
Berliner Debatte Initial

1

20. Jg. 2009

Konsumzeit – Zeitkonsum

Rosa, Lorenz

Schneller
Kaufen!

Wollscheid

Lese-Zeit

Hellmann

Konsum
und Zeit

Tocqueville

Die Befreiung
der Sklaven

Lauermann

Vierzig Jahre 1968

Literaturüberblick

Berliner Debatte Initial 20 (2009) 1

Sozial- und geisteswissenschaftliches Journal

© GSFP – Gesellschaft für sozialwissenschaftliche Forschung und Publizistik mbH. Herausgegeben im Auftrag des Vereins Berliner Debatte INITIAL e.V., Präsident Peter Ruben. *Berliner Debatte Initial* erscheint alle zwei Monate.

Redaktion: Harald Bluhm, Ulrich Busch, Erhard Crome, Birgit Glock, Wolf-Dietrich Junghanns, Cathleen Kantner, Thomas Müller, Ingrid Oswald, Dag Tanneberg, Udo Tietz, Andreas Willisch, Rudolf Woderich

Lektorat: Gudrun Richter

Redaktionelle Mitarbeit: Karsten Malowitz,

Website: Matthias Weinhold

Produktion: Rainer Land

Verantwortlicher Redakteur: Jan Wielgohs

Verantwortlich für dieses Heft (V.i.S.P.):

Ingrid Oswald

Copyright für einzelne Beiträge ist bei der Redaktion zu erfragen.

E-Mail: redaktion@berlinerdebatte.de

Internet: www.berlinerdebatte.de

Preise: Einzelheft ab 2009 (160 Seiten): 15 €; bis 2008: Einzelheft 10 €, Doppelheft 20 €

Einzelhefte werden per Post mit Rechnung verschickt.

Jahresabonnement: 2009 unverändert: 39 €; Ausland zuzüglich Porto. Studenten, Rentner und Arbeitslose 22 €, Nachweis beilegen. Ermäßigte Abos bitte nur direkt bei *Berliner Debatte Initial* per Post oder per Fax bestellen.

Das Abonnement gilt für ein Jahr und verlängert sich um jeweils ein Jahr, wenn nicht sechs Wochen vor Ablauf gekündigt wird.

Bestellungen Einzelhefte, Abos und pdf-Dateien per Mail an:

leidenschaften@berlinerdebatte.de

Tel.: +49-39931-54726, **Fax** ...-54727

Post: PF 58 02 54, 10412 Berlin

Abo-Bestellungen auch direkt bei INTER ABO, PF 360520, 10975 Berlin; Tel. (030) 61105475, Fax (030) 61105480.

Autorenverzeichnis

Peter Bartelheimer, Dr.,
Soziologe, Soziologisches Forschungsinstitut
Göttingen (SOFI)

Meinhard Creydt, Dr.,
Soziologe, Psychologe, Berlin

John Andreas Fuchs, M.A.,
Lehrbeauftragter für Geschichte und Amerikanistik,
Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

Kai-Uwe Hellmann, Dr. habil.,
Soziologe, TU Berlin und Institut für Konsum-
und Markenforschung (IKM)

Skadi Krause, Dr.,
Politikwissenschaftlerin, Berlin

Manfred Lauermann, Dr.,
Soziologe und Ideenhistoriker, Hannover

Jens Lönneker, Dipl.-Psychologe,
„rheingold“ – Institut für qualitative Markt- und
Medienanalysen GmbH & Co. KG, Köln

Stephan Lorenz, Dr. phil.,
Soziologe, M.A., Friedrich-Schiller-Universität
Jena

Thomas Marxhausen, Prof. Dr.,
Wirtschaftswissenschaftler, Halle (Saale)

Stefan Militzer,
Publizist, Frankfurt am Main

Jörg Nicht, M.A.,
Erziehungswissenschaftler, Freie Universität
Berlin

Hartmut Rosa, Prof. Dr.,
Soziologe und Sozialphilosoph, Friedrich-
Schiller-Universität Jena

Cristóbal Rovira Kaltwasser, Dr. des.,
Soziologe, Wissenschaftszentrum Berlin für
Sozialforschung (WZB)

Hanno Sauer, M. A.,
Philosoph, Johann Wolfgang Goethe-Universität
Frankfurt am Main

Dominik Sommer,
Dipl.-Sozialwissenschaftler, Berlin

Sabine Wollscheid, Dr. phil.,
Soziologin, NOVA – Norwegian Social Research,
Oslo

Konsumzeit – Zeitkonsum

Zusammengestellt von Kai-Uwe Hellmann und Ingrid Oswald –

Editorial	2	<i>Dominik Sommer</i> Die getarnte Spekulation. <i>Worst Case-</i> Analysen und imperiale Hegemonie im neokonservativen Diskurs	78
KONSUMZEIT – ZEITKONSUM			
<i>Jens Lönneker</i> Die Verknappung der Zeit. Vom Konsumieren in neuen Zeitrhythmen	4	<i>Stefan Militzer</i> Vom Nutzen und Nachteil des Kulturkampfes für den Liberalismus	85
<i>Hartmut Rosa, Stephan Lorenz</i> Schneller kaufen! Zum Verhältnis von Konsum und Beschleunigung	10	<i>Meinhard Creydt</i> Die Entwertung des ‚Egoismus‘	92
<i>Sabine Wollscheid</i> Literaturkonsum und Lesezeit	19	<i>Peter Bartelheimer</i> Gut beraten? Gut vermittelt? Arbeitsagenturen und Grund- sicherungsträger als Dienstleister	102
<i>Kai-Uwe Hellmann</i> Konsum und Zeit	30		
REZENSIONEN UND BESPRECHUNGEN			
TOCQUEVILLE			
<i>Skadi Krause</i> Freiheit, Gleichheit und Sklaverei Tocquevilles Artikel über die Befreiung der Sklaven	40	<i>Manfred Laueremann</i> Vierzig Jahre 1968 Ein Literaturüberblick	111
<i>Alexis de Tocqueville</i> Die Befreiung der Sklaven Sechs Artikel aus dem Jahre 1843	44	Karl Marx: <i>Das Kapital</i> Zweiter Band. Hamburg 1885 in: MEGA II/13 Rezensiert von <i>Thomas Marxhausen</i>	150

<i>John Andreas Fuchs</i> Das letzte Imperium? Imperiale Erfahrungen im heutigen US-amerikanischen Diskurs	63	Werner Helsper, Heinz-Herrmann Krüger et al.: Unpolitische Jugend? Eine Studie zum Verhältnis von Schule, Anerkennung und Politik Rezensiert von <i>Jörg Nicht</i>	153
<i>Cristóbal Rovira Kaltwasser</i> Populismus: Jenseits von Dämonisierung und Vergötterung	69	Cass R. Sunstein: Gesetze der Angst Jenseits des Vorsorgeprinzips Rezensiert von <i>Hanno Sauer</i>	156

Editorial

Befasst man sich mit dem Thema „Konsum“ und seiner Erforschung, trifft man auf eine Vielzahl von Fragestellungen. Denn Konsum geschieht quasi überall, jederzeit und schließt kaum jemanden völlig aus. So hat Hazel Kyrk schon 1923 in ihrem Klassiker *A Theory of Consumption* formuliert: „Denn Konsumenten sind wir alle; Konsumenten sind einfach die allgemeine Öffentlichkeit.“ Freilich ist nicht alles gleichermaßen gut untersucht, und hierzu zählt der Zusammenhang von Konsumzeit und Zeitkonsum.

