

# Einleitung

Dominik Schrage

*Beitrag zur Ad-Hoc-Gruppe »Konsum als Vermittler globaler und lokaler Entwicklungen: Mittelschichten im globalen Süden, Digitalisierung und andere aktuelle Fälle. Nachwuchsforum Konsumsoziologie«*

## Konsum als Vermittler globaler und lokaler Entwicklungen: Zum Thema

Gesellschaftliche Umbrüche und globale Entwicklungen manifestieren sich nicht nur häufig in veränderten Konsumaspirationen sowie -gewohnheiten größerer Gruppen, der Konsum kann, so die übergreifende These der Veranstaltung, auch selbst lokale soziale Dynamiken entfalten, die solchen globalen Trends erst ihre Tragfähigkeit verleihen. Dies zeigt sich einerseits an den aufsteigenden Mittelschichten in Schwellenländern (zum Beispiel Brasilien, China etc.), deren Konsumaspirationen und -praktiken sich häufig an als ‚westlich-modern‘ wahrgenommenen Konsummustern orientieren, aber andererseits auch schon an der ‚Studentenbewegung‘ der 1960er und 1970er Jahre, die erst dann zu einer globalen ‚Kulturrevolution‘ wurde, als ihre charakteristischen Konsumgüter (Schallplatten, Kleidermode, Ernährung, Individualreisen) und zunächst provokativen Konsumstile sich über Milieugrenzen hinweg verbreiteten. Das Bewusstsein, an einer globalen Entwicklung mittels Konsum vor Ort teilzuhaben, ist in beiden Fällen offensichtlich relevant.

Lange Zeit schienen ein globaler, aber auf ein in den westlichen Industrieländern situiertes Mittelschichtpublikum zugeschnittener Konsumgütermarkt und globale, aber ebenfalls auf dieses fokussierte Massenmedien die materielle und symbolische Rahmung des modernen Massenkonsums abzugeben. Dieses Modell scheint derzeit in zwei Hinsichten fraglich zu werden. Neben dem erwähnten und vielfach schwierigen Aufstieg von Mittelschichten im globalen Süden ist es die Digitalisierung des Konsums, die die Landschaft tiefgreifend transformiert: Die one-to-many-Struktur der Massenmedien weicht zunehmend den Netzwerkstrukturen der *social media*, in denen neben menschlichen Akteuren Algorithmen in die (nicht immer als solche erkennbare) werbliche Kommunikation eingebunden sind. Mit Internet und *social media* erlangen Konsumobjekte, Konsumoptionen und Konsumchancen auf eine bis dato unbekannte Weise Präsenz in den Kommunikationsbeziehungen. Zugleich gelangen Informationen über die sozialen und ökologischen Bedingungen der Produktion dieser Konsumobjekte ‚näher‘ an die KonsumentIn, die im globalen Norden verstärkt in einen politischen Diskurs um Verantwortungszurechnung eingebunden wird. Konsum erscheint so als eine Dimension, an der das Kongresssthema, der Wandel und die Verflochtenheit unterschiedlicher räumlicher und zeitlicher Ebenen, exemplarisch ausgeleuchtet werden kann.

## Zum Ablauf

Die Ad hoc-Gruppe war als ein Forum zur Präsentation laufender und geplanter Arbeiten jüngerer ForscherInnen konzipiert, die an Dissertationen oder Habilitationsschriften arbeiten. An der Organisation und Durchführung waren Marianne Heinze (Dresden/Berlin), Anne-Kathrin Hoklas (Dresden), Marius Meinhof (Bielefeld) und Dominik Schrage (Dresden) beteiligt. Ziel war es, sich über neue Entwicklungen im globalen und digitalen Konsum sowie in der Konsumsoziologie auszutauschen, wobei sowohl theoretische Referenzkonzepte als auch methodische Zugänge interessierten. Das Thema war vor diesem Hintergrund bewusst allgemein gewählt, was im Call for Papers auch entsprechend kommuniziert wurde. Bei der Konzeption des Programms wurde entschieden, dass möglichst alle eingereichten Vorschläge berücksichtigt werden sollen, um einen breiten Austausch mit am Themenfeld Interessierten zu ermöglichen. Entsprechend hatte die Gruppe das Ziel, eine gemeinsame inhaltliche Arbeit am Thema eher vorzubereiten als selbst zu leisten, denn dies wäre angesichts der knappen Zeit und der dann angenommenen neun Beiträge nicht möglich gewesen. Um allen Interessierten bereits vor der Veranstaltung einen Einblick in die vorgestellten Projekte zu ermöglichen und die Zeit so optimal auszunutzen, wurden alle Beitragenden gebeten, das auf den Call eingesandte Papier auf bis zu fünf Seiten zu erweitern, diese Papiere wurden vorab online zum Download bereitgestellt (siehe <https://tu-dresden.de/gsw/phil/iso/tuk/forschung/Aktuelles>).

