

Fazit

Bei der Analyse ging es in erster Linie darum, die Praxistypen so exakt wie möglich zu beschreiben und auf die unterschiedlichen Ausprägungen von politischem Konsum bei Frauen hinzuweisen: Annika Seifert ist Ende dreißig und mit einem Mann verheiratet, der sie finanziell absichert. Insofern kann die Hochschulabsolventin ihrem Berufsethos folgen und sich phasenweise für Projekte im Bereich Verbraucherbildung und -aufklärung engagieren, die als Ausdruck und Erweiterung ihrer ethischen Einstellung entscheidende Schritte in ihrer persönlichen Selbstverwirklichung darstellen. Dafür muss sie bei der Gestaltung ihres Alltags Kompromisse eingehen, wenn sie konsumpolitische Erwägungen durchsetzen möchte, die über den Kauf von Bio-Produkten hinausreichen. Bei Jana Peters zeigt sich ein ganz anderes Bild. Sie ist Vollzeit erwerbstätig in einem Job, der für sie Mittel zum Zweck, also primär Einkommenssicherung darstellt, aber nur wenig Möglichkeiten für eine Entfaltung ihrer Persönlichkeit bietet. Das wird schon im ersten Gespräch deutlich, in dem sie sagt, dass sie zugunsten ihres Online-Engagements durchaus auf ihre Berufstätigkeit verzichten könnte. Zudem empfindet sie ihr Gehalt als zu gering, um sich den Konsum leisten zu können, den sie sich wünscht. Sarah, nur wenig älter als Jana, hat aufgrund ihres akademischen Abschlusses und einer darauf aufbauenden Tätigkeit als selbständige Graphikdesignerin größere Möglichkeiten, Synergieeffekte zwischen ihrem Engagement und ihrer Arbeit herzustellen. Zudem ist sie daran gewöhnt, eigenverantwortlich zu arbeiten. Wie Annika ist sie zum Zeitpunkt des Tagebuchs und auch noch des Interviews in einer Beziehung, die dann jedoch beendet wird – genauso wie ihre Mitgliedschaft bei einer großen NRO. Ein weiteres interessantes Merkmal in sozio-biographischer Hinsicht, ist ihre DDR-Sozialisation, die sie mit Annika gemeinsam hat. Allerdings hat dies bei Annika in konsum-politischer Hinsicht kaum Einfluss, da sie mit ihrer Familie bereits im Alter von neun Jahren die ehemalige DDR verlassen hat. Nun muss zugunsten einer stärker theoretischen Einordnung der Befunde dieser Facettenreichtum ein Stückweit wieder

reduziert werden. Im Folgenden werden die wichtigsten Erkenntnisse der vorliegenden Arbeit für die Bereiche der politischen Frauenforschung, der politischen Verbraucherforschung sowie dem Diskurs um neue Formen politischer Beteiligung im Social Web diskutiert.

POLITISCHES PROSUMING ALS PARTIZIPATION

Politischer Konsum kann als Ausdruck einer umfassenden Suchbewegung verstanden werden, deren herausragendes Merkmal die Rückkopplung an körperliche Erfahrung ist. In ähnlicher Weise haben Autorinnen wie Roberta Sassatelli (2010) darauf hingewiesen, wie sportliche Betätigung als Versuch angesehen werden kann, mittels einer freudigen und kollektiv praktizierten Selbst-Disziplin ein Selbstgefühl zu entwickeln, gerade auch was die Grenzen bzw. das Leistungsvermögen des eigenen Körpers und des eigenen Willens angeht. Dabei zeichnet sich auch am Beispiel der zunehmenden Sportbewegung, insbesondere alltagstauglicher Sportarten wie Nordic-Walking und Jogging, eine zunehmende on-offline Hybridisierung an, wenn z.B. Lauf- und Zeitdaten im Internet veröffentlicht, von anderen kommentiert und bewertet werden. Was da im Entstehen begriffen ist, lässt sich in Anlehnung an Axel Honneth und Diana Meyers als eine Form der Solidarisierung interpretieren, die ihren Ursprung weniger in konkret erfahrener Ungleichheit hat, sondern in der gemeinsamen Erfahrung der Herausforderung, den Alltag, das Selbst, die Freizeit und den Konsum zu gestalten und ihm dabei Sinn zu verleihen. Diese Suche orientiert sich nicht zuletzt auch an ästhetischen Kriterien, insofern als das Schöne dem Alltäglichen zum Besonderen verhilft und damit zum Ausdrucksmittel- und Kriterium für individuellen Geschmack wird. Mit dem Fokus auf das Schöne und Gute, der Freude am Entdecken, nicht nur neuer Produkte, sondern auch neuer oder verborgener Zusammenhänge, deutet sich eine grundlegende Veränderung in der Wahrnehmung dessen an, was es bedeutet, politisch engagiert zu sein. Bei politischem Konsum geht es – im Gegensatz zur Veralltäglichung und Digitalisierung des Sports – inhaltlich stärker darum, Antworten auf die Fragen nach dem Guten und dem, was man selbst vertreten kann, zu finden. Diese Suchbewegung zwischen Alltagserfahrung, Online-Selbst-Aktualisierung und Social-Web-Interaktion wurde im vorangegangenen Kapitel als politisches Prosuming bezeichnet, bei dem es nicht nur um eine Kopplung von Produktion und Konsumption geht, sondern zusätzlich um die Verfolgung politischer Interessen, wobei sich das Problem stellt, eine Identität als Verbraucherbürger zu kreieren und diese konsistent mit der Selbst-Identität zu verknüpfen. Dabei können in Anlehnung an Bruns zwei Varianten unterschieden werden: Das professionelle politische Prosu-