So gibt es gerade zum Verhältnis von Konsum und Zeit im deutschsprachigen Raum kaum Beiträge, geschweige denn eine eigenständige Forschungstradition. Anders schaut dies für den angelsächsischen Sprachraum aus, wenngleich auch dort dem Zeitbezug von Konsum nicht übermäßig viel Aufmerksamkeit entgegengebracht wird. Dies mag daran liegen, dass Zeit eine geradezu allgegenwärtige Qualität besitzt, allem immer schon zugrunde liegend, weshalb wir der Gegebenheit von Zeit kaum noch Beachtung schenken, ähnlich wie beim Raum. Dennoch ist die Relevanz von Zeit für den Konsum immens, primär als intervenierende Variable, aber auch als konkrete, mitunter sogar reflexive Referenz, etwa wenn Zeit selbst zum Gegenstand von Konsum wird, mehr noch, wenn Zeit für den Konsum knapp wird. Dabei kann man konzeptionell zwischen einer Makro- und einer Mikroperspektive unterscheiden.

Bei der Makroperspektive werden ganze Epochen unterschieden, soweit es das Verhältnis von Konsumzeit und Zeitkonsum betrifft, gewissermaßen Kondratieff'sche Zeit-Konsum-

Zyklen und dergleichen mehr. Freilich wirken auch solche universellen Zeitrahmen bis auf die Mikroebene hinab. Bei der Mikroperspektive werden Wochen, Tage, Stunden, Minuten und Sekunden gemessen, also Zeit-Konsum-Einteilungen im Mikrobereich. Hier geht es um die Betrachtung von Mikrozeit als Taktgeber, Konditionierungsinstrument, Sozialisierungseffekt, Medium und Orientierungsmaßstab des täglichen Konsumierens. Der Zusammenhang von Konsum und Zeit wirkt dann eher kleinteilig, überwiegend im Verborgenen sich entfaltend. Zudem kann Zeit als Ordnungsfaktor, als Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsschema des Konsums diskutiert werden, bis hin zu der Möglichkeit, als Subjektivierungstechnik zu fungieren. Und in Anlehnung an Foucault könnte man sogar von einer „Zeitordnung der Konsumdinge“ sprechen. All das sind mögliche Anknüpfungspunkte für eine Beschäftigung mit dem Zusammenhang von Konsumzeit und Zeitkonsum.

Eröffnet wird der Schwerpunkt mit einem Beitrag von *Jens Lönneker*, der sich aus Sicht der Marktforschung mit dem Zusammenhang von Individualisierung, Arbeit, Konsum und Zeit beschäftigt. Dabei geht es ihm vor allem um den Stressfaktor, der mit dem „Schnellerlaufen“ der Zeit verbunden wird. *Hartmut Rosa* und *Stefan Lorenz* haben sich der Frage zugewandt, inwiefern man von einer Beschleunigung des Konsums sprechen kann. Hierzu diskutieren sie zunächst Arbeit, sodann Konsum im Rahmen einer Theorie der Beschleunigung. *Sabine Wollscheid* stellt anschließend die Ergebnisse einer eigenen Untersuchung zum Verhältnis von Literaturkonsum und Lesezeit vor, die

international vergleichend angelegt war. Den Abschluss dieses Themenschwerpunktes bildet ein Überblick von *Kai-Uwe Hellmann* zum Stand der Konsum-Zeit-Forschung, die vor über 30 Jahren in den USA ihren Ausgang genommen hat.

Der zweite Teil dieser Ausgabe enthält sechs Aufsätze von *Alexis de Tocqueville* zur Abschaffung der Sklaverei, die hier, übersetzt und eingeleitet von *Skadi Krause*, erstmals in deutscher Sprache vorgelegt werden. Klassische Theoretiker nicht von ihren Hauptwerken, sondern gleichsam von der Seite, von ihren kleineren Schriften her zu erschließen, ist eine inzwischen vielfach bewährte Aneignungspraxis, die sich auch im Falle dieses ersten großen Analytikers der modernen Demokratie lohnt. In seinem Hauptwerk über die amerikanische Demokratie untersucht Tocqueville die für ihn in der Moderne unaufhaltsam zunehmende politische Gleichheit und die dadurch entstehenden Spannungen mit der Freiheit, die er republikanisch versteht. In den aus dem Jahr 1843 stammenden Artikeln zur Abschaffung der Sklaverei plädiert er dafür, dass Frankreich in dieser Hinsicht entschlossen dem englischen Vorbild folgen soll. Er macht dafür vor allem ökonomische und politische Gründe geltend. Sein Einsatz für die Gleichheit ist freilich begrenzt, da er sich nicht gleichermaßen gegen Kolonien wendet. Dennoch hat seine Kritik

eine prinzipielle Note, weiß er doch, dass die Sklaverei ein asymmetrisches Verhältnis ist, das sich doppelt schädigend auswirkt: für den Sklaven ohnehin, aber zugleich auch limitierend auf die Seele des Herren. Als Parlamentarier engagierte sich Tocqueville politisch gegen die Sklaverei und warb für eine konsequente, aber gradualistische Reformstrategie. Zugleich gehörte er als Protagonist der zivilen Gesellschaft der *Abolitionist Movement* an, die – wie jüngere Forschungen herausstellen – als die erste NGO verstanden werden kann. Aus diesen Blickwinkeln, aber auch, weil die Haussklaverei in vielen Metropolen der westlichen Welt immer noch ein drängendes Problem ist, lohnt es sich, diese Texte neu zu lesen.

In der Nachlese zu „Neunzehnhundertachtundsechzig“ (Heft 5/ 2008) präsentiert *Manfred Lauermann* den wohl umfassendsten Überblick über 40 Jahre deutschsprachiger Literatur zu „1968“, wie er in diesem Umfang anderenorts kaum vorzufinden ist. Mehr als 200 Quellen – Monografien, Aufsätze, Sammelbände, Dokumentationen, autobiografische Schriften – sind hier aufgeführt und kommentiert.

*Kai-Uwe Hellmann, Ingrid Oswald,
Harald Bluhm*

Hartmut Rosa, Stephan Lorenz

Schneller kaufen!

Zum Verhältnis von Konsum und Beschleunigung*

Seit einigen Jahren breiten sich die Angebote von „Coffee to go“ immer weiter aus. Kaffee wird damit in eine lange Reihe bekannter Fast-food- und Fastdrink-Angebote eingereiht. Zwar war Kaffee immer schon ein dynamisierendes Getränk, das die Müdigkeit vertreibt und auf Arbeitstreffen nicht fehlen darf. Gleichwohl wird diese Bedeutung dadurch gesteigert, dass man sich mit dem Kaffeetrinken nicht mehr vor Ort aufhält, sondern dies unterwegs erledigt. Man spart sich damit zum einen die ‚Wartezeit‘ des Sitzens, erledigt das Kaffeetrinken nebenbei, während des Gehens und vielleicht noch mobilen Telefonierens („Multitasking“); und wenn man jetzt auch noch schneller trinkt, hat man die wesentlichen Umgangsformen mit Beschleunigungsanforderungen konsumierend bereits realisiert.

In den letzten Jahren hat die Soziologie verstärkt die gesellschaftliche Bedeutung des Konsums wahrgenommen. In zugespitzter Form wird in der Konsumismusdiagnose postuliert, dass das Konsumhandeln zur dominanten Handlungsform überhaupt avanciert sei, die alle Lebensbereiche durchdringe. In der Gesellschaftstheorie vertritt dies seit Ende der 1990er Jahre prominent Zygmunt Bauman (1999; 2003; 2007). Im Shopping, dem rauschhaften Gleiten von einer Wunscherzeugung und ihrer unmittelbaren Erfüllung zur nächsten, findet dieses Handeln seinen idealtypischen Ausdruck – und dies ebenso im Modegeschäft wie in der Restaurant-, Job- oder Partnerwahl. Wenn auch noch die gewonnene Freizeit in den Strudel immer neuer Erholungs-, Aktivierungs- und Kaufangebote gerät, wenn selbst das Intimleben konsumförmig organisiert

wird, wie die israelische Soziologin Eva Illouz in ihrem preisgekrönten Buch „Der Konsum der Romantik“ (2003) behauptet und wie es der Film „Shoppen“ (Regie: Ralf Westhoff) pointiert, drängt sich diese konsumistische Sichtweise geradezu auf.

