



Als T-Shirt-Aufdruck getragen von Paris Hilton, ist die Frage «Can you afford me?» in Sofia Coppolas Film «The Bling Ring» der einzige moralisch-ironische Kommentar zum Sinn von Reichtum und Starkult, Luxus und Verschwendung im Los Angeles von 2013. Coppolas filmische Inszenierung des Treibens der Teenager-Bande, die in den Jahren 2008–9 in die Häuser von Hollywoodstars einbrach und dort u. a. teure Kleidung, Schmuck und Uhren mitgehen ließen, nimmt keine eindeutige Position ein: Weder wird das Bedürfnis der Teenager, durch die «Aneignung» der Luxusobjekte Teil des Starkults zu sein, verurteilt oder ausführlich erklärt, noch legt Coppola darauf Wert, die Welt der Stars als besonders dekadent darzustellen. Die Praxen des Luxus und ihre Objekte scheinen bei Coppola zunächst weit entfernt von einem ethischen Diskurs, der nur andeutungsweise in der verzweifelt Leere, der Sinn- und Identitätssuche der kalifornischen Teenager inmitten von maroden Familienstrukturen durchschimmert. Man kann nur erahnen, dass die gemeinsamen Beutezüge nach Luxuswaren für die Bling-Ring-Bande sinnvolle Beziehungen und Bedürfnisse nach Zugehörigkeit, Selbstfindung und Anerkennung ersetzen. Luxus erscheint hier zunächst als Selbstverständlichkeit, die nicht hinterfragt wird. Zugleich vermitteln die distanziert schwingenden Kamerafahrten durch die prächtigen Luxusvillen, begehbaren Kleider- und Schuhschränke der Reichen eine extreme Kälte und dadurch eine starke Ambivalenz zu den Objekten der Teenagerbegierden. Wenn die Luxuschuhe dann als Objekte auf dem Flohmarkt oder als Beweisstücke bei der Polizei landen, löst sich ihr «Luxuswert» in nichts auf. Hier wird deutlich, dass Diskurse zum Luxus nach ihrer paradoxen Demokratisierung im «Luxus für Alle» wieder eine ethische Dimension erhalten können, die über die Fragen nach dem Notwendigen und der Verteilung knapper Ressourcen sowie die Anprangerung der Verschwendung hinausgehen. Vielmehr werfen Coppolas ernüchternde Bilder von Luxuswaren erneut die Frage nach den «echten und falschen» Begehren und Bedürfnissen auf, die dem Luxus seit den moralphilosophischen Debatten der Antike und im Christentum anhaften und die trotz seines Wandels in einen «ökonomischen Funktionsbegriff»¹ im 18. Jahrhundert seine Ausdifferenzierung als relationale Kategorie in Hinblick einer bürgerlichen Alltagskultur durch Mode und Konsum und seiner Historisierung und Soziologisierung im 19. Jahrhundert immer wieder virulent werden.

Gerade in den Zeiten der «Krise», in der Diskussionen zu Themen wie Nachhaltigkeit, Maß und Verschwendung verstärkt geführt werden, stellt sich die Frage nach «gutem» oder «schlechtem» Konsum, nach angebrachtem oder unangebrachtem Verbrauch. Dabei ist der Diskurs über den Luxus als ostentative Form des Konsums, das kann die prekäre Rolle des einzigen männlichen Mitglieds der

«Bling Ring-Bande» verdeutlichen, weiterhin geprägt von der Problematik der sozialen Distinktion, die nicht nur gesellschaftliche Schichten betrifft, sondern ebenso von Geschlechterzuschreibungen abhängig ist und von anderen Differenz- und Identitätsdiskursen durchkreuzt wird.² Im Rahmen dieses Heftes ist es selbstredend nicht möglich, einen umfassenden Überblick auf die komplexen Diskurse des Luxus und ihre Objekte zu bieten. Vielmehr werden Schlaglichter auf die diskursive Produktion von Luxus in der Verschränkung von Mode und Literatur, auf die Herstellung und Bewertung von Gegenständen als «Luxus» und ihre Kreuzungen mit geschlechtsspezifischen Zuschreibungen geworfen. Zudem werden die zeitliche Dimension und ihre Verquickung mit Distinktionsmechanismen im «Luxus für Alle» sowie die paradoxen Versuche an den Schnittstellen von Marken- und Kunstwelt beleuchtet, den Verzicht auf Konsum zum konsumtiven Luxus werden zu lassen. Im Anschluss an das dritte Heft der *kritischen berichte* «Wandel der Reichtümer im Feld der Kunst», herausgegeben von Robert Felfe, fokussiert sich dieses Luxus-Heft auf einen extremen und konstitutiven Aspekt des Reichtums der westlichen Industrieländer, der als eine durch Regeln geordnete «Alltagspraxis» ein «hohe[s] Maße gesellschaftsstrukturierende[r] Kraft»³ besitzt. Wie diese Kraft an den Schnittstellen und Rändern von Kunst, Mode und Konsum ihre Wirkungen entfaltet, ist das zentrale Thema dieses Hefts.

Anmerkungen

1 Joseph Vogl, «Luxus», in: *Ästhetische Grundbegriffe*, hg. v. Karlheinz Barck u. a., Stuttgart und Weimar 2001, Bd. 3, S. 694–708, S. 699.

2 Michael Jäckel und Franziska Schößler, «Luxus als Distinktion und Kommunikation», in: *Luxus. Interdisziplinäre Beiträge zu Formen und Repräsentationen des Konsums*, hg. v. dies., Trier 2008, S. 3–9.

3 Ebd., S. 5.