ming (Annika) und das produzierende politische Prosuming (Jana und Sarah). Ersteres zeichnet sich durch seine Expertenorientierung aus, bei welchem politischer Konsum als ein eher Experten vorbehaltenen Handlungsbereich verstanden wird. Das Social Web spielt in den dazugehörigen Praktiken kaum eine Rolle, basiert doch die Genese eines neuen Expertensystems auf der Trennung und Identifikation von Experten und Laien, der die die Kommunikation mit und Wertschätzung von Nicht-Experten zuwiderlaufen würde. Im Kontrast dazu steht das produzierende Prosuming, bei dem für die Vermittlung zwischen Selbst-, Bürger- und Verbraucheridentität ein reflexiv und transformativer Blick auf die Alltagspraxis gerichtet wird, der sich vor allem auch durch die Bearbeitung des Selbst im Kontext mit politischem Konsum im Social Web entwickelt. Der eigene, individuell-politische Lebensstil, mittels dessen hier kommuniziert wird, dient gleichzeitig als Anknüpfungspunkt gemeinschaftlicher Erfahrungen und Problemwahrnehmungen. Unklar blieb diesbezüglich bislang, welches die individuell-kollektiv verbindlichen Werte sein können, an denen sich ein solches politisches Prosuming ausrichten könnte. In Anbetracht der Fälle von Sarah und Jana kann man zumindest vermuten, dass diese sich in hohem Maße auf die Freiheit des Engagements bzw. eines selbstbestimmten Bürgerseins beziehen und den Schutz der Stimmlosen, der sich bei beiden in einem starken Engagement für die Rechte von Tieren, bei Jana auch die von Arbeitern, bei Sarah eher die von Pflanzen, zeigt. Hinzu kommt bei Jana eine Verbindung vom dem Guten (Buykott fairer Kleidung) und dem Schönen, was in einem scharfen Kontrast zu herkömmlichen Lesarten politischen Handelns steht. Es ist aber wohl genau diese Neubestimmung dessen, was als politisch legitim und kompetent gelten kann und für die der Diskurs um neue Formen politischen Handelns symptomatisch steht, die neue Akteursgruppen, insbesondere Frauen und Jugendlichen, die Entwicklung von Engagement ermöglichen. Dies ist jedoch keineswegs mit einer Emotionalisierung des Politischen gleichzusetzen, was reflexartige, wenn auch mitunter berechtigte Einwände zur Folge hätte. Stattdessen geht es, wie Dahlgren betont, bei der Entwicklung von Bürgerschaftlichkeit zunächst um ein Engagiert-Werden, das ohne gefühlsmäßige Einbindung, die Anliegen als relevant markiert, die betroffen macht, nicht auskommt. Vermittlungsangebote, die auf die Kopplung von Selbst, Ästhetik und Gemeinwohl abzielen, kommen hier nicht nur von Nichtregierungsorganisationen, sondern vor allem auch aus der Pop-Kultur, die sich längst mit politischem Konsum als Thema auseinandersetzt.¹ Das Social

1 Ein Beispiel dafür ist die Aufgreifen konsumpolitischer Themen in Pop-Songs: <http://www.wdr5.de/sendungen/neugiergenuegt/feature/pop-politics-100.html> (zuletzt geprüft am 11.06.2015).

Web ermöglicht mit dem Ausdruck von Gefühlen der Betroffenheit die Erfahrung von Solidarität und Anerkennung, die Erfahrung der Legitimität des Betroffenheitsgefühls. Es ist wichtig, im Kontext des Diskurses um Gefühlsäußerungen im Social Web auch einmal diese tendenziell positiven Aspekte herauszustellen, da, zumindest im deutschsprachigen Raum, der Diskurs überwiegend um die Hassbotschaften menschenverachtender Gruppen zu kreisen scheint. Der Blick auf politischen Konsum im Social Web zeigt, dass der Ausdruck der eigenen (politischen) Emotionen nicht per se als gefährlich und undemokratisch abgelehnt werden kann. Womöglich gilt es bei der weiteren Einschätzung des Phänomens politischer Emotionen im Social Web zwischen demokratischen und undemokratischen Gefühlen zu unterscheiden zu lernen, wie das die US-Amerikanische Philosophin Martha Nussbaum (2014) vorschlägt. Agnes Heller (1995) hat schon vor Jahren die Vermutung angestellt, dass der Rückgang politischen Engagements mit einem Verlust der Fähigkeit einhergeht, Betroffenheit zu artikulieren, dass im Bereich von Emotionen ein Defizit an Artikulationsmöglichkeiten besteht (eine emotional verarmte Sprache). Die Beispiele der zwei im Social Web aktiven Frauen zeigen, dass sich hier ein Terrain zurückerobert wird, wobei nicht nur auf die Sprache zurückgegriffen wird, sondern von der Möglichkeit Gebrauch gemacht wird, eine Gefühlslage als komplexe Collage aus Text, Videos, Fotos und Hyperlinks zu vermitteln. Politisches Prosuming online kann somit zwar durchaus als Folge eines andauernden Individualisierungsprozesses politischer Partizipation gesehen werden. Es ist aber in dem Zusammenhang weniger von einer Auflösung von privater und öffentlicher Sphäre zu sprechen, als eher von einem Fragwürdig-Werden der Grenzen des politischen Feldes: Der Grenzen zwischen Experten und Laien. Dafür spricht nicht zuletzt, dass politisches Engagement, zumindest was politischen Konsum angeht, zunehmend an Alltagswissensbestände anschließt. Auf der anderen Seite des Spektrums ist eine gegenläufige Tendenz zu erkennen: Zwar vollzieht sich professionelles politisches Prosuming auch im Alltag, aber mehr in der Art, dass sich dort eine Orientierung an und Implementierung von Expertenwissen andeutet. Politische Konsumpraktiken werden derart professionalisiert, dass ihr Vollzug nur noch wenigen, gut ausgebildeten Verbrauchern möglich wird.