Während die in der Konsumismusdebatte apologetisch (Bolz 2002) oder kritisch (Bauman) vertretenen Phänomenbeschreibungen häufig plausibel erscheinen, gilt dies für ihre theoretische Fundierung deutlich weniger. Die These der Ausweitung, ja Generalisierung des Konsumhandelns überzeugt nicht völlig. Zum einen rekurriert sie auf einen Konsumbegriff und eine Konsumentenrolle, die historisch erst mit der Massenkonsumgesellschaft ausdifferenziert wurden (Offe 1981). Seit etwa zwei Jahrzehnten werden aber verstärkt *Entdifferenzierungen* beobachtet; das heißt, die Handlungsbereiche und -rollen lassen sich immer weniger eindeutig trennen. Zum Beispiel kann man Politik konsumieren, aber auch konsumierend Politik zu machen versuchen (vgl. Lamla/Neckel 2006). Es ist nicht von vornherein plausibel, solche Veränderungen gewissermaßen aus nur einer Rollenperspektive, in diesem Falle der des Konsums, zu interpretieren. So lässt sich denn auch feststellen, dass konkurrierende Generalisierungen auch aus anderen Rollenverständnissen heraus möglich sind und verfolgt werden. Dies findet insbesondere in Zeitdiagnosen und Theorieangeboten aus der Perspektive der Arbeitsgesellschaft statt (vgl. Castel 2000; Castells 2001a,b; Boltanski/Chiapello 2003).

Im gesellschaftlichen Wandel werden Phänomene der „Verflüchtigung“ (Bauman), „Ver-

* Diese PDF-Datei enthält die letzte Fassung des Artikels. In der gedruckten Ausgabe wurde leider eine frühere Version abgedruckt, die in einigen Passagen abweicht.

netzung“ (Castells; Boltanski/ Chiapello) oder Flexibilisierung sowohl auf Seiten des Konsums als auch auf Seiten der Arbeit beobachtet. Als Alternative dazu, sie aus jeweils einer dieser bestimmten Perspektiven zu deuten, bietet es sich an, eine grundlegendere gemeinsame theoretische Basis zu finden. Ein Angebot in dieser Richtung unterbreitet die Beschleunigungstheorie (Rosa 2005). Aus ihrer Perspektive treibt nicht die Konsumorientierung die Veränderung des Kaffeetrinkens an, sondern die soziale Beschleunigung kennzeichnet auch den Kaffeekonsum.

Im Folgenden wird gezeigt, wie sich Beschleunigung als Grundzug moderner Gesellschaftsentwicklung im Konsum manifestiert und welche gesellschaftlichen wie individuellen Konsequenzen und Umgangsweisen dadurch benötigt oder herausgefordert werden. Dazu werden zunächst drei Dimensionen beschleunigten Konsums herausgestellt. Dann wird genauer herausgearbeitet, wie gesellschaftlicher Wandel aus Sicht des Konsums, aber auch aus der Arbeitsperspektive beobachtet und jeweils einseitig generalisiert wird. Dies veranlasst uns dazu, Beschleunigung als grundlegendere Perspektive einzuführen und ihr Verhältnis zum Konsum detaillierter zu bestimmen. Wie verändert sich der Konsum durch Beschleunigung? Welche Auswirkungen hat dies auf die ‚Eigenzeiten‘ bestimmter Konsumgüter? Schließlich werden einige gesellschaftliche und konsumpolitische Konsequenzen beschleunigten Konsumierens postuliert.

Sozioökonomische, kulturelle und individuelle Beschleunigung des Konsums

Die Anfänge der Entwicklung zur heutigen Konsumgesellschaft werden in der Regel im England des 18. Jahrhunderts gesehen, während man von etablierten Massenkonsumgesellschaften in Europa erst seit etwa einem halben Jahrhundert, in den USA etwas eher sprechen kann (vgl. Siegrist 1997; König 2000; Prinz 2003). Die genaue Bestimmung hängt natürlich davon ab, was unter Konsum (und Gesellschaft) verstanden wird. Hier ist primär zugrunde gelegt, dass es um eine (kommuni-

kativ und technisch, vor allem aber) marktförmig vermittelte Aneignung von Gütern oder Dienstleistungen zur privaten Nutzung geht. Wenn also der Großteil der Bevölkerung den Großteil des eigenen Verbrauchs auf diese Weise aneignet, dann rechtfertigt das den Begriff der (Massen-)Konsumgesellschaft.

Um die Zeitordnung heutigen Konsumierens zu erschließen, lassen sich drei wesentliche Dimensionen analytisch unterscheiden, die für sich und im Zusammenspiel den Konsum dynamisieren: die sozioökonomisch-strukturelle, die kulturelle und die individuelle. Die zentrale Bedeutung des Konsums in der Massenkonsumentengesellschaft setzt auf *sozioökonomischer* Ebene unter anderem voraus, dass auch ein entsprechendes Angebot bereitgestellt werden kann. Folglich muss erstens genügend produziert werden, zweitens muss es eine ausgeprägte Infrastruktur zur Distribution des Massenangebots für den Massenkonsum geben. Historisch geht man davon aus, dass zunächst Distribution (Handel, Infrastruktur, Verkehrstechnik), dann zunehmend die industrielle Produktion und schließlich der Massenkonsum entfaltet wurden (Schneider 2000). In der Beschleunigungsperspektive ist aber vor allem der *wechselseitige Antrieb* dieser drei Aspekte entscheidend: Mehr Produktion erfordert verbesserte Distributionsmöglichkeiten und forcierte Konsumtion; verbesserte Distribution regt ebenso Produktion wie Konsum an; gesteigerter Konsum evoziert ein immer schneller (re-)produziertes Angebot und treibt die Distribution an.

Dennoch sind die historisch-sozioökonomischen Verschiebungen nicht unerheblich. Zum einen dynamisiert und steigert sich der ökonomische Wettbewerb in dem Moment noch einmal, in dem so viel produziert wird, dass es eine genuine Auswahl gibt – also zum Beginn der Massenkonsumentengesellschaft. Denn nun muss der Aufwand seitens der Produzenten dafür gesteigert werden, dass gerade die eigenen Produkte, nicht die der Konkurrenz gewählt werden (Krol 1981). Ausgerechnet dann, wenn die grundlegende Versorgung gesichert ist und sich die ökonomische Situation im Sinne einer nunmehr erreichten Bedürfnisbefriedigung entspannen könnte, werden der ökonomische

* Dies ist eine elektronische Fassung, die in einigen Passagen nicht der Fassung der gedruckten Ausgabe entspricht.

Wettbewerb und die Produktivität umso mehr gesteigert.

Zum anderen verweisen die historischen Verschiebungen zugleich auf die zweite Dimension, den *kulturellen* Wandel (Schneider 2000; Wiswede 2000). Solange die industriegesellschaftliche *Produktion* im Fokus steht, dominiert eine besondere kulturelle Bedeutung der Arbeit und damit einhergehend eine asketische Moral aufgeschobener Einlösung in Aussicht stehender Gewinne (klassisch: Weber 2005). Mit dem Wandel zu einer eher hedonistischen, lustbetonten *Konsummoral* in der „Konsumgesellschaft“ werden solche ‚Verzögerungen‘ immer weniger akzeptiert. Im Übergang von der Mangel- zur Überflusgesellschaft (Galbraith 1998; Ransome 2005) verschiebt sich die kulturelle Bedeutung des Konsums, der für breite Bevölkerungsteile nach und nach einen ‚Wert an sich‘ gewinnt. Für Statusrepräsentation, Identitätsbildungen und sogar für Protestformen bedient man sich des Konsums. Nicht mehr die Erfüllung notwendiger Bedürfnisse steht im Vordergrund, sondern das Erschließen neuer Möglichkeiten. Deshalb erfährt die Orientierung am immer wieder Neue(sten) eine erhöhte Wertschätzung und wird insbesondere durch wechselnde Moden bedient. Die *individuellen* Wünsche, als dritte Dimension, werden angeregt durch die immer schneller erzeugten neuen Angebote, werden dadurch aber nicht zufriedengestellt, sondern dynamisieren ihrerseits die Nachfrage – man wünscht sich einen noch schnelleren Computer, eine noch etwas anders geschnittene Jacke etc.

