

Katharina Witterhold

POLITISCHE KONSUMENTINNEN IM SOCIAL WEB

Praktiken der Vermittlung zwischen
Bürger- und Verbraucheridentität

Katharina Witterhold
Politische Konsumentinnen im Social Web

Für den Patron de Molières

Katharina Witterhold (Dr. phil.), Soziologin, lehrt und forscht zu politischem Konsum und Digitalisierung an der Universität Siegen. Sie setzte sich im Rahmen des DFG-Projekts »Cybercash. Konsumpraktiken in der virtuellen Alltagsökonomie« (Projektleitung Jörn Lamla und Sighard Neckel) mit der Wechselwirkung von Ökonomisierung und Digitalisierung auseinander und wendete sich in dem DFG-Projekt »Consumer Netizens – neue Formen von Bürgerschaft an der Schnittstelle von politischem Konsum und Social Web« (Projektleitung Sigrid Baringhorst) den Politisierungsprozessen im Kontext von Alltag und Internet zu. In dem Forschungsprojekt »Verbraucherschutz und Konsumsozialisation von Geflüchteten« (gefördert durch das Land NRW) befasst sie sich mit den kulturellen Bedingungen ökonomischer Partizipation.

KATHARINA WITTERHOLD

Politische Konsumentinnen im Social Web

Praktiken der Vermittlung zwischen

Bürger- und Verbraucheridentität

[transcript]

Dissertation an der Philosophischen Fakultät der Universität Siegen.
Gefördert im Rahmen des Projekts »Consumer Netizens. Neue Formen von
Bürgerschaft an der Schnittstelle von politischem Konsum und Social Web«
durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft (BA 1572/4-1).



Dieses Werk ist lizenziert unter der Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 4.0 Lizenz (BY-NC-ND). Diese Lizenz erlaubt die private Nutzung, gestattet aber keine Bearbeitung und keine kommerzielle Nutzung. Weitere Informationen finden Sie unter

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de/>.

Um Genehmigungen für Adaptionen, Übersetzungen, Derivate oder Wiederverwendung zu kommerziellen Zwecken einzuholen, wenden Sie sich bitte an rights@transcript-verlag.de

© 2017 transcript Verlag, Bielefeld

Die Verwertung der Texte und Bilder ist ohne Zustimmung des Verlages urheberrechtswidrig und strafbar. Das gilt auch für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und für die Verarbeitung mit elektronischen Systemen.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

Umschlagkonzept: Kordula Röckenhaus, Bielefeld

Druck: Majuskel Medienproduktion GmbH, Wetzlar

Print-ISBN 978-3-8376-3710-6

PDF-ISBN 978-3-8394-3710-0

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier mit chlorfrei gebleichtem Zellstoff.

Besuchen Sie uns im Internet: <http://www.transcript-verlag.de>

Bitte fordern Sie unser Gesamtverzeichnis und andere Broschüren an unter: info@transcript-verlag.de

Inhalt

Einleitung | 7

Herleitung der Fragestellung | 7

Forschungsvorhaben | 15

Forschungspraktischer Rahmen | 16

Aufbau der Arbeit | 17

Forschungsstand | 19

Von der Manipulations- zur Souveränitätsperspektive:

Geschlecht im Kontext der Politisierung von Konsum | 19

Politische Beteiligung | 66

Online(frauen)forschung | 80

Zusammenfassung | 93

Entwicklung einer praxeologischen Analyseperspektive | 103

Wissen | 104

Politisches Handeln | 123

Zwischenfazit: „Politisch“ definieren | 135

Identität und Autonomie im verbraucherpolitischen Alltag | 137

Zusammenfassung | 167

Untersuchungsdesign | 171

Die Erhebung | 172

Kriterien der Fallauswahl und Auswertung | 176

Voruntersuchung | 180

Analyse | 195

Sarah Damm | 195

Jana Peters | 234

Annika Seifert | 263

Komparative Analyse | 287

Fazit | 303

Politisches Prosuming als Partizipation | 304

Erkenntnisse für die Gender- und Verbraucherforschung | 306

Politische Partizipation im Social Web | 309

Die Ergebnisse im Kontext des Projekts Consumer Netizens | 314

Literaturverzeichnis | 317

Einleitung

HERLEITUNG DER FRAGESTELLUNG

Digitalisierung und Partizipation

Mit dem Aufkommen der sogenannten neuen sozialen Bewegungen in den 1960er und 70er Jahren ist der Begriff des Politischen zunehmend zum Gegenstand einer polarisierenden Debatte innerhalb der Sozialwissenschaften geworden. Im Zentrum der Auseinandersetzung steht eine (umstrittene) politische Praxis, die Politik als Lebensstil, als Diskurs, als Kunst oder als Konsum direkt an die Sphäre des Alltags anschließt und ohne expliziten Bezug zum *eigentlichen* Terrain politischer Partizipation auskommt. Während Giddens (1991) in den 1990er Jahren die Politisierung des Alltags mit seinem Konzept der „*Life Politics*“ als Konsequenz der Entwicklungsdynamik moderner Gesellschaften – der Zunahme von Wissen, insbesondere dem Wissen über sich selbst und den Konsequenzen gesellschaftlichen und eigenen Handelns – interpretierte, stellten andere mit Blick auf konventionelle Formen der Beteiligung eine schwindende Engagement-Bereitschaft auf Seiten der Bürger¹ fest. Zudem wurde (und wird) an der Idee einer Alltagspolitik kritisiert, dass sie den Begriff des Politischen entwertet: Wenn auf einmal alles politisch sein kann, ist nichts mehr politisch.

Neu belebt wird dieser andauernde Disput gegenwärtig vor allem durch die Emergenz neuer, webbasierter Teilnehmungsformen, deren politischer Gehalt und Konsequenzen für die Demokratie höchst widersprüchlich eingeschätzt werden. In Bezug auf den Effekt digitaler Medien, gehen Autoren wie E. Morozov

1 Da die Differenzierung zwischen den Geschlechtern in dieser Arbeit von Bedeutung ist, wird zur besseren Lesbarkeit folgende Schreibweise verwendet: Wo beide Geschlechter gemeint sind, wird die männliche Schreibweise verwendet, während die weibliche Schreibweise dort verwendet wird, wo es explizit um Frauen geht.

(2013) von einer zunehmenden Tendenz zu kostengünstigen und niederschweligen Formen politischer Partizipation aus. Ziviles Engagement würde dabei reduziert auf Praktiken eines „Clicktivism“ wie das Zeichnen von Petitionen, Spenden oder das Betätigen der Like-Schaltfläche auf sozialen Netzwerken wie Facebook. Auf der anderen Seite sehen Autoren wie H. Jenkins (2006) oder Y. Benkler (2006) die Entwicklung einer neuen netzwerkbasierter Teilnahme-Kultur, die individualisierte Formen von kreativem Engagement stärkt. Folgt man Theorien der netzwerkbasierter Teilnahme oder netzwerkbasierter öffentlichen Räumen (wie soziale Netzwerke, Wikis und Weblogs), ist davon auszugehen, dass soziale Medien im Netz Verbraucher dazu befähigen und motivieren, aktive „Produzenter“ von Medien-Inhalten zu werden (Bruns 2010). Bezogen auf das Politische wird als Folge eines andauernden Individualisierungsprozesses politischer Partizipation die fortschreitende Transformation – wenn nicht Auflösung – von privater und öffentlicher Sphäre diagnostiziert (Benkler 2006; Baringhorst/Kneip 2010). Andere betonen neue Formen der Selbstdarstellung (Reichert 2008; Schmidt 2011) sowie einen schwindenden Einfluss formaler Organisationen der politischen Beteiligung (Castells 2005: 169; Papacharissi 2009; Boyd 2006) und sehen eine Entwicklung hin zu auf „Schwarmintelligenz“ (Benkler 2006: 172f; Meckel 2008) basierenden Netzwerken. Während optimistische Perspektiven die neuen Formen der Hervorbringung und Vermittlung von politischem Wissen positiv einschätzen, warnen die Vertreter eher pessimistischer Einschätzungen vor einer Fragmentierung und einem Zerfall politischen Wissens (Habermas 2008: 161f; Sunstein 2009) sowie vor dessen Entertainisierung (z.B. Leggewie 2009). Dass von den neuen Artikulations- und Partizipationsmöglichkeiten im (Social-)Web bislang nur ein Bruchteil der Internetnutzer Gebrauch macht,² deutet Leggewie als Lethargie,³ während er den wenigen Aktiven eine „*simulative Pseudobeteiligung*“ unterstellt (ebd.: 81). Diese wenigen Aktiven seien zudem privilegiert, wie Untersuchungen über den Zusammenhang von Beteiligung im

2 Laut ARD/ZDF Online Studie beteiligten sich 2014 14% der Internutzer an Online-Foren, 5% an Blogs gegenüber den 82%, die regelmäßig Informationen suchen. Allerdings liegt der Anteil derer, die das Internet für Online-Shopping nutzen ebenfalls „nur“ bei 16% - und die Wirtschaft spricht von einem Markt der Zukunft!

3 „Woran diese Utopien [wie zum Beispiel eine „elektronische Weltagora“, Anm. K.W.] immer schon krankten, ist die Tatsache, dass die meisten Menschen sich aus reiner Rezeptionstätigkeit ungen befreit sehen und den Status des Produzenten gar nicht anstreben, sondern lieber das konsumieren, was andere produzieren [...]“ (Ebd.:

Web und sozio-ökonomischen Merkmalen zu belegen suchen (vgl. Schlozman et al. 2010).

Politischer Konsum

Ähnliche Vorbehalte werden in Bezug auf Praktiken des politischen Konsums formuliert, deren Trägern mehr Statusdenken als Gemeinwohlorientierung unterstellt wird. Demgegenüber sehen Sozialwissenschaftler weltweit in der Orientierung von Verbrauchern auf mehr als ihre so genannten Bedürfnisse eine neue Form der politischen Beteiligung (Micheletti/Stolle 2003; Baringhorst 2010), die in ihrer Steigerung gesamtgesellschaftliche und globale Dimensionen annehmen könnte (Lamla 2013; Micheletti 2013). Als „*Consumer Citizen*“ oder Verbraucherbürger orientiere dieser Bürgertypus seine Konsumpraktiken an den Rechten Dritter (Generationenfolge, Arbeitsbedingungen in Produktionsländern, Tiere, des Planeten, der Pflanzen) und zielt mit seinen Einkaufsentscheidungen darauf ab, durch Kauf oder Boykott, diese Rechte durchzusetzen.

Gleichwie politischer Konsum als Form politischer Beteiligung zu bewerten ist, muss anerkannt werden, dass das Kaufen oder Nicht-Kaufen aus Gründen des Gemeinwohls mittlerweile nach Spenden und Wählen zur häufigsten Form politischer Beteiligung in Europa zählt (Teorell et al. 2007). Und noch eines ist anzuerkennen. Es sind vor allem Frauen, die ihren alltäglichen Konsum als Mittel zum Ausdruck ihres politischen Willens nutzen (vgl. Stolle 2005; Micheletti et al. 2013). Innerhalb der politischen Verbraucherforschung wird dieser Beobachtung jedoch kaum Beachtung geschenkt, währenddessen die historisch orientierte Konsumforschung resümiert: „*Konsumieren ist nicht geschlechtsneutral.*“ (Delitz 2005: 45) Mit Eröffnung der ersten Warenhäuser in Europa gegen Ende des 19ten Jahrhunderts hat sich diese Erkenntnis etabliert und ist zu einer sozialen Tatsache geworden, mit ganz unterschiedlichen Folgen. Konsum, in seiner modernen Spielart der sich ausweitenden Verfügbarkeit von Waren, hat historisch gesehen erstmalig einen öffentlichen Raum geschaffen, den Frauen selbstständig betreten und in welchem sie eigenständig agieren konnten. Dieses Heraustreten aus der opaken Sphäre des Hauses hat nicht nur dazu geführt, dass Frauen als Konsumentinnen erstmalig als Trägerinnen von Rechten – denen einer Verbraucherin – Gelegenheit erhielten, diese Rechte in sozialer Interaktion zu erproben, sondern sie wurden zugleich zu Protagonistinnen des dichotom verlaufenden Diskurses zur Konsumgesellschaft stilisiert. Dieser Diskurs verläuft bis heute zwischen den Polen der Souveränität einerseits und der Manipulation andererseits (z.B. Hitzler/Pfadenhauer 2006; Hellmann 2013: 21–24; Lenz 2007). Mittels psychiatrischer Diagnostik wurden Frauen bereits zu Beginn des

20ten Jahrhunderts als Kaufsüchtige oder Kleptomaninnen (Kraepelin 1915) der Kategorie der manipulierten Subjekte zugeordnet. Und als „*zwanghaftes Kaufen*“ in den 1980er Jahren als psychische Erkrankung wiederentdeckt wurde (Faber/O’Guinn 1987), wurden und werden bis heute, insbesondere im publizistischen Diskurs, immer wieder Frauen als Risikogruppe konstruiert (Scherhorn et al. 1990, Müller et al. 2012).⁴ Parallel dazu hat der deutsche Konsumsoziologe Kai-Uwe Hellmann mit seiner Aussage „*shopping is female*“ und der daran anknüpfenden These, dass irrationale, affektuelle Konsumpraktiken vorwiegend Frauen vorbehalten seien, eine geschlechtsstereotype Sichtweise auf Konsum verfestigt.

Mit der Ausweitung der Verbraucherforschung auf das Phänomen des politischen Konsums belegen dagegen seit 2002 sozialwissenschaftliche Studien, dass es überproportional viele Frauen sind, die ihren Konsum am Gemeinwohl ausrichten, um politische Veränderungsprozesse zu forcieren (Stolle et al. 2005). Diese Beobachtung markiert im Bereich der geschlechtsspezifischen Perspektive auf Konsumpraktiken einen Bruch, da sie die Rolle der Konsumentin aufwertet, ihr Souveränität und moralische Bedeutung verleiht.

Partizipation von Frauen

Bezogen auf die neuen Medien sind von Seiten der feministischen Forschung früh Hoffnungen formuliert worden, dass hier eine Chance für Frauen zu mehr Beteiligung bei gleichzeitiger Verringerung geschlechtlicher Benachteiligung bis hin zu einer Auflösung geschlechtlicher Konstruktionen im Cyberspace liege (Haraway 1985; Turkle 1998). Doch nach einer anfänglichen Euphorie stellte sich zunehmend Ernüchterung ein. Ein Beispiel frauenpolitischer Forschung ist das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung finanzierte Projekt „*Frauenbewegung online – Empowerment und Partizipation mit Hilfe elektronischer Vernetzung*“ (Laufzeit 2001–2005 unter Leitung von Gabriele Winker, TU Hamburg-Harburg). Die Autorinnen fassen die Ergebnisse folgendermaßen zusammen:

4 Darüber hinaus werden Frauen in der Popkultur nicht nur regelmäßig als leidenschaftliche Käuferinnen dargestellt, auch Kaufsucht als typisch weibliche – wenn auch nicht ernst zu nehmende Erkrankung – hat mittlerweile ihren Platz in der Unterhaltungsbranche gefunden (z.B. Kinsellas „Confessions of a Shopaholic“, „Männerhort“, aber auch Formate wie „Shopping Queen“).

„Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die untersuchten Frauennetze das Internet vor allem zur Informationsbereitstellung und -suche nutzen. Interaktive Möglichkeiten finden sich nur vereinzelt auf den Internet-Seiten der Frauennetzwerke; auch für die Frauennetzerinnen ist die Nutzung dieser nachrangig. Dennoch gibt es einige viel versprechende Ansätze, die verdeutlichen, dass das Internet zu Austausch und Beratung geeignet ist. Politische Aktionen finden in frauenpolitischen Kontexten so gut wie gar nicht statt.“ (Frauenbewegung online)⁵

Hier ist anzumerken, dass die Social-Web-Nutzung erst im Zuge des Breitbandausbaus und der Einführung von Flat-Rate-Tarifen für weite Teile der Bevölkerung attraktiv wurde (vgl. Gscheidle/Fisch 2007). Die ARD/ZDF-Onlinestudie bezog die Social-Web-Nutzung als „*Mitmachnetz*“ beispielsweise erst ab dem Jahr 2007 in ihre jährlichen Untersuchungen ein (vgl. ebd.)⁶. Vor diesem Hintergrund kann die Frage, wie sich das Social Web auf das politische Engagement von Frauen auswirkt, kaum als beantwortet gelten.

Feministische Forschung konzentriert sich in ihren Medien bezogenen Analysen auf Öffentlichkeit (bzw. das Herstellen alternativer Öffentlichkeiten), politische Praktiken und neue Identitätsformen im Internet (Drücke/Klaus 2014). Transformationsprozesse von Partizipation im Kontext der Digitalisierung werden exemplarisch anhand von Frauen- und Mädchennetzwerken untersucht. Im Fokus stehen dabei netzbasierte Frauen-Projekte, die konkret frauenpolitischen Themen gewidmet sind (Schachtner/Winkler 2005; Kannengießner 2014). Mit diesem selektiven Blick auf netzbasiertes Engagement von Frauen wird die Möglichkeit übersehen, dass Frauen sich auch abseits frauenpolitischer Themen engagieren könnten. Genau diese Überlegung formuliert auch Genz in Anschluss an (in Deutschland kontrovers diskutierte) postfeministische Ansätze:

„Postfeminism responds to the changing qualities of female/feminist experiences in the context of a late liberal society in which people are less willing to become ideologically

5 Vgl. <http://www.frauenbewegung-online.de/empowermentStart.htm> (zuletzt geprüft am 6.12.2014).

6 Während im Jahr 2007 gerade einmal 15% private Netzwerke (also ausgenommen z.B. XING oder LinkedIn, Wikipedia und YouTube) nutzten, stieg diese Zahl bis 2013 auf mehr als das Dreifache (46%) an (<http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=433>, zuletzt geprüft am 22.09.15). Dabei ist zu berücksichtigen, dass Frauen 2007 mit nur 11% gegenüber 17% männlicher Internutzer in privaten Netzwerken unterrepräsentiert waren, während sich die Zahlen mittlerweile ausgeglichen haben (vgl. <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=434>, zuletzt geprüft am 22.09.15).

identified with any political movement, even though at the same time they are still experiencing gendered struggles in their private and public lives.“ (Genz 2006: 337)

Ein Merkmal des neuen politischen Stils von Frauen sei die fehlende Bereitschaft, sich an den Kämpfen ideologischer Lager zu beteiligen, die Formen konventioneller Politikbeteiligung hervorbringen würden. Die Erfahrung von Ungleichheit und Ungerechtigkeit ist zwar nach wie vor Bestandteil des Alltags von Frauen, aber die Praktiken, die Konsequenz dieser Erfahrungen sind, lassen sich nicht mit einem konservativen Politikverständnis fassen. Was die (neue) Art der politischen Beteiligung von Frauen angeht, bedeutet das aber auch, dass sie in Politikfeldern stattfindet, die eben nicht auf frauenpolitische Themen begrenzt sind. Richtet man nun den Blick auf den Mainstream der Partizipationsforschung, um mehr darüber zu erfahren, welche der neuen politischen Beteiligungsformen wie und warum von Frauen genutzt werden, wird man schnell feststellen, dass Geschlecht dort nicht berücksichtigt wird: Wie Micheletti und Stolle formulieren, forscht die Beteiligungsforschung an der Beteiligung vorbei, da sie sich nur auf formale Mitgliedschaft konzentriert. Neue und andere Formen politischer Beteiligung, auch die von Frauen, werden so konsequent ignoriert, obwohl sich empirisch nachweisen lässt, dass entsprechende Praktiken und Frauen als deren Trägerinnen immer stärker im politischen Feld präsent sind:

„By focusing exclusively on the decline of formal organizations, the mainstream literature fails to acknowledge the fact that women have always participated in ‚politics‘ and that women’s participation in political and social life has risen constantly during the past decades.“ (Micheletti/Stolle 2003: 2)

Von Sigrid Baringhorst (2012a) ist die These aufgestellt worden, dass in dem Zusammenwirken von Social-Web-Nutzung und politischem Konsum eine entscheidende Dynamik liege, die diese beiden Alltags- und Lebensstil verbundenen Praktiken möglicherweise in Richtung eines neuen Politik- und Bürgerverständnisses transformiere (Baringhorst 2012b). Diese Überlegung bildet den Ausgangspunkt dieser Arbeit. Am Beispiel politischen Konsums werden neue Formen der Beteiligung von Frauen im Alltag off- und online untersucht. Es wird davon ausgegangen, dass die medialen, konsumpolitischen Praktiken von Frauen als Teil eines allgemeinen Trends hin zu neuen Formen von Bürgerschaft interpretiert werden müssen. Diese sind gekennzeichnet von der Abkehr vom (nur) wählenden „*dutiful citizen*“ und einer Hinwendung zum „*actualizing*“ (Bennett 2008) bzw. „*autonomous citizen*“ (Coleman 2008). Diesbezügliche Charakteristika sind eine stärkere Kopplung politischer Anliegen und der Selbst-Identität wie auch ein verändertes bürgerschaftliches Selbstverständnis. Dieses, so die Vermutung, speist sich vor allem aus neuen, digital ermöglichten Formen

der Wissensproduktion, die nicht nur das Verhältnis von Konsumenten und Unternehmen, sondern auch von politischen Experten und Laien (also Bürgern) verändern und potentiell enthierarchisieren. In Anschluss an kulturalistische Ansätze wie den von Peter Dahlgren soll untersucht werden, inwieweit das Social Web für Verbraucherinnen einen Raum zur Vermittlung zwischen Verbraucher- und Bürgeridentität werden kann, in dem verbraucher- und bürgerschaftliche Handlungsautonomie erlernt und entwickelt werden kann. Deshalb wird für die hier verfolgte Fragestellung ein prozess- und praktikenorientierter Begriff von Autonomie und Identität entwickelt, der in doppelter Perspektivierung konsum- und politischer Agency wie Identität nach den jeweiligen Vermittlungsinstanzen an der Schnittstelle von Alltag und Social Web forscht. In dieser Hinsicht schließt diese Arbeit an Konzepte der Lifestyle-Politics (Giddens 1991) und der Subpolitik an (Beck 1993), deren politisches Potenzial sich gerade aus dem kollektiv wahrgenommenen Missverhältnis von Autonomiezwang und Grenzen persönlicher Entscheidungsfreiheit ergibt (vgl. Pofertl 2004: 61).

Als Ausgangspunkt einer solchen, auf Frauen als politische Akteure zugeschnittenen Untersuchung, bietet der Alltag einen hervorragenden Zugang, da diese Perspektive die für die Konstruktion von Geschlechtlichkeit bedeutsame Grenzziehung zwischen öffentlich und privat sichtbar macht. Politischer Konsum bietet sich als Zugang zu dem alltagspolitischem Engagement von Frauen an, nicht nur weil Konsum für Frauen, wie bereits erwähnt, einen historisch herausragenden Stellenwert einnimmt, sondern auch aufgrund der sich auf die Position der Konsumenten stärkend auswirkenden Digitalisierung. Margareth Scammell (2003) verweist zunächst grundlegend auf die gestiegene Konkurrenzsituation, der sich Unternehmen angesichts globaler Produktzirkulation und den damit einhergehenden digitalen Vergleichs- und Bezugsoptionen von Waren, gegenübersehen (vgl. ebd.: 122ff). Die Konkurrenz um Güter sei durch die Konkurrenz um Kunden abgelöst worden, infolgedessen die Marktmacht der Konsumenten steige. Da die Frage nach den Konstitutionsbedingungen von politischer Handlungsfähigkeit auch die Frage nach der Möglichkeit autonomen Handelns und von Identität insgesamt an der Schnittstelle von politischem Konsum und Social Web adressiert, sind insbesondere solche Untersuchungsteilnehmer von Interesse, für deren Identität Konsum und Social Web zentrale Funktionen erfüllen. Dies trifft auf Frauen aus mehreren Gründen zu:

- Konsum ist askriptiv mit der Rolle der Frau verknüpft, weshalb für Frauen der richtige Konsum ein maßgeblicher Faktor für die Generierung von gesellschaftlicher Anerkennung ist.

- Da andere Betätigungsfelder noch immer häufig zugangsbeschränkt sind, bedeutet das Feld des Konsums für Frauen eine nicht zu unterschätzende Chance zur Selbstverwirklichung bzw. zur Expression ihres Selbst.
- Frauen nehmen in westlichen Gesellschaften eine dominante Rolle im Konsum ein, was als ein empirischer Beleg für die vorangegangenen theoretischen Argumente interpretiert werden kann.
- Frauen sind gegenüber Männern bei sämtlichen, Internet bezogenen Praktiken in der Minderheit, mit Ausnahme des Social Webs. Es wird davon ausgegangen, dass sich darin sowohl die von Frauen häufig in Familien und Beziehungen übernommene Funktion als Beziehungspflegerin spiegelt, wie auch dass das Social Web besonders geeignet ist, um sich selbst und seinen Konsumstil darzustellen.

Obwohl hier die generalisierende Bezeichnung „die Frauen“ verwendet wird, ist klar herauszustellen, dass Geschlecht als eine soziale Konstruktion begriffen wird und die geschlechtsspezifischen Verhaltensweisen, die beobachtet werden, Folge eines geschlechtlich codierten Sozialisationsprozesses sind. Auf der anderen Seite muss berücksichtigt werden, dass dieser Sozialisationsprozess zu unterschiedlichen Ausprägungen von Geschlechtspraxis führen kann. Wenn von „die Frauen“ gesprochen wird, wird sich damit primär auf die in quantitativ-empirischen Verfahren notwendig erzeugte Generalisierung, die Frauen und Männer entlang ihres biologischen Geschlechts verortet, bezogen. Generalisierungen sind mitunter unvermeidlich, z.B. wenn es, wie hier am Beginn der Arbeit, darum geht, die geschlechtsspezifischen Unterschiede im Konsumverhalten darzustellen. Wenn mehr Frauen als Männer die Arbeit des täglichen Konsums besorgen, ist darin jedoch kein Ausdruck einer biologischen Determination zu sehen, sondern es handelt sich um die Folge sozialer Differenzierungsprozesse. Deshalb ist es auf einer analytisch tiefer gehenden Ebene wichtig, diesen Differenzierungsprozessen auch innerhalb der häufig homogen dargestellten Gruppe der Konsumentinnen nachzuspüren.

FORSCHUNGSVORHABEN

Reduziert auf Praktiken des Kaufens/Nicht-Kaufens verbleibt politischer Konsum in einer sprachlosen, nur symbolischen und nur an den Markt gerichteten Ausdrucksgestalt. Aus einer praxeologischen Perspektive muss jedoch anerkannt werden, dass auch in Kaufpraktiken ein Wissen zum Ausdruck kommt, das nicht nur auf ein Produktwissen im engeren Sinne reduziert werden darf. Gleichermaßen wird in diesen Kaufpraktiken ein Wissen um das eigene Wollen kommuniziert, was auf einer Vorstellung von einem Gemeinwohl wie auf einer Reflektion eigener Präferenzen basiert. In der politikwissenschaftlichen Diskussion – insbesondere um Beteiligung mittels neuer Medien und Konsum – ist umstritten, was überhaupt politisches Handeln ist (z.B. Moor 2014). Deshalb wird im Folgenden eine stärker prozessorientierte Sicht entwickelt, bei der politisches Handeln als Politisierung von Praktiken untersucht wird. Mediatisierung kommt so als „Durchgangspunkt sozialer Praktiken“ Bedeutung zu – neue Medien können soziale Praktiken transformieren, müssen dies aber nicht zwangsläufig tun. Empirische Grundlage der Untersuchung stellen Tagebücher politischer Konsumentinnen dar, in denen sie über einen Zeitraum von mindestens acht Wochen ihren täglichen Konsumalltag, ihre Medienpraktiken sowie ihr (konsumbezogenes) politisches Engagement on- und offline dokumentieren. Die Auswahl der Fälle verläuft nach dem Kriterium der Fallkontrastierung. Dabei werden solche Tagebücher in die Analyse einbezogen, die einerseits Gemeinsamkeiten hinsichtlich ihrer Medienpraktiken und der Art und Weise der Integration von Mediennutzung in den (Konsum-)Alltag aufweisen, sich aber andererseits hinsichtlich der Orientierung ihrer politischen oder ethischen Anliegen sowie der dabei zum Einsatz kommenden Strategien unterscheiden. Ein weiteres Kriterium zur Kontrastierung liefert das Ausmaß der Einbindung der politischen Konsumentinnen in Verbraucherorganisationen on- und offline. Zur Rekonstruktion der biographischen Dispositionen, die, wie oben angeführt, erfahrungsgemäß einen entscheidenden Einfluss auf die Robustheit von Konsummustern ausüben (können), werden die entsprechenden Passagen aus den semi-strukturierten Interviews mit den Teilnehmerinnen als ergänzendes Datenmaterial in die Untersuchung miteinbezogen. Dies betrifft primär die erste Sequenz der Interviews, da sie als narratives Element in den Interviews jeweils das Werden zur politischen Konsumentin thematisieren. Die Auswertung des Datenmaterials erfolgt anhand einer Kopplung des Kodierverfahrens der Grounded Theory und der Sequenzanalyse: Im ersten Schritt der Datenanalyse geht es zunächst um die Herstellung von Vergleichbarkeit des, im Falle der Tagebücher, sehr heterogenen Materials. Durch das offene Codieren können so sukzessive Passagen identifiziert werden, die sich

für eine komparative, fallübergreifende Analyse eignen. Das Ergebnis der fallübergreifenden Analyse leitet die Auswahl der Fälle an, die im weiteren Verlauf der Auswertung im Zentrum stehen. Von den 26 zur Verfügung stehenden Tagebüchern sollen mindestens drei auf diese Weise für die weitere Analyse herangezogen werden. Im nächsten Schritt werden die nach o.g. Kriterien ausgewählten Tagebücher so wie die Eingangssequenzen der entsprechenden Interviews mittels eines sequenzanalytischen Verfahrens interpretiert. Dieses Verfahren bietet sich im Hinblick auf die Fragestellung an, die darauf abzielt, mögliche Brüche in den Handlungsverläufen zu identifizieren sowie die individuellen, Fall bezogenen Strategien der politischen Konsumentinnen, mit ihnen umzugehen, zu rekonstruieren. Da das Datenmaterial einmalige Einblicke in das individuelle Handeln in Social Web Umgebungen liefert, ist damit die Möglichkeit gegeben, auch die nicht-ökonomische Handlungsdimension politischen Verbraucherhandelns sowie wechselseitige Integrationsprozesse aus einer online-offline Perspektive zu untersuchen. Damit wird auch das Verhältnis von digitalen Informations- und stärker offline-situierten Konsum- und Wissenspraktiken in ihrer Beziehung zu auch biographischen Dispositionen beleuchtet.

