

# Akkulturation von Konsumierenden

Gesellschaftliches Klima und  
individuelle Strategien

Sonja N. Kralj



# **Akkulturation von Konsumierenden: Gesellschaftliches Klima und individuelle Strategien**

Dissertation  
der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät  
der Universität Augsburg  
zur Erlangung des Grades einer  
Doktorin der Wirtschaftswissenschaften  
(Dr. rer. pol.)

Vorgelegt von

Sonja N. Kralj  
(M.Sc. International Management)

Erstgutachter: Prof. Dr. Michael Paul

Zweitgutachter: Prof. Dr. Daniel Veit

Vorsitzender der mündlichen Prüfung: Prof. Dr. Erik Lehmann

Tag der mündlichen Prüfung: 26. April 2022



Berichte aus der Betriebswirtschaft

**Sonja N. Kralj**

## **Akkulturation von Konsumierenden**

Gesellschaftliches Klima und individuelle Strategien

Shaker Verlag  
Düren 2022

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Zugl.: Augsburg, Univ., Diss., 2022

Copyright Shaker Verlag 2022

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN 978-3-8440-8683-6

ISSN 0945-0696

Shaker Verlag GmbH • Am Langen Graben 15a • 52353 Düren

Telefon: 02421 / 99 0 11 - 0 • Telefax: 02421 / 99 0 11 - 9

Internet: [www.shaker.de](http://www.shaker.de) • E-Mail: [info@shaker.de](mailto:info@shaker.de)

## **Vorwort**

Ein Dankeschön von Herzen gilt allen, die diese Dissertation begleitet und zu ihr beigetragen haben. Allen voran bedanke ich mich bei meinem Promotionsbetreuer Herrn Prof. Dr. Michael Paul für die konstruktive und ergiebige Zusammenarbeit sowie bei meinem Zweitgutachter Herrn Prof. Dr. Daniel Veit und dem Vorsitzenden meiner mündlichen Prüfung, Herrn Prof. Dr. Erik Lehmann. Danke an Prof. Dr. Marius Luedicke für wertvollen Input und Diskussionen.

Herzlichen Dank an alle Interviewteilnehmenden, die mit ihren teilweise sehr persönlichen und emotionalen Erzählungen ein Fundament dieser Arbeit sind. Sehr großer Dank gebührt zudem all denen, die mich in meinem privaten und beruflichen Umfeld über die Jahre stets unterstützt haben und auf die ich mich immer verlassen konnte.

Sonja N. Kralj



## Einführende Bemerkung

Im Entwicklungsprozess dieser Forschungsarbeit präsentierte die Autorin dieser Dissertation jeweils zu dem Zeitpunkt aktuelle Teilergebnisse auf den nachfolgend aufgelisteten Fachkonferenzen. Diese Teilergebnisse sind als Abstracts in Konferenzbänden öffentlich zugänglich. Ein Verweis auf diese Konferenzbeiträge erfolgt aufgrund ihrer inhaltlichen Kürze im Fließtext und somit im Literaturverzeichnis der vorliegenden Arbeit nicht.

