

## Vom industriellen Massenkonsum zum individualisierten Digitalkonsum?

Das Thema der dritten Jahrestagung des Netzwerks Verbraucherforschung lautete: „Vom industriellen Massenkonsum zum individualisierten Digitalkonsum“. In dieser Schlussbemerkung werde ich den Gedankengang, der sich hinter dieser Themenstellung verbirgt, noch einmal kurz rekapitulieren. Dabei werde ich ihn mit einem Fragezeichen versehen und eine grundlegende Skepsis gegenüber der allzu linearen Narration zum Ausdruck bringen, die der Titel nahelegt.

Im Hintergrund dieser Themenwahl steht nicht zuletzt das viel diskutierte Buch von Andreas Reckwitz über „Die Gesellschaft der Singularitäten“ (2017). Sein Buch unterbreitet nicht weniger als einen zeitdiagnostischen und gesellschaftstheoretischen Interpretationsvorschlag zum „Strukturwandel der Moderne“. Dieser Wandel sei durch eine historische Verschiebung von einer Dominanz der *Logik des Allgemeinen* hin zu einer Dominanz der *Logik des Besonderen* gekennzeichnet, wobei letztere sich in einer Kultur des Singulären, Einzigartigen oder Authentischen manifestiere.<sup>16</sup> Das sei durch verschiedene Gesellschaftsbereiche hindurch zu beobachten und betreffe maßgeblich den Bereich des Konsums, der Märkte und der Lebensstile. Reckwitz ist somit Repräsentant und Stichwortgeber für das Master-Narrativ, das der Tagungstitel offenbart: Danach war der Konsum früher von Kollektivzugehörigkeiten, industrieller Massenproduktion, standardisierten Märkten und einer für alle gleichen Marktrationalität sowie von der Leitkultur und den Werten einer weitgehend homogenen Mittelstandsgesellschaft geprägt. Heute hingegen würden sich all diese Strukturen auflösen und einer kulturellen Wertordnung Platz machen, die auf einzigartige und direkt affizierende Erlebnisse abzielt, die Eigenkomplexität und Unvergleichbarkeit von Gütern wertschätzt und einen Wettbewerb um Sichtbarkeit und Prominenz in digitalisierten Sozialräumen anheizt (vgl. Reckwitz 2017, S. 103–110).

Die im vorliegenden Band dokumentierte Jahrestagung hatte zum Ziel, diese Entwicklung nicht nur nachzuzeichnen, sondern ihr Narrativ auch kritisch zu prüfen. Es könnte sein, dass es die Konsumgeschichte verzerrt und einseitig darstellt. Aus diesem Grunde waren neben den Kunst- und Kulturwissenschaft-

---

16 Für eine Kritik aus kulturwissenschaftlicher Perspektive vgl. auch Hohnsträter 2018.

ten, für die Wolfgang Ullrich stellvertretend einige Phänomene des neuen Konsummodells digital kuratierter Distinktionspraktiken aufgezeigt und beleuchtet hat, auch Historikerinnen und Historiker geladen, ihren prüfenden Blick auf die womöglich allzu schlichte Stufenfolge moderner Konsumententwicklungen zu werfen. Darüber hinaus sollte speziell der Aspekt der digitalen Vermittlung des Konsums in den Blick genommen werden, um die These zu hinterfragen, wonach die Logik des Besonderen zum dominierenden Strukturierungsmodus für moderne Konsum- und Lebensverhältnisse geworden ist. Hierzu bot sich eine interdisziplinäre Auseinandersetzung mit Aspekten des Scorings sowie mit verhaltensökonomischen Methoden der Steuerung von Konsumerlebnissen in besonderem Maße an. Zusammenfassend möchte ich in diesen Schlussbemerkungen zeigen, welche Einwände sich hieraus zur linearen Erzählung über den Strukturwandel vom industriellen Massenkonsum zum individualisierten Digitalkonsum aus soziologischer Sicht ergeben: Im Bereich des Konsums, so haben verschiedene Beiträge in diesem Band gezeigt, entziehen sich die Phänomene seit langem einer einfachen Zuordnung zu Rationalität oder Affektbestimmtheit, Fremd- oder Selbstkontrolle, Verantwortungsethik oder Eigennutz usw. Diese Ambivalenzen und Mehrdeutigkeiten des Konsums ziehen letztlich auch die Unterteilung gesellschaftlicher Epochen durch die Unterscheidung von industriellem Massenkonsum und individualisierten Digitalkonsum in Zweifel. Verschiedene Einwände und Ebenen der Kritik sind dabei zu berücksichtigen.