FORSCHUNGSPRAKTISCHER RAHMEN

Die hier verfolgte Fragestellung schließt an das von der Deutschen Forschungsgemeinschaft geförderte Projekt „*Consumer Netizens – neue Formen von Bürgerschaft an der Schnittstelle von politischem Konsum und Social Web*“ an, das unter der Leitung von Prof. Dr. Sigrid Baringhorst an der Universität Siegen von Oktober 2011 bis August 2015 durchgeführt wurde. Im Rahmen dieses Projektes wurden die Einstellungen, Deutungen und Praktiken politischer Konsumenten in den Bereichen Konsum und Bürgerschaftlichkeit im Social Web untersucht. Ziel des Projektes war die Identifizierung neuer, webbasierter Formen politischer Partizipation und der damit einhergehenden (Neu-)Definitionen von Bürgerschaftlichkeit. Daran knüpft die vorliegende Dissertation an und untersucht konkret die Praktiken von Frauen im Kontext einer, womöglich im Entstehen begriffenen, verbraucherpolitischen Kultur im Social Web.

Empirisch basiert die Arbeit auf der Analyse der Partizipationstagebücher, deren Konzeption und Erhebung von der Autorin methodisch und praktisch maßgeblich begleitet wurden. Ein zweiter Anknüpfungspunkt ergibt sich aus dem DFG-Projekt „*Cybercash – Konsumpraktiken in der virtuellen Alltagsökonomie*“ das von 2004 – 2007 am Zentrum für Medien und Interaktivität an der Justus-Liebig-Universität unter Leitung von Prof. Dr. Sighard Neckel und Prof.

Dr. Jörn Lamla durchgeführt wurde. Dort ging es primär darum, die Auswirkungen der Digitalisierung von Konsum im Kontext von Vermarktlichungsprozessen des Internets kritisch zu erforschen; also insbesondere die durch das Internet initiierten Reproduktions- und Transformationsprozesse des alltäglichen Konsums in den Blick zu nehmen. Dabei zeigte sich, dass die Autonomie der Verbraucher im Netz nicht zuletzt von einer widerstandsfähigen Konsumroutine abhängig ist, die die Verbraucher vor den möglichen Verstrickungen innerhalb des „*Digitalen Basars*“ (Lamla 2008a) zu schützen vermag. Die Widerständigkeit der ökonomischen Alltagsroutine verortet Lamla in den biographischen und kulturellen Dispositionen, die aber zumindest in diesem Projekt auch ein Grund dafür sein mögen, warum sich die Verbraucher eher zurückhaltend oder passiv in Bezug auf die Verfolgung oder Artikulation verbraucherpolitischer Anliegen gezeigt haben: Während bei „*Cybercash*“ typische Verbraucher wie z.B. Schnäppchenjäger befragt wurden, also Verbraucher, die ihr Konsumverhalten nicht primär an Kriterien des Gemeinwohls, des Tier- und Pflanzenschutzes usw. ausrichten, sind die Teilnehmer des Projekts „*Consumer Netizens*“ genau nach diesen Kriterien ausgewählt worden. Daraus ergibt sich, dass sie eine andere Wahrnehmung und Aufmerksamkeit für Konsum bezogene Wissensproduktion in den Medien und damit im Social Web aufweisen. Gleichzeitig müsste ihre Konsumroutine sich ungleich störanfälliger darstellen, da sie ihre eigenen Konsumpraktiken beständig vor dem Hintergrund einer wie auch immer gearteten Ethik und Moral reflektieren. Zudem muss man berücksichtigen, dass sich das Social Web seit dem Erhebungszeitraum von „*Cybercash*“ rasant weiterentwickelt hat, insbesondere was die Beteiligung an sozialen Netzwerken wie Facebook oder Twitter angeht.

AUFBAU DER ARBEIT

Die Arbeit ist in zwei Teile gegliedert. Im ersten Teil erfolgt die Aufarbeitung des Forschungsstands (Kapitel 2) zu Frauen im Social Web an der Schnittstelle von Politik und Konsum. Dabei gilt es herauszuarbeiten, wie die Rollen von Frauen als Konsumentinnen und Bürgerinnen in der sozialwissenschaftlichen Forschung generell wie in der Frauenforschung speziell beschrieben und mit dem Aspekt der Digitalisierung verknüpft werden. Dies stellt eine besondere Herausforderung dar, weil insbesondere die Forschung zum politischen Konsum bislang nicht unter dem Gesichtspunkt von Gender betrieben worden sind. Vor diesem Hintergrund muss der Forschungsstand gewissermaßen zweifach bearbeitet und nach sinnvollen Anschlussstellen gesucht werden. In ähnlicher Wei-

se steht eine Integration wissenssoziologischer Überlegungen sowohl für den Bereich des politischen Konsums wie auch der frauenspezifischen Digitalisierungsforschung noch aus. Diese Arbeit kann diesbezüglich nur als ein erster Vorschlag zur Entwicklung einer entsprechenden Forschungsperspektive sein (Kapitel 3). Deren Anliegen ist es, die praktische Vermittlungsleistung individueller Akteure, die in ihrem medialen Alltag Konsum und Politik miteinander vereinbaren, als Form von Identitätsarbeit empirisch beobachtbar zu machen. Es wird dabei angenommen, dass das Ziel dieser identitären Vermittlungsarbeit die pragmatische Herstellung von Handlungsfähigkeit ist. Als Prozess der Autonomisierung zielt diese darauf ab, vorhandene konsumptive oder auch bürger-schaftliche Dispositionen zu reflektieren, evtl. zu hinterfragen und womöglich daran anschließende Praktiken zu verändern.

Der zweite Teil der Arbeit beginnt mit der Darstellung des methodischen Vorgehens (Kapitel 4) sowie der im Rahmen des DFG-Projekts „*Consumer Netizens*“ entwickelten Typologie, die für die Fallauswahl von entscheidender Bedeutung ist. Dem schließt sich in Kapitel 5 die Analyse an. In diesem ersten analytischen Schritt werden die konsumpolitischen Alltagspraktiken on- und offline zunächst fallbezogen dargestellt. Im zweiten Schritt erfolgt die komparative Analyse, die mittels der Methode des Vergleichs auf der Ebene der Praktiken, des alltagsspezifischen Kontextes dazu dient, die Bedingungen für Politisierungschancen für Frauen im Social Web zu konkretisieren. Eine zusammenfassende Diskussion der Ergebnisse unter Rückbezug auf die theoretischen Vorannahmen erfolgt in Kapitel 6.

Forschungsstand

Ein Schlaglicht auf die historische Konsumforschung zeigt, dass die Konstruktion von Weiblichkeit eng an die Rolle der Frau als Konsumentin geknüpft ist. Daraus ergibt sich die Überlegung, dass mit dem Wandel der Konsumentinnenrolle – insbesondere deren Politisierung – auch eine Veränderung bzgl. des Repertoires bürgerschaftlicher Praktiken von Frauen verbunden sein kann. Es wird davon ausgegangen, dass ein eher weiblich kodiertes Bürgerverständnis mit seiner Bevorzugung flacher Hierarchien, dem Fokus auf die eigene Erfahrungswelt sowie der stärkeren Betonung von Autonomie und Individualität, auch bei Formen kollektiven Handelns, zahlreiche Anschlussstellen für sowohl Social Web wie auch alltagsökonomisches Engagement aufweist.

VON DER MANIPULATIONS- ZUR SOVERÄNITÄTSPERSPEKTIVE: GESCHLECHT IM KONTEXT DER POLITISIERUNG VON KONSUM

Entwicklung *des* Konsumsubjekts

Der Konsumsoziologie Kai-Uwe Hellman stellt fest, dass im 19. Jahrhundert noch problemlos von einer Klassengesellschaft gesprochen werden könne, bei der die Position des einzelnen maßgeblich von seiner Arbeit bestimmt wurde und der daraus folgenden Verfügungsgewalt über Waren und Dienstleistungen. Arbeit stelle bis ins 20. Jahrhundert das zentrale Organisationsprinzip für sämtliche Fragen der eigenen Lebensführung und der Selbstbestimmung dar (Hellmann 2011b: 25). Der Bedeutungsverlust der Arbeit sei durch das gestörte Verhältnis von Berufs- und Lebenskontinuität bedingt. Da andererseits auch Familie und Schichtzugehörigkeit an Bedeutung für die Ausbildung einer Identität verlo-

ren hätten, stellt sich Hellmann die Frage, ob nun Konsum die Funktion einer Sozialisations- und Individuationsinstanz übernehmen könne.

Um nun etwas präziser darzustellen, wie Konsum in dieser Funktion an Bedeutung gewonnen hat, wird ausschnittsweise auf David Riesmans Studie „*Die einsame Masse. Eine Untersuchung der Wandlungen des amerikanischen Charakters*“ (Riesman 1950) zurückgegriffen. Schon bei Riesman lässt sich beobachten, dass der Wandel der Erwerbsarbeit und daraus folgend der Erwerbsbiographie in Zusammenhang mit der sich ändernden und zunehmenden Bedeutung von Konsum gebracht wird. Riesman vollzieht die Entwicklung moderner Gesellschaften in drei Phasen nach und identifiziert für jede Phase einen vorherrschenden Charaktertypus. Paradigmatisch für die erste Phase, die man in die vorindustrielle Zeit verorten kann, sei der Typus des Traditions-Geleiteten. Die traditionellen Gesellschaften seien gekennzeichnet durch ein hohes Maß an Stabilität, das durch die Weitergabe von Verhaltensweisen, Praktiken und Sitten von Generation zu Generation, aufrechterhalten wird (vgl. ebd.: 27). Dazu tragen die festen Strukturen der Familie, der Stände und natürlich die Religion wie auch regionales Brauchtum maßgeblich bei. Die Rollen sind sozio-kulturell vorbestimmt und von den Kindern wird nicht mehr erwartet, als dass sie sich anpassen und sich auf die frühzeitige Übernahme der Arbeit ihrer Eltern vorbereiten (vgl. ebd.: 28; 53). Es besteht daher auch ein geringes soziales Bedürfnis an Eigenständigkeit, welche innerhalb des dichten Netzes sozialer Wertsetzungen auch wenig Raum zur Entwicklung hätte.

Die Zunahme von Beschäftigungsoptionen infolge der Industrialisierung macht eine Distanzierung von traditionellen Rollen erforderlich (vgl. ebd.: 31). Im Zuge der erheblichen Dynamisierung des Wandels der gesellschaftlichen Organisation werden nun nicht nur neue Arbeitsformen geschaffen, sondern auch eine steigende soziale Mobilität in Gang gebracht:

„Die größten Chancen, die diese Gesellschaft zu vergeben hat – und die größte Initiative, die sie denen abverlangt, die mit den neuen Problemen fertig werden wollen –, werden von Charaktertypen verwirklicht, denen es gelingt, ihr Leben in der Gesellschaft ohne strenge und selbstverständliche Traditionenlenkung¹ zu führen.“ (Ebd.)

1 Die deutsche Übersetzung ist hier insofern inkonsequent, als Riesmans zwei Begriffe „*directed*“ and „*direction*“ mit „geleitet“ und im Falle des Substantivs mit „Lenkung“ übersetzt werden, was eine graduelle Verschiebung in Bezug auf die Intensität der Führung beinhaltet.

Das Subjekt muss sich nun im Verlauf seiner Individuation von traditionellen Rollenschemata lösen und einen flexiblen Umgang mit den daran verknüpften Vorstellungen lernen. Die Erziehung im Elternhaus nimmt bei diesem Lernprozess den zentralen Stellenwert ein, wird aber begleitet von der Wahrnehmung zunehmend pluralisierter Lebensmodelle und -vorstellungen, die erst eine Distanz zu den tradierten Verhaltensnormen ermöglichen. Entsprechend müssen die Werte, die es in dieser Phase inkorporiert, insofern abstrakt sein, als sie nicht zu eng an ein klar definiertes Lebensziel gebunden sein dürfen, sondern das Subjekt von einer Art *„innerem Kompass auf Kurs gehalten wird“* (Riesman 1966: 33). In der Konkurrenz unterschiedlicher Werte oder Ziele sieht Riesman eine weitere Ursache für den dynamischen sozialen Wandel (vgl. ebd.: 55). Die Erziehung beruht auf einer subtilen Kontrolle der Konformität, deren Ziel die Etablierung einer starken Selbstdisziplin ist (vgl. ebd.: 57). Die sich hier bereits andeutenden Prozesse der Zunahme an sozialer (und räumlicher) Mobilität sowie eines grundlegenden Wandels der Beschäftigungsstruktur erfahren in der Folgezeit erheblich an Beschleunigung. Kürzere Arbeitszeiten führen zu einer Ausweitung der Freizeit und der in sie verlagerten Aktivitäten (vgl. ebd.: 34). Parallel dazu verläuft ein Prozess der ökonomisch-gesellschaftlichen Umdeutung gesellschaftlicher Prosperität, die sich immer stärker an der Steigerung der Produktivität und damit zwangsläufig der Steigerung des Konsums ausrichtet. Allerdings stehen die noch konservierten Werte der Innen-Lenkung wie Knappheitsbewusstsein und Sparbedürfnis einem Verbrauchsbedürfnis und Überflussbewusstsein nicht ohne Konflikte gegenüber: *„[...] den Jungen muss einerseits wirtschaftlich Gelegenheit gegeben werden an dem Überfluss teilzunehmen, andererseits müssen sie die hierfür erforderliche Charakterstruktur besitzen.“* (Ebd.: 35). In dieser Gesellschaft werden die inneren Prinzipien des Kompass durch ein flexibleres Instrument ersetzt: die Radaranlage (ebd.: 69). Denn die Prinzipien, die in frühen Phasen der kindlichen Entwicklung dem Kind durch die Eltern nahe gebracht und ein Leben lang konserviert wurden, werden jetzt von der Außenwelt vorgegeben, vornehmlich von der sozialen Gruppe, in der man lebt oder von öffentlichen Personen, die man vermittelt über die Massenmedien kennt. Es beginnt die Phase der Außen-Lenkung:

„Das gemeinsame Merkmal der außen-geleiteten Menschen besteht darin, dass das Verhalten des einzelnen durch die Zeitgenossen gesteuert wird; entweder von denjenigen, die er persönlich kennt, oder von jenen anderen, mit denen er indirekt durch Freunde oder durch die Massenunterhaltungsmittel bekannt ist. Diese Steuerungsquelle ist selbstverständlich auch hier ‚verinnerlicht‘, und zwar insofern, als das Abhängigkeitsgefühl von dieser dem Kind frühzeitig eingepflanzt wird. Die von dem außen-geleiteten Menschen angestrebten Ziele verändern sich jeweils mit der sich verändernden Steuerung durch die von außen empfangenen Signale. Unverändert bleibt lediglich diese Einstellung selbst und

die genaue Beachtung, die den von den anderen abgegebenen Signalen gezollt wird.“ (Ebd.: 37)

Das Streben nach bestimmten, festgelegten Zielen wird beim Außen-Geleiteten abgelöst von dem Streben nach der Anerkennung anderer. Es lässt sich angesichts der zunehmenden Fragmentierung der Beschäftigungsstruktur in voneinander getrennte Expertensysteme auch nicht mehr so einfach bestimmen, welche Positionen Erfolg und Anerkennung versprechen. Die Massenkommunikationsmittel nehmen im Stadium der Außen-Lenkung eine entscheidende Rolle bei der Erziehung der Kinder ein – auch dadurch, dass die Eltern Fernsehen und Zeitschriften als Ratgeber zur Erziehung heranziehen (vgl. ebd.: 64). Darin spiegelt sich deren Unsicherheit, wie sie mit ihren Kindern umgehen sollen. Gleichzeitig zeigen sie, dass sie die Orientierung an anderen für eine angemessene Vorgehensweise halten, um diese Unsicherheit zu bewältigen. Weil die Meinung der anderen so zu einem herausragenden Kriterium für die Angemessenheit des eigenen Auftretens, der Erscheinung und der Verhaltensweisen wird, gewinnt auch Mode als Ausdruck eines gemeinsamen Geschmacks an Bedeutung (vgl. ebd.: 86). Die zunehmende Differenzierung des Systems der Produktion von Gütern und Dienstleistungen erfordert für das Fällen von Konsumententscheidungen sehr viel mehr Wissen und Feingefühl als zuvor. Gerade im Hinblick auf die Unterscheidung von Qualitätsmerkmalen bedarf es einer Schulung des Konsumverständnisses, da Nuancen in der Verarbeitung und der verwendeten Stoffe oft nur noch von einem Profi bemerkt werden können (vgl. ebd.: 88). Neben den Informationen, die die Massenmedien hierfür liefern, gewinnt der Austausch der Konsumenten über ihre Konsumerfahrungen an Bedeutung. Es geht hier aber nicht nur um einen bloßen Austausch über Qualität und Mode, sondern auch um die Offenbarung der inneren Gefühls- und Erlebniswelt, die in Kombination mit der Ware den Geschmack erst wirklich zum Ausdruck bringen (vgl. ebd.: 87; 89). Da der Konsum infolge dessen als ein Mittel zur Aufrechterhaltung oder zum Knüpfen von sozialen Beziehungen gesehen werden kann, ergibt sich daraus auch, dass die Konsumgüter von ihrem ursprünglichen Zweck der Bedürfnisbefriedigung abgelöst werden. Bemerkenswert ist darüber hinaus, dass bei Riesman die Rechtfertigung für den Kauf von Gütern oder die Inanspruchnahme von Dienstleistungen eine besonders wichtige Rolle spielt. So nehmen auch innerhalb von kleinen Konsumgenossenschaften Diskussionen um das beste Produkt und das schönste Urlaubsziel einen großen Raum ein. Die Massenmedien unterstützen den Entscheidungsprozess, indem sie sowohl über alternative Produkte informieren wie auch Gründe zur Verfügung stellen, die eine Rechtfertigung erheblich erleichtern. Darüber hinaus nehmen die Massenmedien die Rolle eines „*anonymen Verbündeten*“ ein, der den Außen-Geleiteten

in seinem Konsumverhalten da unterstützt, wo das direkte soziale Umfeld ihn kritisiert (ebd.: 100).

Diese Überlegungen zeigen, dass das Subjekt sich in sozialen Kontexten dem Erlernen und Herausbilden einer „*Konsumprofessionalität*“, die der Anerkennung und Wertschätzung anderer bedarf, kaum entziehen kann. Das bedeutet notwendigerweise die Herausbildung kommunikativer und konsumptiver Fähigkeiten, was nicht nur Geld, sondern vor allem Zeit kostet. Verweigert sich ein Subjekt diesem Bildungsprozess, kann es daran liegen, dass ihm die notwendigen Ressourcen fehlen, oder aber es verweigert sich, zumindest gelegentlich, willentlich. Im Fall des nicht Wollens ist das Subjekt aber generell in der Lage, sich anzupassen. Es verfügt über die Radaranlage des Außen-Geleiteten, es kann sie nur in dem Sinne besser kontrollieren als er zu ihrer (vorübergehenden) Deaktivierung fähig ist. Ein solches Subjekt nennt Riesman autonom (ebd.: 254), während das Subjekt, das sich aufgrund von Beschränkungen nicht anpassen kann, als anomal bezeichnet wird, wengleich hier greift, dass es sich bei diesen Typisierungen ebenfalls um Idealtypen handelt (ebd.: 253). So gälten beispielsweise in der Phase der Außenlenkung die als anomal, die den gesellschaftlichen Wandel gewissermaßen „*verschlafen*“ haben und sich von ihrer Innen-Lenkung nicht zu lösen vermögen. Aber auch die, welche sich zu sehr darum bemühen, es den anderen in Bezug auf ihr Aussehen, ihren Geschmack und ihr Auftreten recht zu machen und damit überangepasst erscheinen, gehören zum Typ der Nicht-Automen. Bei ihnen scheint die Radaranlage pausenlos Forderungen von außen an das Subjekt heranzutragen und sie zu ständiger Arbeit an sich selbst zu zwingen: „[...] ihre Überkonformität macht sie zu einer Karikatur des angepassten Verhaltensmusters – das unerreichbar für sie ist, weil sie sich zu sehr anstrengen, um es zu erreichen.“ (Ebd.: 256)

Lamlas Rezeption von Riesman betont gegenüber der hiesigen Darstellung noch einen weiteren Aspekt, der auf die Chance zur Entwicklung von Verbraucher-Autonomie verweist. Autonomie sei – wenn überhaupt – dann in der Freizeitgestaltung realisierbar (vgl. Lamla 2013: 189). Die Freizeit garantiere zunächst einen Bereich des Rückzugs, die dem Subjekt einen Raum biete, sich selbst wieder näher zu kommen – im Spiel, im Träumen, im Verfolgen von Hobbys (vgl. ebd.: 210). Soziale Beziehungen, hier vorrangig Freunde, seien als Interaktionspartner unabdingbar, da durch sie Prozesse der Authentifizierung und Anerkennung unterstützend begleitet werden könnten (vgl. ebd.). In diesem Zusammenhang sei auf die Rolle von „*Freizeitberatern*“ hinzuweisen, die das Subjekt in seiner Autonomie insofern unterstützen könnten, als sie mit ihrer Expertise einerseits von Zeitdruck entlasten und andererseits angemessene Angebote zur Freizeitgestaltung entwickeln könnten (ebd.). Das Verhältnis von Ver-

braucher und Freizeitberater sei jedoch weniger im Sinne von Kunde und Verkäufer zu gestalten als vielmehr von Patient und Therapeut: Denn um Autonomie zu steigern, sei es nicht die Aufgabe der Beratung zu verkaufen, sondern dem Verbraucher entdecken zu helfen – sich selbst und Freizeitangebote.

Dass die Herstellung von Autonomie für den Verbraucher durch Prozesse der Individualisierung und Mediatisierung erschwert wird und zentral nach Orientierungshilfen Ausschau gehalten werden muss, steht außer Frage. Andererseits ist zu betonen, dass im Stadium der Außen-Lenkung überhaupt erst die Chance besteht, als Verbraucher autonom zu werden. Wenn Riesman von „*Innen-Lenkung*“ spricht, suggeriert dies womöglich, als sei es das innere, authentische Selbst, welches dort lenkt. Dabei handelt es sich jedoch um einen Fehlschluss. Die Innen-Lenkung basiert auf der (unreflektierten) Inkorporation bestimmter Wert- und Moralvorstellungen, die nicht zuletzt, sondern ganz entscheidend von der sozialen Herkunft (den Eltern/Großeltern/sozialem Milieu) bedingt und hervorgebracht werden. Zwar ist der Innen-Gelenkte weniger störanfällig für von außen an ihn herangetragene Konsumzumutungen und -ansprüche, das aber nur, weil sich der Verbraucher im Zuge seiner Sozialisation eine Konsummoral und -präferenz als unhinterfragbare Verhaltensnorm angeeignet hat. Die Übernahme von kulturellen Geschmacksurteilen, die aus der jeweiligen Stellung innerhalb der gesellschaftlichen Struktur resultieren, kann jedoch kaum als Beispiel von Verbraucherautonomie angeführt werden, wenn sie nicht mit einer Reflexion über die Konstitutionsbedingungen eben jener Geschmackspräferenzen einhergeht. Diese wird laut Riesman jedoch erst im Stadium der Außen-Lenkung möglich, wo das Nebeneinander unterschiedlichster Angebote und Konsumstile das Verharren in vorgegebenen Geschmacksstrukturen infrage stellen. Demgegenüber kritisch ist an Riesmans Darstellung zu sehen, dass sie den Wandel der Erwerbsarbeit ins Zentrum einer Auseinandersetzung mit Konsum rückt. Aus dieser spezifischen Perspektive folgt, vor allem männliche Charaktertypen und deren Wandel zu beschreiben, da für Frauen die Erwerbsarbeit erst ab dem Stadium der Außen-Lenkung an Bedeutung gewinnen dürfte, insbesondere solche Erwerbsarbeit, die Räume der Selbstverwirklichung bietet oder zumindest Potential zur Identifizierung mit sich bringt. So taucht die Frau als Verbraucherin in Riesmans Darstellung auch erst im Stadium der Außen-Lenkung auf, wo Riesman ihr von vornherein besondere Schwierigkeiten in Aussicht stellt, was ihre Chancen zu autonomen Verbraucherverhalten angeht:

„Diese Entwicklung [zur Außen-Lenkung, Anm. K.W.] bedeutet für Mädchen eine besondere Belastung, teils weil die Frauen in unserer Gesellschaft tonangebend im Konsum sind, teils weil sie sich im allgemeinen weit mehr als Männer dazu gedrängt fühlen, jede von ihnen erwartete Rolle auch zu spielen.“ (Riesman 1966:93)

Die Rezeption von Riesmans Werk in der Konsumsoziologie erweckt den Eindruck, es würde hier allgemein ein Wandel von Verbrauchertypen beschrieben werden. Tatsächlich aber beschreibt Riesman Wandlungsprozesse von männlichen Charaktertypen bis hin zum Stadium des Außen-Geleiteten, bei dem der Wunsch, bei anderen Zustimmung und Anerkennung zu finden, andere Ziele überlagert. Dass sich diese Geschichte aus Sicht von Frauen anders darstellt, darauf wird in Randnotizen zumindest verwiesen, zum Beispiel wenn Riesman zur Phase der Innen-Lenkung schreibt, dass diese gänzlich von Arbeit und dem dazugehörigen Ethos dominiert sei, während sich Konsum „auf einem Nebenschauplatz“, den Frauen dominierten, abspielte (ebd.: 127). Ähnlich wie Veblen (1899) mehr als fünfzig Jahre zuvor sieht er in dieser Phase den Konsum an Frauen delegiert. Was heißt das aber für die Entwicklung von Frauen als Konsumsubjekten? Muss vor diesem Hintergrund nicht angenommen werden, dass Frauen – zumindest in Bezug auf Konsum – schon immer „außen geleitet“ waren, es sogar sein mussten, um die Funktion „demonstrativer Konsumentinnen“ angemessen ausüben zu können? Freiwillig, so Riesman, hätten sich Frauen in jedem Fall nicht in diesem Maße dem Konsum zugewandt. Bis zu einer ersten Öffnung des Arbeitsmarktes im Zuge des zweiten Weltkrieges und noch darüber hinaus, seien die Möglichkeiten von Frauen, außerhalb des Hauses und des Konsums tätig zu werden, immer weiter reduziert worden. Verantwortlich dafür sei ein Prozess der Professionalisierung solcher Tätigkeiten, die vormals als eine Form ehrenamtlichen Engagements von Frauen getragen wurden wie die Pflege von Alten- und Kranken (vgl. ebd.: 295). Nach Riesman führen diese eingeschränkten Möglichkeiten zu einer seelischen Verarmung, die ihrerseits dazu führt, emotionale Bedürfnisse mittels Konsum zu befriedigen.

Shopping is female?