- Kralj, Sonja N. und Michael Paul (2018), „Forever Foreign in the Homeland? Repatriates’ Consumer Identity and Belonging,“ in *14<sup>th</sup> CCT Conference*, Odense.
- Kralj, Sonja N. und Michael Paul (2018), „The Myth of Return – Success or Failure? Consumer Identity and Belonging in the Case of Repatriate Migrants,“ in *49<sup>th</sup> ACR Conference*, Dallas, TX.
- Kralj, Sonja N. und Michael Paul (2019), „Institutional Complexity in Migrant Consumption,“ in *NITMKG2 Conference*, Paris.
- Kralj, Sonja N. und Michael Paul (2019), „Institutional Complexity in Migrant Consumption,“ in *15<sup>th</sup> CCT Conference*, Montreal.
- Kralj, Sonja N. und Michael Paul (2019), „(Il)Legitimate in the Homeland? Repatriate Migrants’ Consumption in a Complex Institutional Environment,“ in *50<sup>th</sup> ACR Conference*, Atlanta, GA.
- Kralj, Sonja N. und Michael Paul (2020), „Legitimately Illegitimate? Migrants’ Consumer Identity in Institutional Complexity,“ in *49<sup>th</sup> EMAC Conference*, Budapest.
- Kralj, Sonja N. und Michael Paul (2020), „(Il)Legitimate in the Homeland? The Co-Construction of a Collective Consumer Identity of Repatriate Migrants,“ in *16<sup>th</sup> CCT Conference*, Leicester.
- Kralj, Sonja N. und Michael Paul (2020), „Familiar Foreigners? Collective Consumer Identity (De)Legitimation Dynamics in the Case of Repatriate Migrants,“ in *51<sup>st</sup> ACR Conference*, Paris.
- Kralj, Sonja N. und Michael Paul (2021), „The Dynamics of Repatriate Consumer Acculturation,“ in *2021 AMA Winter Academic Conference*, St. Petersburg, FL.
- Kralj, Sonja N. und Michael Paul (2021), „The Impact of Societal Conditions on Migrants’ Consumer Acculturation Prospects,“ in *52<sup>nd</sup> ACR Conference*, Denver, CO.
- Kralj, Sonja N., Marius Luedicke und Michael Paul (2022), „How Macro-Societal Conditions Shape Migrant Consumers’ Acculturation Prospects,“ in *Brand Camp 5*, Obergurgl.



# Inhalt

|                                                                                |             |
|--------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>Abbildungsverzeichnis .....</b>                                             | <b>XI</b>   |
| <b>Tabellenverzeichnis .....</b>                                               | <b>XIII</b> |
| <b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>                                             | <b>XV</b>   |
| <b>A Einleitung .....</b>                                                      | <b>1</b>    |
| 1 Problemstellung .....                                                        | 1           |
| 2 Forschungsfragen .....                                                       | 4           |
| 3 Beiträge und Relevanz .....                                                  | 8           |
| 4 Aufbau der Arbeit .....                                                      | 10          |
| <b>B Theorie: Grundlagen, Bezugsrahmen und Literaturüberblick .....</b>        | <b>12</b>   |
| 1 Wissenschaftstheorie und Theoriebildung .....                                | 12          |
| 1.1 Wissenschaftstheorie .....                                                 | 12          |
| 1.2 Theorie und Theoriebildung .....                                           | 20          |
| 1.3 Elemente einer Theorie .....                                               | 24          |
| 2 Grundlagen des Forschungsprogramms Consumer Culture Theory .....             | 26          |
| 2.1 Verortung .....                                                            | 27          |
| 2.2 Grundbegriffe .....                                                        | 28          |
| 2.3 Forschungsschwerpunkte der Consumer Culture Theory .....                   | 31          |
| 3 Grundlagen der Konsumierendenakkulturation und ko-ethnischen Migration ..... | 35          |
| 3.1 Einordnung in Migrationsforschung .....                                    | 35          |
| 3.2 Akkulturation und Konsumierendenakkulturation .....                        | 36          |
| 3.3 Ko-ethnische Migration .....                                               | 38          |
| 4 Entwicklung eines begrifflichen Bezugsrahmens zur Theoriebildung .....       | 41          |
| 4.1 Überblick und Theorieelemente .....                                        | 42          |
| 4.1.1 Analyseebene .....                                                       | 44          |
| 4.1.2 Prozess .....                                                            | 51          |
| 4.1.3 Reichweite .....                                                         | 56          |