ERKENNTNISSE FÜR DIE GENDER- UND VERBRAUCHERFORSCHUNG

Auf Basis der Analyse von drei Fällen können nun keine allgemeingültigen Aussagen im Sinne von Wahrscheinlichkeit und Repräsentativität getroffen werden. Die drei untersuchten Fälle stellen zunächst einmal lediglich drei Beispiele dafür

da, wie Frauen in ihrem Alltag zwischen Verbraucher- und Bürgerrolle vermitteln. Daraus lässt sich bspw. nicht ableiten, dass jede politische Konsumentin, die sich im Social Web engagiert, auf Fleisch verzichtet. Was die Konzentration auf wenige Fälle ermöglicht, ist, die Komplexität des Phänomens greifbar zu machen, welche sich nicht zuletzt durch den manchmal etwas anstrengenden theoretischen Zugang über Konsumsoziologie, Verbraucherforschung, politische Theorie und Philosophie, Identitätstheorien und Praxeologie abzeichnet. Auch wenn die Figur der „Shopperin“ aus nachvollziehbaren Gründen von der feministischen Theorie kritisiert und abgelehnt wird, lässt sich ein Zusammenhang von weiblicher Identität und bestimmten, vor allem alltagsbezogenen Konsumpraktiken damit nicht aufheben. Dies betrifft insbesondere den Aspekt der Körperlichkeit. Die drei Frauen zeigen sich als hochoffen dafür, was mit ihrem Körper in Kontakt kommt oder mittels der Nahrung in ihn aufgenommen wird. Die Sorge um die Gesundheit spielt hier eine bedeutsame, aber sicher nicht die einzige Rolle. Die neuen Engagementpraktiken von Frauen an der Schnittstelle von Konsum und Politik müssen darüber hinaus als Ausdruck eines sich entwickelnden Selbst-Verständnisses als Bürgerinnen und eines zunehmenden politischen Kompetenz-Gefühls wahrgenommen werden. Die Konzentration dieser Untersuchung auf die Unterschiede zwischen Frauen (anstatt auf die zwischen Frauen und Männern) zeigt zudem, dass sich weder das Bild der „unpolitischen Frau“ noch das der „irrationalen Shopperin“, die sich sonst durch ihre Gegenüberstellung mit dem „guten Bürger“ und dem „mündigen Verbraucher“ ergeben, für Frauen verallgemeinern lassen. Im Bereich des politischen Konsums gibt es sowohl die kompetente Bürgerin, die zunehmend auf Konsum zurückgreift, um ihre politischen Anliegen selbstbestimmt verfolgen zu können, was nicht zuletzt auch dazu beiträgt, dass sie die Auswirkungen ihres Engagements *am eigenen Leib* spüren kann, wie auch die affektiv-spontane Konsumentin, die ihren Konsum zunehmend kritisch reflektiert und beginnt, sich politische Kompetenzen anzueignen. Das Engagement von Frauen stellt sich insofern als spezifisch weiblich dar, als die Untersuchungsteilnehmerinnen auf distinkte Fähigkeiten und Stile zurückgreifen, wenn sich es sich dabei auch nicht um ein Engagement für Frauen handelt. Die hier untersuchten Fälle nehmen sich als bereits „empowered“ wahr, aber vielleicht gerade, weil sie dies als besondere Errungenschaft und nicht für selbstverständlich halten, möchten sie nun anderen, ausgebeuteten, unterdrückten oder marginalisierten Lebewesen zur Seite stehen. Das dabei die Körperlichkeit eine so große Rolle spielt, muss nicht mit einer typisch weiblichen Überbeschäftigung mit ihrem Aussehen gewertet können. Stattdessen kann darin zum Ausdruck kommen, dass Frauen sich ihrer körperlichen Verletzlichkeit in weitaus stärkerem Maße bewusst sind als andere.