Konsum ist eine symbolische Welt kommunikativer Zeichen. Erst durch die Möglichkeit des gemeinsamen Bezugs auf geteilte Bestandteile dieser symbolischen Welt – denn die Kenntnis dieser symbolischen Zeichen des Konsums ist ungleich verteilt – wird eine Konsumpraktik im Kontext ihres Vollzugs interpretierbar. Ob diese in einer bestimmten Situation, wie häufig a priori unterstellt, dem Prinzip der Nutzenmaximierung folgt oder aber der Initiierung von Freundschaften oder eben als politische Handlung, muss jeweils erst sorgfältig erwogen werden. Als soziales Handeln stellt Konsum eine Form der Kommunikation mit hohem Symbolcharakter dar. Diese Perspektive auf Konsum unterscheidet sich von den gängigen Definitionen von Konsum, bspw. wird auf zwei Begriffe verzichtet: Kaufen und Bedürfnisse. Hellmann verweist darauf, dass in den Sozial-

wissenschaften zwischen einem Konsum im engeren und einem im weiteren Sinne zu unterscheiden sei (Hellmann 2005: 10), wobei letzterer eben gerade auch die Verwendung von gekauften Waren und Dienstleistungen fokussiere. Dennoch verbleibt diese Perspektive auf Konsum in ihrer historischen Differenzierung zwischen Produktion und Konsumption sowie deren Betonung einer Geld-vermittelten Praktik. Bleibt man zunächst bei dieser Lesart von Konsum, wird in den Sozialwissenschaften zudem zwischen existentiellen und Luxusbedürfnissen unterschieden, wobei insbesondere letztere den Gegenstand konsumsoziologischer Forschung darstellen:

„Zwar trifft man in der Forschungsliteratur auf eine dem ersten Anschein nach recht heterogene, in der Bedeutung jedoch relativ synonyme Terminologie, da sämtliche Arbeiten gemeinsam haben, dass sie hinsichtlich des Shoppingthemas von einer Unterscheidung ausgehen, die sich in der Sache so darstellt: auf der einen Seite das Einkaufen als Pflicht und Notwendigkeit, auf der anderen das Shopping als Vergnügen und Selbstzweck.“ (Hellmann 2005: 14)

Problematisch an dieser Form der Definition ist das Wort der Notwendigkeit, da sich kaum verallgemeinern lässt, welche Art des Konsums notwendig ist, wählt man westliche Gesellschaften als Ausgangspunkt der Betrachtung. Diese Leerstelle schafft Raum für Auseinandersetzungen um die richtige Definition und deren Interpretation, die, zumal wenn es sich um Fragen allgemeiner Wohlfahrt und sozialen Zuwendungen handelt, immer machtpolitisch motiviert sind. Zudem suggeriert die Aufteilung in Grundbedürfnisse und Luxusbedürfnisse eine Hierarchisierung oder Priorisierung von Bedürfnissen als Mangelempfinden, die so zumindest noch nicht empirisch belegt wurde. Während Hellmann diesem Dilemma mit der Aussage zu entkommen scheint, es gäbe in westlichen Gesellschaften gar keine existentiellen Bedürfnisse mehr, sondern man habe nur noch von Luxusbedürfnissen zu sprechen, wäre die Alternative, eher für eine Verschmelzung der beiden Kategorien zu plädieren. Das Bedürfnis nach Kleidung und Nahrung gibt es nach wie vor, es lässt sich aber nicht losgelöst von seinen sozialen und kulturellen Bezügen befriedigen. Was zum Leben notwendig ist und was ein gutes Leben ausmacht, unterscheidet sich nicht nur in Abhängigkeit von der jeweiligen Kultur eines Landes, sondern es lassen sich bereits auf der Ebene sozialer Milieus deutliche Unterschiede feststellen (Bourdieu 1987, Schulze 1992). Die sozialen, kulturellen und ökonomischen Bedingungen entscheiden darüber, was ein (Luxus-)Bedürfnis ist. Eine solche Unterscheidung bringt demnach kaum analytischen Gewinn. In ähnlicher Weise ist der Fokus auf das Kaufen in der Betrachtung von Konsum zu kritisieren. Auf diese Weise gerät eine ganze Reihe Konsumpraktiken aus dem Blick – zugunsten einer Lesart von Konsum als einem Akt des monetären Transfers. Sicher, es werden diesbezüg-

lich auch die Gründe für den Kauf und die konkrete Nutzung des Konsumobjekts im Anschluss untersucht, trotzdem ist damit ein Fokus auf Konsum gewählt, der gerade in westlichen Gesellschaften mit den vielen Beispielen, abseits des (Geld vermittelten) Marktes zu konsumieren: durch teilen, verschenken, selbst produzieren, reparieren, restaurieren, Urban Farming/Gardening usw., bedeutende Entwicklungen zu übersehen droht. Aus einer geschlechtersoziologischen Perspektive ist zudem die Unterscheidung zwischen den zwei Ordnungen des Shoppings, die Hellmann einführt, bedenklich, was sich nicht zuletzt in der Auswahl seiner Zitate niederschlägt: „*Mit dem Blick einer Frau gesehen: ‚Hats are the one thing, housekeeping is another.‘*“ (Bowlby: *Carried Away*, 2001: 119 zitiert nach Hellmann 2005: 14). Denn versteht Hellmann unter Shopping erster Ordnung ein Kaufen mit Ziel, ist für ihn beim Shopping zweiter Ordnung das Kaufen selbst das Ziel:

„Das ‚buying‘ beschränkt sich ganz nüchtern auf den Kauf konkreter Güter und bezeichnet gleichsam einen technischen Vorgang, eine Routine, die fast automatisch ausgeführt wird, ohne nennenswerte innere Anteilnahme. Beim ‚shopping‘ steht hingegen das Erleben und Erfahren des möglichen Erwerbs beliebiger Sach- und Dienstleistungen im Vordergrund [...].“ (Hellmann 2005: 15)

Lenkt man den Blick auf die Adjektive und Attribute, mit denen diese zwei Ordnungen des Shoppings jeweils konnotiert werden, fällt auf, dass die erste Form des Einkaufens einem Sinn und Zweck folgt, rational und ohne sich verführen zu lassen („ganz nüchtern“), während Affekte und Kontrollverlust paradigmatisch für das Shopping zweiter Ordnung seien. Die Reproduktion solcher dichotomer Begriffspaare lässt die Erinnerung an Bourdieus Arbeit „Die männliche Herrschaft“ wach werden, in der herausgearbeitet wird, dass sich Geschlechterunterschiede unter anderem dadurch so hartnäckig in das kollektive Gedächtnis eingeschrieben haben, weil sie permanent über das System der Sprache mit genau solchen Gegensatzpaaren: hart – weich, rational – affektiv, zielorientiert – erlebnisorientiert, als historische Denkschemata reproduziert werden (vgl. Bourdieu 1998: 180f). Wenn Hellmann also in Bezug auf den US-Amerikanischen Marketingstrategen Paco Underhill die Unterschiede im Kaufverhalten von Männern und Frauen herausstellt, ohne den Konstruktionscharakter dieser sozialen Praktik zu reflektieren, trägt die Übernahme dieses Blickwinkels zur Reproduktion von bestimmten Konsumpraktiken als weibliche Praktiken bei. So kommt es zu Aussagen über weibliche Konsumpraktiken wie: „*Ganz anders Frauen, die nicht selten ohne klare Vorstellungen einkaufen gehen, und selbst wenn es einen Einkaufszettel gibt, macht dieser mitunter nur einen kleineren Teil dessen aus, was Frauen wirklich beim Shopping tun.*“ (Hellmann 2005: 23) Aussagen die, wie Hellmann selbst einräumt, ohne wissenschaftlich-empirische Basis auskommen

(vgl. Hellmann 2005: 24). Oder mit den Worten Don Slaters formuliert: „*The female shopper is ideologically inscribed as the norm, irrespective of the statistics that demonstrate a diversity of practice.*“ (Slater 2005: 39)

Colin Campbell (2000) stellt den starken Zusammenhang von Konsum und Geschlecht in den Mittelpunkt ihrer Bearbeitung der Frage, warum Frauen stärker von pathologischem Kaufverhalten betroffen seien als Männer. Als hilfreich erweist sich ihr Hinweis darauf, dass schon in der Unterscheidung von Shopping und Kaufen ein geschlechtsbezogenes Deutungsmuster wirksam wird, welches Praktiken des Shoppings unmittelbar an die geschlechtliche Rolle des Frau-Seins kopple. Dies könne auch als Begründung angeführt werden, warum Männer auf der Ebene von Aussagen dem Shopping mit großer Antipathie begegneten: Sie schützten damit ihre geschlechtliche (männliche) Identität. Komplementär dazu drückten Frauen eine positive Einstellung gegenüber Shopping aus:

„Since it has been suggested that at root the male-female dichotomy in modern societies is little more than a direct correlate of the more general contrast between production and consumption [...] the feminine nature of shopping could be seen as a special instance of that equation.“ (Campbell 2000: 60)

Zur Unterscheidung von Shopping und Kaufen lässt sich nun zunächst einmal sagen, dass Frauen das mehr irrationale, affektgesteuerte Shopping zugeordnet wird, Männern jedoch das rationale, zielorientierte oder strategische Kaufen. Doch diese Unterscheidung ist auf der praktischen Ebene kaum stichhaltig vor dem Hintergrund, dass Frauen beide Praktiken ausüben, wobei das *normale* Kaufen sogar den weitaus größeren Anteil der Alltagspraktiken ausmachen dürfte als das Shopping. Campbell weist zudem darauf hin, dass Männer auf der Ebene des konkreten Vollzugs von Praktiken durchaus auch Shopping machen – sie nehmen es aber nicht als solches wahr (vgl. ebd.: 61). Dies führt zu dem weiteren Punkt, dass Shopping auf der semantischen Ebene nicht nur mit einer Frau als Aktrice assoziiert wird, sondern zudem auch ganz bestimmte Artefakte mit Praktiken dieses geschlechtsspezifisch konstruierten Shoppings verknüpft seien: Während der gewöhnliche Wocheneinkauf überwiegend mit dem Kauf von Nahrungsmitteln in Verbindung gebracht wird, hätten Untersuchungsteilnehmer Shopping am ehesten mit dem Kauf von Kleidung und Schuhen assoziiert (ebd.: 63).

Die Geschlechtsunterschiede bestehen jedoch nicht nur in jeweils unterschiedlichen Produktvorlieben, sondern auch in den jeweiligen Praktiken der Entscheidungsfindung. Im Marketing werde sich auf Frauen konzentriert, da sie die kaufkräftigste Gruppe ausmachten (vgl. Mitchell et al. 2004: 332). Die Marginalisierung von Männern in der Verbraucherforschung stehe dem Vorwurf

einer männlichen Ideologie in der Verbrauchertheorie gegenüber (E.C. Hirschman 1993). Da Männer aber zunehmend Konsumpraktiken in ihren Alltag integrierten, sei es spätestens jetzt notwendig, sie in der Forschung als Konsumenten zu berücksichtigen. Die zusammenfassende Darstellung typisch männlicher Konsumeigenschaften lässt das Bild eines autonomen Verbrauchers evozieren:

„Male consumers tend to be less persuaded by marketing practices (possibly because they have less advertising focused on them), are less field dependent and have been found to be less influenceable. Males are also more analytical and logical than females and also more likely to prefer simplifying decisions heuristics.“ (Ebd.: 334)

Im Marketing wird Geschlecht als die entscheidende Variable gesehen, die das Konsumverhalten beeinflusst. Während Einkommen, Alter usw. ebenfalls eine wichtige Rolle spielten, um das Verhalten von Konsumenten vorhersagen zu können, seien es die Geschlechtsunterschiede, die maßgeblich Interesse, Gespräche und Begeisterung für bestimmte, d.h. geschlechtlich codierte Produkte steuerten: „*Despite the obvious impact of lifestyle, lifestage, income and age on consumers' behaviour within each of these, essentially, men and women have an interest in, talk about, and show a fondness for, different products.*“ (Ebd.: 331) Obwohl der Einfluss von Geschlecht auf das Konsumverhalten weitläufig bekannt sei, beklagen Mitchell et al. auf diesem Gebiet ein Forschungsdefizit. Wenn überhaupt seien die Studien begrenzt auf sehr enge Bereiche (wie Kaufsucht) oder sehr produktspezifisch (Hauserwerb) (vgl. ebd.).

Zusammenfassend dargestellt, identifizieren die Autoren Männer als Konsumenten, die vorwiegend Kommunikations- und Technologieprodukte kaufen, die Vielfalt suchen, die weniger Marken kaufen, die weniger umweltbewusst sind und auch weniger umweltfreundliche Produkte kaufen, die unabhängiger, selbstbewusster, mehr wettkampf-orientiert und extern motiviert sowie risikobereiter einkaufen. Frauen seien demgegenüber häufiger perfektionistisch eingestellt, lesen häufiger Verbraucherzeitschriften, beschäftigen sich mehr mit den Risiken von Produkten und achteten mehr auf Produktlabels und Informationen, sie beschwerten sich häufiger über schlechte Produkte oder Dienstleistungen und würden andere Konsumenten eher über gute oder schlechte Produkte/Dienstleistungen informieren (ebd.: 332f). Der Blick auf die frauenbezogene Konsumforschung liefert also ein widersprüchliches Bild: Zunächst kann von einer Dominanz der frauenbezogenen Konsumforschung gesprochen werden. Dass Frauen in Marketing-Analysen ein Vorrang eingeräumt wird, ist der Beobachtung geschuldet, dass sie die Konsum-Hauptverantwortlichen in der geschlechtlichen Arbeitsteilung sind. In seinem Ratgeber für an Frauen adressiertes Marketing („*What women want*“) betont Underhill (2010): „*Women control not just a per-*

centage of active income in the world [...] but a large percentage of passive income, meaning family money, or money they've inherited.“ (Ebd.: 2) Darüber hinaus gibt der Marketing-Strategie zu bedenken, dass immer mehr Frauen berufstätig seien und das in gut bezahlten Positionen, die sie dank ihres besseren Abschneidens im Bildungssystem erreichten (vgl. ebd.: 4f). Unternehmen könnten es sich deshalb schlicht nicht leisten, ihre Geschäfte allein an den Wünschen männlicher Kunden zu orientieren. Wenn eine Frau sich in Geschäften als „*second-class citizen*“ behandelt fühle, verliere man nicht nur eine Kundin, sondern setze eine Kettenreaktion in Gang: Frauen liebten es im Gegensatz zu Männern über ihre Käuferfahrungen zu sprechen und diese zu verbreiten (vgl. ebd.: 3).

Konsum und die Konstruktion von Weiblichkeit

Das Ziel von Marketingforschung besteht darin, die Präferenzen und Bedürfnisse (potenzieller) Kundinnen und Kunden auszuloten, um ihre Produkte und Dienstleistungen absetzen zu können. Deshalb richten sich die Untersuchungsfragen danach, welche Umgebung Frauen beim Kaufen wünschen, nach welchen Kriterien sie ihre Entscheidungen treffen usf. Sie liefert jedoch keine Antwort auf die Frage, warum Männer und Frauen unterschiedlich konsumieren, was eine Fragestellung darstellt, die eher von der Konsumsoziologie oder von der Genderforschung zu beantworten wäre. Doch hier ist es mit der Dominanz frauenbezogener Fragestellungen vorbei: Systematische Arbeiten darüber, ob und in welcher Form im Konsum Geschlechterrollen festgeschrieben sind, fehlen, wie Heinz-Gerhard Haupt in seinen einführenden Bemerkungen zu „*Konsum und Geschlechterverhältnisse*“ ausführt (Haupt 1996: 395). Dies sei erstaunlich, da sich die Dichotomisierung der Geschlechterrollen in öffentlich-privat, arbeitend-nicht-arbeitend im Begriffspaar produktiv-konsumtiv reproduziere (vgl. ebd.: 398) und in zwei Diskurssträngen, dem antimodernistischen sowie den sozialpolitischen Reformdebatten fortsetze (vgl. ebd.: 398f, siehe auch Lenz 2007).

Dass Konsum zu einem Empowerment führe, ist eine These, die gerade im Hinblick auf Frauen in historischer Perspektive nicht allgemein geteilt wird. Neben dem allgemein konsum-kritischen Diskurs der Frankfurter Schule (vor allem Horkheimer/Adorno 1969), der die negativen Folgen von Massenkonsum für die Gesellschaft geschlechtsübergreifend thematisiert, lässt sich auch eine sehr deutlich auf Frauen konzentrierte Lesart von Konsumkritik oder besser: Kritik an Konsum durch Frauen, rekonstruieren. Diese Manipulationsperspektive wird überwiegend von Psychologen aufgegriffen und begleitet den modernen Konsum seit der Eröffnung der ersten Warenhäuser im 19ten Jahrhundert. Frauen als Käuferinnen wurden schon 1915 von Kraeplin und 1917 von Abraham als

Opfer von Oniomanie, Kaufmanie oder auch Kleptomanie beschrieben. In diesem frühen psychologischen Diskurs werden Konsumentinnen als schwach, gefühlsgesteuert und irrational konstruiert. Diese Vorstellung und das daran geknüpfte Konsumentinnenimage setzte sich bis in die 1990er Jahre, zum Teil noch bis heute fort (vgl. Reisch/Scherhorn 1996, Müller et al. 2005, Müller/deZwaan 2012). Süchtige Käuferinnen, so eine der aktuell dominanten Interpretationen, wollten primär ihre inneren Defizite kompensieren. Relevanz käme hierbei weniger dem Akt des Kaufens selbst zu als vielmehr der symbolischen Bedeutung der Ware (vgl. Reisch/Scherhorn 1996: 5). In den repräsentativen Kaufsuchtstudien, die in Deutschland in den 1990er Jahren (1991 und 2001²) durchgeführt wurden, erschienen Frauen als überproportional gefährdete Gruppe. Aber warum sollten vor allem Frauen auf Kaufen zurückgreifen, um ihre „inneren“ Defizite zu kompensieren? Reisch und Scherhorn gingen dieser Frage nach und untersuchten verschiedene Thesen, die das Verhältnis von Frauen zu Konsum erklären sollten: U.a. dass Frauen häufiger kauften, dass Frauen aufgrund ihrer Rollen-Sozialisation nach eher passiven und emotionalen Wegen suchen, um mit Stress umzugehen und dass Kaufen eine sozial anerkannte Beschäftigung für Frauen darstellte (vgl. ebd.: 9). Ohne nun die Diskussion von Frauen und Kaufsucht an dieser Stelle auszuweiten, werden lediglich einige recht interessante Ergebnisse skizziert, die Reisch und Scherhorn in Bearbeitung dieses Zusammenhangs erzielt haben. Nachdem sich in dem Sample zunächst Frauen als klar anfälliger für Kaufsucht gezeigt hatten, wurde das Sample in Gruppen aufgeteilt, nämlich in Kaufsüchtige sowie in gefährdete und kompensatorische Konsumenten-

-
- 2 Der Vergleich zwischen Ost- und Westdeutschland förderte bei den zwei weltweit bislang größten repräsentativen Kaufsuchtstudien Bemerkenswertes zutage: Während in Ostdeutschland noch 1991 Kaufsucht kaum nachgewiesen werden konnte (der Anteil Kaufsuchtgefährdeter in der Bevölkerung lag bei 1%), lag die Wahrscheinlichkeit in Westdeutschland zum selben Zeitpunkt bei 6%. Kurz nach der Wiedervereinigung gab es also deutliche Unterschiede im Konsumverhalten. 2001, zehn Jahre später, hatten sich die Zahlen angeglichen. Das politische wie das wirtschaftliche System haben also zweifelsohne einen Einfluss auf den Konsum der Bürger, wobei das Verhältnis von Kultur und Kaufsucht bislang noch nicht näher untersucht worden ist. Insofern lässt sich über die Zusammenhänge nur spekulieren. Da Kaufsucht bislang nur in westlichen Demokratien nachgewiesen wurde (USA, Kanada, Österreich, Deutschland), ist lediglich das Vorhandensein des Zusammenhangs zu bestätigen. In der psychologischen Forschung geht man derzeit von einer Impulskontrollstörung aus, weshalb dieser kulturelle Strang der Kaufsuchtforschung nicht weiter verfolgt wird.

ten. Daraufhin verschwanden die Geschlechtsunterschiede in der Gruppe der Kaufsüchtigen vollständig (Unterschiede ließen sich nur noch anhand der favorisierten Warengruppen feststellen: Frauen kaufen eher Lebensmittel, Kleidung und Make-Up, Männer eher Prestige und Status symbolisierende, technische oder sportive Waren). In der Gruppe der kompensatorischen Käuferinnen und Käufer blieben Frauen dominant. Wenn man nun, anders als die Autoren, kompensatorischen Konsum nicht als Vorstufe zur Kaufsucht, sondern als davon distinktes Konsummuster auffasst, ließe sich damit zumindest ein Rückschluss auf weibliche Konsumpräferenzen bzw. weibliche Konsumeinstellungen ziehen. Kompensatorischer Konsum besteht darin, persönliche Probleme, Frustrationen, aber auch Tagträume und den Wunsch nach Neuem zu lösen bzw. zu befriedigen (vgl. ebd.: 11). Von dieser Feststellung ist es nur noch ein kleiner Schritt bis zu der Überlegung, dass Frauen nicht ihre persönlichen Probleme – die so genannten „inneren Defizite“, sondern gesellschaftlich erzeugte und sich geschlechtsspezifisch auswirkende Problemlagen mittels Konsum zu bearbeiten versuchen. In dieser Perspektive wäre Kaufsucht eine psychische Störung, die entweder auf eine Störung der Impulskontrolle³ oder eine zugrundeliegende Persönlichkeitsstörung mit Zwangscharakter zurückzuführen wäre und entsprechend auch beide Geschlechter gleichermaßen betrifft. Demgegenüber könnte das kompensatorische Kaufen als eine Strategie zum Ausgleich keinesfalls innerer Defizite, sondern vielmehr gesellschaftlich bedingter und damit strukturell erfahrener Benachteiligung interpretiert werden, was das Ausmaß der Betroffenheit von Frauen erklären könnte. Diese Lesart gewinnt an Plausibilität, bringt man die Konjunktur der deutschen Kaufsuchtforschung Ende der 1980er und Mitte der 1990er Jahre in einen Zusammenhang zu den Konsequenzen der zweiten Frauenbewegung. Giddens (1991) sieht im Feminismus der zweiten Frauenbewegung den eigentlich Beginn dessen, was er als „*Life Politics*“ bezeichnet (ebd.:215f). Denn obwohl Emanzipation weiterhin ein zentrales Anliegen darstellte, waren es erstmals Praktiken des Alltags, die zur Erreichung politischer Ziele eingesetzt wurden. Doch wohin führen die formalen Emanzipationserfolge von Frauen, wenn sie sich von konventionellen Rollenbildern abwenden, jedoch über keine Alternativen verfügen? Das Problem, dem sich Frauen, nicht nur in Deutschland, Ende der 1980er Jahre gegenüber sahen, war vor allem ein Problem der Identität:

3 Die Kaufsuchtforschung schwankt bis heute zwischen diesen beiden Krankheitsbildern zur Erklärung der einer Kaufsucht zugrundeliegenden Störung, was sich unter anderem in dem uneinheitlichen Begriffsapparat widerspiegelt: Kaufsucht, Compulsive Buying, Shopping Disorder.

„For in liberating themselves from home, and from domesticity, women were faced with a closed-off social environment. Women’s identities were defined so closely in terms of the home and the family that they ‚stepped outside‘ into social settings in which the only available identities were those offered by male stereotypes.“ (Ebd.: 216)

Dieser „*Schritt nach draußen*“ konnte kaum in Form einer männlichen Erwerbsbiographie erfolgen, nicht nur aufgrund von Umsetzungsproblemen, sondern auch, weil dies letztlich die Übernahme männlicher Identitätsentwürfe bedeutet hätte. Folglich erschienen (und erscheinen) emanzipierte Frauen doppelt defizitär: Einerseits, da sie ihre konventionelle Geschlechterrolle als Hausfrau und Mutter nicht mehr ausfüllen, andererseits weil sie als männliche Frauen ebenfalls unvollkommen erscheinen. Kompensatorischer Konsum erscheint in diesem Kontext als Chance, sowohl durch den Kauf vor allem weiblich codierter Produkte die Identität als Frau zu stützen und gleichzeitig durch den Kauf an sich, als symbolische Geste der Verfügungsgewalt über mehr als die notwendigen Mittel, den eigenen Status aufzuwerten. Es ist dieser Doppelcharakter des Konsums, dass er nach außen Status kommunizieren lässt und nach innen die eigenen Identitätsentwürfe stützt, der ihn für Frauen auf der Suche nach neuen Rollen- und Lebensmustern besonders attraktiv macht. Hinzu kommt, dass der „*Schritt nach draußen*“ sich für Frauen historisch als Schritt in die Kaufhäuser darstellte.

Das Verhältnis von Konsum und Geschlecht bzw. das Bild, das man von Konsumentinnen hat, ist historisch und nicht zuletzt durch die populäre Kultur mitkonstruiert. Ein anschauliches Beispiel dafür liefert Erica Carter (2000), die sich in ihrer Studie „*Deviant Pleasures*“ damit auseinandergesetzt hat, wie Vorstellungen von einer „*guten*“ Frau mit bestimmten Konsumpraktiken assoziiert werden. Carter untersucht das sich wandelnde Verhältnis von Konsum und Weiblichkeit am Beispiel der Konstruktion von geschlechtlicher Identität in deutschen Filmen der Nachkriegszeit. Als Genre hat sie das Melodrama gewählt, da es auch unter feministischen Filmkritikerinnen als das „*weibliche*“ (ebd.: 359, Anführungszeichen im Original, Anm. K.W.) KinofORMAT gelte. Zudem erlaubt der Zuschnitt auf das Alltagsleben als Gegenstand des Melodramas die Betrachtung der damit verbundenen Konsumpraktiken, in denen sich die Rolle der Frau als Hausfrau und Bürgerin reproduzieren: „*It follows then that postwar melodrama, insofar as it promoted familial and thus housewifely values, is likely to have had an important relation to contemporary discourses of female consumption.*“ (Ebd.: 359)

Die Situation in Nachkriegsdeutschland ist auch deshalb so interessant, weil Deutschland anders als andere europäische Länder auf die Arbeitskräfteknappheit reagierte: „*[...] after a brief period of wartime autonomy women were ‚pus-*

hed back' into the home, more or less without resitance.“ (Ebd.. Statt die Frauen, die sich in der ersten Zeit nach dem Krieg als Arbeitnehmerinnen und Ernährerinnen der Familie bewährt hatten, aktiv in die Arbeitsmarktpolitik zu integrieren, wurden Gastarbeiter aus dem europäischen Ausland angeworben, was den Frauen den Weg zurück in die heimische Sphäre nahe legte (vgl. dazu auch Gerhard 2008). „*In this context, housewives were seen to play a key role in the management and regulation of the familial (and by extension, it was argued, national, economy.*“ (Carter 1996: 362) In ihrer Analyse zeigt Carter, wie bei der Konstruktion einer sozial privilegierten Weiblichkeit im Kontrast zu einer gefährdeten und scheiternden Weiblichkeit auf bestimmte Konsumpraktiken, -orientierungen und -einstellungen zurückgegriffen wurde. Die (für ihren Luxus oder ihren persönlichen Erfolg) arbeitende Frau erlebt durch die Liebesbeziehung zu einem moralisch überlegenen Mann eine Metamorphose, so dass sie das Abendkleid mit dem Haushaltskittel vertauscht, ihren Schmuck abnimmt und sich voll auf das Wohl des Mannes konzentriert. Was die in dieser Weise gezähmte von der freien Frau unterschied, war ihre Einstellung zu Konsum: „*And just as traditional nationalism had allotted domestic roles to women, so too did the movement for consumer rationalization, which specifically situated the rational housewife as the agent of national recovery.*“ (Ebd.: 368) Besonders anschaulich ist das Beispiel, das Carter in ihrer Analyse des Films „*Without you All Is Darkness*“⁴ anführt: In einer Szene soll die mit Abendkleid und Schmuck ausgestattete Eva Bartok einen Kaffee kochen, eine Aufgabe, an der sie scheitert, da sie sich mit ihren Juwelen in der Kaffeemaschine verheddert (ebd.: 369). In der populären Kultur wird der dichotome Diskurs von Souveränität und Manipulation aufgenommen und mit jeweils den Frauentypen assoziiert, die als erfolgreiche bzw. scheiternde Weiblichkeit gelten sollen.

Die Historikerin Victoria de Grazia (2000) zeigt in ihrer Studie „*Nationalizing Women*“, dass sich bisweilen auch der Nationalstaat das Verhältnis von Konsum und Geschlecht zunutze gemacht habe. Dies ergebe sich daraus, dass nicht nur Konsum und Geschlecht in einer besonderen Beziehung zueinander stünden, sondern auch Konsum und Bürgerschaft – wenngleich eine wissenschaftliche Aufarbeitung dieser Verhältnisse insgesamt noch ausstünde: „*The relationship of consumption to citizenship and more generally to collective identities is a complex one, not least because this relationship has not yet been adequately conceptualized.*“ (De Grazia 2000: 277) Das Verhältnis von Konsum und Bürgerschaft sei laut der Historikerin Victoria de Grazia in zwei Richtungen

4 Deutscher Filmtitel: „*Ohne Dich wird es Nacht*“ (1956).

denkbar: In einer ersten Lesart trägt Konsum zur Integration bei, weil es den Bezug auf ein gemeinsames, kommerzielles Idiom über Klassen und Milieugrenzen (Regionen, Ethnien) hinweg ermöglicht, woraus eine gemeinsame Auffassung über Ansprüche entsteht. Auf diese Weise stärkt Konsum die Autorität des Nationalstaates, da es die Herausbildung einer nationalen, kollektiven Identität befördert. Bei der zweiten Lesart treibt Konsum die gesellschaftliche Fragmentierung voran, die zu einer Segmentierung politischer Öffentlichkeit führt und die staatliche Autorität untergräbt. Gerade durch transnationale Märkte und zunehmende Differenzierung kommt es zu einer Vielzahl von Subjektivitäten, die themenbezogenen Koalitionen miteinander eingehen (Stichwort: „Identity politics“). De Grazia sieht die Frauen zu Beginn des 20ten Jahrhunderts als die Vorreiterinnen des heutigen politischen Konsums und knüpft damit stärker an die Souveränitätsperspektive an. Dies begründe sich auch damit, dass Konsum für Frauen lange das einzige gesellschaftliche Feld darstellte, im dem sie überhaupt Gemeinwohlsprüche artikulieren und aus ihrem privaten Lebenszusammenhang heraustreten konnten:

„This argument holds that the invention of the department store and other centralized institutions of shopping brought women into downtown commercial districts and other spaces from which their semicloistered domesticity, as well as their lack of civil liberties, had previously excluded them.“ (Ebd.: 275)

De Grazia argumentiert, dass neue Formen öffentlich-kommerzieller Räume und Kommunikationsmittel erheblich dazu beigetragen haben, Personen, die vormals außerhalb der bürgerlichen Gesellschaft und ihres patriarchalen und traditionellen Systems standen, dazu zu ermutigen, sich zu artikulieren (vgl. ebd.) – bzw. einen geeigneten Raum darstellten, die Artikulation eigener Meinung und Rechte zu erlernen.

Aus einer allgemeineren Perspektive rekonstruiert Heike Delitz in ihrer historisch ausgerichteten Untersuchung zur Soziologie der Architektur der Warenhäuser die Geschichte des modernen Konsums auch als Geschichte der modernen Frau. Der Konsum sei eng mit der Entwicklung moderner Frauenrollen verbunden: „Spätestens in der Blütezeit der Warenhäuser wird die Frau zur prägenden Figur der Konsumgesellschaft.“ (Delitz 2005: 45) Diese Warenhäuser legitimierten den Konsum der Frau und schufen einen „Emanzipationsraum“, wobei andererseits die Verführbarkeit der Konsumentin, das „durch das Sehen verleitet werden“, problematisiert werde (ebd.). Diese kritische Sicht auf den Konsum von Frauen zu Beginn des 20ten Jahrhundert trete im weiteren Verlauf in den Hintergrund. Spätestens ab den 1930er Jahren käme es zu einer Rationalisierung des Konsums, der mit einer steigenden Berufstätigkeit der Frauen ein-

hergehe: „Die neue Frau reklamiert Unabhängigkeit im Geschmack für sich und bestimmt selbst, wann sie verführt wird [...]. Sie konsumiert strategisch [...], haben es doch die Hübschen und Gepflegten leichter im Kampf um Arbeit.“ (Ebd.: 49)

Politischer Konsum

Autoren wie zuerst Margareth Scammell (2003), aber auch Michele Micheletti (2003; 2004), George Ritzer (2012) und Axel Bruns (2008) verweisen auf eine Veränderung im Verhältnis von Produktion und Konsumption, infolge derer die Konsumenten an Einfluss auf verschiedene Aspekte des Produktionsprozesses gewinnen. Um gegenwärtige Entwicklungstendenzen im Bereich von Bürgerschaft und Konsum nachvollziehen und einordnen zu können, ist es hilfreich, sich die doppelte Hybridität des Phänomens zu vergegenwärtigen (Lamla 2013: 71). Die spezielle Problematik, die sich aus dem Gegenüberstellen und gleichzeitigen Verschmelzen von Bürger und Konsument ergibt, wird deutlicher, wenn man sich anschaut, mit welchen Motivlagen die Verbraucherbürger im Gegensatz zu den Bürgerkonsumenten ausgestattet werden. Wo Letztere ganz an sich selbst und dem eigenen Wohl orientiert sind, muss der Verbraucherbürger das eigene tägliche Wohlbefinden mit den Rechten Dritter auf einen Nenner bringen: Das Motiv eines Engagements durch den Lebens- und den Konsumstil kann nun nicht mehr durch eine utilitaristische Kosten-Nutzen-Überlegung bearbeitet werden, sondern erfordert eine Vermittlungsleistung, um durch die eigenen Konsumentscheidungen gezielt Kriterien des Gemeinwohls und eventuell der Nachhaltigkeit durchzusetzen. Damit stellt die sozialwissenschaftliche Konzeption des Verbraucherbürgers einen Kontrast zum neo-behavioristischen Konsumentenmodell dar, das sich gerade in der europäischen wie der deutschen Real-Verbraucherpolitik durchsetzt.

