler dient (vgl. 1992, S.160). Inwiefern sich diese Qualität auch als leitend erweisen kann, offenbart sich bei Winkler, der die Brücke vor allem zwischen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft verortet und argumentiert, dass das Geld der zukünftigen Arbeit eine Richtung vorgibt oder in einen Schatz verwandelt wird (vgl. 2004a, S.42-43). Bemerkenswert ist bei dem Gros der Texte, zumal in den früheren Philosophien, dass die richtungsweisende Praxis und Funktion, also solange das Geld *für* etwas aufgehoben wird und *in* etwas investiert werden soll, positiv besprochen wird, wohingegen das Sparen um seiner selbst willen stark kritisiert wird.

Unter anderem Aristoteles, Thomas von Aquin, Marx und Simmel beschäftigen sich intensiv mit dem Moment, in dem das Geld vom Mittel zum Zweck

⁵ Sehr anschaulich heißt es hier, dass das Geld „aus einer dauerhaften Materie bestehen [muß], die nämlich durch den Gebrauch nicht leicht abgenutzt, noch, indem es aufgehoben wird, verderben kann. [...] Daher läßt sich leicht schliessen, daß Gold und Silber sich zum Gelde am besten schicke“ (ebd., Kursivierung im Original).

wird. Die Abneigung gegen diese Verschiebung manifestiert sich deutlich, wenn zum Beispiel die Rede von Irrsinnigkeit ist, wenn Werte wie Notwendigkeit und Ehrenhaftigkeit hochgehalten oder wenn die Typen des Geldgierigen und des Geizhalses als Endergebnis dieser Entwicklung beschrieben werden (vgl. Aristoteles 2010, S.94-95; Aquin 1953, S.359-360; Marx 1953, S.134 und Simmel 2000, S.313-318). Besonders spannend aus medienwissenschaftlicher Sicht erscheint die Frage, wie lange das Geld in seiner Speicherfunktion als Medium gelten kann. Konkreter: Bis wann überwindet es noch große und größer werdende Zeiträume und ab wann kann es nicht mehr als etwas gelten, das dazwischentritt? Das Paradoxe daran ist, dass es scheint, als erhöhe sich die Trag- und Reichweite und damit der leitmediale Charakter zunächst proportional zur Zeitspanne, in der das Geld gespeichert wird. Doch irgendwann kippt dieses Verhältnis, verliert das Geld seinen Symbolcharakter und wird zum Schatz im Sinne der reinen Materie. Dies geschieht zum Beispiel, wenn eine Währung so veraltet ist, dass man sie kaum mehr eintauschen kann.

In der Medientheorie heißt es, dass alle Medien dem Kommunizierten eine Form auferlegen; äquivalent dazu erlegt das Geld jeder Ware einen Wert oder einen Preis auf, worin die Waren sich vergleichen und messen lassen und sich nach Marx alle Waren auflösen (vgl. 1953, S.60). Realisiert aber werden diese Werte und Preise erst in der Zirkulation: „Der Preis erscheint zunächst als ideale Bestimmung der Ware; aber das gegen die Ware getauschte Geld

ist ihr realisierter Preis, ihr wirklicher Preis. Der Preis erscheint daher ebenso sehr außer und unabhängig neben der Ware, wie ideell an ihr existierend. Wenn sie nicht in Geld realisiert werden kann, hört sie auf, zirkulationsfähig zu sein, und ihr Preis wird nur imaginär“ (ebd., S.113). Ähnliches mag auch für das Geld in Form seiner Währung gelten: Wenn es sich nicht in der Zirkulation befindet beziehungsweise aus der Zirkulation entnommen und beiseitegelegt wird, dann kann es seinen Bezug zu den Waren und damit seinen Nutzen, seine Reichweite sowie auch seine Verbindung zu dem Kommunizierten verlieren – all das, was sein Potenzial als Medium oder als Leitmedium ausmacht.

Fazit: Das Geld als Leitmedium?