Während der Veranstaltung wurden die Beiträge in drei thematische Gruppen zusammengestellt und alle TeilnehmerInnen hatten jeweils die Gelegenheit, in wenigen Minuten auf ihr vorab zur Verfügung gestelltes Papier Bezug zu nehmen, am Ende der mit jeweils drei Beiträgen bestückten Gruppen gab es dann die Gelegenheit für eine Diskussion.

Die erste Gruppe zum Thema „Soziale Milieus und Konsumformen im Wandel“ wurde von Marius Meinhof moderiert, hier stellte Florian Stoll (Bayreuth) sein Projekt „Mittelschicht-Milieus, Konsum und ‚totemische‘ Objekte im urbanen Kenia“ vor, Aris Harkat (Berlin) referierte zu „Algerien und die gesellschaftlichen Folgen von Massenkonsum“ und Darja Klingenberg (Frankfurt am Main) sprach zu ihrem Projekt „Der Materialismus migrantischer Mittelschichten. Vom Anspruch auf ‚normalen Lebensstandard‘ und dem Vorwurf der Wirtschaftsmigration“.

Die zweite thematische Gruppe betraf die „Konstruktion von Konsumentenbildern“, hier moderierte Anne-Kathrin Hoklas. Antonia L. Krummheuer (Aalborg) berichtete über ihr Projekt „Die Konstruktion des Kunden im Spannungsfeld von Dis/ability und Un/abhängigkeit – ein ethnomethodologische Perspektive auf assistierte Einkaufsinteraktionen“, Marianne Heinze (Dresden/Berlin) sprach zum Thema „Verantwortung tragen – Schlaglichter auf die gegenwärtige Debatte um nachhaltigen Konsum“ und Stefanie Strulik (Genf) stellte ihr Projekt „ ‚A Cool Dude Has Cash, Bike, iPhone and a Girl‘. Muslim Middle Class and Dating in Lucknow“ vor.

Der dritte Themenblock „Rahmungen von Konsumakten – Inszenierung, Digitalisierung, Zeitlichkeit“ wurde von Marianne Heinze moderiert. Marius Meinhof (Bielefeld) sprach hier zum Thema „Wählen als situiert hervorgebrachte Aktivität“, Paul Eisewicht (Dortmund) stellte sein Projekt „Die Transformation des Konsumhandelns in medientechnischen Rahmen – zur Digitalisierung von Konsum“ vor und Anne-Kathrin Hoklas (Dresden) skizzierte Überlegungen zu einem Projekt zum Thema „Nostalgischer Konsum im digitalen Zeitalter“.

Abschließend diskutierten Vortragende und Publikum, angeregt durch Impulsreferate von Marius Meinhof, Anne-Kathrin Hoklas und Marianne Heinze, übergreifend zu den in den Beiträgen eingebrachten Anregungen. Insbesondere ging es dabei um die Frage, inwiefern die in den Beiträgen vorgestellten Phänomene, Zugänge und Thesen zur übergreifenden Fragestellung nach dem Konsum als

Vermittler beitragen können. Als ein roter Faden durch die Vorträge und Diskussionen zog sich die Frage nach dem Verhältnis von Konsumdiskursen und -praktiken: Inwiefern ‚realisieren‘ Praktiken des Konsumierens diskursiv vermittelte Vorstellungen, Leitbilder oder Ansprüche auf Identität, soziale Teilhabe oder Status – und welche bedeutungstragende Rolle kommt dabei den im Konsum verfügbar werdenden (oder nicht verfügbaren) Konsumobjekten zu? Die Fülle der in dem extrem dichten Programm eingebrachten Anregungen zum Thema und Bezüge zwischen den vorgestellten Projekten führte uns dann zu der Überlegung, die Diskussion im Rahmen einer Tagung der AG Konsumsoziologie weiter zu verfolgen, die aller Voraussicht nach 2020 in Dresden stattfinden wird.