Die Idee von Konsumpraktiken als Formen politischer Partizipation ist umstritten, da sie individuelle und teils höchst eigensinnige Praktiken, die zudem auch noch in der Privatsphäre situiert sind, gegen etablierte Vorstellungen von politischem Handeln als gemeinschaftlich, auf Aushandlung und Öffentlichkeit ausgerichtet, in Stellung bringen muss. Einen Lösungsvorschlag hat Micheletti mit der Idee einer „*individualized collective action*“ (Micheletti: 2003: 21) vorgelegt. Sie stellt dabei die Überlegung an, dass sich ein zumindest imaginiertes kollektives Handlungselement dann ergebe, wenn ein Verbraucher mit seinem Konsumhandeln die Vorstellung verknüpft, dass andere Konsumenten sich aus denselben ethischen oder politischen Gründen für dieselbe Handlung entschließen. Lamla beschreibt dieses Engagement „*idealtypisch durch einen spontanen*

Aktivismus gut informierter Bürgerinnen“ und deutet es als eine spezifische politische Ausdrucksform der Spätmoderne (Lamla 2013: 45). Das Bezeichnende dieser Ausdruckform sei die Vermischung von Verbraucherbürger und Bürgerverbraucher, deren Handlungen nur durch die Perspektivierung dieser Rollenhybridität verstanden werden könnten.

Mikael Klintman (2013) hat diese Vermischung als Ursache der rationalen (Nicht-)Begründbarkeit von konsumpolitischen Handlungen identifiziert, da die Rationalität der Verbraucher und die der Bürger sich nicht immer in Deckung bringen ließen. Ausgangspunkt seiner Überlegungen bildet eine historische Rekonstruktion von Bürger und Konsument (Klintman 2013: 18). Der Bürger wird zunächst als aktiv Handelnder, sich im Kampf für die eigenen Interessen transzendierender Werte, wahrgenommen, während der Konsument als passiver Gegenspieler – oder sogar objektiviert als Gegenstück zum Produzenten – gedacht wird, der, wenn überhaupt Träger seiner Handlung, diese nur an eigenen Interessen und Nutzen orientiert. Es sei also zu bedenken, dass in die Konstruktion der Verbraucherrolle historisch schon immer das Moment der Manipulierbarkeit und Irrationalität hineingewoben war. Doch sei die unterstellte Irrationalität des Verbrauchers genauso zu hinterfragen wie das Konzept der Rationalität generell. Rationalität sei nicht ausschließlich das Ergebnis einer kognitiven Leistung, sondern müsse sich an den sozialen Verhältnissen, die sie erzeugen, bewähren. Insofern muss Rationalität entsprechend der sich verändernden Gegebenheiten wie den sich verändernden Prinzipien der Anerkennung immer wieder neu und reflexiv hergestellt werden. Reflexiven Konsum versteht Klintman als Prozess des sich selbst-bewusst-Machens, was man mit dem eigenen Lebensstil, Konsum usw. alles verursacht bzw. anrichtet. Dabei können die Individuen auf Ressourcen wie Informationstechnologien zurückgreifen, die sie bei ihrem kritischen Reflexionsvorgang unterstützen: *„Reflexivity here refers to the act of individual subjects directing awareness towards themselves, reflecting upon their own practices, preferences, and even the process of reflection itself.“* (Klintman 2013: 33) Beck (1996) geht Klintman zufolge über dieses Verständnis von Reflexivität noch hinaus, indem er versuche aufzuzeigen, dass aus diesem vielen Nachdenken über sich selbst, sein Handeln und die möglichen Konsequenzen, dem Subjekt vor allem eines bewusst würde: dass es nicht genug weiß und zu wenig oder gar keine Kontrolle hat (vgl. ebd.: 34). Aus diesem Grund seien auch Gewohnheiten als nicht reflektierte Routinepraktiken rational in dem Sinne, dass sie den Konsumentenbürger entlasteten. Darüber hinaus sei zu berücksichtigen, dass Gewohnheiten vor allem aber auch dazu dienten, die Bindungen zu sozialen Bezugsgruppen aufrechtzuerhalten. Einerseits, da gemeinsame Gewohnheiten Zugehörigkeit und Angemessenheit signalisierten, anderer-

seits auch, da die Beständigkeit von Verhaltensgewohnheiten den anderen das Einschätzen und Erwarten von bestimmtem Verhalten ermöglicht (vgl. ebd.: 41). Deshalb sei eine Veränderung von Gewohnheiten für das Mitglied einer sozialen Gruppe nicht ohne Risiko, da die Gruppe abweichendes – ungewohntes – Verhalten, zumindest anfänglich, mit hoher Wahrscheinlichkeit abstrafen wird. Klintmans Idee einer anspruchsvollen, reflexiven Vermittlungsleistung zwischen Verbraucher- und Bürgerrationalität steht in scharfem Kontrast zu den gegenwärtig diskutierten neuen Beteiligungsformen im Bereich des politischen Konsums wie auch des Social Webs. Der Verbraucher sei aus Sicht der Verhaltensökonomik kaum fähig, als Verbraucher rational zu handeln – Angst vor Statusverlust, Herdentrieb, Erstbeste-Wahl anstatt die beste – vor dem Hintergrund sei es zweifelhaft, ob gerade der unselbständige und mental überbeanspruchte Verbraucher nun auch noch Bürgeraufgaben übernehmen könne (Reisch 2011). Und in Bezug auf Social Media sei es höchst problematisch, bei den eher wahllosen und uninformierten, zudem häufig affektiven Klicks von politischer Partizipation zu sprechen (Morozov 2013). Wie aber stellt sich politischer Konsum nun empirisch dar? Welche Praktiken können identifiziert werden und was motiviert die Verbraucherbürger?

Arbeiten zum politischen Konsum schließen eher an die Souveränitätsperspektive an, da der Verbraucher nicht nur als hinreichend kompetent angesehen wird, Konsumententscheidungen zu treffen, sondern diese auch vor dem Hintergrund ethischer oder politischer Beweggründe zu reflektieren (Micheletti/Stolle 2003). Micheletti und Stolle (2005) unterscheiden in ihrer Konzeptionalisierung politischen Konsums drei Formen von Praktiken: Den Boykott von Produkten, den sie als historisch älteste Form des politischen Konsums identifizieren, den Buycott, als „*die politisch, ethisch und/oder ökologisch motivierte Entscheidung für bestimmte Produkte und Geschäfte*“ (Micheletti/Stolle 2005: 41) sowie das „*diskursive politische Verbraucherhandeln*“, das als Thematisierung der Folgen von Produzentenhandeln verstanden werden kann, wobei die Autorinnen hier den Rahmen solcher Thematisierungen auf den Markt selbst beschränken (vgl. ebd.). Konsumpraktiken als Formen der politischen Beteiligung können folglich über den bloßen Kauf- oder Nichtkauf von Produkten hinausgehen und, beispielsweise als Culture Jamming (Baringhorst 2010), Züge einer anderen Konsumenten aktivierenden Sozialkritik annehmen. Demgegenüber überwiegt in der empirischen Forschung ein Verständnis von politischem Konsum als ökonomische Praxis, was zur Folge hat, dass unter politischem Konsum vorrangig der gezielte Kauf bzw. Nicht-Kauf (Buy- bzw. Boykott) von Waren und Dienstleistungen aufgrund einer politischen oder ethischen Motivation verstanden wird (Micheletti 2013). Doch obgleich in der empirischen Forschung häufig da-

rauf beschränkt, werden theoretisch nicht nur Kaufentscheidungen, sondern auch Markt-Vermeidungsstrategien wie die Eigenherstellung von Gütern oder der diskursive Austausch mit anderen über Marktprozesse als Formen politischen Konsums gefasst (ebd.). Gerade dem diskursiven Konsum kommt in Hinblick auf Prozesse der Wissens- und Meinungsbildung eine herausragende Bedeutung zu, doch wurde diesem Phänomen in empirischen Studien bislang kaum Aufmerksamkeit geschenkt (Crépault 2013).

Um den Unterschied von Kaufen und Konsum weiter zu veranschaulichen, soll kurz eine Überlegung angeführt werden, die von Hartmut Rosa (2011) angestellt wurde. Ausgangspunkt ist seine Beobachtung, dass es sowohl einen Trend zur De-Materialisierung von Konsum gibt – also immer mehr Konsumgüter nur noch digital konsumiert werden: Musikstücke, Nachschlagewerke, Romane usw., es aber andererseits einen Anstieg von an Körper gebundene Käufe gibt, die den potenziellen Handlungsspielraum der Akteure vergrößern sollen. Was in Bezug auf letzteres Phänomen jedoch auffällt, ist, dass die erworbenen Gegenstände: der Tennisschläger, der Flügel, die Angel, zwar gekauft werden, dass aber ihre konkrete Verwendung aufgrund deren Zeitkosten, die zunächst einmal darin bestehen, ganz grundlegend die Kompetenzen zu erlernen, den Gegenstand überhaupt adäquat nutzen zu können, immer wieder aufgeschoben wird oder ganz ausgesetzt wird. Dies verweist auf eine grundlegende Differenz zwischen Kaufen und Konsum. Während für den Kauf vor allem ökonomische Ressourcen aufgewendet werden müssen, braucht es zur Verwendung Zeit. Die Möglichkeiten, sich Güter besitzrechtlich anzueignen, haben sich extrem gesteigert und die dafür aufgewendete Zeit hat sich beinahe ebenso extrem verkürzt. Gleichgeblieben ist aber die Zeit, die für eine kompetente Aneignung nötig ist:

„Im Grunde ist die Gleichung einfach: (Real-)Konsumtion erfordert den Einsatz von ökonomischen Ressourcen einerseits und von Zeit andererseits. Während sich durch die Steigerung der Produktivität und im Gefolge dessen, was ich oben als Dekommodifizierung beschrieben habe, die aufzuwendenden ökonomischen Ressourcen für zahllose Konsumgüter relativ gesehen dramatisch reduziert haben, ist der erforderliche Zeiteinsatz nahezu gleich geblieben. Ein Drama zu lesen, eine Oper zu hören oder einen Flügel beziehungsweise Tennis spielen zu lernen, ist so aufwendig wie vor zweihundert Jahren.“ (Rosa 2011: 127–128)

In diesem Zitat wird noch etwas deutlich: Anders als Kaufen erfordert Konsum nicht nur eher Zeit als Geld, Konsum erfordert darüber hinaus auch kulturelles Kapital. Die Aneignung dieses kulturellen Kapitals in Form konsumspezifischen Wissens ist aber nicht nur abhängig von der Verfügbarkeit von Zeit. Da es sich um ein nicht-zertifizierbares Wissen handelt, also eines, dessen Tausch- oder Transformationswert sich nicht auf den ersten Blick erschließt, ist es, wie Bour-

dieu gezeigt hat, vor allem vom sozialen Herkunftsmilieu abhängig, ob jemand eine Kulturtechnik wie Klavierspielen erlernen wird.

Eine weitere interessante Beobachtung zum Verhältnis von Zeit, Kauf und Konsum stammt von den Autoren Sullivan und Gershuny. In ihrer Studie „*Work rich – time poor*“ widmen sie sich dem „*inconspicuous consumption*“, dem unauffälligen Konsum. Damit spielen sie auf den bekannten Ausdruck des „*demonstrativen Konsums*“ von Thorstein Veblen (2007) an, nur, dass die Käufer teurer Gegenstände nun nicht mehr dazu kämen, diese auch gebührend anderen vorzuführen, sondern sie mangels Zeit in die Garage oder auf den Dachboden verbannten: „*The purchased goods may therefore remain ‚in storage‘ as tangible symbols of a Potenzial, but as yet unrealized and probably, in the meantime, unrealizable, future.*“ (Sullivan/Gershuny 2004: 90) Von Seiten der Produktion gelte ein Produkt als konsumiert, wenn es gekauft wurde. Aus soziologischer Perspektive müsse jedoch zwischen dem Kaufakt und der Benutzung unterschieden werden, da genau dieser Raum zwischen den beiden Handlungen „*voll gestopft ist mit Bedeutung und symbolischen Gehalt*“ (ebd.: 89). Faktisch können sich Praktiken des demonstrativen und des unauffälligen Konsums aber überschneiden, wenn die Waren beispielsweise vor Besuchern zur Schau gestellt werden oder die Besitzer sie ständig thematisieren. Im Vordergrund des unauffälligen Konsums steht jedoch weniger das Bedürfnis, Wertschätzung und Anerkennung von anderen zu gewinnen als vielmehr eigene Phantasien und Wünsche über eine bestimmte Identität oder einen bestimmten Lebensstil anzuregen, die oder den die Käufer mit den Waren verknüpfen. Sullivan und Gershuny gehen davon aus, dass Waren nicht nur anderen einen bestimmten sozialen Status anzeigen können, sondern auch der Selbsteinschätzung der Konsumenten selbst dienen. Die Selbstidentität ergibt sich demnach nicht nur aus der eigenen Geschichte, sondern auch aus Phantasien darüber, wer man gerne sein möchte: „*We are extending the notion of identity to encompass not simply the story of who we are, but also the fantasy of who we would like to be.*“ (Ebd.: 92)

Den Blick stärker auf das Gesamtphänomen politischen Konsums statt nur auf einzelne Aspekte zu richten, erscheint aber auch deshalb sinnvoll, um den teils berechtigten Zweifeln an der politischen Dimension eines „*Green Shop-pings*“ begegnen zu können. Skeptiker sehen in dem zunehmenden Kauf von Bio- und Fair-Trade-Produkten kaum Anlass, diesen als Beleg für eine Re-Demokratisierung der Gesellschaft mittels Konsum zu werten. Stattdessen interpretieren sie einen Lebensstil wie den der LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) als einen Versuch, sich von anderen Konsumenten distinktiv abzusetzen. Moral sei nicht der Antrieb zum Kauf oder Nichtkauf von Produkten, sondern der Kauf von moralischen Produkten solle den Lebensstil aufwerten und

von anderen unterscheidbar machen. Daniel Miller (1998) weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass nicht nur eine Diskrepanz bestehe zwischen dem, was Verbraucher angeben zu kaufen und dem, was dann tatsächlich in ihrem Warenkorb liegt (Mind-Behavior-Gap), sondern auch in den Motiven, die für den politischen Konsum angeführt werden. So erweise sich die Sorge um den Planeten und zukünftige Generationen bei eingehenderer Untersuchung regelmäßig als Sorge um das eigene (leibliche) Wohl – und evtl. noch das der Familie.⁵ Demgegenüber erscheinen politische Konsumpraktiken, die nicht primär auf den Markt abzielen, inklusiver, da sie weniger ökonomische Ressourcen beanspruchen. Das Weniger-Verbrauchen von Wasser, Energie, Lebensmitteln, Kleidung, Spielsachen etc. gerät als Exit-Option zwar durchaus in die Nähe des Boykotts, stellt jedoch keine gezielte, im Sinne von an ein Unternehmen oder eine Marke adressierte, Nicht-Kaufentscheidung dar. Insofern erscheint die Frage berechtigt, ob ein derartiges Engagement noch als politisch gelten kann. Wer aber nicht uneingeschränkt in die Steuerbarkeit des Marktes (durch Konsumenten, Nicht-Regierungsorganisationen und den Staat) vertraut, wird womöglich auch Strategien in Betracht ziehen, die direkt auf die Verwirklichung verbraucherpolitischer Anliegen abzielen. Beispiele für derartige Formen politischen Konsums können vor allem den Stichworten „Ressourcen schonen“ und „marktalternative Konsumformen“ zugeordnet werden. Zumindest in Bezug auf letzteres lassen sich auch gerade im Hinblick auf das Internet neue Formen des kollaborativen Verbraucherhandelns – u.a. die Gründung von Genossenschaften, gGmbHs, Praktiken des Crowdsourcing oder des Open Source identifizieren, bei denen Verbraucher gemeinschaftlich und kreativ Alternativen zu herkömmlichen Produkt- und Dienstleistungsformen schaffen. Der „Klassiker“ solcher alternativen Marktformen ist freilich das Prosuming (Toffler 1983), also die Eigenproduktion oder -bereitstellung von Waren und Dienstleistungen. Der Trend zum Prosuming zeichnet sich unter anderem in Projekten des Urban Gardenings, aber auch an zahlreichen Internetplattformen, die Verbraucher mit Informationen zur Selbstversorgung (wie stelle ich meine eigene Gesichtscreme her, wie mache ich Tomaten haltbar usw.) anleiten, ab. An dieser Stelle ist die Unterscheidung von

5 Zum Vergleich empfiehlt sich hier die Lektüre der Studie von Thøgerson (2011), der die Lesart des eigennützigen Verbrauchers für einen analytischen Fehlschluss hält. Verbraucher neigten vielmehr dazu, ihre eigentlichen (moralischen) Motive bei Konsumentscheidungen in Befragungssituationen zu verschleiern, um dem normativen Leitbild eines rationalen – und damit eben eigennützigen – Verbrauchers zu entsprechen.

Bruns (2008) „*professionellem Prosumenten*“ und dem „*produzierenden Prosumenten*“ sehr hilfreich. Bruns unterstellt dem Prosumenten-Begriff von Toffler, dass dieser sich seit der Einführung des Begriffs in den 1980er Jahren von einem produzierenden Prosumenten zu einem eher mitarbeitenden, sich durch spezifisches Verbraucherfachwissen auszeichnenden, professionellen Prosumenten entwickelt habe. Während also in der ursprünglichen Fassung des Begriffs noch die Möglichkeit marktalternativer Praktiken enthalten war, tritt der professionelle Prosument (wieder) in ein hierarchisches Verhältnis zum Markt, das sich im Sinne der Fragmentierungs- und Homologietheorie (Lamla 2010b) beschreiben lässt. Denn der professionelle Prosument ist von der Vereinbarkeit seiner kulturell-ästhetischen Ansprüche mit den Prinzipien des freien Marktes überzeugt.

Der häufige Verweis auf das „*Mind-Behavior-Gap*“ politischer Konsumenten (u.a. Reisch 2011, Miller 1998) deutet auf eine weitere Unschärfe in der Diskussion um politischen Konsum hin: Politischer Konsum wird fast automatisch in Zusammenhang mit Nachhaltigkeit gedacht und erforscht. Daraus ergibt sich aber eine problematische Gleichsetzung der Begriffe „*nachhaltig*“ und „*politisch*“, womit Spielarten politischen Konsums aus dem Blick geraten, bei denen ökologischen Beweggründen überhaupt keine Bedeutung zukommt. Wenn jemand aufgrund seiner Vorstellungen von Datenrecht digitale Netzwerke wie Utopia oder Facebook boykottiert und zudem andere Kommunikationskanäle nutzt, um wiederum die Nutzer dieser Netzwerke auf deren bedenklichen Umgang mit Daten hinzuweisen, dann ist das nicht weniger eine Form politischen Konsums als die Nutzung eines Elektro-Autos, um zugunsten nachfolgender Generationen seinen ökologischen Fußabdruck zu reduzieren. Es sind bei politischem Konsum also grundsätzlich verschiedene Gemeinwohlorientierungen denkbar, die sich neben dem Schutz der Erde und ihrer Lebewesen z.B. auch konkret an der Verwirklichung und Durchsetzung von genuine Verbraucherrechten ausrichten können.

Die Fixierung auf Nachhaltigkeit z.B. in Form eines „*sustainable citizenship*“ (Micheletti/Stolle 2012) einerseits und auf Praktiken, die auf den konventionellen Markt abzielen andererseits, erzeugt eine Leerstelle in der politikwissenschaftlichen Forschung, was das Feld des Konsums an sich angeht. Wird dieses nämlich als ein mit Bedeutung und Sinn versehenes Feld kommunikativen Handelns verstanden, müssten viel stärker auch generelle konsumbezogene Veränderungsdynamiken in den Blick genommen werden. Um bspw. zu verstehen, wie eine Verbraucheridentität zur Verbraucherbürgeridentität transformiert wird, wäre es hilfreich, zunächst einmal genauer zu verstehen, was denn eigentlich die Bedingungen und Bezüge von Verbraucheridentität gegenwärtig darstellen. Damit ist vielleicht auch ein Stückweit das Grundproblem der Plausibilisierung von

politischem Konsum als politische und damit kollektiv-fähige Partizipationsform verknüpft – es fehlt die verbraucherpolitische Agenda, an der sich gemeinschaftliches Verbraucherhandeln orientieren könnte. Die Werte, die in quantitativen Befragungen operationalisiert werden, werden häufig aus anderen sozialen Bewegungen wie der Umwelt-, Arbeiter- und Friedensbewegung entliehen. Die (fortschreitende) Entwicklung politischen Konsums wird zumeist mit der Frustration der Bürger mit den als unzureichend empfundenen Möglichkeiten der Einflussnahme, die konventionelle Formen politischer Beteiligung bieten, heraus erklärt, andererseits mit einem gestiegenen Bedarf an politischer Beteiligung. Zur Begründung, warum der gerade mittels Konsum gedeckt wird, werden meist die Verfügbarkeit, die Alltagstauglichkeit und die niedrigen Kosten einer Politik mit dem Einkaufswagen angeführt. Eine solche Sicht vernachlässigt jedoch mindestens vier Aspekte:

- Konsum ist ein System von symbolischen Bedeutungen, das in seiner Konstitution bestimmten Regeln folgt und in deren Umsetzung gesellschaftliche Strukturen reproduziert. Es handelt sich nicht um einen kulturfreien Raum, der nach Belieben umgedeutet werden kann. Eine Transformation von Konsumpraktiken muss deshalb immer einhergehen mit einer Transformation der Bedeutung erzeugenden Struktur.⁶ An dieser Stelle wäre also zu fragen, wie sich das System Konsum verändert hat, so dass dessen Politisierung möglich (oder zumindest wahrscheinlicher) wurde.
- Aus ökonomischer Sicht ist ein Konsumhandeln, das nicht an dem optimalen Verhältnis von Bedürfnisbefriedigung und Kostenaufwendungen orientiert ist, irrational. An dieser Stelle steht eine Auseinandersetzung mit dem Konzept der Bedürfnisse aus politikwissenschaftlicher Perspektive aus (vgl. auch Klintman 2013).
- Angesichts der grundlegenden Problemstellung einer Kollektivierung von Verbraucher(-interessen), muss genauer untersucht werden, ob sich (neue) Verbraucherleitbilder identifizieren lassen, denen Kollektivierungs- und Mobilisierungspotenzial innewohnt. Das diesbezüglich auf Riesmans Studie aus den 1950er Jahren zurückgegriffen wird, ist bezeichnend für die Forschungsaktivitäten in dem Bereich.

6 D.h. wenn Konsumpraktiken sich auf der Mikroebene zusehends verändern, deutet dies auf einen gesellschaftlichen Strukturwandel hin, da Strukturen und Praktiken über die in ihnen enthaltenen kulturellen Codes und Regeln in einem sich wechselseitig konstituierendem Verhältnis stehen.

- Politische Verbraucherforschung muss auch solche Formen politischen Konsums in den Blick nehmen, die sich jenseits von Markt und Nachhaltigkeitsmoral konstituieren. Der derzeitig sehr selektive Blick auf ökonomische Praktiken politischen Konsums droht sonst dieselbe Perspektive einzunehmen wie diejenigen, die den Konsumenten die Verantwortung für die Folgen der Konsumgesellschaft zuschreiben und entsprechende Ansprüche formulieren.

Empirische Befunde

Empirische Studien zu politischem Konsum entsprechen dem im obigen Abschnitt diskutierten Verständnis politischer Konsumpraktiken als primär ökonomisches und an Nachhaltigkeitskriterien ausgerichtetes Engagement. Die im Folgenden dargestellten Ergebnisse stammen aus einer Studie, durchgeführt von Michele Micheletti, Dietlind Stolle und Marc Hooghe (2005), und helfen zu verstehen, welche sozio-ökonomischen Faktoren mit dieser Lesart politischen Konsums korrelieren, welche Produktgruppen bevorzugt betroffen sind und welche Gemeinwohlvorstellungen, beziehungsweise welche Werteorientierungen mit dieser Engagementform einhergehen. Dem wird die Diskussion einer europäischen Studie aus dem Jahr 2007 vorangestellt, die die Relevanz politischen Konsums im Verhältnis zu anderen Formen politischer Partizipation mittels eines Vergleichs von zwölf europäischen Staaten – darunter Deutschland – untersucht.

Politischer Konsum in Europa und im Vergleich zu anderen Partizipationsformen

Die Autoren der Studie leiten die Präsentation ihrer Ergebnisse mit einer Operationalisierung politischer Partizipation ein, verstanden als jede Aktion, deren Ziel die Beeinflussung politischer Folgen/Ergebnisse ist (Teorell et al. 2007: 336). Entscheidend für die Bestimmung politischer Partizipation seien folgende Kriterien:

- Eine Aktion muss ein beobachtbares Verhalten sein.
- Akteure sind nicht-professionelle Politiker.
- Der Aktion liegt die Absicht zugrunde zu beeinflussen (im Sinne von „Ziele verfolgen“).
- Adressat der Aktion muss nicht zwangsläufig ein Regierungsvertreter sein: *„What is required is that the target of the act is any ‚political outcome‘, that is, any decision over the authoritative allocation of values for society.“* (Ebd.: 336)

Infolge dieser Definition schließen die Autoren politische Diskussionen in Familien, unter Freunden und Altersgenossen als Form politischer Beteiligung aus. Diese Sichtweise sei ihrer Auffassung von (westlichen) Demokratien als überwiegend repräsentativ geschuldet, in denen Bürger Entscheidungen nur indirekt beeinflussen, selbst jedoch nicht an Entscheidungsprozessen beteiligt sind (vgl. ebd.: 336f). Insofern muss man den gesamten Bereich horizontaler Kommunikation (Stichwort: diskursiver politischer Konsum) als wichtigen Bestandteil bei bspw. der Formierung von Widerstand (vgl. A.O. Hirschman 1993: 173) aus der Untersuchung ausgeklammert sehen.

Die Ergebnisse zeigen zunächst einmal, dass die häufigsten Partizipationsformen im Länderdurchschnitt denen von Deutschland entsprechen. Die häufigste Partizipationsform ländervergleichend und in Deutschland ist Wählen mit 70,6% bzw. mit 82,8% (Westdeutschland), gefolgt von Spenden (allgemein) mit je 36%, Petitionen zeichnen mit 23% bzw. 31% sowohl in West- wie in Ostdeutschland und schließlich auf dem vierten Platz der Buykott mit 22% bzw. 27% in West- und 12% in Ostdeutschland. Im Ländervergleich steht der Buykott in Staaten wie Dänemark (45%) und Schweden (48%) sogar auf dem zweiten Platz nach Wählen, in Norwegen (44%) und der Schweiz (39%) auf dem dritten. Insgesamt fällt auf, dass politischer Konsum damit in Ländern wie Russland (4%), Rumänien (3%), Portugal (4%) und Moldawien (3%) nur geringfügig praktiziert wird, was aber auch auf andere Partizipationsformen in Relation zu anderen Ländern in der Untersuchung zutrifft. In Bezug auf Deutschland ist bemerkenswert, dass die Nutzung des Internets für politische Partizipation hier (sowohl in Ost- und wie in Westdeutschland) mit nur 6% im Vergleich zu Norwegen (21%), den Niederlanden (19%), Schweden (18%) und der Schweiz (16%) extrem gering ausfällt.

Im nächsten Schritt ihrer Untersuchung prüften Teorell et al., ob sich die verschiedenen Partizipationsformen zu Clustern bündeln lassen. In Anlehnung an den Erklärungsansatz von Albert O. Hirschman (1974) wurde die Typologie anhand von eher Exit- und eher Voice-orientierten sowie repräsentativen bzw. extra-repräsentativen Beteiligungsformen gebildet. So ergeben sich folgende fünf Partizipationssets: Wählen, Kontaktieren, politischer Konsum (darunter nun auch Spenden), Protestaktivität, Parteiaktivität. Der Test dieser Typologie brachte zwar einerseits kaum wirklich Überraschendes hervor – wie, dass die Teilnahme an Streiks und Demonstrationen am ehesten mit politischer Protestaktivität korreliert – andererseits zeigte sich aber auch, dass die Hypothese über einen Zusammenhang von Spenden und politischem Konsum sich als richtig erwies und dass zwischen Petitionen zeichnen und politischem Konsum ebenfalls eine signifikante bzw. im Vergleich zu den anderen Clustern sogar die höchste Korrelation

existiert (vgl. ebd.: 345). Nun bleibt noch die Frage offen, in Verbindung mit welcher Partizipationsform besonders stark auf das Internet zurückgegriffen wurde. Tatsächlich hängt die Internetnutzung vor allem mit dem Set „Kontaktieren“ zusammen und stärkt somit eher die vertikale Kommunikation, als dass es für horizontale Verständigung im Hinblick auf Protest eingesetzt würde (vgl. ebd.: 354). Dies mag aber mitunter dem Umstand geschuldet sein, dass individuelle Kommunikation zwischen Bürgern, wie eingangs angemerkt, nicht Gegenstand der Erhebung war. In Bezug auf politischen Konsum und Internetnutzung zeigt sich lediglich „*a moderate correlation between Internet use and consumer participation, perhaps indicating a future Potential of the information technology*“ (ebd.).

