

Nachhaltiger Konsum im Alltag – Verantwortungsübernahme zwischen Politisierung und Agency

Jana Rückert-John und Melanie Jaeger-Erben

1. DIE POLITISIERUNG ALLTÄGLICHEN KONSUMS

Die Feststellung, dass Menschen mit ihrem Lebensstil eine wichtige Verantwortung für nachhaltige Entwicklung tragen, findet sich bereits im Brundtland-Bericht »Our common future« von 1987: »Sustainable global development requires that those who are more affluent adopt life-styles within the planet's ecological means – in their use of energy, for example.« (Brundtland 1987) Seitdem hat sich der Begriff der umweltbewussten oder später der nachhaltigen Lebensstile in der Umweltdebatte fest verankert und ist zu einer »politischen Beschwörungsformel« (Lange 2005, S. 15) avanciert.

So wurde in den 1990er Jahren eine zunehmende »Re-Politisierung« von Lebensstilen und Lebensführungen (Hitzler 1994) beobachtet, die auch als »life politics« (Giddens 1993) oder »lifestyle politics« (Blühdorn 2013) beschrieben werden. Dieter Rink zufolge »dient die Lebensstilthematik zunehmend als Vehikel für die Mobilisierung der Bevölkerung für umweltpolitische Belange und als Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung. [...] Die Adressaten werden allerdings nicht mehr qua Betroffenheit, sondern immer mehr als Verbraucher und mit den Mitteln des Marketings und der Werbung angesprochen« (Rink 2002, S. 8). Die Veränderung von Lebensstilen wird als zentraler Impuls umfassender gesellschaftlicher Gestaltung und Reform angesehen, wobei sich die Kommunikation vom moralischen Zeigefinger hin zu einer Popularisierung nachhaltigen Konsums bewegt. Grundlegend ist bei dieser Form der Re-Politisierung, dass Alltag und Lebensführung nicht mehr als Privatsache gelten, sondern sich im Kontext globaler Interdependenzen moralisch rechtfertigen lassen müssen, sie werden somit von öffentlichem Interesse. Alltägliche Praxen werden diskursiv, alltägliche Entscheidungen sind nicht mehr länger

routiniert und selbstdienlich, sondern sollen im Sinne signifikanter Anderer getroffen werden, sie müssen intra- und intergenerational verantwortbar sein.

Beiträge der Postdemokratie-Debatte erkennen hierin eine Entwicklung weg von der durch die neuen sozialen Bewegungen propagierten emanzipatorischen Praxis hin zu einer Individualisierung von Verantwortung als »life-style choice«. Statt also zunächst die Grundlagen für soziale Teilhabe und Beteiligung zu schaffen, werden Wahlfreiheit und Gestaltungsmacht des Einzelnen im Sinne einer »transformative capacity« vorausgesetzt (Berger 1995). Das Ziel einer umfassenden Systemtransformation wird dabei ersetzt durch eine »systemkonforme Ökonomisierung und Issue-, Spaß- und Event-Orientierung der politischen Beteiligung« (Baringhorst 2015, S. 17), in der Bürgerinnen und Bürger aufgefordert sind, »Politik mit dem Einkaufswagen« (Baringhorst et al. 2007) zu betreiben. Die Politisierung des Konsums ist jedoch nicht nur eine »von oben« verfolgte politische Strategie. Begriffe wie »political consumerism« bzw. politischer Konsum (Micheletti 2006), »environmental citizenship« (Dobson 2003) und hiermit zusammenhängende Untersuchungen weisen darauf hin, dass auch Bürgerinnen und Bürger selbst ihre Konsumententscheidungen vermehrt als politische Entscheidungen wahrzunehmen scheinen. Die hiermit assoziierbaren sozialen Phänomene reichen von Plattformen für grünen Konsum wie utopia.de über konzentrierte Boykott-Aktionen wie CarrotMobs (Grundmann und Reitmeier 2017) bis hin zu kollektiven Energiespar-Aktionen wie den Energienachbarschaften¹ und zeigen eine »Re-Politisierung von unten«, die mehr zu sein scheint, als ein bloßer Effekt der oben beschriebenen Mobilisierung der Bevölkerung für umweltpolitische Belange. Aus Sicht der Akteure geht es auch um kreative Experimente mit dem Ziel, die Selbstwirksamkeit und Sichtbarkeit durch kollektives Handeln zu erhöhen, aber auch um die gegenseitige Stärkung und Unterstützung und die Bildung »posttraditionaler Gemeinschaften«. Eine vorschnelle Deutung könnte lauten, dass damit die Privatisierung der Verantwortung für nachhaltige Entwicklung legitim sei, scheinen doch Verantwortungsübergabe und -übernahme Hand in Hand zu gehen. Dass diese Deutung allein aus der Perspektive nachhaltiger Entwicklung gefährlich ist, wird schon daran deutlich, dass es sich beim politischen Konsum (wie beim nachhaltigen Konsum insgesamt) noch eher um Nischenphänomene handelt, an dem exklusiv nur bestimmte Bevölkerungsgruppen teilhaben. Darüber hinaus stellt die Grundannahme der Wahlfreiheit und Gestaltungsmacht eine eindimensionale Rationalisierung und Komplexitätsreduktion dar, die soziale Ungleichheiten und latente Überforderungskrisen in der »Multioptionsgesellschaft« (Gross 1994), aber auch ganz »banale«

1 | Vgl. den Sammelband von Jaeger-Erben, Rückert-John und Schäfer (2017), der unter dem Begriff »strategischer Konsum« einige dieser neuartigen sozialen Praxen beschreibt.

Alltagsrationalitäten und alltägliche strukturelle Hemmnisse vernachlässigt und »moralische Zumutungen auf die individuellen Konsumobjekte bloß abwälzt und in der Konsequenz deren Autonomieprobleme noch verschärft« (Lamla 2007, S. 77).

Jörn Lamla (2007) fragt in seinem Beitrag zum Begriff des »consumer citizen« nach Möglichkeiten der Autonomiegewinnung jenseits einer gesellschaftspolitischen Instrumentalisierung und vor dem Hintergrund alltäglicher und biografischer Lebensführung. Hierbei greift er die Perspektive von Michel de Certeau auf, der die grundlegend politische Qualität des »Verbraucherhandelns« betont. Damit ist jedoch nicht gemeint, dass Konsumentinnen und Konsumenten mit ihrem Konsumhandeln Verantwortung für das politische Projekt Nachhaltigkeit übernehmen sollen. Vielmehr betont Lamla mit Bezug auf de Certeau die »aktiven und kreativen Anpassungsleistungen der Handelnden im Regelgebrauch, die im Regelgefüge stets auch Modifikationen, Verschiebungen oder Grenzverletzungen bewirken« (Lamla 2007, S. 56). Konsum ist also keine bloße Strukturreproduktion (im Sinne der Nutzung von Angeboten und Dienstleistungen), diese geht auch immer einher mit Strukturtransformation, der kreativen Aneignung und Anpassung der Angebote und damit einer politischen Handlung. Unter Rückbezug auf verschiedene kulturokonomische Ansätze² identifiziert Lamla das Überschreiten von Regeln und Konventionen geordneter Marktteilnahmen, beispielsweise durch subversive Taktiken des Umfunktionierens, und der aus eigenem Antrieb erfolgenden Hybridisierung von Praktiken und Rollen privatwohlorientierter Consumer mit gemeinwohlorientierten Citizens als Wege zur Autonomiegewinnung und -sicherung. Zudem beschreibt er institutionelle und kulturelle Rahmenbedingungen wie soziale Anerkennung und Beteiligung an einer Öffentlichkeit unter Erhalt der Privatsphäre.

