



**ZUKÜNFT DER GESELLSCHAFT 43. KONGRESS
DER DEUTSCHEN GESELLSCHAFT FÜR SOZIOLOGIE
JOHANNES GUTENBERG-UNIVERSITÄT JGU MAINZ
28. SEPTEMBER – 02. OKTOBER 2026**

Call for Papers

Varieties of platformization – Differenzen in der Plattformgesellschaft

Sitzung der Ad-hoc-Gruppe „Varieties of platformization – Differenzen in der Plattformgesellschaft“ auf dem 43. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Soziologie „Zukünfte der Gesellschaft“ vom 28.09. – 02.10.2026 an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz

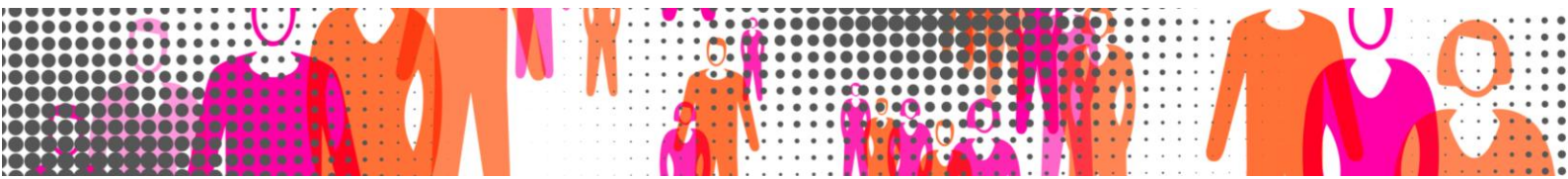
Digitale Plattformen sind ein zentraler Bestandteil der digitalen Gesellschaft (Peetz, 2025). Es gibt kaum einen Bereich des digitalen sozialen Lebens, in dem sie nicht Handlungsräume bereitstellen, in denen Akteure in Leistungs- und Publikumsrollen ihren Angelegenheiten nachgehen (Stark & Pais, 2020). Derart groß scheint die Bedeutung von Plattformen, dass manche in ihnen ein zentrales Moment der gegenwärtigen Gesellschaft ausmachen: Gesellschaft wird dann als „platform society“ (van Dijck et al., 2018) verstanden.

Im Zentrum des soziologischen Interesses in diesem Kontext stehen bisher primär Aufbau und Wirtschaftsmodell von Dienstleistungs- und „Gig Work“-Plattformen (Davis & Sinha, 2021; Dolata & Schrape, 2023; Rahman & Thelen, 2019; Schüßler et al., 2021) sowie von Social Media (Schmidt 2018; van Dijck und Poell 2013; Duffy et al. 2021). Gesellschaft geht allerdings nicht in Wirtschaft auf und es ist anzunehmen, dass die Nutzung und das Design von Plattformen bereichsspezifisch gebrochen werden: Dating- oder Wissenschaftsplattformen unterscheiden sich von Dienstleistungsplattformen genauso wie die Nutzung sozialer Medien durch religiöse, künstlerische oder politische Akteure sich von den Praktiken und Strategien digitaler Dienstleistungsarbeit unterscheidet.

Die Ad-hoc-Gruppe zielt auf einen Austausch über Arbeiten zur Bedeutung von Plattformen in verschiedenen gesellschaftlichen Teilbereichen ab. Wir laden daher Wissenschaftler:innen ein, Beiträge einzureichen, die sich mit der Rolle von Plattformen in Bereichen wie Wissenschaft, Sport, Militär, oder Gesundheit befassen. Auch Beiträge zu anderen gesellschaftlichen Teilbereichen, die nicht explizit genannt wurden, sind erwünscht. Ziel ist es, im Rahmen der Ad-hoc-Gruppe zu diskutieren, wie sich Plattformarchitekturen, -governance und -nutzung über unterschiedliche gesellschaftliche Bereiche hinweg vergleichen lassen, welche Gemeinsamkeiten dabei zutage treten und wo deutliche Unterschiede zu identifizieren sind.

Literatur

Davis, G. F., & Sinha, A. (2021). Varieties of Uberization: How technology and institutions change the organization(s) of late capitalism. *Organization Theory*, 2, 1–17.
<https://doi.org/10.1177/2631787721995198>





**ZUKÜNFTIGE DER GESELLSCHAFT 43. KONGRESS
DER DEUTSCHEN GESELLSCHAFT FÜR SOZIOLOGIE
JOHANNES GUTENBERG-UNIVERSITÄT JGU MAINZ
28. SEPTEMBER – 02. OKTOBER 2026**

- Dijck, J. V., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication*, 1(1), 2–14. <https://doi.org/10.12924/mac2013.01010002>
- Dolata, U., & Schrape, J.-F. (2023). Politische Ökonomie und Regulierung digitaler Plattformen. In T. Carstensen, S. Schaupp, & S. Seignani (Eds.), *Theorien des digitalen Kapitalismus* (pp. 344–363). Suhrkamp.
- Duffy, B. E., Pinch, A., Sannon, S., & Sawey, M. (2021). The nested precariousness of creative labor on social media. *Social Media + Society*, 7(2), 1–12. <https://doi.org/10.1177/205630512111021368>
- Loebell, J. (2026). *Christliches Influencing. Zur plattformbedingten Strukturierung von Religion*. transcript.
- Peetz, T. (2025). In *Gesellschaft von Plattformen. Zeitschrift für theoretische Soziologie*, 14(2), 136–169.
- Rahman, K. S., & Thelen, K. (2019). The rise of the platform business model and the transformation of twenty-first-century capitalism. *Politics & Society*, 47(2), 177–204.
- Schmidt, J.-H. (2018). *Social Media*, 2. Aufl. Springer VS.
- Schüßler, E., Attwood-Charles, W., Kirchner, S., & Schor, J. B. (2021). Between mutuality, autonomy and domination: Rethinking digital platforms as contested relational structures. *Socio-Economic Review*, 1–27. <https://doi.org/10.1093/ser/mwab038>
- Stark, D., & Pais, I. (2020). Algorithmic management in the platform economy. *Sociologica*, 14(3), 47–72.
- van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society. Public values in a connective world*. Oxford University Press.

**Wir bitten um die Einreichung von Abstracts (max. 2.400 Zeichen inkl. Leerzeichen)
bis zum 30.04.2026**

an: loebell@uni-bremen.de sowie thorsten.peetz@ipu-berlin.de

Organisation: Thorsten Peetz (IPU Berlin), Josefa Loebell (Universität Bremen)