Sozioökonomischer Status und Werthaltungen von Boy- und Buykotttern

Um politischen Konsum für repräsentativ angelegte Studien als politische Partizipation operationalisierbar zu machen, haben Micheletti et al. 2005 eine ländervergleichende Pilotstudie in Schweden, Belgien und Kanada durchgeführt. Ziel war vor allem die Entwicklung eines „*Political consumer index*“, mit dem sich politischer Konsum messen lassen sollte. Da es bei politischem Konsum nicht ausreichend sei zu fragen, ob man an entsprechenden Praktiken teilnehme (lässt sich nicht wie Wählen abfragen: Habe gewählt/nicht gewählt), wurde politischer Konsum zunächst operationalisiert als Kauf/Nichtkauf von Produkten und Dienstleistungen aus ethischen oder politischen Gründen (Micheletti et al. 2005: 250). Die Konsistenz des Verhaltensmusters wurde mittels der Erhebung der Häufigkeit von politischen Konsumakten festgestellt. Um zudem etwas darüber zu erfahren, wie politische Konsumenten diese Beteiligungsform selbst und im Vergleich zu anderen Beteiligungsformen einschätzten, wurde auch eine Angabe dazu erbeten, wie sie deren Effektivität jeweils beurteilten. Im Hinblick auf die Befürchtung, dass politischer Konsum als Anzeichen für eine zunehmende Abkehr von konventionellen Formen politischer Partizipation zu interpretieren sei, wurden auch weitere, von den Befragten praktizierte Formen politischer Beteiligung erhoben sowie das Vertrauen, welches sie unterschiedlichen kollektiven Akteuren des politischen Systems entgegenbrächten, erfragt. Schließlich wurde auch, die für politischen Konsum als besonders wichtig eingestufte, postmaterialistische Orientierung erhoben.

Die Ergebnisse der Studie zeigen zunächst im Hinblick auf den Hintergrund der Teilnehmer, dass sich Frauen in weitaus höherem Maße als Männer an politischem Konsum beteiligen, wohingegen weder Religion noch das Einkommen noch der Bildungsstatus der Eltern einen Einfluss auf politischen Konsum zu ha-

ben scheinen. Einen signifikanten Zusammenhang gibt es zwischen politischem Konsum und dem Herkunftsland der Befragten (ebd.: 259). In Bezug auf die Praktiken des politischen Konsums zeigte sich, dass die Befragten etwas stärker dazu tendieren, ein Produkt/Dienstleistung aus ethischen/politischen Gründen zu kaufen (72%) als nicht zu kaufen (63%). Lebensmittel sind dabei die Produkte, die am häufigsten Gegenstand politischen Konsums sind (63% im Vergleich zu Kleidern 41%). Auf die Effektivität von Boykotten vertrauen immerhin 65% der Teilnehmer und mehr als 15% berücksichtigen Kriterien des Gemeinwohls bei jedem Einkauf. Die Befürchtung, politischer Konsum verdränge andere Formen politischer Beteiligung, konnte hingegen nicht bestätigt werden (ebd.: 260). Es zeigt sich insbesondere zwischen politischem Konsum und unkonventionellen Formen der Beteiligung (Demonstrationen, Culture Jamming, Petitionen zeichnen) ein positiver Zusammenhang:

„These relations within our pilot sample at least demonstrate that political consumerism reveals itself not as an entirely new phenomenon, but as part of an array of activist performances that serve to broaden the spectrum of politics. These insights have been confirmed in other studies in which selected aspects of political consumerism were analyzed alongside other forms of individualized political participation.“ (Ebd.)

Politische Konsumenten beteiligen sich zwar genauso häufig an konventionellen Formen politischer Partizipation, haben dabei aber sehr viel weniger Vertrauen in die Effektivität dieser Praktiken (vgl. ebd.) wie auch generell in etablierte politische Institutionen. Demgegenüber schätzen sie die Effektivität unkonventioneller und vor allem individualistischer Beteiligungsformen (vgl. ebd.: 261) höher ein. Ebenfalls hoch ist ihr Vertrauen zu anderen Bürgern. Als hochsignifikant hat sich die Beziehung zwischen Postmaterialismus und politischem Konsum erwiesen. Daraus ziehen die Autoren folgendes Resümee:

„Political consumerism reveals itself as a consistent form of behavior that is strongly related to post-materialism and a critical mood toward all institutions. It is practiced together with unconventional and individualistic forms of political action, but not necessarily with conventional political acts.“ (Ebd.: 261)

Allerdings wird in dieser Aussage nicht zum Ausdruck gebracht, dass die Relevanz von Postmaterialismus je nach Herkunftsland stark variiert. Die stärkste (positive) Korrelation zeigt sich beispielsweise in Schweden. Dies kann als Hinweis darauf interpretiert werden, dass der kulturelle Hintergrund einen entscheidenden Einfluss darauf hat, mit welcher Orientierung Praktiken politischen Konsums einhergehen. Auf der Rangliste der Aktionsformen, die als besonders effektiv eingestuft werden, belegt politischer Konsum lediglich den sechsten Platz (nach Wählen, freiwilligem Engagement, Spenden, Parteieintritt, Demonstrie-

ren). Die Autorinnen interpretieren dies so, dass politische Konsumenten selbst den politischen Konsum als eher additive (und nicht substantielle) Aktionsform bewerten. Dies erscheint vor dem Hintergrund zumindest bedenkenswert, dass die Befragten einerseits kein Vertrauen in die etablierten staatlichen und nicht-staatlichen, internationalen Organisationen haben, andererseits jedoch auf die Frage, welche Beteiligungsform ihrer Ansicht nach am effektivsten sei, gerade solche nennen, bei denen genau die Akteure adressiert werden, denen sie am wenigsten Vertrauen entgegenbringen. Diese paradox anmutende Einstellung könnte darauf verweisen, dass politische Konsumenten ein Missverhältnis zwischen akzeptierten und als legitim/effektiv empfundenen Modi der Beteiligung und deren praktischer Ausgestaltung, z.B. bei der konkreten Umsetzung des durch die Wähler kommunizierten politischen Willens, wahrnehmen.

Geschlechterunterschiede

Während – bezogen auf Deutschland – sich der Zusammenhang von Geschlecht und konventioneller, politischer Beteiligung (aus Sicht der Frauen) negativ darstellt, sind es Frauen, die den Bereich des politischen Konsums dominieren. Die Daten des European Social Surveys von 2004 zeigen für Deutschland insgesamt eine Wahlbeteiligung von 81,1% und eine Beteiligung an Boykotten von 21,9% – wobei der Boykott nur eine mögliche Form der Beteiligung im Feld des politischen Konsums darstellt (Gallego 2007). Betrachtet man den Einfluss von Geschlecht im europäischen Vergleich, zeigt sich für die Beteiligung an Wahlen kaum noch ein Zusammenhang. Ein negativer Zusammenhang für die Wahlbeteiligung von Frauen kann nur noch für Deutschland, Norwegen, die Slowakei und Polen nachgewiesen werden. Sehr gering fallen die Zahlen aus, was die Mitarbeit an einer Partei angeht. Für Deutschland liegt der Anteil derer, die sich in einer Partei engagieren, bei 3,2%. Er weist zudem ebenfalls einen negativen Zusammenhang zur Geschlechtszugehörigkeit bzw. Frau-Sein auf. Dies trifft auf insgesamt 11 der 17 untersuchten europäischen Länder zu. Für die Teilnahme an Boykotts als Indikator für politischen Konsum kann demgegenüber ein positiver Zusammenhang zur Geschlechtszugehörigkeit in vier europäischen Ländern nachgewiesen werden: Deutschland, Dänemark, Schweden und Finnland. Vor dem Hintergrund dieser ländervergleichenden Studie muss konstatiert werden, dass Deutschland zu den Ländern gehört, in denen die Geschlechtszugehörigkeit eine entscheidende Rolle dabei spielt, ob und wie sich jemand politisch beteiligt.

Warum bevorzugen gerade Frauen eher unkonventionelle politische Praktiken – hat es etwas mit ihrer Einstellung zum Staat zu tun, fühlen sie sich nicht angemessen repräsentiert, so dass politischer Konsum zu einer „Waffe der Außenseiter“ wird? (Stolle 2003: 4). Andererseits ist nichts darüber belegt, dass

andere benachteiligte Gruppen sich außergewöhnlich stark an politischem Konsum beteiligen. Gallego, die den Zusammenhang zwischen sozialer Ungleichheit und politischer Beteiligung untersucht, konnte keinen Zusammenhang zwischen Einkommen und der Teilnahme an Boykotten feststellen, das gleiche trifft für die Zugehörigkeit zu einer ethnischen Minderheit zu. Ein positiver Zusammenhang zeigt sich jedoch bei der Bildung, einer Tätigkeit im Dienstleistungsbereich wie bei Personen, die keiner Beschäftigung nachgehen (vgl. ebd.: 12). Diese insgesamt doch eher heterogenen Befunde werden von Wissenschaftlern, die politischen Konsum als Form politischer Beteiligung per se infrage stellen, als Belege dafür gewertet, dass es sich hierbei eher um eine Distinktions-Strategie handelt. Warum sich dieser aber in Deutschland 21,9% der Bevölkerung, in den Nachbarländern Niederlanden nur 8,8%, in Belgien 9,9% und in Polen sogar nur 5% bedienen, wird damit nicht erklärt (Gallego 2007: 5). Ein anderer Erklärungsansatz hebt stärker auf soziales Kapital als entscheidende Voraussetzung oder mindestens förderliche Kontextbedingung ab. Die Einbindung in ein soziales Netzwerk ermöglicht Lernprozesse und stellt nicht zuletzt einen wichtigen Aktivierungszusammenhang für politische Beteiligung dar. Es ist wichtig zu berücksichtigen, dass hier keine sozialen Netzwerke im Sinne von hierarchisch organisierten Verbänden oder ähnliches gemeint sind, sondern eher locker-kommunikative Netzwerke, die vermutlich stärker durch ihren Fokus auf Alltagsprobleme als durch kollektiv-politische Ziele verbunden sind (Stolle 2003: 6).

Die starke Repräsentanz von Frauen sowohl bei Praktiken des politischen Konsums wie auch bei unkonventionellen und eher individualistischen Formen der Beteiligung könnte darauf verweisen, so die Überlegung von Micheletti und Stolle, dass Frauen generell andere Formen der Beteiligung vorziehen, also etwa fluidere, sporadische und weniger (oder anders) organisierte (vgl. ebd.: 3). Dem steht die Überlegung gegenüber, dass Frauen aufgrund der Arbeitsteilung im Haushalt über eine größere Expertise für Konsum verfügen, die sich aus ihrer häufigeren Beschäftigung mit konsumnahen Praktiken ergäbe. Entsprechend wurde im Datenmaterial nach Hinweisen auf Unterschiede in der Konsumexpertise von Frauen und Männern gesucht. Doch zumindest im Hinblick auf die erhobenen Indikatoren, wie die Kenntnis von Konsumlabels, konnten keine Unterschiede hinsichtlich dieser Wissenskategorie festgestellt werden (vgl. ebd.: 14). Erst beim Kauf zeigten sich deutliche Differenzen zwischen den Geschlechtern mit einer Divergenz von häufig über 20% (z.B. bei Lebensmitteln und Papier für Schulkinder) (ebd.: 13). Auch schien das Herkunftsland einen Effekt auf die Geschlechterunterschiede zu haben: Die Unterschiede zwischen den Geschlechtern steigen mit der generellen Verbreitung des Phänomens im Herkunftsland, entsprechend waren die Unterschiede im politischen Konsumverhalten von Frauen

(8%) und Männern (7%) in Belgien am niedrigsten und in Schweden (Frauen 34%, Männer 20%) am höchsten. Aber warum kaufen Frauen häufiger politisch, wenn sie über dasselbe Wissen hinsichtlich Produktlabels verfügen? Micheletti und Stolle formulieren fünf verschiedene Erklärungsansätze, um dem stärkeren konsumpolitischen Engagement von Frauen auf die Spur zu kommen (vgl. ebd.: 14):

- Handelt es sich um eine Verzerrung aufgrund der Studienteilnehmer (Studierende)? Unter Umständen gehörten die Befragten ja zu einer Gruppe „*Hyper-Aktiver*“ junger Frauen (ebd.: 15)?
- Oder liegt es daran, dass Frauen sich historisch schon immer am ehesten ihrer Kaufkraft bedient haben, um politisch Einfluss zu nehmen?
- Kaufen Frauen einfach häufiger ein und haben folglich einfach mehr Gelegenheit zum politischen Konsum?
- Greifen bei Frauen womöglich andere oder breitere Motivationsquellen für politischen Konsum?
- Oder, daran anschließend, ist es die stärkere Betonung postmaterieller Werte bei Frauen und der damit einhergehenden Formen politischer Beteiligung, die dazu führen, dass Frauen Konsum eher als politisches Handlungsfeld interpretieren?

Die Prüfung des ersten Erklärungsansatzes ergab, dass die Frauen im Sample sich nicht generell stärker beteiligen als Männer. Interessanterweise zeigten sich dennoch Unterschiede im Modus politischer Beteiligung: Signifikante Unterschiede ergaben sich erstens bezüglich konventioneller politischer Beteiligung, bei denen Männer klar dominierten, zweitens bezüglich individualistischer politischer Beteiligung, bei der Frauen klar dominierten. Insofern vermuten die Autorinnen zumindest einen Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und der Form der politischen Beteiligung (vgl. ebd.: 15). Wenn Frauen sich insgesamt eher individualistisch beteiligen, liegt es nahe, dass Konsum mit seinen Möglichkeiten der Individualisierung einen besonders attraktiven Handlungsbereich darstellt. Den zweiten Erklärungsansatz können die Autorinnen bestätigen, indem sie bei einer Reihe historisch wichtiger Konsumentenaktionen die Rolle von Frauen als Initiatoren und maßgeblichen Trägerinnen des Protestes herausarbeiten, darunter unter anderem die „*White Label Campaign*“ (Start der Kampagne gegen Kinderarbeit 1899)⁷, der von Rosa Parks initiierte Montgomery Bus Boy-

7 <http://stopchildlabor.org/?p=615> (zuletzt geprüft am 5.8.2014).

cott (die afro-amerikanische Frau weigerte sich im Jahr 1955 ihren Platz im Bus für einen weißen Mann zu räumen)⁸ oder, um ein neueres Beispiel zu nennen, der bereits in den 1970er Jahren beginnende Boycott von Nestlé-Produkten, der insbesondere auf die aggressive Vermarktung von Babymilch-Ersatzprodukten abzielte und bis heute andauert⁹. Die Liste der Beispiele kann noch um eines erweitert werden, das durch eine bemerkenswerte Wortneuschöpfung das steigende Selbstbewusstsein von Frauen markiert, kraft ihres Konsums politisch aktiv zu werden: Der von jungen Frauen initiierte und erfolgreich ausgeführte Boycott gegen Abercrombie & Fitch (A&F) 2005. Der von den Aktivistinnen kurzerhand in „*Girlcott*“ umbenannte Aufruf, keine Produkte von A&F zu kaufen, richtete sich gegen die derzeit gerade erschienene T-Shirt-Kollektion, bei der Frauen auf ihren Brüsten Sprüche tragen konnten wie „*Who needs brains when you've got these?*“¹⁰ Nur einem Monat nach dem ersten *Girlcott*-Aufruf, der dank nationaler Medienberichterstattung große Aufmerksamkeit erregte, nahmen A&F die umstrittene Kollektion wieder aus dem Verkauf.

Die Annahme, dass politischer Konsum historisch ein wichtiges Politikfeld von Frauen ist, scheint also gerechtfertigt. Aber kann dadurch das Engagement in diesem Bereich auch hinreichend erklärt werden? Micheletti und Stolle untersuchten die Frage, ob Shopping generell eine häufiger und regelmäßiger von Frauen vollzogene Praktik darstelle. Im Vergleich der alltäglichen Kaufgewohnheiten der männlichen und weiblichen Teilnehmer ihres Samples konnten diesbezüglich jedoch keine signifikanten Unterschiede festgestellt werden. Während Micheletti und Stolle ihre Hypothese daraufhin zurückweisen, ist zu bedenken, dass es sich bei dem Sample um Studentinnen und Studenten handelte, die mehrheitlich noch nicht in festen Partnerschaften und mit Kindern lebten. Das erklärt auch, warum in diesem Sample die männlichen Studierenden tatsächlich selbst und genauso häufig wie die weiblichen einkaufen gingen. Wie aber bspw. von Nina Baur (2011) in einer Aufarbeitung des Zusammenhangs von Konsumstil und Geschlecht festgestellt, greift die geschlechtliche Arbeitsteilung erst mit der Gründung eines gemeinsamen Haushalts und insbesondere nach der Geburt des ersten Kindes.

Schließlich untersuchten die Autorinnen auch die Motive, die die Befragten als handlungsleitend für ihr Engagement angaben, hinsichtlich der Unterschiede

8 <http://www.montgomeryboycott.com/> (zuletzt geprüft am 5.8.2014).

9 <http://ibfan.org/our-history> (zuletzt geprüft am 5.8.2014).

10 <http://www.parentdish.com/2005/11/07/abercrombie-and-fitch-to-pull-offensive-shirts-after/> (zuletzt geprüft am 5.8.2014).

zwischen Frauen und Männern. Ihre These konnte vor allem dahingehend bestätigt werden, dass Frauen über vielfältigere Quellen der Motivation für ihr Engagement verfügen, also z.B. bei der Frage, warum sie ethisch kauften, von der Möglichkeit Gebrauch machten, gleich mehrere Gründe anzugeben. In der Frage, ob es Unterschiede in den bevorzugten Motivquellen gebe, zeigten sich Unterschiede nur in der Sorge um „*Rechte von Kindern und Tieren*“. Außerdem, das sollte man ebenfalls berücksichtigen, waren die Unterschiede zwischen den Ländern Belgien und Schweden wesentlich auffälliger als die zwischen der Geschlechtern:

„Surprisingly, the gender differences are minor, and country differences are much more apparent [...] On all motivational sources, except corporate issues and other, women indicate more concern – even though this tendency is not statistically significant in all but one issue area: It is a universal fact that women in all three countries indicate to be more concerned about issues of animal and children’s rights than men, a gender difference particularly strong in Belgium.“ (Ebd.: 18)

Bedeutungsvoll ist ohne Zweifel die Erkenntnis, wie stark der nationale Einfluss auf die Motivation jeweils ist. Für die Kanadier ist das Wohlergehen anderer die wichtigste Quelle der Motivation, für die Schweden die Sorge um die Umwelt und für die Belgier die Kritik an Unternehmenspraktiken (im Vergleich zu den anderen Ländern) (vgl. ebd.: 19). Um ein etwas deutlicheres Bild von den politischen Konsumenten zu zeichnen und um zu prüfen, ob politischer Konsum konventionelle Beteiligungsformen verdrängt oder eher ergänzt, wurden weitere Formen politischer Beteiligung erhoben. Hier zeigte sich, dass Personen, die politisch konsumieren in gleicher Weise an sonstigen politischen Praktiken partizipieren wie nicht politisch Konsumierende. Allerdings fällt auf, dass politische Konsumenten sehr viel stärker unkonventionelle Beteiligungsformen bevorzugen wie „*Check-book-like forms of associations, while they also have more experience with unconventional forms of participation (demonstrations, culture jamming, civil disobedience)*“ (ebd.: 22). Bei Formen unkonventioneller Beteiligung zeigt sich auch wieder eine stärkere Beteiligung auf Seite der Frauen. Was aber den Unterschied zwischen politischen Konsumenten und nicht-politischen angeht, zeigt sich dieser erst auf der Ebene der Einstellungen:

„While political consumers participate in conventional participation acts just as often as other people, they do not believe as much in the effectiveness of these methods as we would expect them to given their background characteristics, and this corresponds to the fact that in general they have less trust in a variety of institutions.“ (Ebd.: 23)

Politische Konsumenten beteiligen sich also in gleicher Weise an Politik wie andere, sie haben nur weniger Vertrauen darauf, dass diese konventionellen Betei-

ligungsformen effektiv sind, ein Ergebnis, das von der o.g. europäischen Studie bestätigt wird. Im Gegenzug vertrauen sie in weitaus höherem Maße auf die Effektivität unkonventioneller und individualistischer Methoden (vgl. ebd.). Insgesamt betrachtet ermöglicht die Datenlage es nicht, ein schärferes Bild der politischen Konsumentin zu zeichnen. Besonders viele Fragen werfen die Länderunterschiede sowohl hinsichtlich der Quantität der Beteiligung wie auch den damit verfolgten Anliegen auf. Worauf sowohl diese Länderunterschiede wie auch die Unterschiede bei der Beteiligung von Männern und Frauen zu verweisen scheinen, ist, dass in Praktiken politischen Konsums vor allem ein spezifisch kulturelles Konsumverständnis zum Ausdruck gebracht wird, dass sich mit den gängigen Methoden deduktiv-nomologischer Verbraucherforschung kaum erfassen lässt.

Werte und Konsum

Eine weitere Hypothese ist, dass Praktiken eines politischen Konsums als Ausdrucksmöglichkeit für postmaterielle Werte genutzt werden, die eingebettet sind in einen generellen Wertewandel in wohlhabenden Gesellschaften: Sorge um die Umwelt, Werte von Gleichheit und persönlicher Integrität, Inklusion von Minoritäten, Menschenrechte, Nachhaltigkeit usw. (zur These eines umgreifenden Politikwandels im Zusammenhang mit Mediatisierung siehe auch Baringhorst 2012a, 2015). Betont wird in diesem Erklärungsansatz insbesondere die Querverbindung von postmateriellen Werten und der Forderung nach personaler Autonomie und Ausdrucksmöglichkeiten des Selbst durch beispielsweise mehr Wahlmöglichkeiten bei Produkten wie aber auch bei politischen Beteiligungsangeboten (vgl. Stolle/Micheletti 2003: 6).

Als Begründung für den Anstieg von politischem Konsum ist ein Wertewandel von einer materialistischen hin zu einer postmaterialistischen Orientierung in die Diskussion eingebracht worden. Den Zusammenhang zwischen postmaterialistischer Orientierung und der Teilnahme an politischem Konsum konnten Stolle et al. 2005 belegen. Nicht belegbar war jedoch, dass sich Männer und Frauen hinsichtlich ihrer Orientierung unterschieden. Diese Daten können durch die von Lauren Copeland (2014) in den Vereinigten Staaten durchgeführte Studie bestätigt werden. Auch in Copelands repräsentativer Studie wurde ein starker Zusammenhang zwischen Postmaterialismus und politischem Konsum gefunden, jedoch kein Zusammenhang zwischen Postmaterialismus und Geschlecht. Dieser Zusammenhang zeigt sich jedoch, wenn die Grundgesamtheit anders gewählt wird: In ihrer Studie „*Materialism, conspicuous consumption and gender differences*“ konnten die Autoren Segal und Podoshen (2013) einen Zusammenhang zwischen einer materialistischen Orientierung und dem (männlichen) Geschlecht

eindeutig belegen. Die Ausgangsfrage der nordamerikanischen Studie war, welche Rolle Besitz im Leben von Frauen und Männern spielt bzw. welcher Wert ihm beigemessen wird. Den Zusammenhang zwischen Werte-Orientierung, Besitz und Geschlecht zu verstehen, sei vor allem für konsum-basierte Ökonomien (wie die USA) wichtig, umso mehr, als Materialismus und demonstrativer Konsum mit der wachsenden Bedrohung selbstschädigenden Konsumverhaltens assoziiert würde (vgl. ebd.: 189). Ein fundiertes Verständnis für den Zusammenhang zwischen Geschlecht, Konsumgewohnheiten und Materialismus helfe, die hier ansetzenden Marketingstrategien besser sichtbar zu machen, die auf die geschlechtliche Identität der Konsumenten abzielten. Materialismus wird von den Autoren als negativ konnotiertes Wertesystem eingeführt, bei welchem dem Besitz ein zentraler Stellenwert im Leben eines Menschen eingeräumt wird, verbunden mit der Überzeugung, dass Besitz zum persönlichen Glück(lichsein) notwendig sei. Materialistisch orientierte Personen neigten entsprechend dazu, andere ebenfalls nach der Quantität und Qualität ihres Besitzes zu beurteilen. Außerdem sei ein negativer Zusammenhang zwischen Materialismus- und Gemeinwohlorientierung belegt. Im Hinblick auf das Geschlecht zeigen die Autoren, dass Männer nicht nur häufiger materialistisch orientiert sind, sondern auch häufiger demonstrativen Konsum praktizieren.

Alarmierend sei aus ihrer Sicht, dass Männer auch eher dazu tendierten, materiellen Besitz mit Lebensglück zu assoziieren und als gutes Mittel zur Selbstdarstellung zu interpretieren. Demgegenüber gaben Frauen an, beim Einkaufen häufig auch Dinge einzukaufen, die sie vorher nicht eingeplant hatten. Die Autoren vermuten als Erklärung, dass die Fortschritte, die Frauen in den letzten Jahren hinsichtlich ihrer Möglichkeiten und insbesondere ihrer sozialen Identität gemacht haben, in Verbindung mit impulsivem Kaufen stehen, insofern dieses ebenfalls mit der Identitätskonstruktion verbunden sein könnte:

„We believe these results may be due to the increasing effect American culture has witnessed in terms of social identity. Women in the US have seen tremendous strides in the social environment and we believe that the increase related to impulse purchases, which may be related to identity construction, is an externality related to social movement.“ (Ebd.: 195)

Dies würde erklären, warum Frauen trotz der geringeren materialistischen Orientierung einen so starken Fokus auf Konsum als Freizeitaktivität haben. Wenn Konsumentinnen mit ihrem Konsum nicht auf die Verbesserung ihres sozialen Status, ihres Ansehens abzielen, ist es nahe liegend, den Konsum als Experimentierfeld für Identitätswürfe zu nutzen, insbesondere, da diese Identitätswürfe für Frauen (außerhalb der häuslichen Sphäre) schon immer gefehlt haben und traditionell männliche Identitätswürfe zunehmend infrage gestellt werden.

Lebensstil

In ihrem Beitrag „*Lebensstil und Geschlecht*“ zeigen Nina Baur und Leila Akremi, dass die Lebensstil- und die Geschlechterforschung kaum miteinander verknüpft seien, obwohl sich gerade mit Blick auf das Geschlecht deutliche Unterschiede in der Gestaltung des Lebens- und insbesondere des Konsumstils belegen ließen (vgl. Baur/Akremi 2011: 269).

„Gemäß dem Doing-Gender-Ansatz konstruieren und signalisieren wir in unserem Alltag unser soziales Geschlecht über unser konkretes Tun, d.h. dass jemand ein Mann oder eine Frau ist, erkennen wir an Kleidung, Essen, Körperhaltung, Beruf, Freizeitaktivitäten usw.“ (Ebd.: 279)

Sie schlagen deshalb für die Untersuchung von Konsumpraktiken vor, stärker die semantische Ebene, also die jeweils spezifische Bedeutung einer Konsumpraktik zu berücksichtigen. Wertvorstellungen könnten sich in unterschiedlichem Handeln äußern, andererseits könnte jedoch gleiches oder ähnliches Handeln mit unterschiedlichen Wertvorstellungen einhergehen (vgl. ebd.: 270). Nur so ließen sich Aussagen über Lebensstile treffen, die sich zu sozialen Milieus verdichten, bestimmte Wertvorstellungen teilten und bestimmte Handlungen mit dem jeweils gleichen Sinngehalt verbänden. Geschlechterrollen käme in diesem Zusammenhang eine große Ausdrucksstärke zu, da Vorstellungen über Geschlechterrollen und -praktiken an spezifische soziale Milieus gekoppelt seien. Mit Blick auf unterschiedliche Praktiken-Komplexe konstatieren die Autorinnen zunächst, dass immerhin 50% der deutschen Paare nach dem klassischen Ernährer-Hausfrau-Modell zusammenlebten (ebd.: 272). Wenn beide Partner einer Berufstätigkeit nachgingen, sei diese geschlechtlich konnotiert als sich klare Männerdomänen beruflicher Tätigkeit wie der wissenschaftlich-technische Bereich ausmachen ließen (ebd.). Eine reine Frauendomäne stelle demgegenüber die Haushaltsplanung und -organisation dar, insbesondere die Textilpflege sowie die Pflege von Angehörigen (vgl. ebd.: 273). Im Bereich der Freizeitpraktiken zögen Frauen Angebote der Hochkultur vor: Lesen, Oper, Theater, während Männer sich eher Beschäftigungen in politischen, ehrenamtlichen oder erlebnisorientierten Kontexten suchten (vgl. ebd.: 274). Wesentliche Unterschiede zeigten sich in Bezug auf Körperpraktiken, insbesondere Ernährung und Sport. Während Sport und Technik als wesentliche Bezugspunkte bei der Konstruktion von Männlichkeit fungieren, sei die Ernährung spätestens ab der Pubertät für Frauen der zentrale Mechanismus, um ihren Körper zu kontrollieren (vgl. ebd.: 275). Bei Kleidung und Kosmetik ließe sich eine starke Standardisierung bei Männern feststellen, jedoch – in Bezug auf Gesundheit – eine Betonung riskanter Praktiken, ins-

besondere in Bezug auf Gewalt und Drogen, aber auch auf die Unterlassung gesundheitlicher Vorsorge.