Die bisherigen Befunde zeigen außerdem, dass das Handlungsspektrum politischer Konsumentinnen sich wesentlich differenzierter gestaltet, als es in dem Begriffspaar Boy- und Buykott zum Ausdruck kommt. Als zentrales Handlungsfeld zeigen sich kulturelle Praktiken des sich wechselseitig Informierens, Beratens und Aufmerksam-Machens, die man als „*diskursiven politischen Konsum*“ (Micheletti/Stolle 2005: 41) bezeichnen kann. Der diskursive politische Konsum weist zudem beim Typ der expressiven Ästhetin (Jana) auch eine symbolische Dimension auf, da der eigene Konsum- und Lebensstil anderen beispielhaft mittels der Veröffentlichung von Bildern gekaufter Produkte oder z.B. auch von Fotos selbst-gekochter Mahlzeiten demonstriert wird. Diskursiver politischer Konsum kann sich vor allem im Social Web zu einer bedeutungsvollen politischen Praktik entfalten. Offline, darauf verweisen zumindest die Erzählungen von Jana und Annika, werden Gespräche über politischen Konsum eher vermieden. Beide Teilnehmerinnen berichten diesbezüglich von ihren Erfahrungen, aufgrund ihrer konsumpolitischen Haltung Anfeindungen ausgesetzt gewesen zu sein. Von besonderer Bedeutung sind hier ebenfalls Praktiken des Prosumings, die sich nicht nur auf die Eigenproduktion von Gütern erstrecken, sondern auch die kollaborative Erzeugung von Wissen (mit Bruns: Prodsusage). Prosuming als Überbegriff stellt somit einen wichtigen, nicht-ökonomischen Praktikenkomplex dar, dessen zentrale Bedeutung in der Aneignung von Informationen in konkrete Praktiken und Wissensbestände besteht. Dies ist nicht zuletzt auch für die weitere Umfrageforschung von Bedeutung, die politischen Konsum bislang lediglich in Bezug auf das ökonomische Handlungsfeld erhebt und Verbraucherwissen als die Kenntnis bestimmter Produktlabels abfragt. Es zeigt sich jedoch, dass dem Social Web in der politischen Alltagspraxis politischer Konsumentinnen eine wachsende Bedeutung zukommt. Über das Social Web Profil werden individualisierte Netzwerke aufgebaut, mittels derer politische Konsumentinnen ihre Nachrichten und Beziehungen organisieren, Informationen mit anderen austauschen und in einer Art Facebook-Tagebuch ihren politischen Konsum dokumentieren. Zukünftige Forschung könnte die in dieser Arbeit entwickelte Idee der Informationsagency aufgreifen, die u.U. als Gegenbegriff zum „*mental overload*“ der Verhaltensökonomik fungieren könnte. Das Teilen von Erfahrungswissen und die „*konnektive (Informations-)arbeit*“ (Boler et al. 1013:18) ermöglichen es den politischen Konsumentinnen, sich vergleichsweise schnell auch komplexe Inhalte zugänglich zu machen und Validierungsstrategien zu entwickeln. Während diskursiver Konsum bisher also vor allem als „*Culture Jamming*“ verstanden worden ist, zeigt sich in der vorliegenden Untersuchung, dass das Social Web die horizontale Kommunikation zwischen den politischen Verbraucherinnen ermöglicht und befördert. Folgt man Albert O. Hirschmans Konzept von

Exit und Voice, so ist es der horizontale Widerstand, also die Kommunikation zwischen Betroffenen auf einer Hierarchie-Ebene, die dem vertikalen Widerstand vorausgeht. Ob sich jedoch im Social Web auch längerfristig gerichtete Organisationsformen etablieren können, die für die Umsetzung von näher zu bestimmenden Interessen eintreten, kann mit Blick auf die starke Individualisierung des Politischen im Konsum kaum sicher angenommen werden. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass die Einschätzungen zur Entwicklung von politischem Konsum in ihrer Konzentration auf Boy- und Buykott nur einen geringfügigen Teil dessen berücksichtigen, was das Gesamtphänomen politischen Konsums ausmacht. Der lässt sich kaum mittels des Absatzes von Bio- oder Fair-Trade-Produkten erheben. Gerade im Bereich des Prosumings, aber auch des Teilens, Reparierens und Verschenkens sind Praktiken des politischen Konsums zu berücksichtigen, ohne die sich ein vollständiges Bild nicht zeichnen lässt.

POLITISCHE PARTIZIPATION IM SOCIAL WEB

Was die Einschätzungen bezüglich Social-Web gestützter Formen politische Beteiligung angeht, kann hier die Skepsis gegenüber digitalem Engagement als Clicktivism und Informations-Overload nicht bestätigt werden. Wenn Kritiker neuer, web-basierter Engagementformen diesen eine Oberflächlichkeit oder mangelnde Ernsthaftigkeit unterstellen, sollte berücksichtigt werden, dass das Social Web eben auch solche Praktiken sichtbar werden lässt, die konventionell-politischem Handeln vorgelagert sind. Derartige Politisierungsprozesse spielten sich bislang weitgehend unbemerkt im Privaten offline ab, zwischen Peers oder innerhalb familiärer Diskussionen um Politik. Das Social Web bietet hier eine zusätzliche Möglichkeit, mit anderen ins Gespräch zu kommen und eigene politische Standpunkte zu testen. Im Hinblick auf politische Konsumentinnen gilt, dass es sich auch bei deren Social-Web-Praktiken um ein zusätzliches oder ergänzendes Engagement handelt. Dieses steht nicht in einem Konkurrenzverhältnis zu anderen Formen politischer Beteiligung, sondern wirkt sich im Gegenteil eher sogar förderlich darauf aus.