|           |                                                                                 |            |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.2       | Konsumierendenakkulturationsklima .....                                         | 57         |
| 4.3       | Konsumierendenakkulturationsstrategie.....                                      | 62         |
| 5         | Literaturüberblick zur Konsumierendenakkulturationsforschung.....               | 63         |
| 5.1       | Überblick.....                                                                  | 63         |
| 5.2       | Analyseebene .....                                                              | 84         |
| 5.2.1     | Makro-Ebene: Konsumierendenakkulturationsklima.....                             | 84         |
| 5.2.2     | Mikro-Ebene: Konsumierendenakkulturationsstrategie.....                         | 97         |
| 5.2.3     | Zusammenhang zwischen Analyseebenen .....                                       | 104        |
| 5.3       | Prozess .....                                                                   | 106        |
| 5.4       | Reichweite.....                                                                 | 112        |
| 6.        | Zwischenfazit.....                                                              | 122        |
| <b>C</b>  | <b>Kontext und Methode: Ethnografie zur ko-ethnischen Migration.....</b>        | <b>125</b> |
| 1         | Kontext: Ko-ethnische Migration der Aussiedler und Spätaussiedler.....          | 125        |
| 1.1       | Die deutsche Minderheit vom Siedlungsbeginn bis in die Zwischenkriegszeit ..... | 125        |
| 1.2       | Die deutsche Minderheit vom Zweiten Weltkrieg bis heute .....                   | 128        |
| 1.3       | Überblick über die Einwanderung und Soziodemografika der Eingewanderten....     | 132        |
| 2         | Methode: Grundlagen und Vorgehensweise der Ethnografie.....                     | 138        |
| 2.1       | Grundlagen.....                                                                 | 138        |
| 2.1.1     | Einführung.....                                                                 | 138        |
| 2.1.2     | Datensammlung.....                                                              | 144        |
| 2.1.2.1   | Interviews als ethnografischer Kernbestandteil.....                             | 144        |
| 2.1.2.1.1 | Grundlagen.....                                                                 | 144        |
| 2.1.2.1.2 | Das biografisch-narrative Interview .....                                       | 146        |
| 2.1.2.1.3 | Interviewbezogene visuelle Datensammlung.....                                   | 149        |
| 2.1.2.2   | Felddaten.....                                                                  | 150        |
| 2.1.2.3   | Archivdaten.....                                                                | 153        |
| 2.1.2.4   | Netnografische Daten .....                                                      | 154        |
| 2.1.3     | Datenanalyse und Sicherstellung der Vertrauenswürdigkeit.....                   | 155        |

|           |                                                               |     |
|-----------|---------------------------------------------------------------|-----|
| 2.1.3.1   | Datenanalyse.....                                             | 155 |
| 2.1.3.2   | Sicherstellung der Vertrauenswürdigkeit .....                 | 157 |
| 2.2       | Vorgehensweise .....                                          | 160 |
| 2.2.1     | Datensammlung.....                                            | 160 |
| 2.2.1.1   | Interviews .....                                              | 163 |
| 2.2.1.1.1 | Konsumierende mit Aussiedlungsgeschichte .....                | 163 |
| 2.2.1.1.2 | Einheimische Konsumierende .....                              | 172 |
| 2.2.1.1.3 | Institutionsrepräsentierende .....                            | 176 |
| 2.2.1.2   | Felddaten.....                                                | 181 |
| 2.2.1.3   | Archivdaten.....                                              | 185 |
| 2.2.1.4   | Netnografische Daten .....                                    | 187 |
| 2.2.1.5   | Reflexion.....                                                | 188 |
| 2.2.2     | Datenanalyse und Sicherstellung der Vertrauenswürdigkeit..... | 190 |
| 2.2.2.1   | Datenanalyse.....                                             | 190 |
| 2.2.2.2   | Soziale Repräsentationen als Analyseperspektive.....          | 198 |
| 2.2.2.3   | Sicherstellung der Vertrauenswürdigkeit .....                 | 203 |

**D Ergebnisse: Gesellschaftliche Konsumierendenakkulturationsklimata und individuelle Konsumierendenakkulturationsstrategien ..... 206**

|       |                                                             |     |
|-------|-------------------------------------------------------------|-----|
| 1     | Überblick .....                                             | 206 |
| 2     | Gesellschaftliche Konsumierendenakkulturationsklimata ..... | 207 |
| 2.1   | Überblick.....                                              | 207 |
| 2.2   | Interesse .....                                             | 208 |
| 2.2.1 | Politische Sphäre.....                                      | 210 |
| 2.2.2 | Marktsphäre.....                                            | 213 |
| 2.2.3 | Öffentliche Sphäre.....                                     | 214 |
| 2.3   | Konflikt.....                                               | 215 |
| 2.3.1 | Politische Sphäre.....                                      | 215 |
| 2.3.2 | Marktsphäre.....                                            | 222 |