Dass Frauen und Männer trotz dieser unterschiedlichen Lebensstile zusammenlebten, ließe sich mittels des Konzepts der Lebensthemen erklären. Ein Lebensthema organisiere bestimmte Vorstellungen über die Zukunft und die Werte, an denen die Lebensführung orientiert werde, was eine Verfolgung desselben Lebensziels durch eine geschlechtlich organisierte Arbeitsteilung ermögliche. Die Differenzierung von Lebensstilen auf der vertikalen Ebene erfolge primär durch Macht- und Distinktionskämpfe über das Ausstattungsniveau. Die Orte dieser Auseinandersetzung seien klassischerweise Politik und Ökonomie, doch kämen auch Kultur und damit dem Konsum große Relevanz zu (vgl. ebd.: 280). Dies gehe zurück auf die sich im Zuge der Industrialisierung etablierende Sphärentrennung von privat und öffentlich, wobei Männern der Bereich der Produktion, Frauen der des Konsums zugewiesen worden sei (vgl. ebd.: 281). Männer müssten dabei einen zweifachen Kampf ausfechten: Einerseits gehe es um die Deutungsmacht dessen, was einen (erfolgreichen) Mann ausmache, andererseits darum, in Anlehnung an die herrschende Deutung, die entsprechenden Ressourcen zu besetzen, um dem aktuellen Männlichkeitsideal zu entsprechen (vgl. ebd.) Dieses Männlichkeitsideal ist – wenn auch nicht mehr unumstritten – immer noch in seiner Arbeitsorientierung zu verorten, die eine Konzentration und Unterordnung aller anderen Aktivitäten auf den beruflichen Erfolg erfordert. Die Rolle der Frau sei dazu komplementär konstruiert, da ihr nun in der geschlechtlichen Arbeitsteilung alle Aufgaben zufielen, um das Leben um den Mann herum zu organisieren:

„Damit sich der Mann voll auf seine Arbeit konzentrieren kann (sowohl emotional wie auch hinsichtlich seiner Arbeitszeiten), organisiert die Frau den Familienalltag um ihn herum. [...] Hausfrauen sind also nicht nur für die Kinderbetreuung, sondern auch für den Konsum und die Alltagsorganisation verantwortlich, was ihnen die Verleihung des Titels ‚Hüterinnen des Konsums‘ von Ludwig Erhard einbrachte.“ (Ebd.: 182)

In einer zweiten Dimension differenzieren sich soziale Milieus hinsichtlich ihrer Modernität aus, eine Entwicklung die Baur und Akremi einerseits mit der steigenden Prekarität des Mann-als-Ernährer-Modells, andererseits mit dem Aufkommen sozialer Bewegungen, insbesondere der Frauenbewegung ab den 1960er und 1970er Jahren erklären. Eine Abkehr vom Ernährer-Hausfrau-Modell ließe sich etwa im „*individualistischen Milieu*“ ausmachen. Die Partner stünden in beruflicher Hinsicht auf demselben Status, beim gehobenen Ausstattungsmilieu seien bspw. beide Akademiker. Männer übernehmen hier häufig Aufgaben in der Kinderbetreuung und beteiligten sich an Haushaltstätigkeiten, wobei ins-

besondere das Kochen als Haushaltspraktik des modernen Mannes hervorgehoben werden könnte. Interessant ist an dieser Stelle aber die Beobachtung, dass, je mehr sich Männer und Frauen im individualisierten Milieu im Bereich von Berufstätigkeit und Haushaltstätigkeit annähern, der Bereich der Freizeitaktivitäten und insbesondere der Konsum wichtiger für die Ausgestaltung geschlechtlicher Rollenbilder wird (vgl. ebd.: 288)

Die Abwertung von Frauen, die sich der Aufgabe widmen, die Karriere eines Mannes zu unterstützen, indem sie ihn von allen Pflichten und Anstrengungen des Alltags befreien, kann Baur kaum nachvollziehen (Baur 2013). Und führt man sich die Komplexität des Aufgabenbereichs vor Augen, ist das ein durchaus berechtigter Einwand. Baur vermutet, dass durch den, von den sozialen Bewegungen (mit-)angestoßenen, Wertewandel, aber auch die Prekarisierung der Erwerbsarbeit, die die Ernährerfähigkeit des Mannes zunehmend infrage stellten, tradierte Geschlechterrollen revolutionär verändert würden (ebd.). Angelika Pofelr (2012) gibt zudem zu bedenken, dass sich im Zuge des zunehmend dynamischen sozialen Wandels in der zweiten Moderne (Beck) die Geschlechterverhältnisse verändern und diese Veränderungen wiederum konstitutiv für Meta-Prozesse des sozialen Wandels seien. Zu betonen sind an dieser Stelle vor allem die erweiterten Möglichkeiten von Frauen als Aktrizen, sowohl Einfluss zu nehmen wie eigene Themen auf die politische Agenda zu setzen. In ihrer Analyse des Forschungsstands kommt sie jedoch zu einem unbefriedigenden Ergebnis: Geschlecht als erklärende und analytische Variable fände auch im Mainstream soziologischer Theorie und Forschung nach wie vor nur randständige Beachtung, beispielsweise, wenn andere Variablen sich für Erklärungen als unzureichend erweisen (vgl. Pofelr 2012: 136).

Praxeologischer Zugang zu Konsum

Dies ist auch der Grund, warum unter anderem die beiden Autorinnen Sahakian und Wilhite (2014) für ein stärker alltagspraktisches Verstehen des „Wies“ und „Warums“ des Konsums plädieren (vgl. auch Jäger-Erben/Offenberger 2014). Ausgehend von verschiedenen Spielarten einer Theorie der sozialen Praxis wenden Sahakian und Wilhite diesen Ansatz auf die Verbraucherforschung im Themenschwerpunkt nachhaltiges Konsumverhalten an. Statt einen isolierten Verbraucher und seine Entscheidungen auf der einen Seite, eine neue Technologie und ihre Möglichkeiten auf der anderen Seite zu betrachten, werden in einer praxeologischen Perspektive die Zusammenhänge zwischen Produkten, Körpern und sozialer Welt in den Blick genommen. Der Ausgangspunkt einer solchen Perspektive sind Praktiken, in denen Waren, Subjekte, Wissen und soziale Struk-

turen miteinander verbunden sind. Insofern gestaltet sich die Forschungsarbeit komplex, verspricht jedoch auch reichhaltige Ergebnisse und Einsichten zu produzieren (Sahakian/Wilhite 2014: 26–27). Praktiken können am besten als Routinen verstanden werden, also als bestimmte Verhaltensweisen in ähnlichen Situationen – nicht als exakte Wiederholungen, aber mit gemeinsamen Kernelementen (vgl. Reckwitz 2005: 7). Denn es handelt sich bei den sozialen Praktiken keineswegs um bloße „Automatismen“, sondern um die praktische Ausdrucksform (kollektiven) sozialen Sinns (ebd.: 8). Wenn es auch kein kohärentes Forschungsprogramm für Praxistheorien gibt, ist man sich darüber einig, dass räumlich, zeitlich und materiell eingebettete soziale Praktiken die zentrale analytische Einheit bilden (vgl. ebd.). Als Kern des Sozialen sind sie anderen Aspekten wie Identität oder Sozialstruktur übergeordnet. Besonders hilfreich sei eine praxeologische Perspektive bei der Analyse von Akteur-Aktant Interaktionen, wobei die Praktiken nicht mehr nur Handlung, sondern auch Interpretation und Aneignung und zwar in einem wechselseitigen Verhältnis sind:

„Gegen eine bloße Reduktion von Dingen und Artefakten auf bloße ‚erleichternde‘ Hilfsmittel und gegen eine Totalisierung von Technik als gesellschaftsdeterminierender, akultureller Kraft wird in der praxeologischen Technikforschung das ‚Reich der Dinge‘, die vom Konsum bis zur Organisation in den Alltag involviert sind, unter dem Aspekt ihres mit ‚know-how‘ ausgestatteten und veränderbaren Gebrauchs betrachtet. Die alltäglichen Bestände der Techniksoziologie werden damit in ihrer Abhängigkeit von den Wissensbeständen der Benutzer ‚kulturalisiert‘, andererseits erscheint die Handlungspraxis ‚materialisiert‘, abhängig von den Interaktionen mit nicht beliebigen manipulierbaren Objekten.“ (Reckwitz 2003: 285)

Trotz der Diversität praxeologischer Ansätze lassen sich bestimmte gemeinsame Kernelemente ausmachen. Da sie „*impliziten Interpretationsformen*“ und „*kulturell geformten emotional-motivationalen Zuständen*“ folgten, wird durch sie ein Wissen darüber, wie etwas gemacht wird, zum Ausdruck gebracht, dessen Artikulation für die ausführenden Akteure eine Schwierigkeit darstellt (Reckwitz 2005: 7f). Zudem seien soziale Praktiken distinkt in dem Sinne, als sie für einen bestimmten Bereich des Sozialen – als Beispiele gibt Reckwitz u.a. den Bereich des bürgerlichen Ehelebens und der wissenschaftlichen Forschung – eine Verhaltensstruktur, ein Handlungsregelwerk darstellen, das als handlungspraktische Lösung nur in diesem Bereich legitim ist.

Während in Marketing-Studien die Historizität der Dispositionen unspezifisch in den Bereich nicht kalkulierbaren Geschmacks verschoben werde, sei die Analyse von Praktiken als Ausdruck ihrer biographisch-historischen Genese insbesondere in der Soziologie Bourdieus (1976) zentral. Da aber Bourdieu den Habitus nicht zuletzt als Klassenstruktur- und -strukturierungsmerkmal relativ stabil konstruiert hat, stellen sich Sahakian und Wilhite die Frage, ob und wie

sich Dispositionen verändern lassen – und damit auch das Verhalten (Sahakian 2014: 28). Man könne sich drei Säulen von Praktiken vorstellen, die immer miteinander in Beziehung stünden: Den Körper, die materielle Welt und die soziale Welt mit ihren Normen, Werten und Institutionen (ebd.). Würde nun in einem dieser Bereiche eine Veränderung stattfinden, bspw. die Erfindung eines neuen Produkts, könne das theoretisch zu einer Veränderung des Konsumverhaltens führen. Wahrscheinlicher werde eine Veränderung des Verhaltens jedoch, je mehr Bereiche (Säulen) von Veränderung betroffen seien: Also z.B. der Befund schlechter Blutwerte, ein neues Ernährungsmittelergänzungspräparat und ein zunehmender Diskurs über die Verantwortung jedes einzelnen, seine Gesundheit zu optimieren. Dem liegt die aus der Techniksoziologie bekannte Überlegung zugrunde, Handlungsträgerschaft nicht nur in Subjekten, sondern auch in sozialen Normen oder Artefakten zu suchen, gewissermaßen als „verteilte Agency“: Artefakte, u.a. Technologie, können insofern als Handlungsträger oder Ko-Autor von Handlung aufgefasst werden, da in ihnen Kultur als Wissen, Werte usw. eingeschrieben ist und die Art und Weise der Nutzung beeinflussen. Im Prozess der Aneignung von Artefakten kann es zu Transformationen oder unerwarteten Handlungen kommen, die aus dem jeweiligen körperlichen und sozialen Settings der Subjekte resultieren:

„Technologies are ‚scripted‘ in that they embody a certain form of knowledge and moral judgement, which leads to new reciprocal dispositions between people and things, and indeed ‘new forms of knowledge about the world’.“ (Sahakian 2014: 29)

Die Doxa als das stillschweigende und nicht hinterfragte Wissen hinter oder besser: in einer Praktik kann durch seine Problematisierung oder auch nur Artikulierung herausgefordert werden. Den Diskurs der Doxa kann man in Anlehnung an Bourdieu als Heterodoxie bezeichnen. Die Heterodoxie kann wieder zur Doxa werden, indem Begründungen für die Praktik gefunden werden oder Alternativen als untauglich ausgeschlossen werden. Die Chance zur Veränderung durch die Bewusstmachung bestimmter Vorstellungen oder Vorlieben sei jedoch gering, zumal gerade die den Alltagspraktiken zugrunde liegenden Normen und Werte eher selten Bestandteil eines (öffentlichen) Diskurses würden.

„Once reconsidered, the decision can either be conservative – to reaffirm or reestablish doxa – or it may be contested. It can be said that in both cases, the doxa is challenged precisely because it is no longer left unspoken. Tacitly accepted social rules and values contribute to the stability of practices.“ (Sahakian 2014: 29–30)

Um das herausgeforderte, nun nicht mehr schweigende Wissen tatsächlich in eine Verhaltensänderung zu überführen, müssten Lernprozesse auf allen Ebenen

stattfinden: Die Bereitschaft, Informationen mental und körperlich in Praktiken umzusetzen, was dann zur Aneignung/Erzeugung praktischen Wissens führen kann (vgl. ebd.: 30). Als Beispiel, wie sich diese Überlegungen konkret im Kontext von Nachhaltigkeit anwenden lassen, berichten die Autorinnen von einer erfolgreichen Kampagne im Vereinigten Königreich, bei der es darum ging, die Menschen dazu zu bringen, Leitungswasser anstelle von Flaschenwasser zu konsumieren. Während Aufklärungskampagnen ohne nennenswerten Effekt blieben, gelang es der „*London on Tap*“ –Kampagne, die sozialen Restriktionen, die mit dem Konsum von Leitungswasser verbunden sind, in das öffentliche Bewusstsein zu bringen. Zunächst wurde der Konsum von Flaschenwasser in Restaurants öffentlich diskutiert, wobei hervorgehoben wurde, dass es sich hierbei um eine soziale Norm handle, die es so in anderen Ländern nicht gäbe. Ziel dieses Schrittes war es, an den vorab ausgeführten Begriffsapparat anzuschließen, die sich stillschweigend hinter der Praxis des Flaschenwasserkonsums verbergende Doxa zu artikulieren und diese einer potentiellen Veränderung überhaupt erst zugänglich zu machen. Diese Diskussion bewirkte unter anderem, dass die Scham, die mit dem Bestellen von Leitungswasser einherging, so zu reduzieren, dass in einem zweiten Schritt Anreize zum Bestellen von Trinkwasser erfolgreich werden konnten (pro Bestellung 1€ für die Organisation „*Water Aid*“, außerdem Designwettbewerb um die schönste Glaskaraffe) (vgl. ebd.: 32–33).

Um andere bei diesen Lernprozessen zu unterstützen, könnte es, wie im Beispiel die Diskussion über Wasser, Angebote geben, die konkret praktisches Erleben anbieten oder aber kommunikative Strukturen bereitstellen, innerhalb derer soziale Kontexte des Konsums verhandelt werden könnten (vgl. ebd.: 31). Um Aufmerksamkeit oder Interesse für nachhaltige Lerninhalte zu wecken, seien abstrakte und unspezifische Sentenzen wie „den Planeten retten“ ungeeignet. Ihnen fehle der Bezug zur konkreten Lebenspraxis der Subjekte und stehe für sie in keinem bedeutungsvollen Bezug zu ihrer Alltagswelt. Besser geeignet seien deshalb z.B. Erzählungen, die direkt an der Alltags- und Erfahrungswelt der Subjekte ansetzten und ihnen „*packages of situated knowledge*“ bereitstellten (vgl. ebd.: 31). Folglich lässt sich die Strategie, die die Autorinnen vorschlagen, so zusammenfassen: Erst gilt es, die soziale Norm aufzudecken, die einer umweltschädigenden Praktik zugrunde liegt, dann die entsprechende Praktik neu zu codieren, indem ihr eine andere Bedeutung gegeben wird und Anreize, z.B. Distinktionsgewinne, zu schaffen. Fraglich ist indes, ob es bei einer einmaligen Verhaltensänderung bleibt oder die neue Handlung zur routinierten Praktik wird. Ein weiteres Problem sei, dass die Konzentration auf eine Praktik nicht-intendierte Folgen haben kann, wenn nicht berücksichtigt wird, in welchem Zusammenhang sie mit anderen Praktiken des Alltags steht (vgl. ebd.: 37). So kann

es z.B. dazu kommen, dass die Nutzung von Energielampen zu einem Anstieg des Energieverbrauchs führt, weil sie häufiger und länger eingeschaltet werden (Rebound-Effekt). Wie Praktiken im Alltag miteinander verknüpft sind, ist jedoch schwer vorherzusagen.

Der praxeologische Ansatz ist zweifelsohne vielversprechend für die Erforschung von politischem Konsum als vergleichsweise stark in den Alltag integrierte politische Praktik, allerdings stellt die Motivation des Forscherteams hier nicht zuletzt eine Verhinderung dar: Auf der Suche nach Möglichkeiten, die Dispositionen zu verändern, kommen die Autoren letztlich aber nur dahin, die Praktiken zu verändern, in dem diese als nicht mehr adäquat zur Problembewältigung/Handlungsanforderung dargestellt werden – nicht aber die zugrundeliegenden Dispositionen. Das Beispiel mit dem Leitungswasser ist gut zur Veranschaulichung dieser Vorgehensweise geeignet: Als Disposition, die den Konsum von Leitungswasser in Restaurants verhindert, wird die soziale Situation angeführt, in der die Norm des Verhaltens in Restaurants: Sich richtig verhalten und nicht vom Kellner beschämen zu lassen, handlungsleitend wird. Das Bestellen von Leitungswasser wird als unangemessen interpretiert, weil es bspw. Sparsamkeit (Verweis auf Armut) oder defizitären Geschmack als Interpretation zulässt. Die zugrundeliegende Disposition ist es also, nicht als minderwertig zu gelten. Was also mit der Kampagne „*London Tap*“ gelingt, ist dem Bestellen von Leitungswasser vorübergehend zu gesellschaftlichem Ansehen zu verhelfen. Die eigentliche Disposition – gesellschaftliches Ansehen durch das Zuschaustellen ökonomischen und/oder kulturellen Kapitals zu gewinnen – bleibt davon unberührt. Der praxeologische Ansatz erweist sich dennoch als vielversprechender analytischer Zugang zur Komplexität eines politischen Konsumalltags. Bezogen auf die weiter oben dargestellten Befunde der quantitativen Studien zu politischem Konsum, könnten die kulturell bedingten Unterschiede politischer Konsumpraktiken aus einer Rekonstruktion der Logik der Praxis womöglich nachvollzogen werden. Strittig dürfte sein, wie die durch Politisierung und Digitalisierung bedingten Transformationsprozesse auf der Mikroebene eingeschätzt werden können. Während Bourdieu Veränderungen des Habitus für weitestgehend ausgeschlossen hielt, erscheinen doch die Argumente von Sahakian und Whilhite einleuchtend, dass Transformationen auf der Mikroebene dann wahrscheinlich werden, wenn gesellschaftliche Wandlungsprozesse sowohl auf den Körper wie auch auf die materielle und soziale Welt wirkten. Entscheidend scheint in diesem Kontext zu sein, konkret welche Dispositionen politische Transformationsprozesse begünstigen.

Politischer Konsum online

Aus dem Bereich des bürgerschaftlichen Engagements ist das Internet heute nicht mehr wegzudenken. Das haben in der Vergangenheit eine ganze Reihe von Studien höchst unterschiedlichen Zuschnitts auf breiter empirischer Basis belegt (z.B. Donk et al 2004, Vowe/Dohle 2008, Baringhorst et al. 2010). Gleichzeitig besaß das Internet von Anfang an einen stark privatwirtschaftlichen Charakter und im Zuge der Ausbreitung des Web 2.0 gewann der kommerzielle Aspekt im Internet weiter an Bedeutung. Digitalisierung muss also vor dem Hintergrund verschiedener Dynamisierungsprozesse – Politisierung, Kommerzialisierung, Individualisierung und Globalisierung – gesehen werden, die einen anhaltenden Druck auf die Routinen des Alltags ausüben, z.B. Praktiken der Kommunikation, des Einkaufens, des Gestaltens von Freundschaften usw. anzupassen und zu verändern. Welche Konsequenzen mit dieser vervielfachten Transformationsdynamik verbunden sind und wie sich etwaige Veränderungsprozesse strukturell auf den Wandel von Gesellschaft auswirken, ist unklar. Baringhorst (2010) spricht in dem Zusammenhang der Veralltäglichung politischen Protests zunächst einmal von „*neuen Gelegenheitsstrukturen*“, wobei Wandlungsprozesse im politischen, ökonomischen und medialen Feld adressiert werden, die eine „*Kopplung der Bürgerrolle an den Konsumentenstatus*“ begünstigen (Baringhorst 2010: 12). Für den Bereich des Politischen seien insbesondere neue Governance-Strukturen zu berücksichtigen, deren Kennzeichen die Zunahme der Beteiligung von unterschiedlichen Akteuren (nationalstaatlichen, europäischen, internationalen, insbesondere aber auch zivilgesellschaftlichen) bei der Lösung von Problemen sei. Nicht-Regierungs-Organisationen komme gerade bei nur trans-territorial zu lösenden Fragestellungen eine wachsende Bedeutung zu, wobei häufig die Verbindlichkeit und Zuständigkeit unklar bliebe (vgl. ebd.: 15). NRO fungieren als eine Art „*Weltgewissen*“, deren Öffentlichkeits-wirksame Kampagnen auf die Mobilisierung der Konsumenten abzielten, um Druck auf Regierungen wie Konzerne auszuüben (ebd.). Indem sie globales Marktgeschehen direkt mit der Alltagspraxis von Konsumenten verknüpfen, leisten sie das, was man als „*Rückbetung*“ (Giddens 1995: 102) bezeichnen könnte, nämlich die Bereitstellung eines Rahmens, um abstrakte Prozesse im wirtschaftlichen Bereich reflexiv auf ihr eigenes Leben und ihren lokalen Kontext beziehen zu können. Ökonomische Gelegenheitsstrukturen ergeben sich scheinbar paradoxerweise aus dem „*Machtzuwachs transnationaler Unternehmen*“, die mittels der Androhung der Verlagerung von Produktionsstätten und Firmensitzen ihre Interessen gegenüber nationalstaatlichen Regierungen durchsetzen können (Baringhorst 2010: 16). Besonderes Gewicht komme in diesen Auseinandersetzungen den Verbrauchern zu, die

ihrerseits mittels der Androhung oder Wahl der Exit-Option – begünstigt durch das Vorhandensein alternativer, gleichwertiger Produkte – die Veränderung von Unternehmenspraktiken anschieben könnten (vgl. ebd.: 16f). Problematisch erscheint aus Sicht der Verbraucher, dass ihnen in derartigen Konflikten ein immer höheres Maß an Verantwortung zu geschoben wird, sie aber bei dem Versuch, zu legitimen Alltagspraktiken zu finden, mit konfligierenden Expertenmeinungen sowie einer wachsenden Anzahl selbst-ernannter Experten konfrontiert sind. Eine zusätzliche Herausforderung, aber auch Chance für eine politische Konsumpraxis ist mit der Mediatisierung von Alltagshandeln verbunden. Baringhorst verweist unter Bezugnahme auf Margareth Scammell (2000), Arvidsson (2006) und Bennett (2003) darauf, dass die Marktbeziehungen zwischen Anbietern und Verbrauchern durch neue IuK-Technologien entscheidend zugunsten einer Stärkung der Verbraucher verändert würden. Als mediale Gelegenheitsstrukturen hebt sie *„die neue(n), effiziente(n) Möglichkeiten der kollektiven Wissensproduktion und ortsungebundener Gemeinschaftsbildung sowie auch für die Suche nach Informationen aller Art“* hervor (Baringhorst 2010: 18). Gleichzeitig muss aber berücksichtigt werden, dass der Zugang zu mehr Information für die Verbraucher unter Umständen problematisch sein kann – nicht nur, weil es womöglich zu einem *„Information overload“* kommt, sondern weil sich durch die Digitalisierung die Produktionsweise von Wissen überhaupt grundlegend wandelt. Das World Wide Web stellt darüber hinaus keinen geschützten Interaktions- und Kommunikationsraum für Verbraucher dar: Die sich in digitalen Räumen abzeichnende zunehmende Intersektionalität unterschiedlicher gesellschaftlicher Handlungsfelder konfrontiert Verbraucher im Netz mit vielfältigen Ansprüchen und Bezügen: Sie werden hier sowohl von NRO wie Unternehmen auch als Resource gesehen, die es mittels Mobilisierung oder Manipulation für die eigenen Anliegen einzuspannen gilt.

Verbraucherbildung im Internet

Gegenstand politikwissenschaftlicher Verbraucherforschung ist die Analyse verbraucherpolitischer Themen und Maßnahmen (Policy Analyse), die Untersuchung verbraucherpolitischer Akteure wie Organisationen und Institutionen (z.B. das BMVEL, der VZBV, NRO wie Foodwatch) sowie die Analyse von Prozessen der Steuerung, Mobilisierung, Aktivierung und Vernetzung. Während in dieser Arbeit der Fokus der Untersuchung auf Verbraucherinnen als politische Akteure gelegt wird, erfährt der individuelle Verbraucher in der politischen Ver-

braucherforschung kaum Aufmerksamkeit.¹¹ Doch ist auch bei einer Analyse auf der Mikro-Ebene zu berücksichtigen, dass den staatlichen und nichtstaatlichen Akteuren in der Mitgestaltung der Handlungsspielräume von Konsumenten eine wichtige Rolle zukommt. So legen staatliche Maßnahmen wie Gesetze und Förderrichtlinien (z.B. bei der Modernisierung von Wohnhäusern) nicht nur normativ den potentiellen Aktionsradius von Konsumenten fest, sondern schaffen gezielt Anreizstrukturen, um Konsumhandeln auch jenseits von Ver- und Geboten zu steuern. Hinzu kommt, dass Regierungs- wie Nichtregierungsorganisationen mit der Bereitstellung von Informationen Verbraucherhandeln unterstützen (und beeinflussen), indem den Verbrauchern unabhängig von Herstellerinteressen Daten zu Produkten und Dienstleistungen zur Verfügung gestellt werden, für deren Abruf und Verarbeitung sie freilich selbst verantwortlich sind. Diese bislang auf freiwilliger Basis ablaufende Verbraucherbildung soll jedoch in Zukunft zunehmend durch ihre Institutionalisierung, z.B. als Schulfach in allgemeinbildenden Schulen, intensiviert werden (vgl. Beschluss der KMK 2013¹²). Zusätzlich dazu sollen Verbraucher durch kleine „*Stupsers*“, sogenannten „*Nudges*“ in schwierigen Entscheidungsprozessen unterstützt werden (vgl. Reisch 2015). Dies bedeutet die Anwendung von Erkenntnissen der Verhaltensökonomik auf Konsumentscheidungsprozesse, so dass z.B. mittels Default-Einstellungen die Wahl des „*richtigen*“ Energielieferanten vorangetrieben wird. Demgegenüber stehen Vorstellungen von Verbraucherbildung, die stärker auf Prozesse der kollaborativen Wissensbildung von und durch Verbraucher setzen und hier insbesondere im Internet eine geeignete Infrastruktur für eine virtuelle Lernumgebung sehen. Denn bislang tun sich nicht nur staatliche Institutionen schwer mit der Bereitstellung von Plattformen im Internet, die einen Austausch von Verbrauchern auf Augenhöhe ermöglichen würden;¹³ auch NRO will die Implementierung einer aktiv-interaktiven, nicht ferngesteuerten Verbraucher-Plattform wohl zumeist aus strategischen Gesichtspunkten nicht gelingen (vgl. Lamla/Strünck et al.

11 Auch stellt sich die politische Verbraucherforschung in Deutschland als überwiegend Gender-neutrales Forschungsfeld dar.

12 http://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen_beschluesse/2013/2013_09_12-Verbraucherbildung.pdf.

13 Versuche in diese Richtung gab es zuletzt unter Renate Künast als Verbraucherministerin: Das „Extra net“. Mittlerweile – und hinsichtlich der stark hierarchischen Kommunikationsstruktur kaum ein Beispiel für kollaborative Verbraucherbildung – wurde das Verbraucherportal www.Lebensmittelklarheit.de eingeführt (vgl. dazu auch Baringhorst/Witterhold 2015).

2013; Baringhorst/Witterhold 2015). Nach Möglichkeiten der Beteiligung – abseits von Spenden – an verbraucherpolitischen Themen bzw. nach einer Plattform, die das ermöglichen würde, sucht man vergebens. Eine, zumindest theoretische, Ausnahme wäre das Projekt „wikiproducts“¹⁴, eine Art Verbraucherzyklopädie im Stil des bekannten „wikipedia“. Allerdings hat es den Anschein, als seien Verbraucher nur schwer von der Notwendigkeit zu überzeugen, ihr Verbraucherkwissen sachlich zu artikulieren, d.h. ohne dabei Bezug auf sich selbst oder eigene Erfahrungen zu nehmen. Genau diese Gelegenheit der Sozialisierung oder Individualisierung von Verbraucherkommunikation bieten aber Online-Plattformen kommerzieller Anbieter. Und mit Blick auf www.ciao.de, eine der mitgliederstärksten deutschsprachigen Verbraucher-Community, scheinen dem Anspruch der Verbraucher an virtuelle Kommunikationsräume tatsächlich am ehesten Anbieter des Markts nahezukommen. Ihnen gelingt es, die Verbraucher auf ihren Webseiten zur aktiven Teilnahme an Diskussionen zu Konsum generell wie auch zu Produkt- und Unternehmensbewertungen im Einzelnen zu motivieren. Bedenklich daran ist, dass von einem freien Meinungsaustausch jedoch auch dort, zumindest auf den zweiten Blick, nicht die Rede sein kann, wenn kritische Community-Mitglieder aufgrund ihrer Bemerkungen ausgeschlossen und ihre Beiträge gelöscht werden. Dies verweist auf eine grundlegende Problematik bei der Nutzung von kommerziellen Social-Web-Plattformen für nicht-kommerzielle Zwecke: Die Nutzer müssen zunächst einmal auf einige ihrer Rechte verzichten – formal auf das Recht auf ihr geistiges Eigentum und informell auf das Recht der freien Meinungsäußerung. Hinzu kommt die Moderation durch Social-Media-Agenten, die zwar einerseits unentbehrlich dafür ist, den Fluss der Kommunikation zu gewährleisten, indem sie beispielsweise neue Nutzer ermuntern, sich einzumischen oder auf deren Fragen eingehen. Andererseits nehmen sie jedoch als Angestellte des Plattform-Betreibers Einfluss auf Diskussionen, um diese – insbesondere bei Kritik am Betreiber – abzuschwächen oder in eine andere Richtung zu lenken. Vor allem aber darf nicht übersehen werden, dass das Ziel kommerzieller Anbieter darin besteht, letztlich einen Wert aus der Community-Arbeit abzuschöpfen. Dieser besteht dann zum einen in der Initiierung oder Verfestigung von Kundenbindung, zum anderen ganz einfach in dem Zugang zu Verbraucherdaten, die ihnen dort kostenlos zur Verfügung gestellt werden.