Die neue Wertschätzung des Konsums geht also auch auf kultureller Ebene und in den individuellen Handlungsorientierungen mit Beschleunigungen einher. Während die sozioökonomische Entwicklung immer mehr Konsumangebote macht, z.B. immer neue Brotsorten offeriert und geradezu auf gesteigerten Konsum angewiesen ist, wird dies von einer Kultur unterstützt, die den permanenten Wandel, die Orientierung am Neuen prämiert, z.B. das Probieren neuer Geschmackserlebnisse (oder Technologien). Die Individuen erhalten dadurch die Möglichkeit, ihre kulturellen Präferenzen durch die sozioökonomisch bereitgestellten Angebote zu realisieren. Sofern

die wirtschaftliche Dynamik davon abhängt, dass die KonsumentInnen kaufen, und sofern nicht-konsumtive Alternativen zur Realisierung der kulturellen Orientierung nicht vorhanden sind (beziehungsweise ihrerseits kommerzialisiert werden), sind die Individuen sogar zum Konsum gezwungen. So kann kaum noch jemand sein eigenes Brot backen; wenigstens werden die industriell erzeugten Mehle (oder auch Brotbackmischungen) nach Rezepten vom Zeitschriften- und Buchmarkt für den eigens angeschafften Brotbackofen angerührt, um sich mit dem ‚elementaren‘ Erlebnis des Essens eigenen Brotes zu versorgen. Die Individuen haben dann, ganz im Sinne Baumans, die Auswahl im Angebot – nur nicht die Wahl, ob sie wählen oder nicht wählen, kaufen oder nicht kaufen wollen.¹ Dennoch tragen sie durch eigene, auf Steigerung orientierte Erwartungshaltungen selbst dazu bei, genau diese Dynamik voranzutreiben: es soll schon etwas Besonderes sein, dieses ‚selbst gemachte‘ Brot anbieten zu können. Entscheidend für die gesellschaftstheoretische Analyse ist deshalb vor allem die konsumierend realisierte, wechselseitig forcierte Steigerungsdynamik.

Beschleunigung von Konsum und Arbeit

Nachdem gezeigt wurde, wie unterschiedliche Dimensionen des Konsums in sich wechselseitig dynamisierende Prozesse verwoben sind, ist der Blick auf die Erklärungsperspektive der Konsumismusdiagnose zu richten. Gerade wegen der beschriebenen Wechselseitigkeit zwischen Konsum, Produktion/Arbeit und Distribution ist es nicht fraglos plausibel, die gesellschaftlichen Entwicklungen lediglich aus Konsumperspektive zu interpretieren und dabei zu generalisieren. Genau dies geschieht aber mit der Konsumismusthese, die Konsumhandeln zur paradigmatischen Handlungsform schlechthin erweitert. Dabei spitzt sie freilich den Konsumbegriff, zunächst am marktförmig organisierter Bedürfnisbefriedigung orientiert, auf shoppende Wunscherfüllung zu.² Konsum richtet sich nicht mehr nur auf Güter, die man zum (Über-)Leben notwendig braucht, sondern flexibel auf alles nur Wünschbare – sogar die Liebe.

* Dies ist eine elektronische Fassung, die in einigen Passagen nicht der Fassung der gedruckten Ausgabe entspricht.

Die Überlegung, dass eine konsumistische Erklärung gesellschaftlichen Wandels unzureichend ist, soll in zwei Schritten untermauert werden. Zuerst wird argumentiert, dass der Fokus auf Arbeit genauso relevante Gesellschaftsbeschreibungen liefert, womit ein umfassender Anspruch des Konsumismus an Überzeugungskraft verliert. Dann werden die strukturell ähnlichen Veränderungen, insbesondere Flexibilisierungen, in Konsum und Arbeit auf einen gemeinsamen Nenner gebracht, den wir in der Zeitdimension dieser Veränderungen sehen, nämlich im Prinzip der Beschleunigung.

Einige Diagnosen beobachten gesellschaftlichen Wandel zentral am Wandel der Arbeit. Exemplarisch kann auf die Studien von Boltanski/Chiapello (2003) verwiesen werden. Anhand von Vergleichen zwischen der Managementliteratur der 1960er Jahre mit jener der 1990er Jahre beobachten sie einen grundlegenden Wandel in Arbeitswelt und Unternehmensorganisation. Die Entwicklung verläuft dabei, ganz ähnlich wie auch Baumans Verflüssigungsthesen nahelegen, in Richtung auf Flexibilisierungen, die zentral mit dem Begriff der Vernetzung gefasst werden. Der Unterschied zu Bauman ist insofern wenig gravierend, als Vernetzungen als hoch flexible Strukturbildungen diagnostiziert werden, sodass die Phänomenbeschreibungen in beiden Ansätzen durchaus ähnlich ausfallen können. Dabei nimmt auch die Individualisierungstendenz zu, denn in den Netzen gibt es keine Kommandozentralen, und eine hohe Dynamik ist ebenso charakteristisch.

Boltanski/Chiapello etablieren darüber hinaus das ‚Projekt‘ als systematischen Komplementärbegriff zur Vernetzung. Gerade weil die Netzstrukturen derart – mit Bauman zu sprechen – flüchtig sind, bedarf es darin einer eigenen Operationsform, die sowohl Ressourcen und Aktivitäten bündeln als auch die flexible Netzstruktur bedienen kann. Projekte erfüllen diese Kriterien, weil sie von vornherein nur als temporäre Operationsform angelegt sind.³

Wie die Konsumismusdiagnose die Entwicklungen der Konsumgesellschaft generalisiert und noch Arbeit als konsumförmig interpretiert (Bauman 2003: 164f.), so generalisiert die

Projekt-Diagnose die der Arbeitsgesellschaft. Jedenfalls führen auch die Analysen zur gewandelten Produktions- und Arbeitswelt zu weiterreichenden Thesen – unversehens wird „das Leben als Projekt“ (Boltanski 2007) betrachtet. In beiden Fällen ist es die kapitalistische Ökonomie, die das gesellschaftliche Leben der Individuen, der „flexiblen Menschen“ (Sennett 2000) bestimmt, was aber einmal aus der Perspektive der forcierten Konsumförmigkeit, einmal aus der Perspektive gewandelter Arbeits- und Produktionsweisen interpretiert wird.

Als vorläufiger Schluss ist also festzuhalten, dass es einer allgemeineren Perspektive bedarf⁴, um die gesellschaftlichen Entwicklungen in ihrem historischen Zusammenhang zu analysieren. Die Beschleunigungstheorie versucht, eine solche zu etablieren (Rosa 2005). Das von Bauman diagnostizierte „Konsumzeitalter“, die „globale Konsumgesellschaft“, der „Konsumismus“ sind dann nicht in spezifischen Strukturzwängen des Konsums zu suchen, sondern vor allem als Dynamisierung, auch des Konsums, zu interpretieren. Dafür finden sich durchaus Hinweise bei Bauman selbst. Er betont die ‚Verflüssigungen‘ und ‚Verflüchtigungen‘, das heißt die Auflösungstendenzen, die in seiner kritischen Zeitdiagnostik vor allem Auflösungen moderner Sicherheitsstandards und gesellschaftlicher Solidaritäten meinen. Wo grundlegende Bedürfnisbefriedigungen und Sicherheiten nicht mehr in gefestigten Formen realisiert werden können, wo es keine verlässlichen Haltepunkte mehr gibt, ist es die Bewegung selbst, die aufrecht hält – solange man mithalten kann.⁵ Solange man selbst beim Wechsel der Produkte, Überzeugungen, Jobs oder Partnerschaften schneller als andere (re-)agieren kann, ist man, im Gegensatz zu diesen, auf der ‚sicheren Seite‘. Auf der Flucht vor Unsicherheiten stürzt man den Versprechen des Konsums hinterher; und sie versprechen vor allem immer wieder Neues. „Das wichtigste Mittel [...] ist dabei die Teilnahme am Rennen: Bleibt man im Rennen, so hält das den Glauben an andere Mittel und das Verlangen nach ihnen lebendig“ (2003: 89). Konsumismus meint auf individueller Ebene, dass das „Shopping“ den „Archetyp dieses Rennens“ (ebd.: 89f.) realisiert. Noch pointierter heißt es dann (ebd.: 134f.):

* Dies ist eine elektronische Fassung, die in einigen Passagen nicht der Fassung der gedruckten Ausgabe entspricht.