Diese Perspektive auf Wege und Möglichkeiten zum – im Sinne der nachhaltigen Entwicklung – verantwortungsvollen Konsum unter der Berücksichtigung von Chancen und Hindernissen der Autonomiegewinnung und -sicherung wird auch im vorliegenden Beitrag angewendet. Im Folgenden soll unter Bezugnahme auf das Projekt »Nachhaltiger Konsum durch soziale Innovationen. Integration des Verbrauchers«³ der Blick auf die Chancen der Veränderung von Alltagspraktiken und den damit verbundenen strukturellen Möglichkeiten und Hemmnissen gelegt werden. Zentrale Frage hierbei ist, wie sich innovative Praktiken strukturell stabilisieren, indem sie durch Konsumentinnen und Konsumenten angeeignet und in den Alltag integriert werden.

2 | Insbesondere Michel de Certeau, David Riesmann und Albert O. Hirschmann.

3 | Das Projekt wird vom Institut für Sozialinnovation Consulting (ISIconsult) in Kooperation mit sociodimensions im Zeitraum von 2015 bis 2017 im Auftrag des BMUB und UBA durchgeführt.

Im folgenden Abschnitt stellen wir zunächst einige unserer theoretischen Vorüberlegungen und Bezugspunkte vor. Im Anschluss werden empirische Befunde aus qualitativen Interviews mit Konsumentinnen und Konsumenten vorgestellt, die mit innovativen, nachhaltigkeitsorientierten Praktiken in ihrem Alltag experimentiert haben. Abschließend arbeiten wir heraus, welche Voraussetzungen und Rahmenbedingungen für die alltägliche Autonomiegewinnung und -sicherung zum verantwortungsvollen Konsum zentral sind und welche Hindernisse und Barrieren diese erschweren.

2. THEORETISCHER HINTERGRUND: ALLTAG, PRAXIS UND SOZIALER WANDEL

Die Autonomie des ›Konsumenten‹ kann als eine zentrale Unterscheidungsdimension unterschiedlicher konsumtheoretischer Perspektiven bezeichnet werden. Überspitzt dargestellt stehen sich dabei Auffassungen gegenüber, die jeweils für sich eine unangemessene Überbetonung entweder der individuellen Abhängigkeit oder der individuellen Freiheit betreiben (Paterson und Elliott 2005; Gronow und Warde 2001). Auf der einen Seite stehen eher strukturfunktionalistisch orientierte Perspektiven, die die Prädetermination sozialen Handelns und sozialer Praxis in den Vordergrund stellen und die soziale Konformität der Lebensweise von »konsumierenden Alltagsmenschen« sowie ihre Beherrschung durch dominante Produktionsweisen beschreiben.⁴ Auf der anderen Seite finden sich eher phänomenologisch orientierte Ansätze, die die Pluralisierung, die Zunahme von Optionen und Handlungsmöglichkeiten und die Kreativität des Handelns betonen und in der Konsumentinnen und Konsumenten aktive, kreative und selbst-reflexive Akteure sind.⁵ Zwischen diesen beiden – hier etwas polarisierenden – Perspektiven finden sich stärker praxisorientierte Ansätze, in denen Konsumhandlungen als Teil alltäglicher Praxis betrachtet werden (Brand 2011; Røpke 2009; Shove 2007; Warde 2005).

4 | Begriffe wie »Konsumgesellschaft« bilden hierbei eine eher strukturalistische Perspektive ab, in der der deterministische Einfluss der Produktions- auf die Lebensweise in den Vordergrund gestellt wird und in der eigenes Konsumhandeln sich dem gesellschaftlichen Mainstream kaum entziehen kann (vgl. auch Bogun 1997; Rink 2002 mit ihrem Verweis auf die »gesamtgesellschaftliche Lebensweise«).

5 | Hierzu lassen sich Teile der Lebensstilforschung sowie der Forschung zu »conspicuous consumption« zählen, die sich der Konsumkultur oftmals vor allem in ihrer ästhetischen Dimension widmen, also der bewussten Auswahl, dem Kauf und dem letztendlichen ›Zurschaustellen‹ von Produkten. Konsum ist hierbei eine Möglichkeit sich auszudrücken und zu kommunizieren und besteht aus einer Vielfalt an Optionen, Konsum individuell zu gestalten (vgl. Gronow und Warde 2001).

Hierbei werden die wechselseitigen Konstitutionsprozesse von Struktur und Agency (im Sinne von Wirkmächtigkeit) und das Neben- und Miteinander von Routiniertheit und Reflexivität, Determiniertheit und Autonomie beschrieben, die für die alltägliche Praxis kennzeichnend sind: »We find a path in-between, we make do. Improvising, appropriating, making up and making do, are all everyday activities that we negotiate multiple sets of rules and systems, structures and spaces.« (Paterson und Elliott 2005, S. 142)

Dieses »Making-Do« interessiert im Folgenden insbesondere in Bezug auf die Aneignung von innovativen Praktiken nachhaltigen Konsums. Dabei erfolgt die Annäherung über empirische Beispiele von Aneignungsprozessen aus verschiedenen theoretischen Perspektiven, um sowohl »die Breite« der alltäglichen sozialen Praktiken und der jeweils sozialen Settings, Praxisfelder und Praxisformationen (Hillebrandt 2014), die im Alltag ihre Wirksamkeit entfalten zu berücksichtigen, als auch den Alltag »in der Tiefe« der alltäglichen raumzeitlichen Selbstorganisation der Akteure in den Blick zu nehmen. Aus einer praxissoziologischen Perspektive werden verschiedene soziale Praktiken nachhaltigen Konsums betrachtet, das heißt organisierte »Bündel von Aktivitäten« (Schatzki 2009), die als Entitäten beschreibbar sind. Einen Blick »in die Breite« zu werfen, heißt dabei zu berücksichtigen, dass eine soziale Praktik immer auf ein ganzes Praxisfeld verweist, dass eine Handlung nur im Zusammenhang mit anderen Praktiken und vom sozialen Kontext ihres Auftretens her bestimmt werden kann (die Kontextualität und Relationalität des Handelns, Schäfer 2016). Bei der Perspektive »in die Tiefe« der alltäglichen Selbstorganisation geht es darum, die »Performance« der sozialen Praktiken zu fokussieren. Im Fokus steht dabei zum einen die Körperlichkeit und Materialität sozialer Praxis, die durch die praxistheoretische Sichtweise betont werden soll (Schäfer 2016). Für Schatzki weist diese Sichtweise auf den Kern menschlichen Lebens hin und zeigt »that existence is a happening taking the form of ceaseless performing and carrying out« (Schatzki 2002, S. 90). Eine Praktik, die Organisiertheit ihrer Elemente und ihre Relationalität zu anderen Praktiken existieren damit nur, wenn sie in Raum und Zeit (als »spatiotemporal entities«, Schatzki 2002, S. 90) vollzogen wird. Soziale Praktiken sind überindividuell, sie werden nicht als Eigenschaften von Akteuren behandelt, sondern existieren »out there« (Schatzki 1996, S. 106). Auch wenn praxissoziologische Zugänge sich von Handlungstheorien absetzen, indem sie das »Subjekt« dezentrieren und vor allem als Träger sozialer Praxis sehen, haben der einzelne Akteur und sein praktisches Verständnis eine wichtige Rolle bei der Steuerung sozialer Praktiken inne (Schatzki 2002). Alternative Praktiken können sich zudem nur entwickeln und durchsetzen, wenn sie neue Träger »rekrutieren« (Shove et al. 2012) und wenn sie sich die Praktiken durch Sozialisation im Lebensverlauf kontinuierlich aneignen, über Vermittlung, Beobachtung, Nachahmung, Partizipation und alle anderen vorstellbaren Wege des

