

Jörn Lamla

Begrüßung

Sehr geehrte Frau Staatssekretärin Schmierer,
dear Elizabeth Shove,
liebe Referentinnen und Referenten,
liebe Kolleginnen und Kollegen,
liebe Gäste,

wir treffen uns heute an ungewohntem Ort zur 9. Jahreskonferenz des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung, um über „Materialitäten des Konsums“ zu sprechen. Gegen die oft konstatierte Flüchtigkeit des Konsums, seine Vermitteltheit durch virtuelle Zeichenwelten, wollen wir uns mit den materiellen Verwurzelungen und Sedimentierungen des Konsums, mit seinen materiellen Einschreibungen ebenso wie seinen Extraktionen befassen. Dabei gehen wir der Relevanz des Stofflichen auf unterschiedlichen Ebenen nach: in alltäglichen Praktiken und ihren Infrastrukturen, auf leiblicher und psychischer Ebene, durch Spurensuche in unseren Hinterlassenschaften, aber auch in der Formgebung durch Design, Bildung, Politik und Recht. Daher sprechen wir auch von *Materialitäten im Plural*.

Bevor ich darauf näher eingehe, möchte ich das Bild von Flüchtigkeit und Materialität kurz auf die Verbraucherforschung und -politik übertragen. Denn dass wir an diesem Ort tagen, hängt auch mit deren mangelnder Verwurzelung zusammen. Wer wie ich das Feld schon länger begleitet, hat einige Häuser und Ministerien von innen gesehen. Und so hat auch der letzte Regierungswechsel wieder zu einem Zuständigkeitswechsel für das „V“ geführt: weg vom BMU-V und hin zum BMJ-V. Dort sind wir immerhin alte Bekannte, was gewiss Vorteile hat und die Hoffnung nährt, dass sich auch in diesem Feld allmählich etwas sedimentiert, also Verbraucherforschung, -schutz und -politik sesshaft werden.

Dabei besteht Einigkeit, dass es einer starken Verbraucherforschung bedarf. Ein Blick in den Koalitionsvertrag offenbart den politischen Willen, der Verbraucherforschung mehr Bodenhaftung und auch ein robusteres Zuhause zu geben: „Wir stärken die Verbraucherforschung und prüfen, ob neben den bereits bestehenden Strukturen neue geschaffen werden müssen“ (CDU, CSU & SPD, 2025, Z. 1293–1294), heißt es da schwarz auf weiß. Das ist ein klares Signal, weitere Schritte gehen zu wollen, und Ausdruck der Anerkennung für das, was sich an

interdisziplinären Kooperationen und Impulsen herauskristallisiert hat. Das Bundesnetzwerk Verbraucherforschung weist nicht nur eine solide und wachsende Mitgliederbasis auf, sondern zeichnet sich auch durch eine Vielzahl von Workshops, Forschungsprojekten und Publikationen neben der jährlichen Konferenz aus.

Auf zwei wichtige Initiativen auf dem Weg zur Konsolidierung möchte ich aus gegebenem Anlass kurz hinweisen. So hat das BMJV gerade die Machbarkeitsstudie zur Weiterentwicklung der Verbraucherforschung in Deutschland – durch ein Bundesinstitut oder alternative Institutionalisierungen – veröffentlicht, die unter der Leitung von Peter Kenning erstellt worden ist (Kenning et al. 2025). Ich habe eine erste Druckfassung dieser Studie, an der auch unser Netzwerk in Person von Kathrin Loer und mir mitgeschrieben hat, zur Ansicht dabei. Dazu lege ich das Ende letzten Jahres erschienene Whitepaper zur inhaltlichen Neuausrichtung der Verbraucherforschung, denn zu diesem gibt es auch etwas Neues, nämlich seit wenigen Tagen eine englische Übersetzung, die Sie auf der Projektwebsite ebenso wie die deutsche Fassung herunterladen und gern in Ihren Netzwerken verbreiten dürfen (Lamla et al. 2024, 2025).

Nun aber zum Anlass unserer Zusammenkunft: Jahreskonferenzen sind Teamleistungen, an denen nicht nur das Koordinierungsgremium beteiligt ist, sondern auch das Referat V A 3 von Herrn Kubat mit der aktuell dematerialisierten Geschäftsstelle des Bundesnetzwerks. Frau Atabaki ist auf dem Weg durch die Ministerien nämlich leider hängen geblieben – ein gutes Beispiel für Reibungsverluste bei schwacher Institutionalisierung. (Ich erinnere an die Worte im Koalitionsvertrag.) Umso höher ist das Engagement von Herrn Kubat, Frau Sommer-Siering, Frau Beckert und Frau Baarß wertzuschätzen. Federführend für das Programm der Jahreskonferenzen sind aber nach wie vor zwei Personen aus dem Kreis des Koordinierungsgremiums. Im letzten Jahr waren dies Andrea Gröppel-Klein und Ludger Heidbrink, denen ich herzlich dafür danke, pünktlich zur Folgekonferenz ein Exemplar des Konferenzbandes vorzeigen zu können. Für die heutige Tagung haben mein Kollege Dirk Hohnsträter und ich selbst die Verantwortung übernommen. Entsprechend kommt uns die Aufgabe zu, die Konferenz am Ende mit einigen zusammenfassenden Gedanken zu beschließen.