„Die Moderne wurde im Sternzeichen der Beschleunigung und der Landeroberung geboren, und dieses Zeichen prägt ihren Charakter, ihre Entwicklung und ihr Schicksal.“

Beschleunigung und ‚Eigenzeiten‘ des Konsums

Wenn die unterschiedlichen Deutungen von Flexibilisierungsprozessen nach einer allgemeineren theoretischen Perspektive verlangen und Beschleunigung eine solche verspricht, dann ist zu fragen, wie Konsum aus der Beschleunigungsperspektive zu interpretieren ist. Wichtige Kennzeichen beschleunigten Konsumierens lassen sich thesenartig wie folgt fassen:

Konsum als Beschleunigungsform: Im Gegensatz zum (eigenen) Herstellen ist Konsumieren selbst bereits eine Form der beschleunigten Aneignung von Gütern (und Dienstleistungen). Während die eigene Herstellung oder Zubereitung unweigerlich einen Zeitaufwand erfordert, den eigenen Beitrag am Produkt spürbar macht und damit den ‚Herstellungswert‘ betont, ändert sich dies in der Konsumgesellschaft. Hier steht das Ergebnis, das Produkt als Konsumartikel im Vordergrund, dessen Herstellung im Grunde keine Rolle für die Aneignung spielt. Man leistet einen anonymen, geldförmigen Eigenanteil zur schnellen Transaktion, mit der kaum Verbindlichkeiten einhergehen. Dies ermöglicht Beschleunigungen im Sinne einer schnellen Austauschbarkeit der Produkte (sofern man denn über das Geld dazu verfügt).

Beschleunigtes Konsumieren: Dies lässt sich in der Art des Konsumierens noch einmal steigern, indem sich die Wertschätzung vom *Besitzen* auf das – sei es praktisch, ästhetisch oder distinguierend motivierte – *Nutzen* der Güter verschiebt. Jäckel (2006: 269f.) spricht, zum Teil mit Bezug auf Schulzes „Erlebnisgesellschaft“, auch von einer zunehmenden „expressiven Funktion der Güterverwendung“. Mit Blick auf Beschleunigung geht es aber dabei nicht einfach nur um eine höhere Wertung des Genießens gegenüber dem „Haben“. *Besitzen* erzeugt eine gewisse Bindungswirkung, die allerdings erst nach dem Erwerb, im Laufe des Besitzens entsteht. Man trennt sich

nicht immer gern von gewohnten, nach und nach lieb *gewordenen* Dingen. Bloßes *Nutzen* geht solche Bindungen nicht ein. Temporäre Zwecke sollen flexibel zu verfolgen sein und ihre Erfüllung ebenso wie die Wahl der Mittel gerade keine andauernden Verbindlichkeiten mit sich bringen.

Ein Beispiel ist die Präferenzierung von Mietnutzung anstelle des Erwerbs (oder gar des Bauens) eines Hauses – eine Verschiebung in den Wertigkeiten, die auch von Boltanski/Chiappello (2003) beobachtet wird. Daran werden zum einen Fragen sozialer Ungleichheit sichtbar: Während sich manche kein Haus leisten können, wollen sich die urbanen, gehobenen ‚Trendsetter‘, die mobilen Eliten an keines binden – es sei denn an eines, das gerade die (auf Beschleunigung reaktiv bezogene) Verfügung über eine temporäre Ausstiegsoption symbolisiert.⁶

Dass Handeln und Erleben in vielerlei Hinsicht zunehmend Konsumcharakter annehmen, wie es die Konsumismusthese postuliert, ist nicht zuletzt selbst als Beschleunigungseffekt zu verstehen: Beschleunigung erfordert einen höheren Grad an Unverbindlichkeit und Austauschbarkeit auch von ‚Gütern‘, die bislang keine waren oder jedenfalls Stabilität versprochen. Beschleunigtes Konsumhandeln richtet sich nicht nur auf Güter, sondern in wachsendem Maße auf Serviceleistungen sowie Erlebnis- und Sinnangebote. Beschleunigung stellt dabei eine zentrale Ermöglichungsbedingung dafür dar, *mehr Handlungs- und Erlebnisepisoden je Zeiteinheit zu realisieren*: schneller machen (schneller essen oder lesen), Wartezeiten verkürzen (mehr Events je Urlaubstag) und ‚Multitasking‘ (Essen, Fernsehen, Zeitung lesen, E-Mails abrufen etc. zugleich).⁷

Beschleunigte Freizeit: Zeit im Sinne der metrischen Uhrzeit lässt sich nicht beschleunigen; beschleunigt beziehungsweise gesteigert werden die Handlungs- und Erlebnisepisoden je Zeiteinheit. Dies gilt auch für die Freizeit, die der Moderne ursprünglich für ‚Zeitgewinn‘, für Erholung und das Heraustreten aus dem industriellen Zeittakt stand. Jäckel (2006; vgl. Wöhler 2008) betont den engen Zusammenhang von Konsum und Freizeit; die Zunahme verfügbarer Freizeit ist Voraussetzung der

* Dies ist eine elektronische Fassung, die in einigen Passagen nicht der Fassung der gedruckten Ausgabe entspricht.

Konsumgesellschaft. Erstens braucht man Zeit, um das verdiente Geld ausgeben zu können. Dafür kommen aber nicht nur Güter in Betracht, sondern zweitens auch Möglichkeiten, diese freie Zeit auf unterschiedliche Weise konsumierend zu gestalten, sie gewissermaßen selber zu konsumieren. Auch in der Freizeit setzt sich dabei die Beschleunigung durch: man macht z.B. häufiger und kürzer statt seltener und länger Urlaub; es müssen mehr Events untergebracht werden, etc.

Beschleunigtes Kaufen: Interessanterweise lässt sich indessen in jüngster Zeit beobachten, dass *Kaufen*, das heißt das Erwerben von Gütern oder Dienstleistungen, an die Stelle ‚echter‘ Konsumtion im Sinne einer *Aneignung* tritt. Mit dem Begriff der Konsumgesellschaft wurde ein Konsumbegriff eingeführt, der insbesondere die marktförmige Organisation der Bedürfnisbefriedigung und Versorgung für den individuellen Verbrauch betont. Gleichwohl sind Kaufen und Konsumieren nicht dasselbe. Damit ist weniger auf Luxusgüter verwiesen, die nach dem Kauf im Wesentlichen repräsentativ ‚herumstehen‘, denn diese erfüllen damit immer noch eine, nämlich eine repräsentative Funktion. Die wachsende Differenz zwischen beschleunigbaren Kaufakten und invarianter und daher fehlender Konsumtionszeit tritt jedoch dort zutage, wo die Konsumforschung etwa beobachtet, dass die Zahl der ver- und gekauften Bücher zwar unaufhaltsam steigt, die der (pro Jahr und Person) *gelesenen* Bücher jedoch abnimmt.⁸ Auch die Idee und die Praxis des Shopping weisen darauf hin, dass das ‚schnellere‘ Erleben des Kaufens wichtiger wird als die tatsächliche (expressive, instrumentelle oder intensive) Nutzung des so Erworbenen. Ein nicht eingesetztes Teleskop (oder ein unbenutzt herumstehendes Laufband) etwa ist zwar gekauft, aber deshalb noch nicht *als Teleskop* (oder *als Laufband*) konsumiert. Je mehr Kleidung man erwirbt, desto seltener kann man sie tragen. Über je mehr Funktionen die technischen Geräte verfügen, desto weniger wird man sie möglicherweise nutzen, schon weil das immer neue Vertrautmachenmüssen viel zu aufwendig wird und schließlich gar nicht mehr lohnt, weil das nächste Gerät wieder ganz anders funktionieren wird. Auf diese Weise wird dann