expliziten und impliziten Lernens. Diese Aneignung und Alltagsintegration – und hier vorhandene Autonomiepotenziale sowie Versuche der Autonomiegewinnung – werden in praxissoziologischen Zugängen aber oft vernachlässigt. Um diese zu rekonstruieren, beziehen wir als weitere konzeptionelle Folie die stärker Agency- bzw. subjektorientierte Soziologie alltäglicher Lebensführung (Kudera und Voß 2000) ein. In dieser ebenfalls praxis- und tätigkeitsorientierten Perspektive steht die Integrations- und Koordinationsleistung des Akteurs im Vordergrund, der die Anforderungen verschiedener gesellschaftlicher Bereiche und alltäglicher Praxissettings als Handlungssystem auf individueller Ebene entwickelt. Nach Günther Voß besteht die Form der Lebensführung einer Person darin, »zu welchen Zeitpunkten, an welchen Orten, in welcher inhaltlichen Form, in welchen sozialen Zusammenhängen und orientiert an welchen sozialen Normen, mit welchen sinnhaften Deutungen sowie mit welchen Hilfsmitteln oder Ressourcen und schließlich mit welchen emotionalen Befindlichkeiten eine Person im Verlauf ihres Alltags typischerweise tätig ist« (Voß 1991, S. 32).

Soziale Praktiken sind zunächst hyperstabil und auch als Teil von Alltagsroutinen werden sie im Normalfall nicht problematisiert und reflektiert. Sie sind nach Giddens (1995) Teil des praktischen Bewusstseins, durch das soziale Akteure »stillschweigend« wissen, was in bestimmten Situationen zu tun ist. In der alltäglichen Performance können sie jedoch aufgrund ihrer Unschärfen und der Interpretationsbedürftigkeit der vielfältigen, komplexen Umwelt an ihre Grenzen geraten oder scheitern (so kann es Reibungsverluste bei Abstimmungen zwischen den Beteiligten geben, ein Akteur kann in Zeitnot geraten (Reckwitz 2003), zudem können sich Elemente und Reproduktionsbedingungen von Praktiken-Arrangements ändern (Shove et al. 2012), wodurch Praktiken in eine Krise geraten (wie beispielsweise bei einem Fahrverbot für Dieselfahrzeuge). Bei jeder »Störung« des Ablaufs, beim Wegfall bestimmter Voraussetzungen oder bei konkurrierenden Tätigkeiten oder Motiven – sei es durch äußere Einflüsse oder innere Veränderungen – werden routinierte Handlungen aber auch für das diskursive Bewusstsein (Giddens 1995) zugänglich. In einem solchen diskursiven »Bewusstseinsmodus« ist der Akteur schließlich fähig, das eigene Handeln zu reflektieren, neues Wissen zu integrieren und neue oder modifizierte Alltagspraktiken zu entwickeln. In das alltägliche Handlungssystem kommt also Bewegung und es entstehen gewisse Autonomiepotenziale. Solche Krisen können zu inkrementellen Veränderungsanforderungen führen, die sich durch einfache Adaptationen bewältigen lassen. Jedoch können Praktiken sich auch als völlig überholt erweisen und müssen ersetzt oder re-arrangiert werden. Ein strukturell weitreichender Effekt – beispielsweise in Form eines gesellschaftlich relevanten nachhaltigen Konsums – ergibt sich daraus aber noch nicht. Wandeln sich Praktiken aber in einer Weise, die die Reproduktion der Umweltarrangements verändert, er-

scheinen sie innovativ und können über individuelle Alltage hinausreichende strukturelle Effekte haben. Es gilt also nicht nur zu untersuchen, wie Autonomiegewinne entstehen und neue Praktiken angeeignet werden (und sich dadurch verbreiten), sondern auch welche strukturellen Effekte auf breitere Praxisformationen entstehen.

Um diese strukturellen Effekte und die hierbei angestoßenen oder vollzogenen Wandlungsprozesse zu untersuchen, unterlegen wir die beiden Untersuchungsebenen – der Ebene innovativer sozialer Praktiken nachhaltigen Konsums als Entitäten und der Ebene der Aneignung innovativer Praktiken und des individuellen Praxisvollzugs im Rahmen alltäglicher Lebensführung – mit einer Prozessperspektive, die sich am evolutionären Innovationsverständnis (siehe John 2005, 2013) orientiert. Eine innovationstheoretische Perspektive ermöglicht es, Veränderungsprozesse dahingehend zu untersuchen, wie sich alternative Praktiken entwickeln und durchsetzen, indem sie etablierte Routinen und Erwartungen aufbrechen und ersetzen. Diese Entwicklung lässt sich aus Perspektive eines evolutionären Innovationsverständnisses als ein dreiphasiger Prozess (1) der Problematisierung und Variation bestehender sozialer Praktiken(-arrangements), (2) des Experimentierens mit und der Selektion von Alternativen und (3) der strukturellen Restabilisierung der Alternativen (vgl. John 2005) beschreiben. Hierbei handelt es sich um ein idealtypisches Prozessverständnis, das als Heuristik der empirischen Beobachtung dient. Es kann nicht davon ausgegangen werden, dass es sich hierbei um einen kausalen Prozess handelt, indem die Phasen notwendigerweise aufeinander folgen. Die Phasen sind nicht strikt miteinander gekoppelt. In die empirische Beobachtung fließen zudem Momente des Scheiterns und co-evolutionäre Prozesse mit ein.