Gerade im letzten Punkt wird deutlich, wie problematisch die Bestimmung des Geldes als Medium sein kann. Hinzu kommt, dass nicht nur die Medieneffinition in 69 Schritten, sondern auch die ‚Nicht-Existenz‘ einer einheitlichen Geldtheorie aus dem Bereich der Volkswirtschaftslehre eindrucksvoll die Schwierigkeit des Unterfangens zeigen, Medien wie Geld begrifflich zu fassen. Beides zusammen zu denken erscheint demnach als ungleich größere Herausforderung. Was aber in der Auseinandersetzung mit der Medialität des Geldes klar wird, ist, dass es mediale Spezifika gibt, die auch Spezifika des Geldes sind, und dass sich in allen nun erörterten Aspekten beim Geld eine große Reichweite, ein hoher Nutzen

und/oder eine starke Bindungskraft ausmachen lassen. Daher lässt sich konstatieren, dass das Geld zwar nicht *per se* als Medium fungiert, dass es aber zumal in seinen Hauptfunktionen Tausch, Recheneinheit und Wertspeicherung respektive als Mittler, Symbol und Schatz mediale Merkmale aufweist und diese in den diversen Radialen weitgehend auch Merkmale eines Leitmediums sind.

Was die Auseinandersetzung aber auch beweist, ist, dass das ‚gemeinsame Feld‘ von Geld und Medien sowie auch die Grenzen dieses Feldes längst nicht hinreichend erforscht wurden. Wie Jens Schröter konstatiert, kann man sich trotz der offensichtlichen Verbindung zwischen dem ökonomischen und dem medientheoretischen Diskurs und trotz des Umstands, dass Geld hier den Überschneidungsbereich markiert, „des Eindrucks einer Geldvergessen-

heit“ (2018, S.60) in der Medienwissenschaft kaum erwehren. Während in der Ökonomie schon früh vom Geld als Medium die Rede ist, scheint man sich hier vor der Frage, was dessen spezifische Medialität ausmacht, wo sie beginnt und aufhört, zu scheuen. Dabei verspricht eine eingehende Beschäftigung mit diesen Fragen zum einen die Schärfung des Medienbegriffs und zum anderen ein besseres Verständnis davon, wie Geld in unserer Gesellschaft, im Dazwischen, in seinen verschiedenen Formen sowie in Momenten der Zirkulation und Akkumulation wirkt. Der Beitrag hat sich zunächst basierend auf dem Forschungsstand auf die medialen Aspekte der klassischen ökonomischen Funktionen des Geldes konzentriert; natürlich aber weist das Geld zudem ganz andere Dimensionen – nicht zuletzt auch eine ästhetische – auf. Und auch deren Untersuchung steht noch aus.

Literatur

Aristoteles: *Nikomachische Ethik*, Philosophische Schriften (Band 3). Hamburg: Meiner, 1995 (350 v. Chr.).

Aristoteles: *Politik: Schriften zur Staatstheorie*. Stuttgart: Reclam, 2010.

Aquin, Thomas von: „Recht und Gerechtigkeit.“ In: *Die deutsche Thomas-Ausgabe* (Band 18). Heidelberg (u.a.): Gemeinschaftsverlag Kehrle/Pustet, 1953.

Baudrillard, Jean: *Der symbolische Tausch und der Tod*. Berlin: Matthes & Seitz, 2005 (1976).

Braun, Christina von: *Der Preis des Geldes: Eine Kulturgeschichte*. Berlin: Aufbau, 2012.

Eposito, Elena: „Die normale Unwahrscheinlichkeit der Medien: Der Fall des Geldes.“ In: Münker, Stefan/Roesler, Alexander (Hg.): *Was ist ein Medium?* Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2008, S.112-130.

Foucault, Michel: *Die Ordnung der Dinge: Eine Archäologie der Humanwissenschaften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1999 (1966).

Gernalzick, Nadja: „Medium Geld.“ In: Schröter, Jens/Schwering, Gregor/Stäheli, Urs (Hg.): *Media Marx: Ein Handbuch*. Bielefeld: transcript, 2006, S.85-103.