## 1 Allgemeines und Besonderes in den Bewertungen der Singularisierungsgesellschaft

Reckwitz baut seine Gesellschaftsdiagnose auf einer Geschichte der Dominanzablösung auf, die auf breiter Linie von einer Logik des Allgemeinen hin zur Logik des Besonderen verlaufe. Für ihn hat sich in der Moderne eine grundlegende Verschiebung ergeben, die sich nicht nur in den digitalen sozialen Medien zeige, sondern auch das Arbeitsleben, Unternehmen, ganze Städte und sogar Nationalstaaten ergreife, die sich heute alle in Wettbewerben auf Winner-takes-all-Märkten über ihre Alleinstellungsmerkmale und eine hierfür zu konstruierende Authentizität gegeneinander behaupten müssten. Die neue Vorherrschaft der Logik des Besonderen ergebe sich dabei daraus, dass sie durch die *kulturellen Praktiken der Bewertung oder Valorisierung* bestimmt sei. Nicht – oder jedenfalls nicht allein – die Ordnung des verallgemeinerten Wettbewerbs um Marktanteile oder Sichtbarkeit könne erklären, warum das Authentische, Ausgewählte, aufgrund seiner Eigenkomplexität und Inkommensurabilität, d.h. qualitativen Andersheit zu schätzende in der Gegenwartsgesellschaft so viel Gewicht erhalte, dass es frühere Ordnungsmuster der Moderne weitgehend außer

Kraft zu setzen vermag. Es sei vielmehr die besondere Form der Auszeichnung oder Zertifizierung von Menschen, Dingen oder auch atmosphärisch besonderen Räumen als etwas Singuläres, die eine Diskontinuität gegenüber früheren Struktur- und Ordnungsmustern der Moderne bewirke (vgl. etwa Reckwitz 2017, S. 54ff., 162).

Den Einwand, dass auch eine solche, durchaus spezifische Bewertungsform auf eine Ordnung und Logik des Allgemeinen verweist, die eine kulturelle Anordnung, Relationierung und Auszeichnung bzw. Abwertung nach singulären Qualitäten erst möglich macht, würde Reckwitz wohl mit dem laxen Hinweis parieren, dass es trivial sei, auf Allgemeines in Phänomenen zu verweisen, insofern „sich jedes Element der Welt wahlweise als konkretes Einzelnes oder als Exemplar eines allgemeinen Typs interpretieren“ lasse (Reckwitz 2017, S. 11). Ob damit aber dem Allgemeinen in der „sozialen Logik des Besonderen“ (ebd.) als Bewertungslogik hinreichend Rechnung getragen wird, verdient einen zweiten Blick.

Bewertungen von etwas als singulär lassen sich nicht einer Seite, etwa der Logik des Besonderen in Abgrenzung zur Logik des Allgemeinen, zuordnen. Vielmehr stellt sich deren Verhältnis deutlich komplexer und widersprüchlicher dar. Überzeugender als bei Reckwitz findet sich dieser Zusammenhang in der Theorie der Rechtfertigungsordnungen von Luc Boltanski und Laurent Thévenot (2007, S. 54–64) dargestellt. Nicht nur in Preis- oder Leistungsvergleichen drückt sich demnach eine Logik des Allgemeinen aus. Vielmehr identifizieren die Autoren auch noch an der Auszeichnung von Personen oder Dingen als besonders inspiriert oder authentisch eine Logik des Allgemeinen, die diesen Zuordnungen von Wert oder „Größe“, wie sie es nennen, erst den nötigen Geltungs- oder „Allgemeingültigkeitsanspruch“ verleihen, der die Bewertung zu rechtfertigen, also gegenüber Willkür abzugrenzen hilft. Folglich wäre zu fragen, ob singularisierende Bewertungen nicht ebenfalls notwendig einer spezifischen Ordnung des Allgemeinen folgen müssen, wenn sie denn eine dominante Kulturform und damit mehr als Willkürurteile zu sein beanspruchen. Insofern Reckwitz in diese Richtung argumentiert, ist schon seine Charakterisierung der Singularisierung über eine Logik des Besonderen *im Unterschied* zur Logik des Allgemeinen höchst irreführend. Wo Reckwitz von einer *sozialen* Logik spricht, gesteht er dies im Grunde zu. Seine Analyseperspektive steht ihm jedoch im Wege, das spezifische Allgemeine der *Gesellschaft* der Singularitäten konsequent herauszuarbeiten und als solches zu benennen. Was hier gesellschaftlich dominant wird, ist eine neue Logik des Allgemeinen, die vor allem solche Bewertungsmaßstäbe als allgemeingültig anlegt, die die allgemeinen Prinzipien der sozialen Welt der Inspiration mit jenen der schnelllebigen öffentlichen Meinung kombinieren (vgl. Boltanski/Thévenot 2007, S. 222ff., 245ff.).