Diese Prozessperspektive wurde in einer Vorgängerstudie⁶ angewendet, um eine Typologie sozialer Innovationen nachhaltigen Konsums zu entwickeln. Dabei wurde ein erweitertes Konsumverständnis zugrunde gelegt, das heißt, es wurden nicht nur die Praktiken der Beschaffung und Konsumption, sondern auch der Herstellung (beziehungsweise der Beteiligung an der Herstellung) sowie der Nachnutzung und Entsorgung im Hinblick auf ihre Nachhaltigkeit betrachtet. Der Fokus lag vor allem auf den innovativen sozialen Phänomenen und Prozessen als Entitäten sowie auf den Initiatorinnen und Initiatoren der Aktivitäten. Im vorliegenden Beitrag liegt der Fokus auf dem Prozess ihrer Alltagsintegration und der Stabilisierung alternativer Praktiken im individuellen und organisationalen Alltag. Ähnlich wie die Entstehung innovativer Praktiken als ein Prozess beschrieben werden kann, der mit der Problematisierung bestehender Praktiken beginnt und bei einer Stabilisierung der innovativen Praktiken als vollzogen betrachtet werden kann, lässt sich auch

6 | »Nachhaltiger Konsum durch soziale Innovationen – Konzepte und Praxis«.

die Aneignung der innovativen Praktiken als Prozess beschreiben. Die folgende Beschreibung der empirischen Fälle konzentriert sich auf drei idealtypische Phasen der Alltagsintegration bzw. der jeweiligen Hindernisse und Barrieren. Die erste Phase fokussiert auf die Öffnung von Gelegenheitsfenstern durch Krisen oder Störungen der Alltagspraxis, durch die eine Suche nach alternativen Lösungen beginnt. Die zweite Phase lässt sich als Experimentier- und Aneignungsphase beschreiben, in der sich über praktische Alltagserfahrungen im Ausprobieren der innovativen Konsummuster das alternative Konsumhandeln nach und nach herauskristallisiert. In der dritten Phase geht es um die Re-Stabilisierung und Routinisierung im Alltag durch die Integration in den Kontext alltäglicher Lebensführung.

3. NACHHALTIGER KONSUM IM ALLTAG – EMPIRISCHE BEFUNDE

Der vorgestellte konzeptionelle Ansatz bildete die Grundlage für zwei aufeinander aufbauende Forschungsprojekte. Das erste Projekt verfolgte das Ziel, die Vielfalt neuartiger, als innovativ angesehener Formen nachhaltigen Konsums zu systematisieren und eine Typologie zu entwickeln, die eine gezielte umwelt- und gesellschaftspolitische Beobachtung und Förderung unterstützen kann. Die Typologie basiert auf der Analyse von 62 Fallbeispielen, die nach ihrem Potenzial ausgewählt wurden, alltägliche Konsumpraktiken in Richtung Nachhaltigkeit langfristig zu verändern. Das empirische Material für die Analyse der Fallbeispiele bildeten primär die Selbstbeschreibungen der jeweiligen Initiativen, Projekte oder Unternehmen (wie Webseite, Flyer oder Broschüren), Veröffentlichungen in wissenschaftlichen und Populärmedien sowie gezielte Interviews. Im Ergebnis konnten sechs Innovationstypen⁷ identifiziert werden, die sich hinsichtlich der zentralen Merkmale Gemeinschaftlichkeit und Eigeninitiative sowie Innovativität und Formalisierung unterscheiden (Jaeger-Erben et al. 2015; Rückert-John et al. 2015).

Dabei wird unter der Innovativität der alternativen Praktiken das Ausmaß der Veränderung der etablierten Praktiken durch alternative Formen des Konsums verstanden. Der zweite Aspekt, die Formalisierung der alternativen Praxis, gibt einen Hinweis darauf, wie stabil die Strukturen sind, die durch oder mit der die alternative Praxis etabliert und aufrechterhalten wird. Mit Eigeninitiative ist das persönliche Engagement der Konsumentinnen und Konsumenten gemeint, das notwendig ist, um die innovativen Alternativen zu initiieren

7 | Die sechs Innovationstypen sind: »Do-it-together«, »Strategischer Konsum«, »Konsumgemeinschaften«, »Do-it-yourself«, »Nachnutzung« und »Mieten und Leihen«. Eine nähere Erläuterung zu den Innovationstypen ist nachzulesen in: Rückert-John, Jaeger-Erben und Schäfer (2014).

und zu praktizieren. Das Merkmal »Gemeinschaftlichkeit« bezieht sich darauf, ob zum Vollzug der Praxis Gemeinschaften gebildet werden müssen und wie stark die Gemeinschaftlichkeit der Beteiligten untereinander ausgeprägt ist.

Im zweiten Projekt wurden ausgehend von der Typologie 17 (jeweils 2-3 pro Innovationstyp) qualitative, problemzentrierte Interviews mit Konsumentinnen und Konsumenten durchgeführt. Das Ziel der Analyse der problemzentrierten Interviews ist die Rekonstruktion des Prozesses der Aneignung und Alltagsintegration innovativer Konsumpraktiken. Im Folgenden werden zwei Innovationstypen »Do-it-together« und »Konsumgemeinschaften« als Beispiele für typische Veränderungsprozesse beschrieben. Hierbei liegt der Fokus auf idealtypischen Aspekten, wie sie über die konkreten Einzelfälle hinweg beobachtet werden können. Die charakteristischen Merkmale werden jeweils für die Phasen (1) Gelegenheitsfenster, (2) Aneignung und (3) Routinisierung beschrieben, es werden Zitate aus den Interviews zur Illustration angefügt und förderliche sowie hinderliche Aspekte bei der Übernahme innovativer Praktiken beschrieben.

3.1 Do-it-together

Bei dem Typus Do-it-together handelt es sich um Bottom-up-Initiativen, in denen die Konsumentinnen und Konsumenten selbst die Rahmenbedingungen für ihren Konsum gestalten und organisieren. Dabei entstehen neue gemeinschaftliche Formen des Zusammenlebens beziehungsweise des Wirtschaftens, diese basieren häufig auf alternativen Wertorientierungen und einem partizipativen Ansatz. Die in den Interviews fokussierten Fallbeispiele waren: Food-Coop, Ökodorf, solidarische Landwirtschaft und Gemeinschaftsgarten (Urban Gardening).

In den betrachteten Fällen bildet das Bedürfnis oder der Wunsch, im (Alltags-)Leben etwas zu verändern den Ausgangspunkt. Die Interviewten beginnen beispielsweise neue Lebensphasen und es öffnen sich **biografische Gelegenheitsfenster**: »Und dann sind wir nach Lüneburg gezogen und die Frage war: Wo kriegen wir unsere Lebensmittel her? Und so einen großen Biosupermarkt fanden wir eigentlich gar nicht so attraktiv. Und hätten vielleicht eigentlich sogar gerne so einen kleinen Laden wieder gehabt. Und haben uns dann eben an Foodcoops erinnert und dann halt geguckt wo es sowas gibt« [weiblich, 31, Partnerschaft, 1 Kind; DIT 3]⁸. Autonomie wird also dadurch gewonnen, dass sich Lebens- und Kontextbedingungen ändern, neue Räume oder Rollen angeeignet werden

⁸ | Die Angaben in der Klammer beziehen sich auf das Geschlecht, das Alter, die Familienform, die Anzahl der im Haushalt lebenden Kinder und die Kurzbezeichnung des Interviews.

müssen und ein neuer Möglichkeitsraum erschlossen werden kann. Für die Interviewten war dies ein Anlass, bisherige Interessen, Werteorientierungen und latente soziale Bedeutungen (wieder) stärker in ihren Alltag zu integrieren. Die Veränderung von Konsummustern ist eine wesentliche Manifestation des Veränderungswunsches.