Dazwischen erwartet uns aber zunächst ein spannendes Programm mit Vorträgen einschlägiger Expertinnen und Experten aus der Soziologie, der Philosophie, der Ernährungspsychologie, den Kunst- und Designwissenschaften, aber auch aus der Rechtswissenschaft. Ich danke Elizabeth Shove, Oliver Schlaudt, Ulrike Gisch, Susanne Ritzmann, Ann-Sophie Lehmann, Simon Schaupp und Antonia Sommerfeld, dass sie sich darauf eingelassen haben, das Materielle des

Konsums aus ihrer Fachperspektive genauer zu inspizieren. Ebenso danke ich den Moderatorinnen und Moderatoren sowie auch den Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern der Qualifizierungsphase, die sich schon zwei Tage aufgewärmt haben und deren Leistungen wir heute durch die Verleihung des Michael-Schuhen-Preises sowie Präsentationen ausgewählter Poster würdigen wollen.

Ich bin gespannt, was wir über die stofflichen Seiten des Konsums von der Einverleibung bis zur Ent-Sorgung lernen werden. Da ich nicht unwesentlich an der Themensetzung beteiligt war, möchte ich aber nicht schließen, ohne wenigstens angedeutet zu haben, warum mir das Nachdenken über Materielles für die Verbraucherforschung so wichtig erscheint. Zum einen sicher deshalb, weil wir gewahr werden, wie eng und schicksalhaft die Reproduktion unseres privaten Lebens mit jener des Planeten verquickt ist – dass wir also nicht nur *auf* der Erde, sondern auch *von* der Erde leben, wie Bruno Latour (2021, 60 f., 142) sagt. Neben dieser Einsicht, gegen die existenzielle Blindheit unserer Konsumkultur etwas tun zu müssen, scheint mir aber noch etwas anderes zentral zu sein.

Wir müssen die theoretischen Gerüste verbraucherwissenschaftlicher Disziplinen überprüfen. Denn diese marginalisieren das Materielle nach wie vor. Wenn besagter Latour das Materielle nicht nur gegen liberale Denkweisen einklagt, sondern auch vom Marxismus verlangt, er möge uns endlich unseren Materialismus zurückgeben, dann weil dieser zum Idealismus verkommt, wo nur noch die entstofflichte Sprache des Geldes, der Tauschwerte und des Kapitals regiert (Latour 2007). Unser Verhältnis zu den Dingen des Konsums ist durch solche virtuellen Zeichen- und Symbolwelten vielfach überformt und verdrängt worden. Und auch das Recht hat daran Anteil. Deshalb stellt sich auch für das Recht die Frage, wie sich Eigenrechte materieller Dinge denken lassen, seien es übernutzte natürliche Ressourcen, Technologien, die unseren Alltag durchdringen, oder die Leibvermitteltheit des Konsums.

Es gibt also viele Gründe, sich diesen materiellen Seiten des Konsums in unseren Disziplinen zuzuwenden. Und damit übergebe ich das Wort an die Staatssekretärin im BMJV, Frau Schmierer, für deren Kommen und deren Grußwort ich mich sehr herzlich bedanke.

Literatur

- CDU, CSU & SPD (2025). *Verantwortung für Deutschland*, Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD, 21. Legislaturperiode. Berlin. <https://www.koalitionsvertrag2025.de/>.
- Kenning, Peter, Kastrop, Christian, Lamla, Jörn, Loer, Kathrin, & Reisch, Lucia (2025). *Machbarkeitsstudie für ein Bundesinstitut für Verbraucherforschung*, Abschlussbericht einer vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz in Auftrag gegebenen „Studie zur Weiterentwicklung der Verbraucherforschung durch Einrichtung eines Bundesinstituts für Verbraucherforschung“. Düsseldorf. https://www.bmju.de/SharedDocs/Publikationen/DE/Fachpublikationen/2025_Abschlussbericht_Weiterentwicklung_Verbraucherforschung.html?nn=144128.
- Lamla, Jörn, Heidbrink, Ludger, Hohnsträter, Dirk, Loer, Kathrin, & Roschka, Jakob (2024). *Die Zukunft des Konsums. Agenda zur Neuperspektivierung der Verbraucherforschung*. Kassel. DOI: 10.17170/kobra-2024110711087, <http://www.uni-kassel.de/go/agenda-verbraucherforschung>.
- Lamla, Jörn, Heidbrink, Ludger, Hohnsträter, Dirk, Loer, Kathrin, & Roschka, Jakob (2025). *The Future of Consumption. Agenda for a new perspective on consumer research*. Kassel. DOI: 10.17170/kobra-2025110511616, <http://www.uni-kassel.de/go/agenda-verbraucherforschung>.
- Latour, Bruno (2007). Can We Get Our Materialism Back, Please? *Isis*, 98 (1), 138–142.
- Latour, Bruno (2021). *Wo bin ich? Lektionen aus dem Lockdown*. Berlin: Suhrkamp.