auch die Abnahme verfügbarer Freizeit, die sich in der Zeitbudgetforschung in den letzten 15 Jahren beobachten lässt, mit der Steigerung des Kaufkonsums vereinbar. Tatsächlich hat es den Anschein, als kompensierten die Subjekte ihre fehlende Konsumzeit durch Steigerung der ‚Shoppingzeit‘ – ein beispielloser Triumph der spätkapitalistischen Funktionslogik, der darin besteht, das asketische Aktivitäts- und Akkumulationsethos hinter einem Shopping-orientierten Scheinhedonismus zu verbergen.

Insbesondere aus dem letzten Abschnitt ergeben sich bereits wichtige Hinweise auf bestimmte ‚Eigenzeiten‘ des Konsums, die auf einige Paradoxien der Dynamisierung aufmerksam machen. Dies lässt sich vor dem Hintergrund bestimmter, in der Konsumforschung diskutierter Unterscheidungen weiter verdeutlichen. Dazu zählen Differenzierungen in kurzfristigen versus langfristigen Konsum, *low cost-* versus *high cost-*Situationen, und allgemeiner noch in Veränderung versus Routine. In der Debatte zum ökologischen Konsum beispielsweise wurden Möglichkeiten „strategischer Konsumententscheidungen“ daraufhin diskutiert, wie lange Konsumgüter binden (Bodenstein et al. 1997). Die Wahl der Wohnung z.B. entfaltet offensichtlich eine längere Bindungswirkung als die des Müsliriegels. Deshalb legt man sich mit der Wohnung in ökologischer Hinsicht längerfristig fest, z.B. was die mögliche Wahl von Verkehrsmitteln, die Entfernung zum Arbeitsplatz usw. und den entsprechenden Energie- und Ressourcenverbrauch angeht. Die Konsumgüter selbst bringen also bereits eine Zeitstruktur mit, die für Beschleunigungspotenziale relevant ist. Ähnlich zielt die These von *low-cost-* beziehungsweise *high-cost-*Situationen im Konsum (vgl. Jäckel 2006: 162) darauf, dass höhere Konsumkosten, z.B. diejenigen eines Autos, stärker binden als geringe, etwa für eine Musik-CD. Demnach wäre also der Konsum von billigen und häufig zu konsumierenden Produkten leichter zu beschleunigen als teurer und langfristiger angelegter. Dabei ist freilich zu berücksichtigen, dass bestimmte Entscheidungen, die häufig und zu relativ geringen Kosten zu treffen sind, gerade wegen ihrer Alltäglichkeit auf Routinen angewiesen sind, die Veränderungen

* Dies ist eine elektronische Fassung, die in einigen Passagen nicht der Fassung der gedruckten Ausgabe entspricht.

möglicherweise schwieriger machen, als es die bloße Kostenabwägung erwarten ließe. Wie die vielen gescheiterten Diäten verdeutlichen, kann es gerade in einem Bereich relativ geringer Kosten, wie im Lebensmittelkonsum, dennoch starke Beharrungskräfte geben.

Die ‚Eigenzeiten‘ des Konsums entfalten daher eine spannungsreiche Eigentendenz gegenüber den Beschleunigungskräften, die zu durchaus beobachtbaren Verschiebungen in der Wahl von Produkten und von Freizeitaktivitäten führt.⁹ So lassen sich etwa Computerspiele oder MP3-Player kurzfristig gewinnbringend konsumieren, eine Geige oder ein Tennisschläger jedoch nicht: Letztere erfordern eine langfristige Bindung und eine hohe Energieinvestition¹⁰ des Konsumenten, ehe sie ihr Konsumversprechen einlösen, Computerspiele und Farbfernseher tun dies nicht.

Festzustellen ist also, dass unterschiedliche Konsumangebote eigene Zeitstrukturen mit sich bringen und dadurch auch die Beschleunigungsmöglichkeiten mitbestimmen: Lebensmittel müssen täglich konsumiert werden, Autos werden eher nach Jahren gewechselt, ein Haus baut man vielleicht nur einmal im Leben; Events müssen sofort ‚zünden‘, Sinnangebote eine gewisse Zeit vorhalten. Dies spricht aber nicht dagegen, dass im Rahmen dieser Zeiten dennoch je eigene Dynamisierungen wirken. Gerade dass Diäten heute in so großer Zahl zur Verfügung stehen (und zwar: immer wieder neue Diätangebote) verdeutlicht den Beschleunigungsdruck auch im Lebensmittelbereich – Diäten werden offensichtlich vor allem dann attraktiv, wenn man bereits zu viele Lebensmittel konsumiert hat. Darüber hinaus führt Beschleunigung aber auch dazu, eigenzeitliche ‚Vorgaben‘ und Rahmen gewissermaßen zu unterlaufen. Beispiele dafür wurden bereits genannt. Indem etwa der Haus- oder Wohnungsbesitz gegenüber flexiblen, temporären Nutzungsformen des Wohnens an Attraktivität verliert, wird die Besitzbindung umgangen. Auch das Auseinanderfallen von Kauf und Nutzen weist in diese Richtung: Die Eigenzeit eines Buches spielt keine Rolle mehr, wenn der Kaufakt den Konsumtionsakt ersetzt.

Konsequenzen beschleunigten Konsums

Beschleunigung erzeugt auch im Konsum gesellschaftliche wie individuelle Gestaltungsherausforderungen. Sie ist wesentlicher Teil des modernen Erfolgsmodells, das die Wahlfreiheiten in den Konsumoptionen erst ermöglichte, aber zugleich eigene gravierende Probleme sozialer wie ökologischer Art hervorbringt. Nicht zuletzt zehrt Beschleunigung an den Sinnressourcen, weil sie nie einlöst, was sie in Aussicht stellt: Ganz im Sinne Baumans heißt das konsumierende Mithalten eben nur, dass man drin ist im Rennen – aber nicht, dass man irgendwo, schon gar nicht an einem besseren Ort ankommt (‚rasender Stillstand‘).

Beschleunigung kann Zeitdruck und Zeitknappheit bedeuten, aber auch das Streben nach immer Neuem. Im ersten Fall geht es gewissermaßen um ein Getriebensein; dies betrifft den passiven Aspekt, den der potenziellen Überforderung durch Anpassungszwänge, aber auch Aspekte sozialer Anerkennung (Statussymbol Zeitmangel) und der Abwehrbestrebungen. Das zweite meint ein aktives Verlangen und bezeichnet den Verheißungsaspekt der Beschleunigung, nämlich den Wunsch und das Bestreben, immer mehr in begrenzt verfügbarer Zeit realisieren zu können. Dies ist freilich eine analytische Unterscheidung, die realiter häufig auf eng beieinander liegende Phänomene treffen wird. Auch die aktive Seite kann schnell in Überdross, Überforderung und Verpassensangst umschlagen, während das Getriebenwerden in der Konsumwelt möglicherweise dennoch Wünsche evoziert und positive Überraschungen bereithält. Zugleich ist damit eine zentrale Konfliktlinie sozialer Ungleichheit bezeichnet: Während sich die einen einem nie endenden Beschleunigungsdruck ausgesetzt sehen, sind die anderen in der Lage, als mobile Eliten Beschleunigung im Eigeninteresse nutzen zu können. Während einige Eltern an den Modedeforderungen des Schulalltags scheitern, fliegen andere zum Shoppen in die angesagten Metropolen.