Prägend ist auch der Wunsch nach einer stärkeren sozialen Einbettung des Alltags: die Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft und eine neue Form der Bindung an andere im Rahmen gemeinsamer Ziele und zielorientierter Handlungen. »*Und da ist dann eben auch diese, diese Unverpackt Geschichte und so, was noch viel mehr, viel mehr Gemeinschaft und viel mehr Gemeinsamkeit und sowas gibt*« [weiblich, 31, Partnerschaft, 1 Kind; DIT 3]. Die innovativen Praktiken haben einen hohen Wert für das eigene Identitätsprojekt, sie ermöglichen soziale Markierung, das Empfinden von Alternativität und Exklusivität: »*Ich habe das Gefühl ich entwickle mich immer weiter in Bereiche, die ich mir nie hätte vorstellen können. Einfach weil Menschen hier schon viel weiter sind*« [weiblich, 48, Partnerschaft; DIT 1].

Charakteristisch für die **Phase der Aneignung** sind die lange Zeit und der starke Experimentiercharakter der Aneignung neuer Praktiken. Die Person erschließt für sich ein neues Praxisfeld und eignet sich zum Teil eine Vielzahl neuer Praktiken an: »*Also ich übernehme hier ganz viele Rollen, die ich nicht kannte. Vorher. Ja, ich habe auch Gruppen geleitet, aber nie Vollversammlungen. Und ja, es ist ein sehr, sehr, also es hat sich sehr viel verändert. Ich möchte nicht damit sagen, dass es leichter geworden ist, es hat aber eine andere Qualität bekommen, in der ich einen viel höheren Lebensqualitätsstandard bewerte*« [weiblich, 48, Partnerschaft; DIT 1]. Wenn eine Person nicht ihr komplettes Leben umstellt – wie bei einem Umzug in ein Ökodorf – gibt es hohe Opportunitätskosten bei der Integration der neuen Praktiken in den Alltag und der Koordinierung mit bestehenden Praktiken. Die Gemeinschaft, der man sich anschließt, wirkt als neues soziales Setting ebenfalls in andere Alltagsbereiche hinein: »*Naja und dann schafft man sich ebenso eine weitere Struktur im Leben, wo man eben Leute irgendwie kennt und wo man sich irgendwie vertraut ist auf eine gewisse Art und Weise. Genau, also so ein ja wie dein, wie dein Ort, der halt nicht so anonym ist, sondern halt irgendwie ein bisschen vertrauter eben*« [weiblich, 31, Partnerschaft, 1 Kind; DIT 3]. Ein Prozess der Vergemeinschaftung beginnt, durch den andere Personen Zugriff auf den eigenen Alltag erhalten, auf eigene zeitliche, kognitive und andere Ressourcen. Im Gegenzug erhält die Person Zugriff auf Andere und deren Kompetenzen und weitere Ressourcen. Auf diese Weise entstehen Abhängigkeiten und Interaktions- beziehungsweise Kooperationsbedarfe, die im besten Fall die kollektive Selbstwirksamkeit erhöhen, aber ebenso zur sozialen Überforderung führen können. Erlernt werden müssen daher soziale Interaktions- und Koordinationspraktiken sowie Praktiken der gemeinschaftlichen Selbstverwaltung: »*Also es kostet einfach nochmal Zeit, also man spart halt sozu-*

sagen Geld und den Aufwand jetzt einkaufen zu gehen. Man ist dadurch dann eben personell ein bisschen mehr eingebunden« [weiblich, 31, Partnerschaft, 1 Kind; DIT 3]. Durch die Entwicklung und Selbstverwaltung alternativer Konsumräume wird Autonomie gewonnen, die Abhängigkeit von etablierten Konsumarrangements sinkt, gleichzeitig entsteht eine enge Bindung an eine neue Praxisform, für deren Erhalt das kontinuierliche Do-it-together der Beteiligten zentral ist. In dem Fall, wenn die Gemeinschaft selbst noch im Entstehungsprozess ist und die Aneignungsprozesse nicht formalisiert sind, kann die Informalität der Beziehungen und Rollen einerseits als Hindernis, andererseits aber auch als spannendes Experimentierfeld wahrgenommen werden.

Die **Phase der Routinisierung** war bei den befragten Personen von einer weiterhin hohen Dynamik geprägt. Die Routinen selbst behalten zum Teil eine hohe Unbestimmtheit, sie können sich weiterhin verändern. Es gibt zudem überraschende Wendungen, das Ergebnis von Entscheidungen oder Handlungen ist mangels Erfahrung nicht immer vorhersehbar. Bei Praktiken der teilweisen Selbstversorgung durch Gemeinschaftsgärten oder solidarische Landwirtschaft beispielsweise stellt sich immer wieder die Frage, ob das solidarische Teilen des gemeinsamen Guts funktioniert: »*Wir nehmen uns einfach von dem, was es gibt, dann was weg. Und wenn du der Erste bist, ist es ganz schwierig das jetzt einzuschätzen. Wenn, ja, weil genau, weil das ist ja jetzt, genau die Menge, die ist dann halt so da*« [weiblich, 48, 1 Kind; DIT 4]. Es kommt häufig zu einem »Spillover«, das heißt, die Veränderung betrifft nicht nur die innovativen Praktiken, die neu in den Alltag integriert werden, deren Bedeutungen wirken auch in andere Alltagsbereiche und -praktiken hinein, die nicht zwingend verändert werden müssten. »*Also ich habe mich auch jetzt mal entwickelt durch meinen Partner auf Rohkost. Dass sowieso mein ganzes Ernährungssystem am Entwickeln, Verändern ist. [...] Ich lerne auch so viele neue Rezepte, durch die Küche, durch die Gemeinschaftsdienste, die wir machen*« [weiblich, 48, Partnerschaft; DIT 1]. Insgesamt kommt es eher zu einer Anpassung des Alltags an die neuen Praktiken und weniger zu einer Einpassung der Praktiken in den sonst gleichbleibenden Alltag. Die etablierten werden rund um die innovativen Praktiken neu geordnet und sortiert, die innovativen Praktiken haben als Routine-Tätigkeiten eine höhere Relevanz für das Selbst- und Welterleben, sie werden zum maßgeblichen Sozialmodus im Alltag. Schwierig wird es bei einer hohen Widerständigkeit des etablierten alltäglichen Handlungssystems, insbesondere wenn es hier starke Abhängigkeiten gibt: Alleinerziehende, Familien mit kleinen Kindern, beruflich stark eingespannte Personen aber auch infrastrukturell bedingte Inflexibilität wie eingeschränkte Mobilitätsmöglichkeiten.

3.2 Konsumgemeinschaften

Beim Typus Konsumgemeinschaften handelt es sich um auf Gemeinschaft basierende Konsumformen, die die Bereitschaft zum Teilen und/oder Tauschen voraussetzen. Die Nutzungshäufigkeit ist sehr unterschiedlich und meist auf eine konkrete Lebensphase oder einen Lebensbereich beschränkt. Die Dienstleistungen werden meist von gemeinnützigen oder gewerblichen Anbietern organisiert. Die im Folgenden beschriebenen Fälle betreffen Couchsurfing, privates Wohnungsteilen und Fahrgemeinschaften.