Einwände resultieren aber nicht nur aus der Paradoxie, dass gerade auch jene Konsumgüter oder -praktiken, die sich über ihre Erlebnisqualitäten oder Alleinstellungsmerkmale – etwa der nicht mehr allzu ferne Weltraumtourismus – als singuläres Besonderes auszeichnen, ein hohes Maß an Standardisierung aufweisen. Neben der naiven Verdopplung solcher Bewertungssemantiken ist auch das Dominanz- und Absolutheitsargument der Zeitdiagnose zu hinterfragen.

## 2 Dominanz versus Pluralität von Bewertungsordnungen

Wird analytisch von einer Pluralität von Bewertungsordnungen ausgegangen, wie es Boltanski und Thévenot mit ihrer Unterscheidung von sechs, teils sieben Welten (neben Inspiration und Meinung etwa auch solche des Marktes, der Industrie, der Familie, des Staatsbürgertums oder auch des flexiblen Projektkapitalismus) nahelegen und die auf einer grundlegenden Ebene auch von Reckwitz nicht bezweifelt wird, so stellt sich die Frage, wie deren Verhältnis in einer bestimmten Gesellschaftsepoche methodisch angemessen zu bestimmen ist. Die These des Struktur- und Dominanzwandels hin zu singularisierenden Valorisierungspraktiken kann nicht allein dadurch belegt werden, dass lediglich solche Phänomene in den Blick genommen werden, die sich dieser Bewertungsordnung problemlos subsumieren lassen. Vielmehr wäre der sozialwissenschaftliche Blick systematisch auf gegenläufige Bewertungspraktiken zu richten, um deren Marginalisierung oder Verdrängung nachzuweisen. Das Buch von Andreas Reckwitz fokussiert ganz überwiegend nur solche Phänomene, die sich seiner Deutung eines Dominanzwandels hin zur Singularisierung einfügen und nutzt nicht das Falsifikationspotential einer multiperspektivischen Analyse auf verschiedene, gleichzeitig existierende Ordnungen der Bewertung. Dadurch weist es Züge auf, aufgrund derer viele Gesellschaftstheorien von postmodernen Philosophen abschätzig zu „großen Erzählungen“ herabqualifiziert werden konnten. Damit wird nicht nur der Gesellschaftstheorie kein Gefallen getan; das Vorgehen wird auch der empirischen Vielfalt gegenwärtiger Bewertungen nicht gerecht. So weisen die Beiträge von Steffen Mau und Alexander Roßnagel in diesem Band am Beispiel des Scorings auf eine ganz andere Bewertungsdynamik in der Gegenwartsgesellschaft hin, die als Kandidatin für eine alternative Lesart zum Struktur- und Dominanzwandel ernst genommen werden sollte. Zumindest ist unübersehbar, dass sich quantifizierende Muster der Bewertung und Wertzuschreibung ausbreiten und dabei die sozialen Verhältnisse und Ungleichheiten folgenreich restrukturieren.