- Hetzl, Andreas: „Georg Simmel: Philosophie des Geldes“ (1900). In: Gamm, Gerhard/Hetzl, Andreas/Lilienthal, Markus (Hg.): *Hauptwerke der Sozialphilosophie*. Stuttgart: Reclam, 2001, S.72-92.
- Hörisch, Jochen: *Gott, Geld, Medien: Studien zu den Medien, die die Welt im Innersten zusammenhalten*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2004.
- Hörisch, Jochen: „Geld.“ In: Schröter, Jens (Hg.): *Handbuch Medienwissenschaft*. Stuttgart/Weimar: J.B. Metzler, 2014, S.239-244.
- Illouz, Eva: *Der Konsum der Romantik. Liebe und die kulturellen Widersprüche des Kapitalismus*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2007 (1997).
- Illouz, Eva: *Gefühle in Zeiten des Kapitalismus. Adorno-Vorlesungen 2004*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2007.
- Jürgens, Christian: „Future Credit: Einige Überlegungen zum digitalen Geld.“ In: Maresch, Rudolf/Werber, Niels (Hg.): *Kommunikation, Medien, Macht*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1999, S.245-264.
- Kant, Immanuel: *Die Metaphysik der Sitten*. Stuttgart: Reclam, 1990 (1797-1803).
- King, William: „The Circulating Medium.“ S.l.: s.n., 1832.
- Krämer, Sybille: *Medium, Bote, Übertragung: Kleine Metaphysik der Medialität*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2008.
- Leschke, Rainer: „Form als Leitmedium oder Die Ordnung nach dem Verschwinden der Mediendispositive.“ In: Müller, Daniel/Ligensa, Annemone/Gendolla, Peter (Hg.): *Leitmedien* (Band 2). Bielefeld: transcript, 2009, S.31-52.
- Luhmann, Niklas: *Die Wirtschaft der Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1996 (1994).
- Marx, Karl: *Grundrisse der Kritik der politischen Ökonomie*. Frankfurt/Wien: Europäische Verlagsanstalt und Europa Verlag, 1953 (1857/1858).
- McLuhan, Marshall: *Die magischen Kanäle: Understanding Media*. Düsseldorf u.a.: Econ, 1992 (1964).
- Menger, Carl: *On the Origins of Money*. Auburn: Ludwig von Mises Institute 2009 [1892].
- Müller, Daniel/Ligensa, Annemone: „Einleitung.“ In: dies./Gendolla, Peter (Hg.): *Leitmedien: Konzepte – Relevanz – Geschichte* (Band 2). Bielefeld: transcript, 2009, S.11-28.
- N.N.: *Essay on Money, or, An Inquiry Into the Nature of the Circulating Medium*. Glasgow: A. Rutherglen & Co, 1837.
- Parsons, Talcott: „Sozialstruktur und die symbolischen Tauschmedien.“ In: Jensen, Stefan: *Zur Theorie der sozialen Interaktionsmedien*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1980 [1975], S.229-259.
- Ruchatz, Jens: „Vom Nutzen und Nachteil der Leitmedien für die Medienhistoriographie: Am Beispiel der Fotografie.“ In: Müller, Daniel/Ligensa, Annemone/Gendolla, Peter (Hg.): *Leitmedien* (Band 2). Bielefeld: transcript, 2009, S.125-146.
- Schröter, Jens: „Das Geld und die Medientheorie.“ In: *ZfM* 18 (1), 2018, S.59-72.
- Schröter, Jens: „Die Gesellschaft nach dem Geld“ (2015). <http://nach-dem-geld.de/medientheorie/> (12.10.2017).
- Schröter, Jens (Hg.): *Handbuch Medienwissenschaft*. Stuttgart: J.B.Metzler, 2014.

- Simmel, Georg: „Zur Psychologie des Geldes“. In: Rammstedt, Otthein: *Georg Simmels Philosophie des Geldes*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2003 [1889], S.267-281.
- Simmel, Georg: *Philosophie des Geldes*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2000 [1900].
- Smith, Adam: *Der Wohlstand der Nationen. Eine Untersuchung seiner Natur und seiner Ursachen*. München: Beck, 1974 [1776].
- Vief, Bernhard: „Digitales Geld.“ In: Rötzer, Florian (Hg.): *Digitaler Schein: Ästhetik der elektronischen Medien*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1991, S.140.
- Vogl, Joseph: *Das Gespenst des Kapitals*, Zürich: diaphanes, 2010.
- Weber, Thomas: „Leitmedien in der mediologischen Analyse.“ In: Müller, Daniel/Ligensa, Annemone/Gendolla, Peter (Hg.): *Leitmedien* (Band 2). Bielefeld: transcript, 2009, S.95-108.
- Winkler, Hartmut: *Diskursökonomie: Versuch über die innere Ökonomie der Medien*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2004a.
- Winkler, Hartmut: „Mediendefinition.“ In: *MEDIENwissenschaft* 21 (1), 2004b, S.9-27.
- Wolff, Christian: „Grundsätze des Natur- und Völkerrechts“. In: ders.: *Gesammelte Werke* (Band 19). Hildesheim/New York: Olms, 1980 [1754].