Nicht immer setzen sich indessen Beschleunigungsprozesse durch; bisweilen führen sie auch in Paradoxien oder zu Widerständen, die sich in Entschleunigungseffekten und

* Dies ist eine elektronische Fassung, die in einigen Passagen nicht der Fassung der gedruckten Ausgabe entspricht.

-bestrebungen äußern. Wer in einem Konsumbereich topaktuell sein will, muss andere vernachlässigen; Beschleunigungsdruck führt zu Überforderung und Erschöpfung, was die Leistungsfähigkeit ‚mitzuhalten‘, die Kreativität und die Innovationsfähigkeit schwächt; das Zelebrieren von ‚Zeitverschwendung‘ wird zum Statussymbol. Beschleunigung ist sich zu Zeiten gewissermaßen selbst im Wege. Bislang hat das allerdings noch nicht dazu geführt, dass sie an ihr Ende gekommen wäre.

Mit der globalisierten „neuen Verbraucherbewegung“ (Lamla/Klein 2005), mit der seit einigen Jahren (in Deutschland spätestens seit der BSE-Krise 2001 mit einem eigenen Ministerium) aufgewerteten Verbraucherpolitik und mit (u.a. deshalb) ausgeweiteter Konsumforschung hat der Konsum an politischer Bedeutung gewonnen. Aufgabe einer erneuerten Konsumpolitik wird es sein, zugleich Be- und Entschleunigungspolitik zu betreiben. Sie wird Beschleunigungseffekte im Konsum genau analysieren müssen und zu fragen haben, wem sie zugute kommen und welche problematischen Folgen in sozialer wie ökologischer Hinsicht sich damit verbinden. Dann wird zu prüfen sein, *wo* beziehungsweise *für wen* Mobilitätsoptionen zu erweitern sind und *wo* beziehungsweise *für wen* sie zu begrenzen sind.¹¹

Anmerkungen

- 1 Dass diese Steigerungsdynamiken im Zusammenspiel der unterschiedlichen Ebenen kaum Ausstiegsoptionen lassen, widerspricht nicht der Erkenntnis, dass Menschen davon ausgeschlossen werden. Dies sieht Bauman (2003) durchaus selbst; vgl. hierzu auch die Debatten zu Exklusion und ‚Überflüssigen‘, exemplarisch Castel (2000), Kronauer (2002), Bude/Willisch (2006). Eine systematische Verbindung dieser Debatten wurde aber bislang nicht geleistet, sondern sie werden in der Regel entweder aus arbeits- oder aus konsumgesellschaftlicher Perspektive geführt (vgl. Lorenz 2008).
- 2 Interessanterweise gibt Bauman (2003) für diese Änderungen des Konsums keine Gründe an. Er stellt lediglich der festen die flüssige Moderne, dem alten den neuen Kapitalismus idealtypisch gegenüber, ohne die Übergangsprozesse zu klären. Einen unerklärten Epochenbruch im selben Zeitraum postulieren im Übrigen auch die genannten arbeitsorientierten Gesellschaftsanalysen. Boltanski/Chiapello (2001: 471) enthalten sich weiter reichender Erklärungen, und Castells (2001b: 432) setzt auf den historischen „Zufall“. Die Beschleunigungstheorie identifiziert dagegen jenseits der Brüche ein durchgängiges, aber nicht kontinuierliches Entwicklungsprinzip, nämlich Beschleunigung (Rosa 2005).
- 3 Lohnend wäre eine eingehendere komparative Analyse von Projekt und Shopping: Welche strukturellen Gemeinsamkeiten finden sich in diesen Operationsformen, welche Unterschiede?
- 4 Dies ist zumindest u.E. die naheliegende Option. Hellmann (2008) wählt eine andere Option, wenn er den Generalanspruch des Konsumismus dadurch relativiert, dass er ihn im Anschluss an Miles (1998) als Ideologie fasst, und zwar als eine neben anderen. Hier wird nicht der gemeinsame Nenner gesucht, sondern Pluralität ausgemacht. Der Vorzug eines allgemeineren Nenners ist sicherlich, dass damit zweifellos vorhandene Pluralität noch einmal eingegrenzt werden kann.
- 5 Für alternative Handlungsoptionen vgl. Lorenz (2007).
- 6 Allerdings wird auch in der Nachhaltigkeitsdiskussion dem Nutzen im Sinne einer verbesserten ‚Ökobilanz‘ zum Teil der Vorzug gegenüber dem Besitzen gegeben. Ökologisch kann es beispielsweise sinnvoller sein, Möglichkeiten von Mobilität zu fördern, die gerade nicht die individuelle Ausstattung mit dem eigenen Auto voraussetzen; vgl. die entsprechenden Beiträge in Scherhorn/Weber (2002).
- 7 Vgl. das Eingangsbeispiel zum „Coffee to go“.
- 8 Bei bestimmten Gütern kann es dadurch zu einer Umkehrung der oben genannten Tendenz des Nutzens statt Besitzens kommen, außer bei Büchern und Zeitschriften etwa auch bei Kleidern, Musikinstrumenten und Schuhen, oder bei CDs und DVDs: Man besitzt sie, ohne sie zu nutzen. Anderes ist dann einfach Abfall: „Mehr als 13 Milliarden Euro werfen BritInnen jedes Jahr auf den Müll: in Form von Lebensmitteln. Eine britische Studie im Auftrag des privaten Müll- und Ressourcenaktionsprogramms WRAP hat untersucht, welche Menge organischen Abfalls unnötig auf Deponien und in der Abfallverwertung landet. Jeden Tag kämen in Großbritannien 1,3 Millionen ungeöffnete Joghurtbecher, 5.500 ganze Hüter und 440.000 Fertiggerichte in den Müll. Der größte Teil davon sei noch essbar“ (umwelt aktuell, Juni 2008: 8).
- 9 So schon Staffan B. Linder in seiner ausgezeichneten Studie über die Auswirkungen sozialer Beschleunigung auf das Konsumverhalten (1970).
- 10 Die Grenzen zwischen Konsum und Arbeit verschwimmen hier. Man kann gewissermaßen nur ‚richtig‘ konsumieren, wenn man dafür arbeitet. Dies wirft erneut Probleme für die Konsumstheorie auf, während es in Beschleunigungsperspektive unerheblich ist, wo genau eine Grenze gezogen werden muss oder kann.
- 11 In diesem Sinne sehr instruktiv sind wiederum die Analysen von Boltanski/Chiapello (2003) zu einer „Netzgerechtigkeit“, die im Bereich gewandelter, nämlich zunehmend projektförmiger Arbeit eine Reihe von Reformvorschlägen prüfen. Dabei wird es für manche darum gehen, ihre ‚Projektfähigkeit‘, insbesondere ihre Mobilität zu unterstützen; an anderer Stelle, etwa im Bereich von globalisierten Finanzspekulationen, wird es darum gehen, Mobilitäten zu beschränken. Einige der in arbeitsgesellschaftlicher Perspektive diskutierten Vorschläge sind dabei durchaus *für Arbeit und Konsum gleichermaßen relevant*, so etwa Zertifizierungen (von Sozialstandards der Arbeit bzw. Produktqualität im Sinne des Verbraucherschutzes) oder, als weiteres Beispiel, ein allgemeines Grundeinkommen. Letzteres kann offensichtlich weder die Präferenzen der Arbeitsgesellschaft bedienen, da hier Geld ohne Gegen-

* Dies ist eine elektronische Fassung, die in einigen Passagen nicht der Fassung der gedruckten Ausgabe entspricht.

leistung (Arbeit) ausgezahlt wird; noch bietet es mit den üblicherweise anvisierten Beträgen eine ausreichende Ausstattung für eine konsumistische Lebensweise – man kann so mit dem beschleunigten Konsum nicht mithalten, muss es aber idealerweise auch nicht (mehr). Was Boltanski/Chiapello also für die Arbeit untersuchen, müsste in ähnlicher Weise unter Beschleunigungsvorzeichen für den Konsum geleistet werden.