Vor allem die Ausbreitung digitaler Technologien, so legt es die zur Gesellschaft der Singularitäten konkurrierende Zeitdiagnose von Steffen Mau (2017) nahe, scheint die Ausweitung quantifizierender Vermessung in der Gegenwarts-

gesellschaft voranzutreiben. So wie vor einer Überschätzung singularisierender Valorisierungen zu warnen ist, muss freilich auch vor einer Verabsolutierung der vergleichenden und standardisierenden *Vermessung* gewarnt werden. Insbesondere darf die digitale Technologie „rechnender“ Maschinen nicht auf Quantifizierung reduziert werden, insofern mit dieser Technologie Daten, Werte und Informationen sehr unterschiedlicher Art produziert und prozessiert werden können. Eine Kultur der Selbstvermessung oder des Selbstrackings, die die sogenannte Quantified-Self-Bewegung kennzeichnet, ist eher mit der Plastizität und Ubiquität digitaler Technologien zu erklären und geht darüber hinaus auf vordigitale kulturelle Dispositive des Vertrauens in oder der Hörigkeit gegenüber Zahlen zurück, die historisch tiefe Wurzeln haben. Eine irgendwie geartete Prägekraft des Digitalen in Richtung quantifizierender Bewertung wird der Technologie nicht gerecht, die vielmehr auch durch ihre Eigenschaften der *Algorithmisierung* kultureller Prozesse und der *Hybridisierung* – aktuell etwa von menschlicher und künstlicher Intelligenz – transformierende Effekte zeitigt.

### 3 Vordergrund- und Hintergrundstrukturen der digitalen Singularisierung

Mit Blick auf den Konferenzband sind diese Fragen von Relevanz, weil hier ja nicht nur irgendein individualisierender Konsum angesprochen, sondern der individualisierte „Digitalkonsum“ als das zeitdiagnostisch zu entschlüsselnde Phänomen in den Fokus gerückt wird. Hierzu hat auch Reckwitz in seinem Buch Überlegungen beigesteuert, die zur weiteren Klärung aufgegriffen werden können. In dem entsprechenden Kapitel gewinnt ein Vorschlag zur Relationierung der Logik des Besonderen und der Logik des Allgemeinen an Kontur und Plausibilität, wonach in der Gegenwartsmoderne das Allgemeine zur Hintergrund- oder auch Infrastruktur der Logik des Besonderen wird. Im Digitalisierungskapitel entwickelt Reckwitz diesen Gedanken zur These von der digitalen Kulturmaschine weiter, die von ihrer infrastrukturellen Seite her eine „sozio-technische Logik des Allgemeinen“ verkörpere (Reckwitz 2017, S. 232, Hervorhebung von J.L.). Dieses Allgemeine wird jedoch unmittelbar anschließend ganz auf die *Maschinenteknik* reduziert, über die sich auf einer zweiten, vordergründigen Ebene die *Kultur* der Singularisierung ungehindert ausbreiten könne. Problematisch an dieser Sichtweise ist weniger die Deutung des Allgemeinen als Hintergrund- oder Infrastruktur der kulturellen Bewertungspraktiken, die sich etwa in den sozialen Medien ausbreiten. Problematisch ist vielmehr die damit implizit verbundene Trennung von Technik und Sozialität, die allen Einsichten heutiger Wissenschafts- und Technikforschung widerspricht, sowie die durch den Argumentationszusammenhang des Buches zugeschriebe-

ne Nachrangigkeit der auf Technik reduzierten Infrastruktur gegenüber der dominant gewordenen kulturellen Logik auf der Vorderbühne.

Dagegen lohnt es, sich an ältere Diagnosen zur kulturindustriellen Maschinerie zu erinnern, die eine solche Dominanzverteilung klar infrage stellen. Horkheimer und Adorno hatten im Kulturindustriekapitel ihres Buches zur *Dialektik der Aufklärung* (1969, S. 163ff.) den Modus der Singularisierung bereits am Beispiel des amerikanischen Starkults aufs Korn genommen und als Pseudo-Individualität entlarvt. Im Sinne dieser Klassiker und entgegen der Deutung von Reckwitz lassen sich die allgemeinen Infra- oder Hintergrundstrukturen des Besonderen weder in früheren noch in heutigen Ausgestaltungen der kulturindustriellen Maschinerie als passiv und nachrangig kennzeichnen. Vielmehr sind sie wesentlich und charakteristisch für Valorisierungen und Bewertungspraktiken. An den gestalteten Infrastrukturen der Plattformökonomie wird diese Fabrikation von Singularität sogar besonders gut sichtbar: So wie Vergleiche und Bewertungen entlang quantifizierender Leistungsmaßstäbe das Auszeichnen des Besonderen keineswegs ausschließen, sondern erst ermöglichen, reproduziert sich auch in der Aufmerksamkeitsökonomie der Influencer und YouTuber der infrastrukturelle Zwang zur kreativen Selbstvermarktung der Crowd durch digitale Wertschöpfungsbeiträge und deren wechselseitige Bewertung mittels Likes, Peer-Reviews und der Akquise von Followern. All das ist als Grammatik der Auszeichnung des Singulären in die Infrastrukturen des digitalen Lebens in hohem Maße eingeschrieben und damit vorgezeichnet. Für das Konferenzthema ist dies relevant, weil es auch den „individualisierten Digitalkonsum“ sozialwissenschaftlich zu dechiffrieren, zu relativieren und einzuordnen hilft.