|                                                                                      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 2.3.3 Öffentliche Sphäre.....                                                        | 225        |
| 2.4 Indifferenz.....                                                                 | 229        |
| 2.4.1 Politische Sphäre.....                                                         | 229        |
| 2.4.2 Marktsphäre.....                                                               | 232        |
| 2.4.3 Öffentliche Sphäre.....                                                        | 235        |
| 2.5 Einflussnahme.....                                                               | 239        |
| 2.5.1 Politische Sphäre.....                                                         | 240        |
| 2.5.2 Marktsphäre.....                                                               | 244        |
| 2.5.3 Öffentliche Sphäre.....                                                        | 250        |
| 2.6 Übergänge zwischen Konsumierendenakkulturationsklimata .....                     | 258        |
| 2.7 Diskussion.....                                                                  | 261        |
| 3 Individuelle Konsumierendenakkulturationsstrategien .....                          | 265        |
| 3.1 Konsumierendenidentität vor der Migration.....                                   | 265        |
| 3.2 Konsumierendenakkulturationsstrategien.....                                      | 272        |
| 3.2.1 Assimilation .....                                                             | 273        |
| 3.2.2 Integration .....                                                              | 280        |
| 3.2.3 Separation.....                                                                | 289        |
| 3.2.4 Reanimation .....                                                              | 291        |
| 3.3 Zusammenhang zwischen Klimata und Strategien.....                                | 295        |
| 3.4 Diskussion.....                                                                  | 304        |
| 4 Generalisierbarkeit der Ergebnisse.....                                            | 308        |
| 4.1 Konsumierendenakkulturationsklimata .....                                        | 308        |
| 4.2 Konsumierendenakkulturationsstrategien.....                                      | 314        |
| <b>E Limitationen und Implikationen für Forschung, Praxis und Gesellschaft .....</b> | <b>317</b> |
| 1 Limitationen.....                                                                  | 317        |
| 2 Implikationen für die Forschung .....                                              | 321        |
| 3 Implikationen für Praxis und Gesellschaft .....                                    | 326        |
| <b>F Fazit.....</b>                                                                  | <b>333</b> |

|                                  |            |
|----------------------------------|------------|
| <b>Literaturverzeichnis.....</b> | <b>337</b> |
| <b>Anhangsverzeichnis.....</b>   | <b>437</b> |



## Abbildungsverzeichnis

|                                                                                            |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Abbildung 1: Theoretisches Grundgerüst der Arbeit .....                                    | 43  |
| Abbildung 2: Varianz- vs. Prozesstheorie.....                                              | 53  |
| Abbildung 3: Akkulturationsstrategien der Aufnahmegesellschaft nach Berry (2001).....      | 85  |
| Abbildung 4: Akkulturationsstrategien nach Berry (1997).....                               | 99  |
| Abbildung 5: Siedlungsgebiete der Deutschstämmigen in Russland.....                        | 126 |
| Abbildung 6: Entwicklung der Einwanderungszahlen.....                                      | 133 |
| Abbildung 7: Zusammensetzung nach Herkunftsländern .....                                   | 133 |
| Abbildung 8: Berufsstruktur der Aussiedler und Spätaussiedler in den 1990er Jahren.....    | 136 |
| Abbildung 9: Verköstigung während des Interviews mit Emilia und Wilhelm .....              | 170 |
| Abbildung 10: Beispiele von Feldforschungsfotos .....                                      | 184 |
| Abbildung 11: Beispiel für Feldnotizen .....                                               | 184 |
| Abbildung 12: Beispiel für Feldartefakte.....                                              | 185 |
| Abbildung 13: Theoretisches Gesamtmodell .....                                             | 207 |
| Abbildung 14: Generisches Modell der Konsumierendenakkulturationsklimata .....             | 209 |
| Abbildung 15: Kontextbezogenes Modell der Konsumierendenakkulturationsklimata .....        | 209 |
| Abbildung 16: Cover der Publikation „Aussiedler“ .....                                     | 219 |
| Abbildung 17: Ausschnitte aus Bajog (1991) und Bumeder (1991).....                         | 226 |
| Abbildung 18: Cover der Publikation „(Spät-)Aussiedler in der Migrationsgesellschaft“ .... | 242 |
| Abbildung 19: OstBoys.....                                                                 | 246 |
| Abbildung 20: Szenen aus Capital Bra – „One Night Stand“ .....                             | 246 |
| Abbildung 21: Fischtheke im MixMarkt.....                                                  | 248 |
| Abbildung 22: Szene aus „ALMAN vs. BRATAN - Familie Teil 1“ .....                          | 251 |
| Abbildung 23: Posts Nutzender sozialer Medien.....                                         | 252 |
| Abbildung 24: Hochzeitseinladung aus Kirgisien.....                                        | 269 |
| Abbildung 25: Identitätsmappings von Klara, Teresa und Veronika.....                       | 280 |
| Abbildung 26: Beibehaltung widerspiegelnde Objekte im Wohnumfeld .....                     | 281 |
| Abbildung 27: Beibehaltung suggerierendes Fahrzeug.....                                    | 283 |
| Abbildung 28: Identitätsmappings von Luise und Milena .....                                | 288 |
| Abbildung 29: Liederbuch .....                                                             | 295 |
| Abbildung 30: Einladung zu einer „russischen Party“ .....                                  | 305 |