Es ist zwar richtig, dass die Anforderungen, die politische Konsumentinnen an sich selbst richten, enorm sind, und dass sie, abgesehen von ihrer wechselseitigen Solidarität, nur wenig Unterstützung (oder Anerkennung) erfahren. Inwieweit das Social Web die von Riesman, bzw. Lamla wieder ins Spiel gebrachte Funktion von Freizeitberatung übernehmen kann, ist ambivalent einzustufen. Denn wie mehrfach gezeigt, sind die Verbraucher zwar einerseits auf die Angebote kommerzieller und zivilgesellschaftlicher Akteure angewiesen, die eine an-

regende Infrastruktur maßgeblich mitgestalten. Andererseits, das zeigt der Fall Jana, aber auch der von Sarah, stellen konkurrierende Deutungsangebote gerade in der Orientierungsphase eine Über-Stimulation dar. Diese steht einer potentiellen Beraterfunktion entgegen. Wie sich aber ein egalitäres und dabei aktives Verbrauchernetz gestalten lässt, ist eine Frage, die noch beantwortet werden muss. Erschwerend kommt hinzu, dass Kaufmanns Annahme, dass diejenigen, die einander am nächsten stehen, gleichzeitig auch die erbittertsten Konkurrenten um Anerkennung sind, auch auf politische Konsumentinnen im Social Web zutrifft. Denen wird bislang von anderer Stelle als von Unternehmen und NRO – und auch von diesen nicht uneigennützig – kaum Anerkennung zuteil. Stattdessen werden sie von den unterschiedlichen Interessengruppen umworben, von den Unternehmen, denen das Social-Web-Engagement von Konsumentinnen Zugang zu deren Daten, ihren Vorlieben, Wünschen und Ängsten liefert und so ausgefeilte Werbetechniken ermöglichen und von nicht-staatlichen Interessengruppen, von denen eine Flut von Unterstützungsaufrufen, Bitten um Teilnahme, Spenden, Hilfe, in erster Linie aber um Aufmerksamkeit ausgeht. Dies verweist auf die Risiken und Problemstellungen, die sich insbesondere durch die Social-Web-Nutzung und weniger durch eine spezifische Veränderung von Bürgerschaftlichkeit oder defizitären Verbraucherhandelns ergeben. So konnte anhand einiger Sequenzen verfolgt werden, dass Sarahs Anspruch an sich selbst, in ausgewählten Bereichen gut informiert zu sein, sie immer wieder der Gefahr aussetzt, sich von anderen (politischen) Akteuren vereinnahmen zu lassen. Das Lesen und Prüfen von E-Petitionen beispielsweise stellen Gelegenheiten dar, um über aktuelles Geschehen, Problemlagen und kollektive Interessen auf dem Laufenden zu bleiben. Doch deren Kleinteiligkeit und die Masse an zusätzlich notwendigen Hintergrundinformationen verunmöglichen es, sich längerfristig auf diese Weise zu engagieren. Das Problem besteht darin, dass das Internet jede Petition ermöglicht, unabhängig davon, wie viele Unterstützer es für dieses Anliegen im Anfangsstadium gibt, es fehlt ein kollektiver Willensbildungsprozess, der die Anliegen breiter und entsprechend für mehr Personen unterstützbar machen würde. Deshalb bleibt aufmerksamen Bürgerinnen wie Sarah paradoxerweise langfristig nichts anderes übrig, als sie vollständig zu ignorieren. Der Zeitaufwand, den Sarah und Jana bei ihrem Online-Engagement betreiben, ist beachtlich und steht in keinem ausgewogenen Verhältnis zu den Resonanzen, die sie dafür erhalten. Zudem wirkt sich die kommunikative Dynamik kommerzieller Social-Web-Strukturen, insbesondere durch die Verbindung unterschiedlicher Medien und Orte, auf die Nutzer aus, die zu spontanem und affektivem Handeln verführt werden sollen und dadurch Handlungsketten in Gang bringen, deren Folgen sie zu überrollen drohen. Eine spontane Handlung im Social Web hat andere und

möglicherweise weitreichendere Konsequenzen als eine spontane Äußerung offline. Sarah hat diese Erfahrung machen müssen. Aber diese und ähnliche Episoden zeigen, dass Social-Web gestützte Kommunikation geradezu zu spontanen und affektiven Reaktionen einlädt. Es gelte deshalb für die Nutzer selbst, ihre Emotionalität und Versuche der Emotionalisierung im Kontext der Social-Web-Nutzung stärker in den Blick zu nehmen und zu reflektieren, welches die Auslöser sind, und wie man die Kontrolle über seine Handlungen online auch in emotionsgeladenen Kontexten beibehält. Sich hierzu eines geschützten, anonymen Profils zu bedienen, ist zwar für den Akteur selbst hilfreich, schützt jedoch andere Betroffene kaum vor den Auswirkungen spontaner Aktionen. Social Networks wie Facebook scheinen kommunikative Strukturen zu ermöglichen, die informellen Gesprächsrunden an öffentlichen Plätzen ähneln. Es wird viel und schnell geredet, dass ganz unterschiedliche Personen zusammenkommen, sorgt für unterschiedliche Meinungen. Häufig zählt nicht das bessere Argument, sondern das schlagkräftigere. Anders ausgedrückt: Es herrscht eine anregende Atmosphäre, jeder kann und hat zu allem etwas zu sagen, Informationen werden zusammengetragen und durch den Verweis auf persönliche Erfahrungen ergänzt. Durch das Einsickern der persönlichen Komponenten wird auch die Interaktion schnell persönlich. Wut, Empörung, Mitleid, Schadenfreude sind die Folge. Das ist, wie gesagt, nichts Neues. Und so wenig wissenschaftlich, fair oder rational solche Diskurse auch geführt werden mögen, dienen sie der Herausbildung politischer Meinungen und Standpunkte. Als Vorstufe zum politisch informierten Gespräch haben sie eine wichtige Funktion. Nur müssen hier noch Lernprozesse ablaufen, was die veränderten Rahmenbedingungen von Social-Web-Kommunikation und deren Konsequenzen angeht.