#### **4 Individualisierter Digitalkonsum in den Infrastrukturen der Plattformökonomie**

Anstatt den kulturellen (Selbst-)Beschreibungen des individualisierten Digitalkonsums allzu schnell zu folgen und diesem eine historisch neue Qualität zuzusprechen, sollte alternativ mit einer hohen Kontinuität kulturindustrieller Ordnungsmuster der Moderne gerechnet werden, die sich auf neue, gesteigerte Art und Weise im Zusammenspiel von infrastrukturellen Weichenstellungen und kulturellen Valorisierungen manifestieren. Während im Fall der Massen-Individualisierung (Mass-Customization) von Konsumgütern sich das Besondere, Singuläre in marginalen Differenzen erschöpft, etwa im besonderen Aufdruck auf dem online bestellten T-Shirt oder einer einzigartigen Kombination von Ausstattungsmerkmalen beim digital konfigurierten Neuwagen, nimmt die Legitimation und Verschleierung des massenkulturellen und industriellen Charakters modernen Konsums in der digitalen Plattformökonomie mit ihren sozialen

Medien eine andere, schwerer zu durchschauende Gestalt an. Die singularisierende Valorisierung kann in dem Maße entfaltet werden, wie sie durch die sozio-technischen Infrastrukturen des Social Web im Rahmen digitaler Plattformen handhab- und kontrollierbar wird. Sie stellt dann eine äußerst produktive Legitimationsressource bereit. Wird dieser ideologische Aspekt der Singularisierung nicht angemessen reflektiert, kann auch die wissenschaftliche Kulturtheorie selbst zur verklärenden Pseudo-Legitimation beitragen.

Der neue kulturindustrielle Kontrollmodus der Plattformökonomie sei daher abschließend noch kurz dargestellt, um die Relevanz der gestaltenden Verfügung über die Infrastrukturen des individualisierten Digitalkonsums sichtbar zu machen: Angeblich stellen Plattformen nur offene Rahmenstrukturen für kulturelle oder ökonomische Aktivitäten bereit, wohingegen letztere den Nutzenden überlassen bleiben, die den user-generated-content bereitstellen. Tatsächlich sind die Plattformen aber alles andere als neutrale Infrastrukturen; vielmehr sind die Betreiber durch den enormen Datenreichtum, der ihnen zur Verfügung steht, in einer überlegenen Position der Verhaltensbeobachtung, -analyse und -steuerung, die durch permanente Verfeinerung und Ausweitung ihrer technologischen Mittel laufend perfektioniert wird. Praktiken der Valorisierung sind von diesem Modus der Steuerung durch Rahmung nicht nur nicht ausgenommen. Sie sind vielmehr in den infrastrukturellen Steuerungsmodus der digitalen Plattformökonomie als Rahmungselement eingelassen und spielen darin eine zentrale Rolle. Dieser Steuerungsmodus nutzt dabei vor allem das Wissen der modernen Verhaltensökonomie und -psychologie in Verbindung mit den technologischen Möglichkeiten der laufenden Verhaltensbeobachtung und infrastrukturellen Anpassung.

Als Beispiel kann erneut auf das Selftracking verwiesen werden, das exemplarisch die zunehmende Datenabhängigkeit moderner Individualität und Personalität verdeutlicht. Während über die *personenbezogenen Daten* überwiegend noch als sparsam zu veräußerndes und staatlich zu schützendes Gut gesprochen wird, reift unter dem Leitbild des individualisierten Digitalkonsums längst die Figur der *datenbezogenen Person* heran, für die sich das Recht auf informationelle Selbstbestimmung zunehmend in eine Notwendigkeit der Selbst-Entäußerung und Selbst-Bestimmung mittels digital aufbereiteter und in sozialen Medien bewerteter Informationen verwandelt.

