

## **Call for Papers**

# **Identitätsbildender Konsum und sozialökologische Transformation**

*Workshop an der Universität Erfurt vom 16. bis 17. Oktober 2025*

In gegenwärtigen gesellschaftlichen Auseinandersetzungen wird immer wieder spürbar, dass auch geringer Konsumverzicht von einem relevanten Anteil der Bevölkerung anscheinend als empfindliche Freiheitseinschränkung erlebt wird. Dies hat Anstoß gegeben zu Reflektionen, wie diese erlebte Verbindung von Freiheit und Konsum gesellschaftlich zustande gekommen ist (siehe etwa Lepenies 2022). Noch wenig beleuchtet ist dabei, wie dieser politisch-ideengeschichtliche Prozess mit einem Strukturwandel des Eigentums zusammenhängen könnte. Der interdisziplinär ausgerichtete Workshop dient dazu, dieser Frage nachzugehen.

Unsere Forschungshypothese ist, dass ein Verständnis von Privatbesitz, das sich vor allem auf Konsumgüter bezieht und insofern vom klassischen Grundeigentum entkoppelt ist, sich in ersten Ansätzen im Zuge der Industrialisierung im 19. Jahrhundert entwickelt. Als alltägliches Besitzverständnis hegemonial wird es jedoch erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts – in der seitdem viel diskutierten „Konsumgesellschaft“ (siehe z. B. Baudrillard 1970, Brewer/McKendrick/Plumb 1982, Bauman 2009). Diese „Konsumgesellschaft“ zeichnet sich nicht zuletzt dadurch aus, dass Gesellschaftsmitglieder ihre Identität über Konsumpraktiken (und entsprechende Besitzobjekte) konstruieren und nach außen hin präsentieren. Zunehmend tritt dabei heute ins Bewusstsein der politischen Öffentlichkeit, dass die Verbindung von Identität und Konsum quer zum Anliegen einer sozialökologischen Transformation hin zu einer nachhaltigeren Gesellschaft steht.

Auf dem Workshop soll es darum gehen, dem aktuellen gesellschaftlichen Spannungsfeld eines identitätsbildenden Konsums und der gesellschaftlichen Potentiale oder Hindernisse für eine sozialökologische Transformation historisch und soziologisch in der Analyse näher zu kommen. Denkbar sind sowohl historische als auch gegenwartsbezogene Beiträge, die sich im interdisziplinären Feld einer ökologisch informierten politischen Ideengeschichte und Philosophie, der Umweltgeschichte, der Sozialtheorie oder einer empirisch orientierten Soziologie bewegen. Es soll darum gehen, diese Disziplinen in einen thematischen Dialog miteinander zu bringen.

Mögliche Fragen, denen Beiträge nachgehen können, sind u.a.:

- Welche Merkmale, die einer sozialökologischen Transformation abträglich sind, charakterisieren moderne Konsumgesellschaften? Wie haben sich diese Merkmale historisch formiert und ggf. verändert?
- Welche emanzipatorischen Potenziale zeigen sich in Konsumpraktiken im Hinblick auf eine sozialökologische Transformation?
- Wie beeinflusst die Geschichte von Eigentums- und Besitzverständnissen und ihr Zusammenhang mit Freiheitsverständnissen aktuelle Konsummuster und Konsumpolitiken?
- Was können Quellen der Identitätskonstruktion jenseits nicht-nachhaltiger konsumtiver Praktiken sein?
- Inwiefern lassen sich Grenzen nachhaltiger Konsumniveaus identifizieren und legitimieren?

**Wir freuen uns auf rege Beteiligung am Workshop und selbstverständlich auf die Zusendung Ihrer Abstracts (max. 300 Worte) bis zum 15.03.2025 an Dirk Schuck ([dirk.schuck@uni-erfurt.de](mailto:dirk.schuck@uni-erfurt.de)) und Marco Sonnberger ([marco.sonnberger@sowi.uni-stuttgart.de](mailto:marco.sonnberger@sowi.uni-stuttgart.de)). Für Vortragende können Reisekosten (Zugfahrt 2. Klasse) erstattet werden und eine Unterkunft vor Ort steht bereit.**

#### **Literatur:**

- Baudrillard, Jean (2015/1970): Die Konsumgesellschaft: ihre Mythen, ihre Strukturen, hg. von Kai-Uwe Hellmann und Dominik Schrage, Wiesbaden: Springer VS.
- Baumann, Zygmunt (2009): Leben als Konsum, Hamburg: Hamburger Edition.
- Brewer, John; McKendrick, Neil; Plumb, J.H. (1982): The birth of a consumer society: the commercialization of Eighteenth-century England, London: Europa Publ. Limited.
- Lepenius, Philipp (2022): Verbot und Verzicht: Politik aus dem Geiste des Unterlassens, Frankfurt/Main: Suhrkamp.