

LAMLA, JÖRN

VERBRAUCHERDEMOKRATIE. KONSUMPRAKTIKEN UND KONFLIKTDYNAMIKEN IM KULTURELLEN KAPITALISMUS

Jörn Lamla, Justus-Liebig-Universität Gießen, Institut für Soziologie, Joern.Lamla@sowi.uni-giessen.de

AD-HOC-GRUPPE 28: ABENTEUER KAPITALISMUSKRITIK – NEUE UNSICHERHEITEN, NEUE POTENZIALE?

Die Verbraucher stehen im Fokus der konzernkritischen Kampagnen zivilgesellschaftlicher Protestbewegungen. Sie stehen aber auch bei jenen hoch im Kurs, die Marktelemente in staatliche Verwaltungen und soziale Dienste integrieren. Ihre Lebens- und Konsumstile sind ein gewichtiges Problem für jede Nachhaltigkeitsstrategie. Zugleich heizt die ökonomische Prekarisierung die in der Konsumsphäre ausgetragenen Statuskämpfe weiter an. Corporate Citizenship und Corporate Social Responsibility sind Beispiele einer Global Governance, die auch Verbraucher einbezieht. Und mittels der Infrastrukturen des Internets können diese sich zu neuen Aktivbürgern entwickeln.

Verbraucher sind nicht nur Projektionsfläche für Verantwortungszwänge, die sich einem „gouvernementalen“ Subjektivierungstrend einfügen. Indem sie Erfahrungen sammeln, Alltagstaktiken entwickeln und Enttäuschungen verarbeiten, können sie sich zu kompetenten Marktbürgern bilden. Aktivierungen und kommunikative Einbindungen steigern potentiell auch ihre Autonomie gegenüber Anbietern und Angeboten. Doch hängt dies von zahlreichen Parametern ab, unter denen der Verbraucheröffentlichkeit besonderes Gewicht zukommt. In Anlehnung an die Studie von Boltanski und Chiapello zum „neuen Geist des Kapitalismus“ verfolge ich die These, dass sich im gegenwärtigen Kapitalismus eine „*verbraucherorientierte Polis*“ formiert, in der unterschiedliche, nicht selten widersprüchliche Begehrlichkeiten und Kritiken aufeinander treffen. Welches Spektrum an Institutionalisierungspfaden sich in dieser Verbraucherdemokratie abzeichnet, wird an Kritik- und Wandlungsszenarien des kulturellen Kapitalismus idealtypisch dargelegt.