Daran lässt sich erahnen, welches Macht- und Steuerungspotential in der Verfügung über solche Daten sowie in den technologischen Möglichkeiten der Gestaltung von Bewertungsrahmen steckt (vgl. Lamla 2019; Zuboff 2019b). Shoshana Zuboff hat in ihrem Buch zum Überwachungskapitalismus (2019a) dargelegt, wie der Zwang zum Auf- und Ausbau von Potenzialen und Kapazitäten der Vorhersage und Kontrolle von Verhalten individueller Konsumentinnen und Konsumenten ebenso wie Bürgerinnen oder Bürger zum entscheidenden



Wettbewerbsfaktor für Unternehmen wird. Die Anteile an den „Verhaltensterminkontraktmärkten“ (ebd., S. 25) würden zukünftig über den Erfolg digitaler Geschäftsmodelle entscheiden. Offenbar kehrt sich das Dominanzverhältnis von Vordergrund- einerseits und Infra- oder Hintergrundstruktur andererseits damit zugunsten der Geschäftsmodelle für eine im Hintergrund operierende Verhaltens- und Datenökonomie um. Für diese Modelle ist das Designen von digitalen Daten-Infrastrukturen der Modus, um das Kontroll- und Steuerungswissen der Verhaltenspsychologie und -ökonomie optimal zum Einsatz bringen zu können. Die entsprechenden Wissenschaften, deren Arbeitsweise im Beitrag von Andrea Gröppel-Klein noch überwiegend an der Offline-Welt dargestellt wird, sprechen selbst vom Gestalten von Entscheidungsarchitekturen, die weitgehend unbemerkt von den Konsumentinnen und Konsumenten im Hintergrund Verhaltensimpulse setzen und Selbstbilder verändern, indem sie deren Entscheidungen durch Nudging in einer vorbestimmten Richtung emotional affizieren (Thaler/Sunstein 2011). Algorithmisch generierte Empfehlungen oder sozial generiertes Feedback können für ein solches impulssetzendes Framing ein sehr geeignetes Mittel sein.

## 5 Fazit

Wenn also sowohl Steffen Mau als auch Andreas Reckwitz auf die Ausweitung und Bedeutung von Valorisierungspraktiken in der Gegenwartsgesellschaft verweisen, dann wird am Beispiel der Bewertungen im digitalen Raum besonders anschaulich, wie diese zum Gestaltungselement verhaltensbeeinflussender Entscheidungsarchitekturen werden können. Weder handelt es sich dabei allein um Bewertungen in einer quantifizierend-vergleichenden Richtung wie beim Scoring noch überwiegend nur um solche der Singularisierung mit ihren Spielarten der Affektualisierung, Eventisierung oder narrativen Authentisierung. All diese Bewertungsformen kommen vor und spielen gewichtige Rollen, wobei keine das Wechselspiel von Allgemeinem und Besonderem aushebelt, das allen Bewertungsordnungen zugrunde liegt. Dabei ist weiter von einer Pluralität von Bewertungen auszugehen, die z.B. auch Varianten der Vertrauensbewertung umfasst oder solche professioneller Expertise. Wo in der digitalen Welt Bewertungsformate vorgesehen und vorgegeben sind, sollte die Analyse gleichwohl vor allem nach dem Beitrag der Bewertungspraxis für die Aufrechterhaltung der Infrastruktur und für die Geschäftsmodelle der Betreibenden fragen. Oftmals sind sozial oder maschinell generierte Bewertungen ein Mittel, um Akzeptanz zu demonstrieren, Authentizität für bestimmte Inhalte (z.B. Produkte oder Content) zugesprochen zu bekommen oder auch nur Aufmerksamkeit auf die eigene Plattform zu ziehen und damit Skalen- oder Netzwerkeffekte zu erzeugen.



gen (Lamla 2013, S. 270ff.). Dabei kann das individualisierende oder singularisierende Separieren der Nutzenden und parallele Auflösen kollektiver Stimmen durch Segmentierung von Vorteil sein, weil sich dadurch kein organisationsfähiges Kollektiv den infrastrukturellen Voreinstellungen oder Weichenstellungen mehr entgegensustellen vermag. Der individualisierte Digitalkonsum erweist sich so als eine effiziente Art und Weise der *Regierung* der Konsumentinnen und Konsumenten.