Literatur

- Bauman, Zygmunt (1999): Die Fremden des Konsumzeitalters: Vom Wohlfahrtsstaat zum Gefängnis, in: Ders. (1999 [1997]): Unbehagen in der Postmoderne, Hamburg, S. 66-83
- Bauman, Zygmunt (2003 [2000]): Flüchtige Moderne, Frankfurt a.M.
- Bauman, Zygmunt (2007): *Consuming Life*, Cambridge/Malden
- Bodenstein, Gerhard/Spiller, Achim/Elbers, H. (1997): Strategische Konsumententscheidungen: Langfristige Weichenstellungen für das Umwelthandeln. Diskussionsbeiträge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft, Universität Duisburg, Nr. 234
- Bolz, Norbert (2002): Das konsumistische Manifest, München
- Boltanski, Luc (2007): Das Leben als Projekt, in: Die Tageszeitung, taz mag vom 20./21.10., S. V
- Boltanski, Luc/Chiapello, Ève (2001): Die Rolle der Kritik in der Dynamik des Kapitalismus und der normative Wandel, in: Berliner Journal für Soziologie, Heft 4, S. 459-477
- Boltanski, Luc/Chiapello, Ève (2003): Der neue Geist des Kapitalismus, Konstanz
- Bude, Heinz/Willisch, Andreas (Hg.) (2006): Das Problem der Exklusion. Ausgegrenzte, Entbehrliche, Überflüssige, Hamburg
- Castel, Robert (2000): Die Metamorphosen der sozialen Frage. Eine Chronik der Lohnarbeit, Konstanz
- Castells, Manuel (2001a [1996]): Das Informationszeitalter I. Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft, Opladen
- Castells, Manuel (2001b [2000]): Bausteine einer Theorie der Netzwerkgesellschaft, in: Berliner Journal für Soziologie, Heft 4, S. 423-439
- Galbraith, John Kenneth (1998 [1958]): *The Affluent Society*, Boston/New York
- Hellmann, Kai-Uwe (2008): Das konsumistische Syndrom. Zum gegenwärtigen Entsprechungsverhältnis von Gesellschafts- und Identitätsform unter besonderer Berücksichtigung der Raum-Konsum-Relation, in: Ders./Zustiege (Hg.), S. 19-50
- Hellmann, Kai-Uwe/Zustiege, Guido (Hg.) (2008): Räume des Konsums. Über den Funktionswandel von Räumlichkeit im Zeitalter des Konsumismus, Wiesbaden
- Illouz, Eva (2003): Der Konsum der Romantik. Liebe und die kulturellen Widersprüche des Kapitalismus, Frankfurt a.M./New York
- Jäckel, Michael (2006): Einführung in die Konsumsoziologie. Fragestellungen – Kontroversen – Beispieltex-te (2., überarb. u. erw. Aufl.), Wiesbaden
- König, Wolfgang (2000): Geschichte der Konsumgesellschaft, Stuttgart
- Krol, Gerd-Jan (1981): Verbraucherpolitik in Massenkonsumgesellschaften, in: Wirtschaftswandel und Wirtschaftspolitik: Beiträge zur ökonomischen Bildung. Gegenwartskunde, Sonderheft 3, Opladen, S. 9-27
- Kronauer, Martin (2002): Exklusion. Die Gefährdung des Sozialen im hoch entwickelten Kapitalismus, Frankfurt a.M./New York
- Lamla, Jörn/Klein, Ansgar (2005): Unterschätzte Verbrauchermacht. Potenziale und Perspektiven der neuen Verbraucherbewegung; Editorial des Themenhefts, in: Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen 18 (4), S. 2-6
- Lamla, Jörn/Neckel, Sighard (Hg.) (2006): Politisierter Konsum – konsumierte Politik, Wiesbaden
- Linder, Staffan B. (1970): *The Harried Leisure Class*, New York
- Lorenz, Stephan (2007): Unsicherheit und Entscheidung – Vier grundlegende Orientierungsmuster am Beispiel des Bio-konsums, in: Schweizerische Zeitschrift für Soziologie 33 (2), S. 213-235
- Lorenz, Stephan (2008): Überflussskultur und Wachstumshunger. Verausgaben in Arbeits- und Konsumgesellschaft, in: Ruf, Oliver/Bähr, Christine/Lenz, Thomas/Bauschmid, Suse (Hg.): Überfluss und Überschreitung. Die kulturelle Praxis des Verausgebens, Bielefeld (i.E.)
- Miles, Steve (1998): *Consumerism – as a Way of Life*, London et al.
- Offe, Claus (1981): Ausdifferenzierung und Integration – Bemerkungen über strategische Alternativen der Verbraucherpolitik, in: Zeitschrift für Verbraucherpolitik 5, S. 119-133
- Prinz, Michael (2003): Aufbruch in den Überfluss? Die englische ‚Konsumrevolution‘ des 18. Jahrhunderts im Lichte der neueren Forschung, in: Ders. (Hg.). Der lange Weg in den Überfluss. Anfänge und Entwicklung der Konsumgesellschaft seit der Vormoderne, Paderborn et al., S. 191-217
- Ransome, Paul (2005): *Work, Consumption and Culture. Affluence and Social Change in the Twenty-first Century*, London et al.
- Rosa, Hartmut (2005): Beschleunigung. Die Veränderung der Zeitstruktur in der Moderne, Frankfurt a.M.
- Rosenkranz, Doris/Schneider, Norbert F. (Hg.) (2000): Konsum: soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Opladen
- Scherhorn, Gerhard/Weber, Christoph (Hg.) (2002): Nachhaltiger Konsum. Auf dem Weg zur gesellschaftlichen Verankerung, München
- Schneider, Norbert F. (2000): Konsum und Gesellschaft, in: Rosenkranz/Schneider (Hg.), S. 9-22
- Sennett, Richard (2000): Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus, Berlin
- Siegrist, Hannes (1997): Konsum, Kultur und Gesellschaft im modernen Europa, in: Ders. (Hg.), Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Konsumgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert), Frankfurt a.M./New York, S. 13-48
- Weber, Max (2005 [1905]): Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus, Erfstadt
- Wiswede, Günther (2000): Konsumsoziologie – eine vergessene Disziplin, in: Rosenkranz/Schneider (Hg.), S. 23-72
- Wöhler, Karlheinz (2008): Raumkonsum als Produktion von Orten, in: Hellmann/Zustiege (Hg.), S. 69-86

Ausdrucken oder kopieren, ausfüllen, falten und als Postkarte abschicken!

Berliner Debatte Initial Bestellung:

Ich bestelle ein Abonnement der Berliner Debatte INITIAL ab Heft

- Das Abonnement soll für ein Jahr befristet werden.
- Das Abonnement soll gelten, bis ich es abbestelle. Abbestellung jederzeit.
- Abonnement 39 Euro (Ausland zuzüglich 6 Euro Porto).
- Ermäßigt 22 Euro (Studenten, Rentner, Arbeitslose, Wehr- und Zivildienstleistende)
Nachweis bitte beilegen.

Vorname, Name:

Straße, Nr.:

Postleitzahl:

Ort:

Telefon:

Ich wünsche folgende Zahlungsweise:

- Jahresrechnung
- Bargeldlos: halbjährliche Abbuchung. Bankinstitut:
Konto-Nr.: Bankleitzahl:

Ich weiß, daß ich diese Bestellung innerhalb von 10 Tagen (Poststempel) bei der Bestelladresse schriftlich widerrufen kann.

Datum:

Unterschrift:

Name:

Straße und Nr.

PLZ, Ort:

Abonnement erworben von:

Antwortkarte

Bitte
frankieren

Berliner Debatte
Initial

PF 58 02 54

10412 Berlin

www.berlinerdebatte.de

Bestellungen: leidenschaften@berlinerdebatte.de