Auch im Fall der Konsumgemeinschaften entstehen die **Gelegenheitsfester** in den untersuchten Fällen im Kontext einer neuen Lebensphase, eines Lebensereignisses (Ausbildung, Berufstätigkeit, Trennung) oder neue Möglichkeiten und Bedürfnisse in verschiedenen Konsumbereichen (z.B. Mobilität). Im Vordergrund stehen dabei aber nicht nur pragmatische Erwägungen. Zu beobachten ist ebenso der Wunsch danach, die Autonomiegewinne dazu zu nutzen, etwas Neues auszuprobieren, was unkonventionell ist und nicht dem Mainstream entspricht. Die Zugehörigkeit zu einer bestimmten sozialen Gruppe, die diese besonderen Konsummöglichkeiten praktiziert, erscheint reizvoll und erlaubt die Markierung von Besonderheiten: »*Menschen, die beim Couchsurfing ein Profil machen, ich glaube, die ticken vielleicht auch schon ein bisschen anders als jetzt der Durchschnittsbürger, keine Ahnung*« [weiblich, 50, alleinstehend; KG 1].

Förderlich für die neue Praktik ist eine gewisse Unabhängigkeit, das heißt, das Ausprobieren muss beispielsweise nicht im eigenen Haushalt abgesprochen und koordiniert werden, die Bedürfnisse von Kindern oder Partnern müssen nicht berücksichtigt werden. Begünstigend ist zudem, wenn mit den innovativen Praktiken weitere Vorteile verbunden sind, das heißt, wenn sie zum Beispiel neben einer spannenden Möglichkeit auch kostengünstiger als die konventionellen Praktiken sind: »*Und ich habe mir das Ganze abgerechnet, das war der wichtigste Grund damals und entschieden, dass ich Mitfahrglegenheit in Anspruch nehmen werde*« [weiblich, 39, verheiratet, ein Kind; KG 3]. Damit eröffnen sich zudem weitere Konsummöglichkeiten, »*dadurch kann ich auch öfter in Urlaub fahren, großartig*« [weiblich, 50, alleinstehend; KG 1]. Weitere Vorteile bestehen auch darin, dass hiermit positive Umwelteffekte verbunden sein können, nämlich, dass die Praktiken »... *CO₂ neutraler wahrscheinlich*« [männlich, 32, Partnerschaft ohne Kinder; KG 2] sind.

Zentral für die **Phase der Aneignung** der alternativen Praktiken ist das »In-Beziehung-Treten« mit der Konsumgemeinschaft, was meist im virtuellen Raum passiert: Menschen werden Mitglied einer Plattform, erstellen ein Profil und treten mit einzelnen Mitgliedern für das »peer-to-peer-sharing« in Kontakt. Eine Herausforderung ist dabei die Integration der Online-Präsenz und Online-Kommunikation in den Alltag und den jeweils betroffenen Le-

bensbereich (z.B. »Reiseroutinen«) und der Aufbau von Vertrauen zwischen den Teilnehmerinnen und Teilnehmern. Strategien und Praktiken zum Vertrauensaufbau (ein vertrauenswürdiges Profil erstellen, Regeln für das Feststellen von »Vertrauenswürdigkeit« entwickeln, Profile bewerten, Austausch persönlicher Daten) werden schrittweise angeeignet und angewendet: »*Erstmal habe ich geschaut, wie man sich auf der Seite einloggt, wie diese ganze Seite funktioniert, wie die Profile von Mitfahrenden und von den Leuten, die Mitfahrten anbieten, hergestellt werden. Dass es um Bewertungen geht, das war für mich ein wichtiges Kriterium auch. Also als ich angefangen habe zu suchen, habe ich immer geschaut, wie viele Fahrten eine Person schon hinter sich hatte als Fahrer oder Fahrerin und welche Bewertung dahinter steckt und habe von Anfang an nur die Personen genommen, die mein Vertrauen erweckt haben, ja so ging es los*« [weiblich, 39, verheiratet, ein Kind; KG 3]. Hierbei muss eine gewisse Unsicherheit des Praxisvollzugs akzeptiert und in die neue Routine integriert werden. Häufig wird sie von den Betroffenen aber auch als »Abenteuergewinn« empfunden, der die Neuartigkeit und Besonderheit der Praktik markiert.

Im Fall der Konsumgemeinschaften ist die die Einfachheit der Integration der Praktiken in den Alltag vergleichsweise sehr viel entscheidender dafür, ob es zu einer **Routinisierung** kommt. Die Praktiken betreffen in den untersuchten Fällen meist keine alltäglichen Routinen, sondern vielmehr außeralltägliche Praktiken wie Urlaubsreisen oder Fahrten zu einem entfernten Ausbildungsort. Etablierte Routinen zu ersetzen, ist daher nicht besonders schwierig, da die Integrationserfordernisse oder der Bedarf der Koordination mit anderen Praktiken eher gering sind. Ein höherer Organisationsaufwand im Vergleich zu den konventionellen Praktiken muss in Kauf genommen werden; er wird aber zum Teil auch nicht als Belastung, sondern als Zusatzgewinn (wie andere Menschen oder die Gegend kennenlernen) empfunden, dem ein Eigenwert zugesprochen wird. »*Ich liebe das auch so neue Lebensgeschichten kennenzulernen, was Menschen tun, wie sie unterwegs sind, warum die beim Couchsurfing sind, das ist immer spannend, sich so ein bisschen auszutauschen, auch wenn es dann manchmal nur ein kurzer Austausch ist, aber das ist immer klasse*« [weiblich, 50, alleinstehend; KG 1]. Dabei entstehen auch zusätzlich Flexibilisierungskosten durch die weiterhin bestehenden Unsicherheiten, ob das »geteilte Gut« tatsächlich zur Verfügung steht beziehungsweise gestellt wird. Für eine Verstetigung der Praktiken müssen diese in die Routinen integrierbar sein (z.B. Verspätungen werden geduldet, es müssen kurzfristig Alternativen vorhanden sein, z.B. können Anbieter von Schlaf- oder Mitfahrplätzen auch kurzfristig kontaktiert werden).

4. DISKUSSION: BEDINGUNGEN DER ALLTAGSINTEGRATION

Die beiden beschriebenen Innovationstypen unterscheiden sich hinsichtlich des Grads der Gemeinschaftlichkeit und der Innovativität der entsprechenden Praktiken sowie im Ausmaß der notwendigen Eigeninitiative und der Formalisierung der Strukturen. Diese typologischen Unterschiede bilden sich auch ganz klar im Veränderungsprozess auf der Akteursebene ab. Die Veränderungsimpulse gehen in beiden Fällen mit biografischen Veränderungen einher, sind jedoch im Fall des Do-it-together stärker wertgetrieben beziehungsweise wertebasiert. Hierbei geht es auch um Identitätsprojekte, um Veränderungen des Selbst- und Welterbens als wichtigen Modus des Alltags (Voß 2000). Während Werte und Einstellungen bei der Beteiligung an Konsumgemeinschaften auch als relevant für den Impuls zur Aneignung neuer Praktiken geschildert werden, geht es hierbei jedoch vor allem um die Nutzung bestehender Angebote und nicht – wie beim Do-it-together – um die Beteiligung an der Herstellung der Angebote. Der hohe Wert der innovativen Praktiken für das Selbst- und Welterleben ist in Anbetracht der umfangreichen und dynamischen Aneignungs- und Routinisierungsphasen beim Do-it-together sehr zentral. Denn er bewirkt eine hohe Toleranz gegenüber Schwierigkeiten und Rückschlägen und lässt pragmatische Erwägungen und die Praktikabilität in den Hintergrund treten. Das Motiv, die eigenen Werte im Alltag besser abzubilden – und damit möglicherweise auch die eigene Wertigkeit und Selbstwirksamkeit zu erhöhen –, schafft somit auch eine gewisse Autonomie, mindestens gegenüber den Frustrationen und Rückschlägen, die von Widersständigkeiten der etablierten Strukturen ausgelöst werden können. In beiden Fällen war das Empfinden und Praktizieren von Alternativität für die Interviewten von Relevanz. Auch hierin kann eine Form des Autonomiegewinns gesehen werden: Die innovativen Praktiken erschienen den Interviewten subversiv und experimentell, es kommt zu kreativen Neu-Kombinationen von Praktiken (Social-Media- mit Sharing-Praktiken), der Entwicklung gänzlich neuer Praktiken (wie Couchsurfing) oder gar neuen Praxisformationen (wie Ökodörfern), die die Regeln und Konventionen geordneter Marktteilnahme (vgl. Lamla 2007) in unterschiedlich starken Ausmaß unterbrechen. In den innovativen Praktiken gibt es viele unbestimmte und unscharfe Momente, die Handlungsspielräume eröffnen und Kreativität anregen. Zudem ist man durch die Teilnahme an den innovativen Praktiken sowieso »anders als die Anderen« und weniger eingeschränkt durch gesellschaftliche Erwartungen.

