

Call for Papers Konsumästhetik zwischen Kunst, Kritik und Kennerschaft

13. NRW-Workshop Verbraucherforschung

Das Thema des 13. NRW-Workshops Verbraucherforschung, den das Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW (KVF NRW) gemeinsam mit der Forschungsstelle Konsumkultur der Universität Hildesheim und dem Lehrstuhl Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf am 16. November 2018 in Düsseldorf veranstaltet, ist die Ästhetik des Konsums. Interessierte Referentinnen und Referenten können bis zum 17. September 2018 ihre Vorschläge einreichen.

1. Von der Waren- zur Konsumästhetik

Konsum ist nicht nur eine wirtschaftliche und soziale, sondern auch eine kulturelle Praxis. Von der Verbraucherforschung bislang kaum rezipiert, ist der Konsum in den vergangenen Jahren immer stärker in den Fokus der Kulturwissenschaften gerückt. Ansätze der materiellen Kulturforschung, der Designtheorie und der Ästhetik nehmen dabei zum einen das Design der Konsumgüter, die Formen ihrer Inszenierung und die mit käuflichen Dingen verbundenen Aneignungsprozesse in Blick. Sie untersuchen aber auch die künstlerische Auseinandersetzung mit dem Konsum.

Zu beobachten ist, dass sich der Analyseakzent von einer Werbung und Marketing kritisierenden Warenästhetik zu einer umfassender angelegten Konsumästhetik verschoben hat, die die symbolische Dimension der Waren nicht auf den Statuskonsums verengt und konsumbezogenes atmosphärisches Erleben in seinem ästhetischen Eigenwert anerkennt.

2. Fragestellung, Fachgebiete und Themen

Zu der interdisziplinären Tagung sind vor allem Referentinnen und Referenten aus den Kultur- und Kunstwissenschaften und benachbarten Disziplinen wie beispielsweise der Literaturwissenschaft, Designforschung, Kulturosoziologie oder der Kulturgeschichte eingeladen. Theoretische und historische Beiträge sind gleichermaßen willkommen, ebenso Zugänge der gestalterischen und künstlerischen Forschung. Aufgerufen sind auch Designerinnen und Designer

Indem sich – einer Diagnose des Soziologen Andreas Reckwitz (2017) folgend – der spätmoderne Lebensstil „vom Lebensstandard zur Lebensqualität und zum guten Leben“ verschiebt, gewinnt die Frage nach den bestimmten Konsumprodukten und Konsumpraktiken inhärenten Werten an Bedeutung. Beispielsweise wird danach gefragt, ob die Gestaltung eines Produktes seine Herkunft erkennbar macht oder ob sein Design auf dauerhaften Gebrauch hin angelegt ist. Verbraucherinnen und Verbraucher entwickeln in diesem Kontext konsumkuratorische Kompetenzen, die Formen der Kennerschaft und nicht zuletzt ästhetische Expertise erfordern.

Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen will die Tagung versuchen, die Konsumkultur im Spannungsfeld von Kritik und Kennerschaft zu verorten und dabei sowohl konsumästhetische Praktiken als auch Positionen der künstlerischen Auseinandersetzung mit dem Konsum zu analysieren.

sowie bildende Künstlerinnen und Künstler, die Arbeiten zur Thematik vorstellen möchten.

Beispielhaft erscheinen folgende Untersuchungsgegenstände als relevant, wobei Beiträge nicht ausschließlich auf diese Themengebiete begrenzt sein müssen: materialästhetische und dingkulturelle Aspekte des Konsums, die symbolische Dimension des Konsums, Konsuminszenierungen, Atmosphärenästhetik des Konsums, der Konsum in der Desi-

gnforschung, Konsumentinnen als Kuratoren, Kenner-
schaftsdiskurse, ästhetische Ökonomie und kulturel-
ler Kapitalismus, künstlerische Auseinandersetzun-
gen mit dem Konsum, Ästhetik der Wertschöpfung.

Die ausgewählten Themen sollen in einem 20-minüti-
gen Vortrag oder einer Posterpräsentation auf dem
dem 13. NRW-Workshop Verbraucherforschung am
Freitag, den 16. November 2018 vorgestellt werden.

**Als Keynote Speaker konnte der Ökonom und Sozi-
ologe Prof. Dr. Michael Hutter gewonnen werden. Prof.
Dr. Hutter war bis 2014 Direktor der Abteilung „Kul-
turelle Quellen von Neuheit“ am Wissenschaftszen-
trum Berlin für Sozialforschung (WZB) sowie For-
schungsprofessor am Institut für Soziologie der
Technischen Universität Berlin.**

3. Fristen und Terminplanung

Bitte senden Sie ein aussagefähiges Abstract (maxi-
mal 2.000 Zeichen inkl. Leerzeichen; Titel, Autoren-
namen, Kontaktdaten und Keywords zählen nicht
dazu) und eine Kurzbiografie bis **Montag, den
17. September 2018** als eine PDF-Datei an folgende
E-Mail:

verbraucherforschung@verbraucherzentrale.nrw

Bis zum 1. Oktober 2018 erhalten Sie Nachricht über
die Annahme Ihres Vorschlags. In diesem Fall werden
wir Sie bitten, uns bis zum 21. November 2018 eine
Präsentation (PowerPoint, Open/Libre Office Impress
oder PDF) zuzusenden. Bitte beachten Sie, dass die
Vorträge dieses Workshops als Sammelband in unse-
rer Open-Access-Schriftenreihe „Beiträge zur Verbrau-
cherforschung“ erscheinen sollen. Die Abgabe der
Manuskripte soll bis zum 1. März 2019 erfolgen.

4. Literatur

Drügh, Heinz, Christian Metz und Björn Weyand, Hrsg. 2011.
*Warenästhetik: Neue Perspektiven auf Konsum, Kultur und
Kunst*. Berlin: Suhrkamp.

Haug, Wolfgang Fritz. 2009. *Kritik der Warenästhetik*. Frankfurt
am Main: Suhrkamp.

Reckwitz, Andreas. 2017. *Die Gesellschaft der Singularitäten*.
Berlin: Suhrkamp.

Ullrich, Wolfgang. 2013. *Alles nur Konsum: Kritik der warenäs-
thetischen Erziehung*. Berlin: Wagenbach.

Düsseldorf, 18. Juni 2018

5. Kontakt

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.

Mintropstraße 27, 40215 Düsseldorf, Telefon: +49 211 38 09-0

Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW | KVF NRW

E-Mail: verbraucherforschung@verbraucherzentrale.nrw

Internet: www.verbraucherforschung.nrw

Twitter (@kvf_nrw): www.twitter.com/kvf_nrw

Das KVF NRW ist ein Kooperationsprojekt der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.
mit dem Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz
und dem Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes Nordrhein-Westfalen.