Mittels des Social Web wird der Anschluss an neue Bezugsgruppen erleichtert, die, wenn auch teils widersprüchliche, Regeln für einen anderen Konsum bereitstellen. Wenn sich bei Jana auch zunächst Tendenzen zeigen, sich diesen verschiedenen Verhaltenskatalogen unterzuordnen und sogar mit Schuldgefühlen bei Umsetzungsschwierigkeiten zu reagieren, entwickelt sie zunehmend eigene Präferenzen und Kriterien. Es ist die von Agnes Heller beschriebene Wahrnehmung der Differenz von normativen Ansprüchen und Möglichkeiten der praktischen Umsetzung, die Jana über die zunächst ausschließlich ökonomischen Praktiken hinaus zu einem immer stärker ausgeprägten Interesse an der, auch politischen, Bedingtheit dieser Problemstellungen führen. Im Fall Jana lassen sich so Einsichten für Konzepte kultureller Bürgerschaft gewinnen, bei dem die Entwicklung einer politischen Identität an Momente biographischer Offenheit (Auszug bei den Eltern), einer Problemdefinition, die zwischen eigenen Problemen (Ernährung) und (verbraucher-)politischen Problemen vermittelt sowie eine ent-

sprechend förderliche kommunikative Infrastruktur, die Sinnsuchbewegungen auffängt, mitvollzieht und unterstützt. Hervorzuheben ist, dass politischer Konsum einerseits Anschlussmöglichkeiten anbietet, um vermittelnde Problemdefinitionen – Massentierhaltung – Mitgefühl – Ernährung – zu erzeugen. Andererseits bietet das Social Web einer anonymen oder zumindest halb-anonymen Nutzerin die Gelegenheit, auszuprobieren, ob sie zu politischen Statements anderen gegenüber in der Lage, ob sie *kompetent* ist. Problematisch ist, dass ein Pseudonym im Social Web nur dann Anonymität zusichert, wenn man damit auf alle Kontakte zur Lebenswelt offline verzichtet – keine Fotos, keine Angaben über Geburtsort, Urlaube und natürlich, keine Freunde, die man aus Offline-Zusammenhängen kennt. Jana hält die Spannung zwischen ihrem auch online präsenten Freundeskreis und ihrer neuen Konsum- und Lebensweise jedoch zunehmend besser aus und entwickelt kontinuierlich mehr Selbstbewusstsein („*meine Pinnwand, meine Regeln*“), wenn es zu Auseinandersetzungen kommt. Die Entwicklung, die Jana von dem Zeitpunkt des ersten Gesprächs bis zum Abschlussinterview im Hinblick auf ihre Autonomie als Bürgerin und Konsumentin gemacht hat, zeigt, dass vor der Entwicklung politischer Handlungsfähigkeit ein Prozess der Autonomisierung der ganzen Person steht, wozu die Entwicklung einer politischen Identität gehört. Eine Selbst-Erzählung macht diese Praktiken zum Teil diskursiv verfügbar und bringt sie in einen konsistenten Zusammenhang. Veränderungsprozesse können durch die Erfahrung intersektionaler Identität – z.B. die Identität des Verbrauchers vs. die Identität als Bürgerin – angestoßen werden. Transformationsprozesse als potentielle Autonomisierungspraktiken sind dabei eingebettet in Formen zwischenmenschlicher Kommunikation, erfordern von dem Subjekt also sowohl Introspektion wie die Fähigkeit, sich mit den Augen eines anderen zu sehen. Dies ist auch vor dem Hintergrund notwendig, dass gemeinschaftliche Identitätsarbeit ein reziproker Vorgang ist, bei dem nicht ein Individuum mit seinem spezifischen Problem im Mittelpunkt steht. Deshalb wird ein sozialer Kontext gesucht, der offen ist und interessiert, und der Raum bietet für Experimente und Spiel. Die krisenhafte Erfahrung eines biographischen Umbruchs, der Kontakt zu neuen Bezugsgruppen und die damit einhergehende Reflexion alltäglicher Praktiken begleiten und befördern diesen Prozess. Wenn die Entwicklung von politischer Handlungsfähigkeit an die Entwicklung von Handlungsfähigkeit als ganze Person gekoppelt ist, lässt das gerade vor dem Hintergrund von Konzepten kultureller Bürgerschaft nach dem Ort des bürgerschaftlichen Sozialisationsprozesses und seinen Institutionen fragen. Die vorliegenden Fälle verweisen darauf, dass kulturelle Bürgerschaft seinen Ausgangspunkt zunehmend in der Intersektion von Alltagswelt und politischer Problemdefinition nimmt, wobei die Selbst-Identität eine vermittelnde Instanz darstellt. Die