## Tabellenverzeichnis

|                                                                                        |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabelle 1: Wissenschaftstheoretische Charakterisierung der Paradigmata.....            | 19  |
| Tabelle 2: Zentrale Aspekte der Theoriebildung.....                                    | 22  |
| Tabelle 3: Gegenüberstellung Deduktion – Induktion – Abduktion .....                   | 23  |
| Tabelle 4: Abgrenzung des Konsumierendenakkulturationsklimas.....                      | 61  |
| Tabelle 5: Schritte 1–4 des Literaturrecherchevorgehens .....                          | 65  |
| Tabelle 6: Literaturüberblick zur Konsumierendenakkulturation.....                     | 67  |
| Tabelle 7: Vergleichsmatrix zu den Theorieelementen in der Literatur .....             | 83  |
| Tabelle 8: Phasenmodelle und Typologien von Akkulturationsbedingungen.....             | 108 |
| Tabelle 9: Typen sich (re-)akkulturierender Gruppen.....                               | 114 |
| Tabelle 10: Migrationsmuster in bestehender Konsumierendenakkulturationsforschung..... | 115 |
| Tabelle 11: Berufsstruktur von Aussiedlern und Spätaussiedlern.....                    | 137 |
| Tabelle 12: Datenset.....                                                              | 161 |
| Tabelle 13: Vergangenheitsbezug der Daten.....                                         | 162 |
| Tabelle 14: Stichprobe der eingewanderten Konsumierenden mit Interviewdetails.....     | 164 |
| Tabelle 15: Stichprobe der einheimischen Konsumierenden mit Interviewdetails .....     | 173 |
| Tabelle 16: Stichprobe der Institutionsrepräsentierenden mit Interviewdetails .....    | 177 |
| Tabelle 17: Feldaktivitäten.....                                                       | 182 |
| Tabelle 18: Ausschnitt der Codings .....                                               | 193 |
| Tabelle 19: Analysegitter für Zeitungs- und Onlineartikel .....                        | 196 |
| Tabelle 20: Beispiel für netnografische Datenanalyse .....                             | 197 |
| Tabelle 21: Maßnahmen zur Sicherstellung der Vertrauenswürdigkeit.....                 | 204 |
| Tabelle 22: Übersicht der Konsumierendenakkulturationsklimata .....                    | 257 |
| Tabelle 23: Übergangsimpulse.....                                                      | 260 |
| Tabelle 24: Unterschiede zu Strategien in relevanter Literatur.....                    | 306 |



## **Abkürzungsverzeichnis**

|           |                                                                                                |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ACR       | Association for Consumer Research                                                              |
| BVFG      | Gesetz über die Angelegenheiten der Vertriebenen und Flüchtlinge<br>(Bundesvertriebenengesetz) |
| CCT       | Consumer Culture Theory                                                                        |
| EinglAnpG | Eingliederungsanpassungsgesetz                                                                 |
| FRG       | Fremdrentengesetz                                                                              |
| KfbG      | Kriegsfolgenbereinigungsgesetz                                                                 |
| LAG       | Lastenausgleichsgesetz                                                                         |
| LmDR      | Landsmannschaft der Deutschen aus Russland e.V.                                                |
| OECD      | Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung                                |
| VHB       | Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V.                                        |
| WoZuG     | Wohnortzuweisungsgesetz                                                                        |