

- Call for Papers -

„Die Ökonomie des Konsums – der Konsum in der Ökonomie“

Tagung der
Sektion Wirtschaftssoziologie
in der Deutschen Gesellschaft für Soziologie
und der
AG Konsumsoziologie
in der Deutschen Gesellschaft für Soziologie
gemeinsam mit dem
Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung

Harnack-Haus, Berlin, **06./07. November 2009**

Ohne Konsum keine Wirtschaft! Dies hatte schon Adam Smith in *The Wealth of Nations* konstatiert: „Consumption is the sole end and purpose of all production; and the interest of the producer ought to be attended to, only so far as it may be necessary for promoting that of the consumer.“ In der deutschen Wirtschaftssoziologie findet der Themenbereich Konsum freilich noch wenig Beachtung, da bislang die „Produktionsseite“ der Wirtschaft sowie deren Institutionen im Vordergrund stehen. Allerdings zeichnet sich in der neuen Wirtschaftssoziologie eine stärkere Berücksichtigung des Verhältnisses von Wirtschaft, Kultur und Lebensstilen ab. Auch in der Konsumsoziologie wird dem Phänomen „Verbrauch/Konsum“ nachgegangen. Die anfängliche Dichotomie von Verbraucherverhaltensforschung einerseits und Konsumkritik andererseits spielt dabei keine Rolle mehr. Vielmehr wird Konsum umfassend als Schnittpunkt zwischen (Markt-)Wirtschaft, (Alltags-)Kultur und den „feinen Unterschieden“ sozialer Ungleichheit untersucht. Insbesondere im anglo-amerikanischen Raum hat die Konsumforschung dabei beachtliche Resultate hervorgebracht.

Die Tagung „Die Ökonomie des Konsums – der Konsum in der Ökonomie“ findet in Kooperation der Sektion Wirtschaftssoziologie, der AG Konsumsoziologie und dem Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung statt. Die Tagung soll einen aktuellen Einblick in den interdisziplinären und internationalen Stand der Konsumforschung geben und deren Verbindungslinien zur Wirtschaftssoziologie und politischen Ökonomie aufzeigen. Im Kern geht es um eine Bestandsaufnahme zum Verhältnis von Wirtschaft, Markt und Konsum.

Sowohl die Wirtschaftssoziologie als auch die Konsumforschung sind interdisziplinäre Forschungsfelder. Zu der Tagung können daher nicht nur Beiträge aus der Soziologie, sondern auch solche aus angrenzenden Disziplinen wie der Kulturanthropologie, der Wirtschaftsgeschichte, den Wirtschaftswissenschaften usw. eingereicht werden.

Mögliche Fragestellungen für Vorträge können sein:

Wie ist das Verhältnis von Konsum und Wirtschaft aus soziologischer Perspektive zu denken? Welche Problemdefinitionen, theoretischen Zugänge und Forschungsperspektiven bieten sich an?

Was sind marktsoziologische Perspektiven auf den Konsum und konsumsoziologische Perspektiven auf den Markt?

Wieso erwerben Verbraucher Güter, die sie funktional nicht benötigen? Wie wird diese Nachfrage erzeugt und welche Rolle spielt sie für die Reproduktion kapitalistischer Ökonomien?

Ist das Phänomen Konsum geeignet (und wenn ja: wie), um im Rahmen der Wirtschaftsanalyse die Bedeutung z. B. von Medien, Werbung, Lebensstilen für die Ökonomie zu erforschen?

In welchem Verhältnis stehen Geld und Konsum? Welche Praxisformen des Konsums sind für die Soziologie des Geldes beachtenswert? Und wie hat sich das Medium Geld auf die Form des modernen Konsums ausgewirkt?

Welche Rolle spielen Institutionen, Regeln, Rituale, Konventionen in der Wirtschaft für die Strukturierung des täglichen Konsums und umgekehrt?

Wie und wodurch ist Konsum – historisch betrachtet – für Wirtschaftssysteme bedeutsam gewesen, und wie haben unterschiedliche Wirtschaftsformen auf den Konsum eingewirkt?

Wie formieren sich Konsumenten? Durch welche Praktiken, Dispositive und Diskurse werden Individuen zu Konsumenten? Gibt es eine Theorie der Konsumentensozialisation?

Solchen Fragestellungen soll im Rahmen der gemeinsamen Tagung des Max-Planck-Instituts für Gesellschaftsforschung, der AG Konsumsoziologie und der Sektion Wirtschaftssoziologie nachgegangen werden. Es handelt sich dabei zugleich um die Sektionstagung der Sektion Wirtschaftssoziologie für das Jahr 2009. Die Auswahl der vortragenden Teilnehmer findet auf Grundlage von zweiseitigen Exposees statt (ca. 1000 Wörter), die auf Englisch oder Deutsch formuliert sein können. Besonders erwünscht sind Beiträge zu empirischen Forschungen in diesem Bereich. Konzeptionelle Beiträge sollen theoretische Überlegungen auch an empirischen Gegenstandsbereichen erläutern. Überdies sind Vertreterinnen und Vertreter angrenzender Disziplinen eingeladen, Exposees einzureichen, um mit Bezug auf die Konsum- und Wirtschaftssoziologie den Stand und die interdisziplinären Perspektiven aus ihrem Forschungsbereich vorzustellen. Zwei der Vorträge sollen von Promovierenden gehalten werden, die einen Einblick in ihre laufenden Forschungsprojekte geben.

Die Exposees müssen bis zum **1. April 2009** elektronisch (WORD- oder pdf-Format) an folgende Adresse gerichtet werden:

Christine Claus
(Sekretariat Prof. Jens Beckert)
claus@MPIfG.de

Die Benachrichtigung der Annahme des Vortrags erfolgt im **Mai 2009**. Die vollständigen zum Vortrag angenommenen Papers müssen bis zum **1. September 2009** eingereicht werden. Die Papers werden den Tagungsteilnehmern im Vorfeld zugänglich gemacht.