gesellschaftlichen Institutionen (z.B. staatliche Bildungseinrichtungen) haben an diesem Prozess nur sehr begrenzt Anteil. Entscheidende Bedeutung kommt demgegenüber informellen Beziehungen zu Gleichgesinnten, aber vor allem auch nicht-staatlichen Organisationen zu, die die notwendige Orientierung anbieten. Diese Interpretation ist an Konzepte eines Do-it-yourself-activism anschlussfähig, wobei aus kultureller Perspektive die Entwicklung spezifischer Kompetenzen, die dem vorgelagert sind, betont werden müssen. Dies zeigt sich sowohl bei Jana, noch stärker aber bei Sarah, die beispielsweise über zunehmend redaktionelle und „literarische Kompetenzen“, die in anderen Studien eher bei weiblichen Nutzerinnen festgestellt wurden (Papacharissi/Easton 2013: 18, Boler 2014: 12-13) verfügen, um ihre Social-Web-Profile im Sinne ihrer politischen Anliegen zu bearbeiten. Doch sollte man diese Form von kultureller Bürgerschaft nicht nur auf das World Wide Web als politischen Handlungsraum einschränken, denn sie scheint einherzugehen mit der Entwicklung einer kreativ-experimentellen Herangehensweise auch an andere Bereiche des Alltags, die ihren Ausdruck insbesondere in Praktiken des Prosumings finden. Die Entwicklung von Fähigkeiten führt sowohl online im Social Web wie auch bei der Eigenherstellung von Produkten offline zu direkt sichtbaren Ergebnissen – in Form von „Gefällt mir“ Angaben beispielsweise oder eines hoch-frequentierten Insektenhotels. Dies steigert das Gefühl von Selbstwirksamkeit als der Gewissheit, dass die eigenen Handlungen bedeutungsvoll sind. Eine Verstärkung erfährt dieses, für politisches Engagement als grundlegend an zu sehende Gefühl zweifelsohne in der Verschränkung von physisch sichtbarem Ergebnis und sozialer Anerkennung, wie sie Sarah in den lokalen Aktionsgruppen erlebt.

DIE ERGEBNISSE IM KONTEXT DES PROJEKTS Consumer Netizens

Wie Beiträge unterschiedlichster wissenschaftlicher Provenienz zeigen, gibt es auf der praxeologischen Ebene markante Unterschiede zwischen weiblichen und männlichen Konsumenten (Lebensstil: Baur/Akremit 2012, Politischer Konsum: Stolle/Micheletti 2003, Shopping: Hellmann 2005, Zwanghaftes Kaufen: Müller/deZwaan 2012) für deren Erklärung, wie an verschiedenen Stellen bereits herausgearbeitet, überwiegend die geschlechtsspezifische Arbeitsteilung herangezogen wird. Auch in dem DFG-Projekt „Consumer Netizens“ zeigten sich auf der Ebene der (politischen) Konsumpraktiken Unterschiede zwischen Konsumentinnen und Konsumenten. Mit Verweis auf die im Rahmen des Projekts erarbeitete Typologie manifestieren diese sich offline vor allem in einer bei den männlichen Untersuchungsteilnehmern nur punktuellen Umsetzung ihrer verbraucherpolitischen Anliegen im konkreten Konsumalltag. Die Praktiken-Analyse ergab, dass die geschlechtsspezifischen Unterschiede sich offline sowohl im konventionell-politischen wie bei den ökonomischen Praktiken manifestierten (Konsumenten traditionell politisch vernetzt, Konsumentinnen stärker marktorientiert). Auf der Handlungsebene online kommen diese Unterschiede insofern in Bewegung, als die Konsumentinnen auch hier auf die ökonomische Ebene zurückgreifen, sich aber in der Kommunikation über die ökonomischen Praktiken eine Öffnung in Richtung öffentliche bzw. teil-öffentliche Kommunikationsräume andeutet. Infolgedessen beginnen sich die Unterschiede auf der sozio-politischen Ebene aufzulösen, obgleich Konsumentinnen weiterhin konventionellen Formen der Organisation in Form von Mitgliedschaft fern bleiben. Diese Distanz heißt jedoch nicht, dass sie die Ressourcen von Organisationen, insbesondere punktuelle Veranstaltungen und Informationen nicht nutzen, vielmehr gibt ihnen die Netzinfrastruktur die Möglichkeit, mit Organisationen ihrer Wahl lose „befreundet“ zu sein. Ihre Praktiken können deshalb eher als symbolisch-politisch denn als sozial-politisch verstanden werden, da die vage verfolgten Ziele immer in einem engen Zusammenhang mit den eigenen Vorstellungen und Regeln für ein gutes Leben und guten Konsum stehen. Sie sind also vielmehr an der Selbst-Identität und den eigenen Vorstellungen des Guten orientiert als an kollektiven Gemeinwohlvorstellungen – wenngleich in der Deutung von Gefühlen der Wut, des Mitleids, der Angst, kollektiv-kulturelle Codes Eingang finden. Im Zentrum steht jedoch eine kontinuierliche Verknüpfung von Politik mittels politischen Konsums und dem eigenen Identitätsentwurf. Während Konsumenten sich an dem „Wie“ von Politik oder auch des Marktes abarbeiten, geht es den Konsumentinnen im Social Web um das „Wie“ des eigenen Konsums im Ver-