Eine emanzipatorische Politik für verantwortungsvollen, nachhaltigen Konsum können solche Gelegenheitsfenster und Impulse nicht evozieren, aber – jenseits einer reinen Instrumentalisierung – aufgreifen und über geeignete Rahmenbedingungen fördern. So kann auf kommunaler Ebene an der sozial-räumlichen Ermöglichung der Übernahme innovativer Praktiken gearbeitet

werden. In beiden oben beschriebenen Fällen sind fehlende oder begrenzte Zugangsmöglichkeiten zu den entsprechenden Gemeinschaften ein erstes Hindernis. Dies scheint insbesondere im Fall des Do-it-together schwieriger zu sein, denn die Praktiken stellen bisher noch Nischen im Mainstream dar, die in den betrachteten Fällen eher über eigene soziale Netzwerke und Kontakte zugänglich sind. Zudem sind die Einstiegshürden recht hoch, der Nischencharakter macht die innovativen Gemeinschaften zu einer knappen Ressource und die Gemeinschaften können schnell als exklusiv wahrgenommen werden. Auch Lamla (2007) nennt die soziale Teilhabe und Beteiligungsmöglichkeiten als wichtige institutionelle Rahmenbedingung für den Consumer Citizen.

In beiden untersuchten Fällen stoßen solche Personen auf größere Hürden, die umfangreiche bestehende Alltagserfordernisse und -zwänge haben wie eine Vollzeitanstellung oder viele Familienaufgaben. Je selbständiger und unabhängiger eine Person ist, je mehr Autonomie also bereits vorhanden ist, desto weniger muss erarbeitet werden und desto einfacher wird der Vollzug einer Veränderung. Für Familien und Erwerbstätige in Vollzeit ist daher die Möglichkeit der Kombination der innovativen Konsumpraktiken mit Familienaufgaben, alltäglichen Konsumfordernissen oder auch einer Berufstätigkeit essentiell. Ein Beispiel für die strukturelle Ermöglichung von Kompatibilität und dessen institutionelle Einbettung ist das »Kreative Zentrum« in Potsdam, das in einem der Interviews erwähnt wurde. Hier befinden sich mehrere alternative Projekte in einem Gebäude, es werden eine Solidarische Landwirtschaft (SoLaWi), eine Einkaufsgemeinschaft, ein selbst betriebenes Café mit der Möglichkeit zum »Unverpackt-Einkauf« sowie gemeinschaftliche Freizeitaktivitäten räumlich miteinander verbunden. Die Gemeinschaften haben eigene Räume und Flächen und können hier beispielsweise auch Kinderbetreuung gemeinschaftlich organisieren. Ein anderes Beispiel sind die österreichischen Otelos (Offene Technologie-Labore), die – von der Gemeinde mit einer Basisinfrastruktur ausgestattet – Räume und Ressourcen für eine Vielzahl lokaler und nachbarschaftlicher Projekte bieten, von Bildungsangeboten über offene Werkstätten hin zu Eigenernte und Medienarbeit. Kommunalpolitische Akteure könnten daher solche Projekte und Initiativen besonders fördern, die im Hinblick auf relevante Alltagsbereiche und -tätigkeiten eher integrativ sind, die also eine Kombination von Konsum (im weitesten Sinne), Freizeit, sozialem Leben und anderen alltäglichen Aufgaben ermöglichen.

In beiden untersuchten Fällen, aber mit unterschiedlicher Gewichtung, ist die Formalisierung der Beziehungen ein zentrales Element, um Vertrauen aufzubauen und das Risiko der Alltagsveränderung einzugehen. Diese sollten jedoch nicht zu strikt sein und auch eine gewisse Volatilität gegenüber neuer Aushandlung zeigen, weil sie sonst zu einengend wirkt (z.B. keine formalen Verträge zwischen den Teilnehmenden, keine Kontrollinstanzen). Im Fall der Konsumgemeinschaften ist dabei eine Nähe oder Ähnlichkeit zu anderen »so-

cial media»-Strukturen und -Praktiken gewünscht und förderlich. Diese Räume für Interaktion, soziale Aushandlung und Vertrauens(re)produktion sind über alle Phasen des Veränderungsprozesses hinweg relevant, daher ist ihre Verlässlichkeit besonders wichtig. Generell scheint es förderlich zu sein, wenn unterschiedliche Formalisierungsmöglichkeiten vorliegen. Nicht jede Initiative muss sich als gemeinnütziger Verein oder eine Genossenschaft organisieren, nicht jede Internet-Plattform muss ein gewinnorientiertes Unternehmen sein. Dem Wunsch nach Verlässlichkeit bei gleichzeitiger Flexibilität – auch um die einmal gewonnene Autonomie zu sichern – könnte durch eine Ausweitung von Rechts- und Anerkennungsformen entsprochen werden.

Life(style)-Politics machen Nachhaltigkeit zu einem Alltagsproblem; sie laufen aber Gefahr, wenn sie relevante Fragen auf individuelle Entscheidungen und vielfältige Optionen der Konsumentinnen und Konsumenten reduzieren. Eine solche Strategie, die strukturelle Hemmnisse, Widerständigkeiten, Pragmatismen und Eigenlogiken alltäglicher sozialer Praxis zu wenig anerkennt, kann jedoch langfristig kaum erfolgreich sein. Denn nachhaltiger Konsum – und insbesondere solche Formen nachhaltigen Konsums, die tatsächlich innovativ wirken – ist mühsame Arbeit. Die empirischen Befunde machen deutlich, dass Menschen gewillt sind, die Mühen auf sich zu nehmen und sich gegen Widerstände Autonomie und Freiräume zu schaffen. Die Aufgabe einer nachhaltigkeitsorientierten Gesellschaftspolitik wäre es dann, hier Anschlüsse oder Schnittstellen zu schaffen. Das heißt beispielsweise, die Gelegenheitsfenster ausfindig zu machen, Zugangsmöglichkeiten und Räume für Aneignungsprozesse zu gewähren und insbesondere solche Strukturen und Orte nachhaltigen Konsums zu fördern, die alltagsrelevant sind.