Wie diese Überlegungen zeigen, spielen in aktuellen Fragestellungen verbraucherbezogener politikwissenschaftlicher Forschung die neuen Medien mit ihren Vernetzungs-, Aktivierungs- und Informationspotenzialen eine zentrale

14 <http://de.wiki-products.org/Hauptseite> (zuletzt geprüft am 5.1.2016).

Rolle. Mit der Ausweitung der Internetnutzung sind immer wieder Hoffnungen formuliert worden, dass mit dem World Wide Web ein Medium entstanden sei, das zu einem Abbau kommunikativer und informativer Hierarchien führen könnte. Kritiker wenden gegen derart optimistische Einschätzungen ein, dass von einer breiten und weite Teile der Bevölkerung umfassenden Beteiligung in über das Internet stattfindenden Diskussionen überhaupt keine Rede sein könne. Vielmehr nutzten einzelne sowie bereits etablierte Organisationen das Internet gezielt als Instrument, die allgemeine Stimmungslage zu beeinflussen. Ein weiteres Argument gegen eine netzgestützte politische Diskurskultur sehen andere in deren Fragmentierung durch das Fehlen eines verbindenden Rahmens. Aus einer stärker auf die konsumptiven Aspekte des Verbraucherhandelns fokussierender Perspektive sind die strukturellen Bedingungen, denen Verbrauchern im Internet ausgesetzt sind, mitsamt ihrer Vor- und Nachteile, zweifelsohne von größerem Interesse. Unstrittig dürfte sein, dass mit dem World Wide Web eine Informations- und Kommunikationsmöglichkeit geschaffen wurde, die es Verbrauchern ermöglicht, so schnell und kostengünstig Herstellerinformationen abzufragen und zu überprüfen wie nie zu vor. Dazu tragen auch neuere Apps wie die Barcodescanner bei, die es dem Verbraucher schon im Laden ermöglichen, weiterführende Informationen zu einem Produkt abzurufen. Aus verhaltensökonomischer Sicht verkehren sich die Meriten des Internets jedoch in ihr Gegenteil. Die gefühlte unendliche Verfügbarkeit von Informationen führe nicht zu besser informierten Verbrauchern, sondern zu deren Überlastung, Orientierungsverlust und vor allem aus einer Nachhaltigkeitsperspektive zu schlechten Konsumentscheidungen: Lucia Reisch (2011) stellt heraus, dass Entscheidungen von Verbrauchern in Abhängigkeit zur jeweiligen Situation getroffen werden, was generell die Entscheidungsfähigkeit beeinträchtigt, da der situative Kontext unreflektiert Einfluss auf die Entscheidung habe. Immerhin stellt sich gerade vor dem Hintergrund globaler und ökologischer Zusammenhänge die Interpretation von Produktdaten als hochkomplexer und voraussetzungsvoller Vorgang dar.

POLITISCHE BETEILIGUNG

Was das Gender Gap in der Beteiligung an politischen Prozessen angeht, herrscht zwischen dem Main-Stream der akademischen Partizipationsforschung und der feministischen Forschung Uneinigkeit in Bezug auf mögliche Erklärungsansätze. Der politikwissenschaftliche Mainstream führt insbesondere drei Thesen an, um das schwächere Engagement von Frauen zu erklären. Die Ursachen seien erstens eine „*politikfernere Sozialisation*“ von Mädchen, die zu einer

spezifischen Geschlechtsrollenvorstellung führe. Praktiken politischen Engagements werden demnach als unweiblich wahrgenommen (Westle 2001: 131). Bei der zweiten These werde auf die sozio-ökonomischen Unterschiede zwischen Frauen und Männern verwiesen, die sich aus deren unterschiedlichen Lebenslagen ergeben. Die meist durch die geschlechtliche Arbeitsteilung begründeten Nachteile (weniger gesellschaftliche Anerkennung für Haus- und Familienarbeit, keine oder schlechter bezahlte Erwerbstätigkeit) führten dazu, dass Frauen über geringere Ressourcen, Interessen und Fähigkeiten verfügten, die für politische Partizipation notwendig seien (vgl. ebd.: 132, auch Stiegler 2008). Die vorgenannten sozialisatorischen und situativen Thesen hätten drittens dazu beigetragen, dass sich institutionelle Formen politischen Engagements „*Mustern männlicher Lebensführung*“ angepasst hätten, was zu einer „*strukturell geronnenen Frauenfeindlichkeit*“ führte (vgl. Westle: 133). Vertreterinnen feministischer Forschung kritisierten an diesen Thesen und der ihnen zugrunde liegenden Forschung zunächst grundlegend, dass Erklärungen und Deutungen zu Gender-Effekten immer erst a posteriori erfolgten, während Geschlecht als Kategorie im Forschungsprozess überhaupt nicht berücksichtigt würde. Auf dieser Grundlage seien Aussagen zu Geschlechterrollen entsprechend kritisch zu reflektieren (vgl. ebd.: 134). Zudem basiere die Mainstream-Partizipationsforschung auf (Ideal-)Vorstellungen politischer Partizipation wie dem autonomen Subjekt, weshalb die Gründe für ein schwächeres Engagement bei den Frauen gesucht würden und nicht in den externen Bedingungen bzw. fehlenden Ressourcen, die dieses schwächere Engagement begründeten. Zudem seien die Indikatoren für politisches Interesse vor dem Hintergrund zu hinterfragen, dass sich die Wahlbeteiligung von Frauen und Männern mittlerweile angeglichen hätte und Frauen gerade in nicht-institutionalisierten Engagement-Formen sogar stärker vertreten seien (vgl. ebd.: 134f). Denn das könne heißen, dass Frauen sich nicht weniger für politische Themen interessierten als Männer, sondern lediglich weniger für die Themen, die in standardisierten Befragungen erhoben würden (ebd.: 134). Auch sei zu überlegen, ob es angemessen und sinnvoll sei, die Partizipation von Frauen im Vergleich zu der von Männern zu erheben und zu interpretieren. Westle führt hier in Anlehnung an Vertreterinnen des Differenzparadigmas das Argument ein, dass Frauen, die im politischen System diskriminiert würden, nur konsequent handelten, wenn sie sich alternative Beteiligungsformen außerhalb suchten. Dies sei jedoch nicht als Beleg für ein schwächeres oder minderwertiges Engagement zu sehen, sondern für ein anderes (vgl. Westle 2001: 136). Da die politische Partizipation von Frauen nur in ihrer Differenz zum Ideal des männlichen Aktivbürgers beurteilt wird, folge daraus ein „*abgewertetes Politikverständnis*“ von Frauen (ebd.: 136). Demgegenüber seien die alltagsnahen und or-

ganisationsfernen Teilnehmungspraktiken von Frauen als Formen eines genuin anderen Politikstils (nicht eines defizitären) zu betrachten (vgl. ebd.).

Das Politische als Aushandlungsgegenstand

Pierre Bourdieu (2010) greift auch in seinen Abhandlungen zum Politischen auf den von ihm eingeführten Begriff des Feldes zurück. Demnach folgen die Akteure in dem jeweiligen Feld – z.B. dem der Wissenschaft – den feldspezifischen Regeln, die der Vergabe von Positionen im Feld zugrunde liegen und sich auf den notwendigen Einsatz an Kapital beziehen. Der Feldbegriff ist dem des Systems (Luhmann) wie auch dem der Sozialen Welten (Strauss) nicht unähnlich, insofern auch beim Feld dessen relative Eigenständigkeit – Autonomie – sowie die Auseinandersetzung mit einer bestimmten Frage, wobei es bei Bourdieu um (Deutungs-)Macht geht, zentrale Merkmale bilden. Je eher die Feldspieler in der Lage sind, die Regeln des Feldes selbst festzulegen, umso autonomer ist das Feld (vgl. Bourdieu 2013: 97). Für Akteure im politischen Feld bedeutet das, dass sie sich entsprechend der Spielregeln verhalten müssen, um akzeptiert und erfolgreich zu sein. Bourdieu beschreibt den Prozess des Erlernens und Aneignens der feldspezifischen Wissensinhalte und Verhaltensweisen als eine „*Konversion*“ (ebd.: 98). Beispielsweise muss ein Berufseinsteiger im Feld des Börsenhandels nicht nur ein umfangreiches Wissen über Devisen, Fonds und Anleihen besitzen, sondern dieses Wissen auch in einer bestimmten Art und Weise anwenden und präsentieren können. Für professionelle Politiker gelte ebenfalls ein Verhaltenscodex, dessen Nicht-Befolgung im schlimmsten Fall durch Ausschluss, z.B. mittels der Skandalisierung des regelwidrigen Verhaltens, sanktioniert würde. Eine wichtige Erkenntnis für diese Arbeit ist aber vielmehr, dass das Funktionieren des politischen Feldes – Bourdieu unterstreicht hier die Parallelen zum Feld der Religion – auf der Trennung von Experten und Laien beruhe. Grund für diese Trennung sei „*das eherne Gesetz der Oligarchie*“, bekannt vor allem durch Robert Michels (1911), der die Tendenz zur Machtakkumulation als zwangsläufigen (Neben-)Effekt jeder Art der Bürokratisierung beschrieb. Dem stellt Bourdieu (2013) gegenüber, dass es andererseits zahlreiche Zugangsmöglichkeiten zum politischen Feld gebe und sich die Verteilung dieser Chancen auch statistisch (anhand von Wahlbeteiligung oder der Bereitschaft, seine Meinung zu sagen) darlegen ließe. Die Unterschiede, die sich in diesen Umfragedaten manifestierten, wiesen aber auf einen zweiten Mechanismus in der Segregation von Experten und Laien hin, nämlich auf die „*sozialen Bedingungen des Zugangs zur Politik*“ (ebd.: 99). Beispielsweise hätte das Geschlecht einen bedeutsamen Einfluss darauf, ob jemand sich kompetent fühle, eine politische Frage zu beantwor-

ten: Frauen fühlen sich weitaus seltener politisch kompetent als Männer (vgl. ebd.). Gleiches gelte für arme und weniger gebildete Bürger. Die Folge des Zusammenhangs von politischer Beteiligung und sozio-strukturellen Merkmalen nennt Bourdieu einen versteckten Zensusmechanismus, der allen modernen Demokratien zugrunde liege. Ressourcen, die die Teilnahme am Politischen bzw. den Zugang zum und Erfolg im politischen Feld ermöglichen, sind in dieser Lesart also in erster Linie Geschlecht, Bildung und, wie Bourdieu hinzufügt, ökonomisches Kapital, das sich in freie Zeit konvertieren lasse (vgl. ebd.). Der wichtigste Mechanismus zur Machterhaltung sei die Schließung, d.h. die Abwehr von Eindringlingen, also nicht professionellen Politikern. So würden Bürger bei Versuchen, sich zu beteiligen, indem sie bspw. Vorschläge zur Lösung eines Problems machten – so es ihnen überhaupt gelänge, ihren Vorschlag zu artikulieren und sich Gehör zu verschaffen, was an sich nach Bourdieu schon eher unwahrscheinlich sei¹⁵ – als inkompetent bezeichnet:

„Weil sie es nicht ertragen können, dass Laien in den geheiligten Zirkel der Politiker eindringen, rufen sie diese zur Ordnung, sowie die Kleriker die Laien zurecht gewiesen hatten [...] Wenn man einem einfachen Bürger sagt, er sei politisch inkompetent, beschuldigt man ihn, unrechtmäßig Politik zu betreiben.“ (Ebd.: 100)

Das politische Feld funktioniert also, solange die implizite Annahme, dass nur Politiker Politik machen können, von den am Spiel Beteiligten nicht hinterfragt wird. Auch die politischen Handlungen selbst seien eher auf die der anderen Politiker – deren Themen und Standpunkte – bezogen als auf die Wählerbasis. Dies sei eine Folge des Abschottungseffekt, bei dem das Feld eine zunehmend interne, also an sich selbst gerichtete Logik entwickle, die sich dann als Stellungnahme für oder gegen eine Partei ausdrücke (nicht jedoch für den Mandanten) (vgl. ebd.: 102). Entscheidend sei in diesem Prozess die Entwicklung einer „spezifischen Kompetenz“, „ein Gespür für das jedem Feld eigene Spiel“ (vgl. ebd.: 103). Bourdieu veranschaulicht, was er mit feldspezifischer Kompetenz

15 Bourdieu (1930 – 2002) konnte die Möglichkeiten zur Veröffentlichung, wie sie sich mit dem Social Web bieten, nicht mehr in seine Überlegungen einbeziehen. Da seiner Ansicht nach die Medien und der professionelle Journalismus ebenfalls zum Feld der Politik dazugezählt werden müssten, hätten die Journalisten entsprechend ein Interesse an der Beibehaltung des Status Quo, an dem sie durch die Verteilung medialer Aufmerksamkeit aktiv mitwirken. Diese Überlegung ist zweifelsohne auch in Zeiten von Social-Web-Produktion und Do-it-Yourself-Journalismus noch wirksam, insofern die mitgliederstärksten sozialen Netzwerke und News Communitys in der Hand der großen Medienkonzerne sind.

meint am Beispiel der Kunst. So sei es im künstlerischen Feld von zentraler Bedeutung eine „*selbstverständliche Kenntnis einer bestimmten Reihe von Dingen*“ zu haben und nicht etwa Bilder malen zu können (ebd.). Durch politische Sozialisation erlerne der Neuling im politischen Feld die politische Kultur, deren Bestandteil nicht (nur) in der Kenntnis von Sachverhalten beruhe, sondern auch von Tricks, Phrasen und Konfrontations- und Konflikttechniken. Im Gegensatz zum Feld der Mathematik, welches aufgrund seiner Abgeschlossenheit zu den autonomen zähle, müssten sich die politischen Experten zumindest von Zeit zu Zeit den Laien zuwenden. Damit bewegt sich Bourdieus Beschreibung auf die Grenzen des Feldes und auf die Journalisten zu, denen die Aufgabe zukommt, diese Begegnung von Experten und Laien zu vermitteln. Wenn es darum geht zu entscheiden, wer oder was zum politischen Feld gehört, wendet Bourdieu eine einfache Regel an: „*Man erkennt die Präsenz oder Existenz eines Akteurs in einem Feld daran, dass dieser den Zustand des Feldes verändert (oder dass sich viel ändert, wenn er nicht mehr da ist).*“ (Ebd.: 105) Die Grenzen eines Feldes zu bestimmen bzw. die Fähigkeit, sie zu definieren, ist eindeutig mit Macht verbunden. Je weniger die impliziten Regeln, das Wissen darüber, was das Feld überhaupt sei und warum diese dazugehören und jene nicht, Gegenstand von Verhandlungen sind, desto autonomer kann das Feld funktionieren und seine Akteure agieren. Es könne aber passieren, dass die Grenzen des Feldes infrage gestellt werden, wenn eine Revolution (verstanden als die Einführung einer neuen Deutung) einen Paradigmenwechsel einleitet. Dadurch werde der Nomos, die dem Feld zugrunde liegende Sicht- und Teilungsprinzipien verändert (vgl. ebd.: 106). Ein Spezifikum des politischen Feldes sei nun, dass dessen Sicht- und Teilungsprinzipien am Gemeinwohl ausgerichtet sein müssten, wobei die Definition des Gemeinwohls sich aus den Sicht- und Teilungsprinzipien ergibt (ebd.): „*Wenn das von mir vorgeschlagene Teilungsprinzip von allen anerkannt wird, wenn alle die Welt so sehen, wie ich sie sehe, dann habe ich die ganze Kraft der Personen, die meine Sicht teilen, hinter mir.*“ (Ebd.: 107)

Deshalb ist der Kampf um die Vorherrschaft dessen, was als Nomos zu gelten hat, der zentrale Machtkampf, der das politische Feld ausmacht. Die Chance, eine Definition durchzusetzen, ist dabei abhängig von ungleich verteiltem Kapital und Deutungsmacht. Im politischen Feld sei dies überwiegend ein symbolisches Kapital, „*das an den Bekanntheitsgrad gebunden ist, daran, bekannt und anerkannt, **notabel** [Herv. im Original, Anm. K.W.] zu sein [...]*“ (ebd.: 108). Prestige sei nun erstens vom Gewicht der Partei, der man angehört, abhängig, sowie zweitens von dem Gewicht, das man selbst in dieser Partei hat (vgl. ebd.: 110). In dieser Lesart ist der Bürger mit den schlechtesten Zugangsvoraussetzungen zum politischen Feld auf der untersten Ebene politischer Einflussnahme

und Macht anzusiedeln. Von politischen „Aktiven“ und „Passiven“ zu sprechen verschleiert jedoch die „ökonomischen und sozialen Bestimmungsgründe der politischen Arbeitsteilung“ (ebd.: 43). Im politischen Feld werden Produkte erzeugt, die den „auf den Status von ‚Konsumenten‘ reduzierten gewöhnlichen Bürger“ zur Wahl angeboten werden (ebd.: 45). Transformationsprozesse können aber einen Paradigmenwechsel einleiten, der das „Monopol der Professionellen“ zum Verhandlungsgegenstand macht (ebd.).

Die sozialen und kulturellen Zugangsbeschränkungen zum politischen Feld, wie Bourdieu sie empirisch an der Bereitschaft, seine politische Meinung zu äußern, untersucht hat, sind oben bereits als versteckter Zensusmechanismus eingeführt worden. Dieser ist für die hiesige Fragestellung von außerordentlichem Interesse, da er einerseits auf eine strukturelle Benachteiligung von Frauen bei der Chance der Beteiligung an Politik verweist, andererseits aber auch generelle Rückschlüsse auf die für politische Beteiligung mindestens notwendigen Ressourcen darstellt. Es dürfte ohne weiteres selbstverständlich sein, dass ein Gefühl von politischer Kompetenz, verstanden als die Befähigung, zu einer politischen Frage begründet Stellung nehmen zu können oder einfacher: eine Meinung zu haben, eine zentrale Voraussetzung dafür ist, ob man politisch aktiv wird. Politisch aktiv werden, kann hier ganz grundlegend verstanden werden als das Vertreten einer politischen Meinung in der Öffentlichkeit. Frauen und Männer, wie Bourdieu auf Basis von Umfragedaten belegt, unterscheiden sich in Bezug auf die Einschätzung ihrer politischen Kompetenz. Interessant ist, dass es auch einen Bereich politischer Fragestellungen gibt, den ethischen, bei denen sich Frauen und Männer gleich kompetent fühlen (vgl. Bourdieu 1987: 628). Bourdieu erklärt dies durch traditionelle Moralvorstellungen, denen zufolge Frauen zur Bearbeitung ethischer Fragen „zuständig und berufen sind“ (ebd.). Je stärker die Frage jedoch auf Politik im „eigentlichen Sinne“ abziele¹⁶, desto drastischer falle die Anzahl der Antwort-Verweigerer unter den Frauen aus, nicht jedoch unter den Männern. Eindeutig setzt eine Stellungnahme zur Außenpolitik Frankreichs voraus, dass man Vorstellungen darüber hat, wie sich diese darstellt und mit welchen Folgen sie für die algerische und französische Bevölkerung verbunden wäre. Darin kommt nun aber nicht ein geringes Wissen von Frauen über Außenpolitik zum Ausdruck, sondern die Frage aktiviert aufgrund der Art, wie sie gestellt ist, die geschlechtliche Arbeitsteilung zwischen den Geschlechtern. Nach

16 Wortlaut der Frage: „Finden Sie es im Hinblick auf die französisch-algerischen Beziehungen wünschenswert, dass Frankreich seine Politik [Herv. im Original weggelassen, Anm. K.W.] der Zusammenarbeit mit Algerien fortsetzt?“ (Bourdieu 1987: 628).

Bourdieu steigt bei den Männern das Gefühl, zu einer politischen Meinung verpflichtet zu sein, in dem Maße, wie Frauen eine Antwort verweigern. Hinzu kommt, dass mit fallendem sozio-ökonomischen Status das Ausmaß dieser geschlechtlichen Arbeitsteilung zunimmt, das Gefälle zwischen den Geschlechtern hinsichtlich der Selbsteinschätzung ihrer Kompetenz immer weiter zunimmt (vgl. ebd.: 629). Im Hinblick auf politischen Konsum ist jedoch Bourdieus Beobachtung wichtig, dass, je mehr die Fragen Bereiche des Alltagslebens oder des Privatlebens berührten, sowohl die Unterschiede zwischen den Geschlechtern wie auch zwischen Gebildeten und weniger Gebildeten abnehmen (ebd.).

Politische Kompetenz – also das, was von der politische Elite darunter verstanden wird, ziele primär auf die technische Dimension politischer Fragen ab und würde auf diese Weise zu einer Zugangsvoraussetzung politischer Teilhabe. Dieser Zusammenhang ist umso bedeutsamer, wenn man berücksichtigt, dass

„die Neigung ein politisches Vermögen zu gebrauchen (zu wählen, ‚politisch zu argumentieren‘ oder ‚Politik zu treiben‘, sich bemisst an der Realisierung dieses Vermögens oder, wenn man so will, dass Gleichgültigkeit nur ein anderer Ausdruck für Ohnmacht ist.“ (Ebd.: 632)

Ein spezifisches Wissen ist also nicht ausreichend, um eine politische Meinung zu haben und auch zu vertreten. Von zentraler Bedeutung ist es, sich dazu berechtigt zu fühlen und, wie Bourdieu bekräftigt, dass diese Einschätzung der Eignung wiederum gesellschaftlich anerkannt wird (vgl. ebd.: 641). Die politische Meinung ist nach Bourdieu die Voraussetzung jeglicher politischer Handlung. Als Leitgedanke wohne ihr zudem notwendig *„Mobilisierungsfähigkeit inne“* (Bourdieu 2013: 149).

Kritik am Politikbegriff der Main-Stream-Forschung

Dass die Autonomie des politischen Feldes derzeit prekär geworden ist, zeigt nicht zuletzt die Diskussion darüber, was als politisch gelten kann. Z.B. kritisiert Westle den eingeschränkten Politikbegriff der Mainstream-Forschung, insofern nur solches Handeln als politisch definiert würde, welches sich konkret auf die Beeinflussung politischer Prozesse mittels institutionalisierter Engagementformen bezöge.

„Erfahrungsbereiche von Frauen, expressives Handeln und Identitätsbildungsprozesse würden damit in den vorpolitischen Raum abgeschoben, obwohl die Interessen von Frauen

evtl. nicht derart zweckrational durchsetzbar seien¹⁷. Dies enthülle einen Politikbegriff, der auf der veralteten, fiktiven Trennung von Privatheit und Öffentlichkeit, von Gesellschaft und Staat beruht.“ (Ebd.: 137)

Die Autorin deutet auf einen möglichen Lösungsweg hin, die Partizipation von Frauen und Männern unabhängig voneinander zu erforschen, wobei auch dem seit Kurzem eingeworfenen Argument Rechnung getragen werden könnte, dass Frauen keine homogene Gruppe bildeten (vgl. ebd.: 138). Den Ausgangspunkt von Westles Untersuchung, inwieweit die Wahrnehmung geschlechtlicher Ungleichheit bei der Partizipation ein Methodenartefakt sein könnte, ist zunächst die Feststellung, dass „*Arbeiten zur Partizipation unter Berücksichtigung von Geschlecht auf der Grundlage neuer Umfragedaten bislang kaum vorliegen*“ (ebd.: 138). Entsprechend können die Ergebnisse, die auf ALLBUS-Daten von 1998 basieren, kaum mehr als angemessen zur Beurteilung der politischen Partizipation von Frauen in Deutschland im Jahr 2015 angesehen werden. Andererseits zeigt Westle in ihrer Analyse „*ungeklärte Reste*“ bezüglich der ungleichen Beteiligung von Frauen und Männern auf, die bis heute nicht geklärt worden sind. Denn die Autorin kommt in ihrer Analyse zu dem Schluss, dass Frauen sich auch bei gleichen sozio-ökonomischen Voraussetzungen als schlechtere Bürgerinnen einschätzten. Sogar bei gleichem politischem Interesse bewerteten Frauen ihre politische Kompetenz geringer und schätzten ihr politisches Interesse, ihre Fähigkeiten und Chancen zur Einflussnahme insgesamt geringer ein. Zu einem ähnlichen Resümee kommen auch Geißel und Penrose (2003) in ihrer Aufarbeitung der genderbezogenen Partizipationsforschung zwei Jahre später. Während laut den Autorinnen die politikwissenschaftliche Mainstream-Forschung auf quantitative Befragungen zurückgreift, in denen geschlechtsspezifische Deutungen von „*politisch*“ nicht berücksichtigt werden (und auf diese Weise, wie kritisch angemerkt wird, ein androzentrisches Politikverständnis reproduziert und zur Norm erklärt wird), wird in der feministischen Forschung verstärkt mit qualitativen Methoden gearbeitet, die diesem Umstand Rechnung tragen. Dabei ist allerdings darauf hinzuweisen, dass sich die feministische Forschung stark auf spezifische Partizipationsformen bzw. das Engagement für spezifische politische Anliegen fokussiert: In der genderorientierten Partizipationsforschung werden speziell Formen der Partizipation untersucht, „*die traditionell einen großen Teil des weiblichen Beitrags zum Gemeinwohl ausmachen*“ (Cornelißen 1993: 325, zitiert nach Geißel/Penrose 2003: 12), d.h. Aktivitäten in Frauenvereinen und in der Frauenbewegung sowie soziales Engagement. Die Autorinnen verweisen da-

17 Westle bezieht sich hier auf Birgit Sauer (1994).

rauf, dass es zwar einige Thesen gibt, was das Engagement von Frauen in sozialen Bewegungen angeht, jedoch kaum empirische Belege neueren Datums. Frauen würden häufiger als Männer eine Professionalisierung und Institutionalisierung einer Bewegung ablehnen. Ihnen scheint die identitätsstiftende Wirkung einer Aktion für die jeweilige Gruppe oft wichtiger zu sein, Männer scheinen dagegen mehr auf die Außenwirkung zu achten – so zumindest die Ergebnisse älterer Studien (Rubart 1988). Aufgaben seien häufig nach traditionellen Geschlechterrollen aufgeteilt: zum Beispiel wären Frauen eher bereit, pflegerische Tätigkeiten bei Besetzungen, Demonstrationen o.ä. zu übernehmen; Männer würden leichter eigene inhaltliche Aspekte in die Arbeit der Initiativen einbringen. Cornelißen (1993) spekuliert, dass Frauen und Männer auch gelegentlich die Problemlagen unterschiedlich definieren (ebd.: 328). Es fehlen allerdings aktuelle empirische Daten, um die genannten Thesen zu bestätigen (Geißel/Penrose 2003: 12). In der genderorientierten Umfrageforschung wird – trotz wiederholt geäußerter Kritik – beispielsweise das Interesse an Politik mittels der Aufforderung sich selbst als sehr stark, stark, mittel oder wenig politisch interessiert einzuschätzen erhoben (vgl. Heß-Meining 2005: 384). Den Befragten bleibt es dabei selbst überlassen zu entscheiden, was politisch für sie bedeutet. Das ist problematisch, denn wie die Politikwissenschaftlerin Jennifer Fitzgerald (2013) in einer vergleichende Studie (Kanada/USA) feststellen konnte, changieren die Definitionen dessen, was für einen Bürger oder eine Bürgerin *politisch* ist, sogar innerhalb relativ homogener Gruppen (befragt wurden jeweils Mitglieder kommunaler Bürgeraktionsgruppen) erheblich. Nicht nur die nationalstaatliche Zugehörigkeit, sondern auch die ideologische Orientierung, die (Nicht-)Mitgliedschaft in einer Partei, die Bildung, das Alter und das Geschlecht haben einen Einfluss darauf, was als ein politisches Thema gilt (vgl. ebd.: 466). Dabei verstärken sich einzelne Faktoren nicht nur, entscheidend ist auch ein persönlicher Bezug zu einem Thema – wenn Bürger von einem Thema selbst betroffen sind, tendieren sie stärker dazu, es als politisch aufzufassen (vgl. ebd.: 467). Auf die offene Frage, was die Bürger selbst unter politisch verstehen, gaben 37% eine Definition ab, die sich direkt auf die Regierung bezog, beispielsweise: „*It means anything related to government bodies.*“ (Ebd.) Bei einer zweiten Gruppe, die 34%¹⁸ des Samples ausmachte, herrschte demgegenüber eine Betonung des kontroversen Charakters von politisch vor, also Statements wie: „*When diffe-*

18 Die Studie selbst war eher qualitativ angelegt, die Gesamtteilnehmerbezahl belief sich auf 241. Das Ziel der Studie war es aber auch nicht, die häufigste Definition von „politisch“ zu erheben, sondern die Heterogenität des Politikverständnisses.

rent people [...] have an interest in an issue to which others may be opposed. The issue then becomes ,political.““ (Ebd.: 468). Diese zwei dominanten Lesarten von *politisch* seien bedeutungsvoll, da Bürger, die beispielsweise die Deutung von *politisch* als Regierungsangelegenheit favorisierten, damit auch Urteile über die politische Natur von Dingen fällten – die sich nämlich dann daraus ergibt, ob die Regierung sich mit ihnen befasst oder nicht (vgl. ebd.). Wenn auch nicht repräsentativ, deuten die Ergebnisse der Studie zudem auf ein unterschiedliches Politikverständnis der Bürgerinnen und Bürger hin. Frauen tendierten zu einer engeren Definition dessen, was ihrer Ansicht nach politisch sei. Während also beispielsweise die Mehrheit der Männer ein Gespräch über Greenpeace politisch nennen würde, sehen das Frauen nicht so (vgl. ebd.: 473). Wenn aber Frauen nur einige wenige Themen als politisch auffassen, folgt daraus, dass sie mit der Frage nach ihrem politischen Interesse ein wesentlich geringeres Themenspektrum assoziieren als Männer. Für derartige Zusammenhänge wollte auch Ulrike Heß-Meining sensibilisieren, bevor sie die Unterschiede im Politikinteresse von Frauen und Männern auf Basis der Allbus-Daten von 2002 vorstellte: Während bei den Männern 14,8% ein sehr starkes bzw. 27,6% ein starkes Interesse an Politik angaben, waren es demgegenüber bei den Frauen nur 6% bzw. 17,6% (vgl. ebd.: 384).