hältnis zur äußeren Welt. An dieser Stelle ist daran zu erinnern, dass die Fälle in Anlehnung an die im Rahmen des Forschungsprojekts ausgearbeitete Typologie ausgewählt wurden. Die expressiven Ästhet*innen, für die Janas Fall exemplarisch stehen kann, weisen neben der Ähnlichkeit ihrer konsumpolitischen Praktiken noch weitere Ähnlichkeiten auf, die zumindest auf einen geteilten Erfahrungszusammenhang hinweisen. So handelt es sich bei diesen Untersuchungsteilnehmer*innen mehrheitlich um junge Frauen, die gerade im Begriff sind, sich beruflich zu orientieren, ein Studium aufzunehmen und das erste Mal einen eigenen Haushalt zu organisieren. Dies könnte die These untermauern, dass es sich beim politischen Konsum der expressiven Ästhet*innen um eine Suchbewegung handelt, bei der nach einer Orientierungshilfe abseits des Elternhauses und konventioneller Lebensentwürfe allgemein gesucht wird. Nicht unerheblich ist deshalb, wie sich Wissen als weiterer wichtiger Bestandteil der Alltagspraxis unter Bedingungen des Social Web in seinem Verhältnis zur Alltagspraxis (Mediatisierung) verändert. Wissen im Internet unterliegt einer Unabgeschlossenheit und Dynamik, die seine Orientierungsfunktion für den Akteur erheblich limitieren. Komplexitätsreduktion der mediatisierten Alltagswelt kann nur auf zwei Wegen erreicht werden: Individuell in der Entwicklung von Kriterien, die als Filter und später als Routine bestimmte Produktinformationen ordnen und bewerten lassen, ohne sich jedes Mal in einer grundsätzlichen Diskussion um Kosten-Nutzen-Werte-Normen-Kalkulationen zu verstricken. Die Herausbildung eines solchen individuellen Kriterienkatalogs, der ab einem bestimmten Zeitpunkt in eine Art routinisiertes Wissensmanagement übergeht, mag aber unter Umständen nicht flexibel genug sein, um mit der permanenten Neuerzeugung von Wissen umgehen zu können. Ein zweiter Weg kann es deshalb sein, die Vernetzungsangebote des Internets, z.B. Verbraucherplattformen wie Utopia und Ciao.de zu nutzen, um von den Erfahrungen anderer Konsumenten zu profitieren, die als authentischer und damit verlässlicher empfunden werden als Herstellerinformationen, und dabei gleichzeitig eigene Erfahrungen an andere weiterzugeben, was nicht nur aus Reziprozität geschehen muss, sondern auch aus dem Bedürfnis heraus, mit Erzählungen über eigene Konsumerfahrungen, den eigenen Lebensstil in der Öffentlichkeit als Beispiel eines politischen Lebens darzustellen.

Theorien der Identitätsentwicklung oder -arbeit in der Spät- oder Postmoderne gehen davon aus, dass die Sphäre der Berufsarbeit als zentrales Feld der Identitätsbildung an Bedeutung verliert: Unsichere Beschäftigungsverhältnisse, befristete Arbeitsverträge, Flexibilisierung, Revidierbarkeit von vormals biographisch determinierenden Entscheidungen usw. Derartige Überlegungen führen entweder dazu, dass Identität als Konzept verworfen wird oder dass daran festgehalten wird, wobei dann von einer Zunahme identitätsgebundener Pathologien

ausgegangen wird (z.B. Bauman 2012; Rosa 2005). Es ist zu überdenken, ob derartige Schlussfolgerungen nicht verkennen, dass die Beziehung von Identität und Erwerbsarbeit historisch nur für bestimmte Gruppen als zentral herausgestellt werden kann, nämlich für diejenigen, deren Lebensführung sich maßgeblich entlang einer Berufstätigkeit gestaltete. Die Ausrichtung von Identitätstheorien auf diese Gruppe ist aber insofern problematisch, als die an ihr entwickelten Konzeptionen von Identität auch für andere Gruppen verallgemeinert werden. Die Identitätsarbeit von Frauen hat sich historisch schon immer anderer Quellen als der Erwerbsarbeit bedienen müssen. Sicher spielt Erwerbsarbeit im Leben von immer mehr Frauen (in westlichen Gesellschaften) eine große Rolle im Kampf um Anerkennung und als Quelle von Identität. Insofern treffen gegenwärtig die Folgen der Flexibilisierung von Arbeit, die nicht mehr als biographisches Projekt dienen kann, auch Frauen. Es ist jedoch davon auszugehen, dass Frauen, im Gegensatz zu Männern, aufgrund ihres anderen Bezugs zum Bereich des Konsums anders von den Entwicklungen in der Erwerbsarbeitswelt betroffen sind. Da der Konsum bei Frauen historisch stärker an ihre Identitätsarbeit geknüpft ist, verfügen sie über Alternativen, Selbstentwürfe zu gestalten und zu entwickeln, auch abseits beruflicher Selbstverwirklichung. Doch sind sie hier von der Politisierung des Konsums ungleich stärker betroffen. Der Diskurs um die Konsumgesellschaft und ein damit einhergehender Bedeutungswandel erfordert ein neues Sich-Positionieren. Dies stellt gleichzeitig auch eine Chance dar, weil Konsum durch seine Politisierung bedeutungsvoller wird. Der Konsumentin wird so – zumindest potenziell – nicht nur Anerkennung als Käuferin, sondern als Bürgerin zuteil, indem sie ihrem Konsum mittels Praktiken politischen Prosumings eine Bedeutung verleiht, die über Kosten-Nutzen-Kalkulationen, Bedürfnisbefriedigung und ästhetische Ansprüche hinausreicht. Die Definition dessen, was politisch bedeutet, wird deshalb keineswegs in die Sphäre des Privaten verabschiedet. Aber sie wird durch ihre Kopplung an Praktiken des Alltags und der Selbst-Identität zunehmend persönlich.