LITERATUR

Baringhorst, Sigrid. 2015. Konsum und Lebensstile als politische Praxis – Systematisierende und historisch kontextualisierende Annährungen. *Forschungsjournal Soziale Bewegungen: Analysen zu Demokratie und Zivilgesellschaft* 28:17-27.

Baringhorst, Sigrid, Veronika Kneip, Annegret März, und Johanna Niesyto, Hg. 2007. *Politik mit dem Einkaufswagen. Unternehmen und Konsumenten als Bürger in der globalen Mediengesellschaft*. Bielefeld: transcript.

Berger, Peter A. 1995. »Life politics«. Zur Politisierung der Lebensführung in nachtraditionalen Gesellschaften. *Leviathan* 23:445-458.

Blühdorn, Ingolfur. 2013. *Simulative Demokratie. Neue Politik nach der postdemokratischen Wende*. Berlin: Suhrkamp.

Brand, Karl-Werner. 2011. Umweltsoziologie und der praxistheoretische Zugang. In *Handbuch Umweltsoziologie*, Hg. Matthias Groß, 173-198. Wiesbaden: VS Verlag.

Brundtland, Gro Harlem. 1987. *Our common future*. Oxford: Oxford Univ. Press.

Dobson, Andrew. 2003. *Citizenship and the environment*. Oxford: Oxford University Press.

Everett M. Rogers. 2003. *Diffusion of Innovation*, 5. Aufl. New York: The Free Press.

Giddens, Anthony. 1993. *Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press.

Giddens, Anthony. 1995. *Die Konstitution der Gesellschaft. Grundzüge einer Theorie der Strukturierung*, Studienausgabe Bd. 1., 3. Aufl. Frankfurt a.M.: Campus.

Gronow, Jukka, und Alan Warde. 2001. *Ordinary consumption*. London: Routledge.

Gross, Peter. 1994. *Die Multioptionsgesellschaft*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

Grundmann, Christian, und Daniel Reitmeier. 2017. Die Carrotmob-Akademie – eine Aktionsform für den Klimaschutz macht Schule. In *Soziale Innovationen für nachhaltigen Konsum. Wissenschaftliche Perspektiven, Strategien der Förderung und gelebte Praxis*, Hg. Melanie Jaeger-Erben, Jana Rückert-John und Martina Schäfer, 325-332. Wiesbaden: Springer.

Hillebrandt, Frank. 2014. *Soziologische Praxistheorien. Eine Einführung*. Wiesbaden: Springer VS.

Hitzler, Ronald. 1994. Reflexive Individualisierung: Zur Stilisierung und Politisierung des Lebens. In *Sinnbasteln. Beiträge zur Soziologie der Lebensstile*, Hg. Rudolf Richter, 36-47. Wien: Böhlau.

Jaeger-Erben, Melanie, Jana Rückert-John und Martina Schäfer. 2015. Sustainable consumption through social innovation: a typology of innovations for sustainable consumption practices. *Journal of Cleaner Production* 108:784-798.

John, René. 2005. Innovation als irritierende Neuheit. Evolutionstheoretische Perspektiven. In *Innovation. Sozialwissenschaftliche Perspektiven*, Hg. Jens Aderhold und René John, 49-64. Konstanz: UVK.

John, René. 2013. Innovation als soziales Phänomen. In *Innovationen im Bildungswesen. Analytische Zugänge und empirische Befunde*, Hg. Matthias Rüpp und Inka Bormann, 71-86. Wiesbaden: Springer VS.

Kudera, Werner, und Gerd Günter Voß, Hg. 2000. *Lebensführung und Gesellschaft: Beiträge zu Konzept und Empirie alltäglicher Lebensführung*. Wiesbaden: VS Verlag.

Lamla, Jörn. 2007. Die Autonomie des Verbrauchers und ihre politischen Formen. Bausteine einer Kulturtheorie des Consumer Citizen. In *Politik mit dem Einkaufswagen. Unternehmen und Konsumenten als Bürger in der globalen*

len Mediengesellschaft, Hg. Sigrid Baringhorst, Veronika Kneip, Annegret März und Johanna Niesyto, 53-79. Bielefeld: transcript.

Lange, Hellmuth. 2005. *Lebensstile. Der sanfte Weg zu mehr Nachhaltigkeit?* ar tec-paper. Bremen.

Micheletti, Michele, Hg. 2006. *Politics, products, and markets. Exploring political consumerism past and present.* New Brunswick: Transaction Publ.

Paterson, Mark, und Anthony Elliott. 2005. *Consumption and everyday life.* London: Routledge.

Reckwitz, Andreas. 2003. Grundelemente einer Theorie sozialer Praktiken. Eine sozialtheoretische Perspektive. *Zeitschrift für Soziologie* 32:282-301.

Rink, Dieter, Hg. 2002. *Lebensstile und Nachhaltigkeit. Konzepte, Befunde und Potentiale.* Wiesbaden: VS Verlag.

Røpke, Inge. 2009. Theories of practice – New inspiration for ecological economic studies on consumption. *Ecological Economics* 68:2490-2497.

Rückert-John, Jana, Melanie Jaeger-Erben und Martina Schäfer. 2014. *Soziale Innovationen im Aufwind. Ein Leitfaden zur Förderung sozialer Innovationen nachhaltigen Konsum.* Umweltbundesamt.

Rückert-John, Jana, René John und Melanie Jaeger-Erben. 2015. Neue Formen des Konsums aus Sicht der Politik. *Forschungsjournal Soziale Bewegungen: Analysen zu Demokratie und Zivilgesellschaft* 28:77-89.

Schäfer, Hilmar. 2016. Einleitung. In *Praxistheorie. Ein soziologisches Forschungsprogramm*, Hg. Hilmar Schäfer, 9-25. Bielefeld: transcript.

Schatzki, Theodore R. 1996. *Social practices. A Wittgensteinian approach to human activity and the social.* Cambridge: Cambridge University Press.

Schatzki, Theodore R. 2002. *The Site of the Social.* Pennsylvania: Pennsylvania State University Press.

Schatzki, Theodore R. 2009. *Social Practices.* Cambridge: Cambridge University Press.

Shove, Elizabeth. 2007. *The design of everyday life.* Oxford: Berg.

Shove, Elizabeth, Mika Pantzar und Matt Watson. 2012. *The dynamics of social practice. Everyday life and how it changes.* Los Angeles, Calif.: Sage.

Voß, Gerd Günter. 2000. Alltag. Annäherungen an eine diffuse Kategorie. In *Neue Medien im Alltag. Begriffsbestimmungen eines interdisziplinären For schungsfeldes*, Hg. Gerd Günter Voß, Klaus Boehnke und Werner Holly, 31-77. Wiesbaden: VS Verlag.

Voß, Gerd Günter. 1991. *Lebensführung als Arbeit.* Stuttgart: Enke.

Warde, Alan. 2005. Consumption and Theories of Practice. *Journal of Consumer Culture* 5:131-153.

Zapf, Wolfgang. 1994. *Modernisierung, Wohlfahrtsentwicklung und Transformation. Soziologische Aufsätze 1987 bis 1994.* Berlin: Ed. Sigma.