Vor diesem Hintergrund sollte die Verbraucherforschung den Blick sehr viel stärker und kritischer auf die überwiegend privatökonomisch, z.T. aber auch staatlich agierenden Gestaltungsmächte richten, die mit den Entscheidungsarchitekturen ihrer Plattformen maßgeblich die Hintergrund- oder Infrastrukturen sowie Bewertungsordnungen des Konsums und der Konsumentinnen und Konsumenten gestalten. Das Konsumsujet aktiv hervorzuheben, stand auch schon früher im Interesse der Konsumforschung, des Marketings und der Werbeindustrie, aber ebenso des Staates – sei es, dass dieses Subjekt nun rational kalkulierend, nachhaltig oder affektgebunden agieren sollte. Dies zeigen nicht zuletzt die drei historisch ausgerichteten Beiträge von Gudrun M. König, Anne Schmidt und Wolfgang König zu diesem Band. Nicht viel anders ist es heute unter Bedingungen der digitalen Infrastrukturgestaltung mit der Hervorbringung von Konsumsujetten, die entweder als Individuum und authentische Singularität oder als abzählbares und sozial vermessbares Exemplar – oder als beides zugleich – angesprochen werden. Die Herausforderung, die für die Verbraucherforschung und Verbraucherpolitik aus der Einsicht in die Macht und Reichweite solcher Gestaltungsprozesse resultiert – nicht zuletzt vor dem Hintergrund rasanter Umsetzungen in Ländern wie China mit seinem Social-Scoring-Modell –, besteht in der Notwendigkeit der Mitgestaltung der infrastrukturellen Weichenstellungen für die gesellschaftlichen Werte- und Bewertungsordnungen. Eine solche Mitwirkung sollte den autoritativen Modus der Gestaltung von Hintergrundstrukturen nicht verstärken, etwa indem sie ihrerseits lediglich darum bemüht ist, das verhaltensökonomische Repertoire zur Stärkung eigener Valorisierungskriterien einzusetzen. Vielmehr sollte die Verbraucherforschung und -politik die Normierungswirkungen und normativen Vorentscheidungen digitaler Infrastrukturen transparent machen und ihre Klientel in die politischen Aushandlungen zur Rahmengestaltung des Konsums aktiv einbeziehen, damit diese langfristig zur kritischen Evaluation entsprechender Vorentscheidungen fähig sowie als zu repräsentierendes Kollektiv auch potentiell organisations- und handlungsfähig bleibt.

*Literatur*

- Boltanski, L. & Thévenot, L. (2007). *Über die Rechtfertigung. Eine Soziologie der kritischen Urteilskraft*. Hamburg: Hamburger Edition.
- Hohnsträter, D. (2018). Kultur, Konsum und die Gesellschaft der Singularitäten. Beitrag zum Reckwitz-Buchforum. In: *Soziopolis* vom 23. Januar 2018: <https://soziopolis.de/beobachten/kultur/artikel/reckwitz-buchforum-7-die-gesellschaft-der-singularitaeten/>
- Horkheimer, M. & Adorno, Th. W. (1969). *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*. Frankfurt am Main: Fischer.
- Lamla, J. (2013). *Verbraucherdemokratie. Politische Soziologie der Konsumgesellschaft*. Berlin: Suhrkamp.
- Lamla, J. (2019). Selbstbestimmung und Verbraucherschutz in der Datenökonomie. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 69, 24/26, 49–54.
- Mau, S. (2017). *Das metrische Wir. Über die Quantifizierung des Sozialen*. Berlin: Suhrkamp.
- Reckwitz, A. (2017). *Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne*. Berlin: Suhrkamp.
- Thaler, R. H. & Sunstein, C. R. (2011). *Nudge. Wie man kluge Entscheidungen anstößt*. Berlin: Ullstein.
- Zuboff, S. (2019a). *Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus*. Frankfurt am Main; New York: Campus.
- Zuboff, S. (2019b). Surveillance Capitalism – Überwachungskapitalismus. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 69, 24/26, 4–9.