Belegt ist der Zusammenhang von *Efficacy*, also dem Gefühl der Wirksamkeit eigener Handlungen, und Beteiligung, mit für Frauen dramatischen Folgen: Empirisch deutlich nachweisbar wirkt sich das politische Kompetenzgefühl (*Internal Efficacy*), also die Einschätzung der eigenen politischen Kompetenz, sowohl auf die Partizipation in konventionellen als auch in nichtkonventionellen Formen aus (Westle 2001: 153; Vetter 1997). Empirische Studien weisen gleichzeitig auf eklatante geschlechtsspezifische Unterschiede in der Kompetenzüberzeugung hin. Diese unterschiedlichen Kompetenzüberzeugungen haben fatale Folgen: Zweifel an den eigenen Kompetenzen stellen eine der wesentlichen Barrieren von Frauen, eine politische Karriere zu verfolgen, dar. Der Faktor „*politisches Kompetenzgefühl*“ ist somit für die Erklärung geschlechterunterschiedlicher Partizipation zentral (Geißel/Penrose 2003: 17).

Sie empfehlen vor dem Hintergrund genannter Forschungsdefizite ausdrücklich eine stärkere Zusammenarbeit von *Mainstream* und feministischer Forschung (vgl. ebd.: 19). Hilfreich könnte es beispielsweise sein, wenn in der *Mainstream*-Forschung mittels qualitativer Methoden Prozesse politischer Sozialisation also Politisierungsprozesse untersucht würden (ebd.). Die Kritik feministischer Forschung an der *Mainstream*-Position kann nicht gänzlich zurückgewiesen werden. Wenn man aktuelle Publikationen zu politischer Partizipation, Mediennutzung, politischer Bildung nach Ergebnissen oder Einschätzungen zum

Geschlechterverhältnis durchsucht, scheint das kaum auch nur eine Randnotiz wert. Hier scheint es an einer grundlegenden und kontinuierlichen Berücksichtigung von Geschlecht zu fehlen. Feministische Forschung andererseits fokussiert in ihren Studien zur politischen Partizipation von Frauen auf ein bestimmtes Politik-Feld, nämlich auf frauenpolitisches Engagement. Wie andere politische Felder von Frauen mittels nicht-institutionalisierten Praktiken bearbeitet werden oder welche Rolle dabei neuen Medien zukommt, wird weder in der „Mainstream“ noch in der feministischen Forschung untersucht. Beate Hoecker weist darauf, dass bei der geringen Beteiligung von Frauen an institutionalisierter Politik zu berücksichtigen sei, dass es sich gerade in Deutschland um ein historisch durch Männer erzeugtes System handele:

„Bis zum Jahr 1908 war Frauen durch das preußische Vereinsgesetz von 1850 die Mitgliedschaft in Parteien untersagt, und auch das allgemeine Frauenwahlrecht erhielten sie erst 1919 und damit 50 Jahre später als die Männer. Insofern hatten Frauen an der Gestaltung des politisch-parlamentarischen Systems keinen Anteil. Vielmehr fanden sie beim Eintritt in die politische Sphäre eine bereits verfestigte Grundstruktur vor, und auch heute noch sind die Formen der politischen Arbeit, also die Organisationsstrukturen sowie die Versammlungs- und Kommunikationsstile männlich geprägt.“ (Hoecker 2009: o.S.)

Dem entspricht auch die zentrale Bedeutung von Autonomie für Frauen aus politikwissenschaftlicher Perspektive wie aus soziologischer. Wenn eine Vielzahl von Frauen andere Formen politischer Beteiligung präferiert, als diejenigen, die gewöhnlich in quantitativen Befragungen erhoben oder die in den Medien als solche dargestellt werden, dann kann das darin begründet sein, dass Frauen weniger Vertrauen in die dominanten Formen politischer Gestaltung haben und nach individuelleren bzw. autonomen Formen der Beteiligung suchen. Dies könnte darauf verweisen, dass Frauen grundsätzlich andere (demokratische) Verfahrensweisen und Politikstile oder sogar eine andere politische Ordnung präferieren könnten. Von Interesse wäre es, stärker zu beleuchten, wie Frauen selbst ihr alternatives Engagement einschätzen: Als eine Ergänzung vorhandener, als politisch anerkannte Praktiken oder verorten sie sich selbst überhaupt nicht im Feld politischen Handelns? Gesetzt den Fall, das alternative Engagement von Frauen ließe sich als Ausdruck eines anderen Politik- oder Demokratie-Stils auffassen, könnte es dann nicht auch als eine Form von Kritik an der bestehenden politischen Ordnung gelesen werden? Die Autorinnen Zobl und Drüeke verweisen darauf, dass *„culture is the site of political critique and intervention“* (Zobl/Drüeke 2012: 16). Insofern als sich das Engagement von Frauen stärker in kulturellen Praktiken (als genuin politische) ausdrückt, scheint die Idee, es hier mit einem grundsätzlich kritischen Engagement zu tun zu haben, recht plausibel.

Politischer Konsum als Dritte Wege Feminismus

Die Forderung nach dem Recht auf Selbstbestimmung ist als das zentrale Postulat der sozialen Bewegungen zu sehen, die ab den 1960er Jahren in Deutschland aufkamen (Offe 1985). Besondere Relevanz kommt ihr in der Frauenbewegung zu. Während andere soziale Bewegungen inhaltlich (auch) auf andere Themenbereiche fokussiert waren – Frieden, Umwelt, Anti-Atomkraft – kann man sagen, dass die Artikulation des Anspruchs auf Autonomie den Kern der zweiten Frauenbewegung ausgemacht hat. Wie Gerhard schildert, ging dem ein Prozess voraus, im Zuge dessen sich politisch organisierte Frauen (zunächst vorwiegend Studentinnen) immer mehr bewusst wurden, dass sie mit ihrer Arbeitskraft politische Anliegen unterstützten, ohne dass ihren Anliegen als Frauen die gleiche oder überhaupt Aufmerksamkeit und Unterstützung zuteilwurde:

„[...] weil sie in den Versammlungen nicht zu Wort kamen und es leid waren, Flugblätter zu tippen oder Kaffee zu kochen und allein für die Betreuung der Kinder verantwortlich zu sein, um den Genossen so den Rücken für ihre politische Arbeit freizuhalten.“ (Gerhard 2008: 202)

Um sich aus dieser Art „politischer Arbeit“ zu lösen und eigene Vorgehensweisen für die Bearbeitung politischer Anliegen zu entwickeln, wählten die Studentinnen zu dieser Zeit den Weg, sich zunächst von den männlichen Kommilitonen zu separieren und eigene Gesprächskreise zu initiieren. Doch auch mit der Ausweitung der Frauenbewegung auf andere soziale Milieus blieb diese Strategie des Separatismus zur Ermöglichung von Autonomie erhalten. Aber die Bewegung sollte nicht nur autonom von anderen organisiert werden, sondern auch autonom in Bezug zu einem „*Staat und seinen Institutionen, die, als patriarchalische und systemstabilisierende erkannt, abgelehnt werden*“ (Knäpper 1984, zitiert nach Gerhard 2008: 203). Gerhard fügt hinzu, dass auch die individuelle Ebene von Autonomie hier bedacht werden muss: „*Individuell bedeutete Selbstbestimmung zunächst und vor allem die Entscheidung über den eigenen Körper sowie Befreiung aus männlicher Bevormundung und ökonomischer Abhängigkeit*“ (ebd.). Im hiesigen Kontext von großer Bedeutung ist die sich daraus notwendigerweise ergebende Entwicklung neuer Partizipationsformen:

„Alternative Formen politischer Einmischung, ein neuer Politikbegriff und damit eine Veränderung der zivilgesellschaftlichen Sphäre im Verhältnis zum Staat sind in der Bundesrepublik von der Außerparlamentarischen Opposition und der Studentenbewegung aufgebracht und praktiziert worden. Autonome, dezentrale und basisdemokratische Protest- und Aktionsformen, antistaatliche und antiinstitutionelle Orientierungen kennzeichnen den Protest und die Initiativen auch der neuen sozialen Bewegungen.“ (Ebd.: 204)

Auf der Suche nach politischen Ausdrucksmöglichkeiten jenseits patriarchal geprägter Strukturen, die ein selbstbestimmtes Engagement ermöglichen, wenden sich Frauen, so die These, vom Mainstream der politikwissenschaftlichen Forschung nicht als politisch wahrgenommenen Handlungsfeldern zu. In diesem Kontext spielen Konsum und digitale Handlungsmodi des Kommunizierens und Vernetzens eine herausragende Rolle, da sie den (pragmatischen) Rückbezug gemeinwohlorientierter Anliegen auf die individuelle Handlungssphäre des Alltags gestatten. Doch die feministische Forschung (in Deutschland) ist zurückhaltend, diese Praktiken als frauenspezifisches Engagement anzuerkennen, weil aus ihrer Sicht damit der Feminismus Gefahr laufe, entpolitisiert zu werden:

„In fact, the notions of a postfeminist politics and/or a political postfeminism have often been seen as futile, if not oxymoronic. Postfeminism has been defined as a depoliticization of feminist goals, inherently opposed to activist and collective feminist politic.“ (Genz 2006: 336)

Doch muss das so genannte postfeministische Engagement von Frauen zwangsläufig in Opposition zum Feminismus der zweiten Frauenbewegung interpretiert werden? Stephanie Genz gehört hier zu den Wissenschaftlerinnen, die einen vermittelnden Standpunkt einnehmen, um zunächst den Tendenzen und Möglichkeiten der politischen Beteiligung von Frauen nachzuspüren. Den Ausgangspunkt ihrer Überlegungen bildet die Neuausrichtung politischer Steuerung in Europa, wie sie von Tony Blair und Gerhard Schröder als „*Politik des Dritten Weges*“ eingeleitet wurde. Die „*Politik des Dritten Weges*“ stellt einen auf Anthony Giddens zurückgehenden Kompromissvorschlag dar, um die überkommenen Grenzen zwischen linker und rechter Politik zu überwinden und zu einem stärker auf den Einbezug der Zivilgesellschaft setzenden Dialog zu finden. Überkommen seien die Grenzen deshalb, weil keines der Lager in der Lage ist, auf die brennenden Fragen gegenwärtiger Gesellschaften adäquat zu reagieren:

„He [Anthony Giddens; Anm. K.W.] uses the label ‚Third Way‘ to refer to the debate about the future of left-of-center parties in the face of the major changes of our time – globalization, technological change, the coming of the knowledge-based society and changes on the level of individual life.“ (Ebd.: 347)

Mit dieser Politik gehe eine normative Aufwertung der Bürger einher, die nun stärker in die Verantwortung genommen werden, nicht nur für sich selbst, sondern auch für die Gesellschaft insgesamt. Für Frauen bedeute diese Entwicklung, dass sie zunehmend unter Druck geraten, da sie als nicht Erwerbstätige oder Teilzeitbeschäftigte mehrheitlich zur Gruppe der Verlierer gehören. Hinzukom-

me, dass sie als schlechte Bürger angesehen werden, da sie der Anforderung einer eigenverantwortlichen Bürgerlichkeit nicht gerecht werden:

„The idea of ‚responsible‘ (i.e. economically successful and competitive) citizenship implies a move away from the expectation of welfare and can be seen as a direct message to the disadvantaged and the poor, single mothers being a representative case of both.“ (Ebd.: 335)

Da es sich um eine Entwicklung handelt, deren Ausgang nicht abgesehen werden kann, fehlt es nicht nur praktisch an Bezugspunkten im Sinne von Communitys, Regeln und Referenzen, sondern im Stadium eines Experiments kann von einer politischen Effektivität bzw. der Wirksamkeit politischer Handlungen (noch) nicht die Rede sein (vgl. ebd.: 339). Im Gegensatz zu anderen Sozialwissenschaftlern, die in diesem Bild bereits Anzeichen für den Niedergang der Demokratie in Europa erkennen (wollen), betont Genz, dass dies ein historisches Moment sei, in dem die Grenzen von Politik, Wissenschaft und populärer Kultur neu verhandelt würden, ohne dass sich schon Aussagen über das Ergebnis dieses Prozesses machen ließen (ebd.: 337). Die teils entgegengesetzten Wahrnehmungen zum gegenwärtigen Stand postfeministischer Politik führt Genz auf die widersprüchlichen und unklaren Deutungen dessen zurück, was überhaupt als politisch zu gelten habe. Sie können als Folge eines postmodernen Prozesses der Neuverhandlung oder Auflösung der Grenzen zwischen unterschiedlichen Sphären gedeutet werden. Für Frauen sei die gegenwärtige Situation zunächst einmal mit einer doppelten Leistungsanforderung verbunden, ohne dass ihnen auf der anderen Seite die Möglichkeit offen stünde, sich mit anderen Frauen zu solidarieren und zu politischen Forderungen zu kommen: „*While women are clearly expected to pull their weight and fully move into employment (with which many feminists would agree), they are also denied the sense of collectivity provided by the feminist movement.*“ (Genz 2006: 335) Die aktuell geltenden kulturellen Rahmenbedingungen stehen jedoch einer Kollektivierung von Frauen, die bspw. die gemeinsam erfahrenen Probleme dieser doppelten Belastung (Erwerbsarbeit und Hausarbeit) zum Thema nehmen würde, entgegen. Das Leitmotiv seien stattdessen neo-traditionelle Werte, die den Fokus auf die Familie lenkten und so zu einer neuen Art der Individualisierung führten, die einer Solidarisierung benachteiligter Gruppen im Wege ständen. Während im Zuge der zweiten Frauenbewegung Weiblichkeit infrage und schließlich in Opposition zu Feminismus gestellt wurde, bietet sich über den Postfeminismus die Möglichkeit, eine weibliche und feministische Identität zu entwickeln – eine Verbindung, die der akademisch-feministische Diskurs scharf kritisiert, da darin ein Rückschritt zu traditionellen Frauenbildern gesehen wird (vgl. ebd.: 344). Diese Möglichkeit wird

von Genz nicht ausgeschlossen, gleichzeitig lehnt sie es ab, die Versuche von Frauen, weiblich politisch zu handeln, von vornherein zu verurteilen. Diese Experimente mit Politik und Weiblichkeit eröffneten einen Raum für „*die Konstruktion neuer Weiblichkeiten, angelehnt an Vorstellungen von Autonomie und Agency*“ (ebd.: 345) [Übersetzung K.W.]. Der Kopplung von politischem und ökonomischem Handeln kommt in diesem postfeministischen Experimentierfeld eine zentrale Rolle zu:

„While critics have tended to dismiss these everyday acts of shopping as instances of patriarchal colonization, the paradoxical possibility of ‚active consumption‘ also contains the seeds of a sexual micro-politics whereby women exert their consumer agency to achieve empowerment by using their bodies as political tools within the parameters of a capitalist economy.“ (Ebd.)

Genz ist zögerlich, was die Perspektiven eines, wie sie es nennt „*Third Way Feminism*“ auf dem Level von Makro-Politik angeht. Doch verdienen ihrer Ansicht nach die Anstrengungen von Frauen, ihre Identität als Frauen im Kontext von einer alltagsgebundenen Politisierung neu zu entwerfen, zumindest Beachtung.

ONLINE(FRAUEN)FORSCHUNG

Geschlechterrollen reproduzieren sich nicht nur in den Bereichen Konsum und Politik, auch die Medien und die den Medien zugeordneten Praktiken sind geschlechtlich konnotiert. Die über die Massenmedien kommunizierten Bilder und Erzählungen von männlichen und weiblichen Akteuren und den ihnen zugeschriebenen Praktiken verfestigen zudem konventionell-stereotype Sichtweisen auf Geschlecht. Darüber hinaus lässt sich feststellen, dass Frauen gegenüber Männern in medialen Darstellungen unterrepräsentiert sind, was beispielsweise von Elisabeth Klaus (1998) schon in den 1990er Jahren belegt wurde.¹⁹ Dass das noch heute ungebrochen Gültigkeit besitzt, stellt Heike vom Orde (2013) im Zuge ihrer Aufarbeitung des Forschungsstands zu Geschlechterstereotypen in Medien fest, denn „*alle vorhandenen Analysen zur Geschlechterrepräsentation im deutschen Fernsehen belegen die generelle Unterrepräsentanz von Menschen weiblichen Geschlechts in fiktionalen und nonfiktionalen Formaten*“ (ebd.: 12).

Außerdem verlief die Darstellung von Männern und Frauen in eng definierten Rollen, was angesichts der Bedeutung, die mediale Darstellungen für He-

19 Zu erwähnen ist auch die Küchenhoff-Studie aus den 1970er Jahren, die zu ähnlichen Ergebnissen führte (Küchenhoff/Boßmann 1975).

ranwachsende als Orientierung für die Entwicklung ihrer sozialen Identität haben, bedenklich sei (vgl. ebd.: 11). In Anlehnung an die Ergebnisse der IZI-Studie „*Children’s Television Worldwide: Gender Representation*“ stellt vom Orde fest, dass in Kinderprogrammen lediglich 32% der Charaktere Mädchen- und Frauenfiguren sind. Dabei seien diese Charaktere nicht nur häufig hilfloser und als Mitläuferinnen statt als Anführerinnen gezeichnet, besonders besorgniserregend sei ihre Darstellung. Dreiviertel der weiblichen Charaktere seien mit Körpern ausgestattet, deren Maße weit an denen realer Körper vorbeigingen. Auch im Bereich der Nachrichtenberichterstattung ließe sich die Weiterführung der bereits in 70er und 80er Jahren von Kommunikationswissenschaftlerinnen angemahnte Marginalisierung und Trivialisierung bei der Darstellung von Frauen beobachten. Für Deutschland stellt der GMMP-Report (Global Media Monitoring Project-Report) von 2010 fest, dass an dem Tag der Stichprobenziehung gerade einmal 22% der Medienberichterstattung in Radio, Fernsehen und Print Frauen thematisierte. Und das an dem Tag, an dem die deutsche Kanzlerin ihre Antrittsrede hielt (10.11.2009).²⁰ Vor diesem Hintergrund wird verständlich, warum Feministinnen mit der Verbreitung des Internets anfangs große Hoffnungen für eine stärkere Beteiligung und Repräsentanz von Frauen in der öffentlichen Kommunikation verbanden. Demgegenüber weist Laura Bates (2013) darauf hin, dass die negative und stereotype Darstellung von Frauen mit dem Aufkommen neuer IuK-Technologien sogar noch zugenommen hätte. Verantwortlich dafür sei die Aufmerksamkeitsökonomie von Mediennachrichten, die im World Wide Web verschärften Bedingungen unterliege (mehr Anbieter, problemloses „Umschalten“ der Nutzer von einem Nachrichtenkanal auf einen anderen sowie der Druck, auch ohne Neuigkeiten „News“ zu produzieren). Als Beispiel für eine Strategie, Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen und News-Leerstellen zu füllen, führt Bates die Webseite der britischen Zeitung „*Daily Mail*“ an, die laut Bates eine eigene News-Rubrik eingerichtet an, die der Kommentierung von Frauenkörpern dient²¹. Neben so genannten „*Creep Shots*“, bei denen überwiegend

20 http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2010/national/Germany.pdf.

21 Die News-Rubrik der Daily Mail für Frauen heißt FEMAIL und reduziert Frauennachrichten auf den Bereich des Körpers. Z.B. befasste sich die Top-Schlagzeile am 25.3.2015 mit der Haar-Verlängerungskampagne des britischen Models Jessica Wright, Platz zwei war der Bericht über eine Tänzerin, die trotz eines angeblich entstellenden Geburtsmal im Gesicht auf plastische Chirurgie verzichtet: Allein dieser Bericht verzeichnete bereits um die Mittagszeit über 300 Kommentare von Leserinnen

Bilder von Frauen ohne deren Wissen im Internet hochgeladen und kommentiert würden, sei insbesondere das Aufkommen von „*Lads Magazines*“ mit großer Sorge zu betrachten. Dabei handelt es sich um an männliche Nutzer adressierte Online-Communities, deren Kommunikation von einem ausgeprägten Frauenhass bis hin zu Aufrufen zu Gewalt an Frauen gekennzeichnet sei. Wie Bates auf Basis ihrer eigenen Erfahrung schildert, sind Frauen, die im World Wide Web für die Rechte von Frauen eintreten, täglich Anfeindungen ausgesetzt, die – unter dem Schutz der Anonymität – bis hin zu Mord- und Vergewaltigungsandrohungen reichten (Bates 2013: 55). Wenn diese Angriffe auch zum Rückzug von einigen Frauen aus dem Netz führe, so betont Bates auf der anderen Seite die Chancen, die sich Frauen durch Medienplattformen zur wechselseitigen Information, alternativen Darstellung und zum Zusammenschluss böten. Einen Erfolg konnten Bates und ihre Mitstreiterinnen (darunter die Initiatorin der Kampagne „*Women, Action, and the Media*“, kurz WAM, Jaclyn Friedman)²² z.B. gegenüber Facebook verbuchen, indem sie Gewalt an Frauen verherrlichende Inhalte auf Facebook dokumentierten und die Ergebnisse mittels Twitter verbreiteten. Facebook, das bis dahin zumindest Anfeindungen gegen Homosexuelle und Juden sanktionierte, stimmte zu, demnächst auch an Frauen adressierte Hassbotschaften zu ahnden.

Die Hoffnung, dass sich mit der Internettechnologie für Frauen die Möglichkeiten der Mitgestaltung und Teilnahme ausweiten würden, wurde schon in der Anfangszeit des Internets von einer ganzen Reihe von Wissenschaftlerinnen artikuliert (Donna Haraway und Sherry Turkle sind hier die meist zitierten Autorinnen). Als offener Kommunikations- und Interaktionsraum könne das Internet dazu beitragen, dass Personen, die sonst in der Medienöffentlichkeit unterrepräsentiert seien – was in gleichem Maße auf deren Interessen und Themen zutrefte – sich zu Wort meldeten. Dabei spielte nicht nur die Möglichkeit des Zugangs zu „*one-to-many*“-Kommunikation eine Rolle, entscheidend sei auch, dass Frauen sich in der digitalen Kommunikation durch Anonymität schützen könnten. Auch sei das Spiel mit unterschiedlichen Identitäten im Netz eine Gelegenheit, sich selbst abseits tradierter Rollenmodelle auszuprobieren und zu entwickeln. Nach dieser euphorischen Anfangsphase machte sich jedoch zunehmend Ernüchterung breit. Frauen erwiesen sich bei der Nutzung des Internets als wesentlich zurück-

(der Bericht über das Model kam auf lediglich 62). (Vgl. auch: <http://www.dailymail.co.uk/femail/index.html>, zuletzt geprüft am 25.03.2015).

22 <http://www.nzz.ch/aktuell/digital/facebook-revidiert-content-policy-1.18089618> (zuletzt geprüft am 25.03.2015).

haltender als Männer, was sich in einem Digital Divide der Geschlechter ausdrückte.

Onlinenutzung in Deutschland nach Geschlecht

Von einem Digital Divide der Geschlechter kann heute aber kaum noch die Rede sein. Das zeigen nicht zuletzt auch die statistischen Daten, die den rasanten Anstieg des Anteils von Frauen unter den Internetnutzern in den letzten zehn Jahren belegen. Noch 2003 lag der Anteil der Nicht-Nutzerinnen im Bundesdurchschnitt bei 57,9% gegenüber 41,2% Nicht-Nutzer bei den Männern. Doch mittlerweile haben Frauen erheblich aufgeholt: 2013 sind 81,4% der Männer und 71,8% der Frauen online (Nonliner 2013). Laut ARD/ZDF-Onlinestudie für dasselbe Jahr nutzten in Deutschland insgesamt 77,2% der Bevölkerung (über 14 Jahren) das Internet gegenüber 53,5% zehn Jahre zuvor (2003) (van Eimeren/Frees 2013). Hier zeigen die Zahlen noch eine etwas deutlichere Dominanz von Männern bei der Online-Nutzung: Gegenüber 71,1% aller Frauen in Deutschland nutzen 83,5% der männlichen Bevölkerung das Internet (ebd.). Während die durchschnittliche Verweildauer sich 2003 noch deutlich unterschied (Frauen 110min/Tag gegenüber Männer 161min/Tag), ist die Verweildauer bei Männern nur geringfügig auf 174min/Tag angestiegen, die der Frauen aber auf 163min/Tag (ebd.: 361). Einen weitaus größeren Einfluss als das Geschlecht hat das Alter auf die Internetnutzung, bspw. verbringen die 14–29jährigen durchschnittlich 237min/Tag im Internet gegenüber 120min/Tag bei den 50–69jährigen. Laut (N)Onliner 2013 nutzen 97,5% der 14–19jährigen das Internet gegenüber 63,7% (30,2%) der 60–69jährigen (Initiative 21-D 2013). Einen erheblichen Einfluss hat zudem die Bildung. Hier zeigt sich das massivste Gefälle bei den Absolventen von Volks- bzw. Hauptschule, von denen nur 60,7% online sind gegenüber 91,5% der Abiturienten.²³ In Bezug auf die gezielte Nutzung von Onlineanwendungen lassen sich eher geringfügige Unterschiede ausmachen: Männer nutzen etwas häufiger Suchmaschinen (85 zu 80), sie senden etwas häufiger Emails (80 zu 78), sie suchen häufiger gezielt nach Information (76 zu 69), dafür surfen sie aber auch häufiger ziellos (48 zu 40), Frauen nutzen etwas häufiger Online-Communitys (41 zu 37), Männer deutlich häufiger Apps (40 zu 29), Videoportale (38 zu 25) und laden deutlich häufiger Dateien herunter (29 zu 15). Kaum einen Unterschied gibt es beim Bestellen von Büchern und CDs (4 zu 4), Ersteigern (5 zu 6) oder beim Onlineshopping generell

23 <http://www.initiated21.de/portfolio/nonliner-atlas/> (zuletzt geprüft am 25.3.2015).

(6 zu 6). Interessant dürfte noch der Hinweis sein, dass sich Männer lt. ARD/ZDF Online Studie von 2013 im Internet auf der Ebene der Inhalte sehr viel stärker mit wirtschaftlichen Themen auseinandersetzen als Frauen (37 zu 19), mit Sport (50 zu 21), mit Wissenschaft (50 zu 37), während Frauen ein stärkeres Interesse im Bereich Kultur, Boulevard und Angebote für Kinder an den Tag legen (van Eimeren/Frees 2013: 365). Blendet man jedoch die Unterscheidungslinie Mann/Frau aus, sieht es so aus, dass Frauen das stärkste Interesse online für aktuelle Serviceinformationen haben, sich bspw. über Verkehr und Wetter informieren, bevor sie aus dem Haus gehen, gefolgt von dem Interesse an aktuellen Nachrichten zum politischen Geschehen (49) überregional/international und regional (46). Zudem lohnt sich noch der Blick auf die Nutzung von Social Media wie auf mobile Internetnutzung. Gerade bei letzterer zeigen sich deutliche Unterschiede in der mobilen Nutzung sozialer Netzwerke: Frauen kommunizieren häufiger unterwegs via mobiler Onlineanwendungen (78 zu 76), wofür sie insbesondere Facebook (40 zu 20) und Whatsapp (39 zu 33) einsetzen (van Eimeren 2013: 390). Dazu passt, dass Frauen auch in Bezug auf die Frequenz der Nutzung von sozialen Netzwerken leicht dominieren (63% der weiblichen Nutzerinnen nutzen täglich soziale Netzwerke gegenüber 57% der männlichen Nutzer). Dabei bevorzugen Frauen einen Laptop oder ein Smartphone, um das Internet nutzen, während Männer sehr unterschiedliche Zugangsmöglichkeiten, wie bspw. auch Spielekonsolen oder Smart TVs, verwenden.

Digitalisierung und Transformation

Mit dem Aufkommen des Social Web wurde die Diskussion um das Potenzial und den Einfluss der Digitalisierung auf demokratische Partizipation und demokratische Prozesse im Internet wiederbelebt. Dazu trägt mitunter bei, dass sich zunehmend eine Perspektive von Mediatisierung als einem Meta-Prozess sozialen Wandels etabliert (Hepp 2011: 69). Mit dem Präfix „*Meta*“ soll ausgedrückt werden, dass es sich dabei nicht um eindeutig zeitlich, räumlich oder thematisch eingrenzbares Phänomene handelt, sondern um solche, die alle gesellschaftlichen Bereiche, Institutionen, Sinnkonstruktionen usw. betreffen, ohne dass sich ein Anfangs- und Endpunkt des Prozesses bestimmen ließe. Friedrich Krotz als ein Vertreter des Mediatisierungsansatzes betont die Signifikanz vor allem vierer Metaprozesse, neben der Mediatisierung seien das Kommerzialisierung, Individualisierung und Globalisierung, die wiederum miteinander in einem sich wechselseitig bedingendem Verhältnis stünden und den sozialen Wandel dynamisch beschleunigten (Hepp 2010: 12, Krotz 2007: 28). Die Digitalisierung als ein Mediatisierungsprozess hebt sich laut Krotz von anderen Medien durch

Entgrenzung ab, die u.a. durch die Vermischung von Situationen gekennzeichnet sei, in denen unterschiedliche Formen von Kommunikation gleichzeitig stattfinden (können). Insofern sei das zentrale Merkmal des Internets das eines Hybrid- oder Meta-Mediums (vgl. Krotz 2007: 35). Insgesamt ließen sich verschiedene Entgrenzungsprozesse ausmachen, die die Digitalisierung vorantreiben: Entgrenzung von Zeit: Medien und Inhalte stehen immer zur Verfügung, Entgrenzung des Orts: Lokalität wird für Kommunikation zunehmend bedeutungsloser, jedenfalls für ihre Ermöglichung, Entgrenzung von sozialen und situativen Kontexten, die sich in einer Durchmischung unterschiedlichster Motive und Anliegen zeigen (vgl. ebd. 96). Für die Subjekte ergebe sich aus der Digitalisierung ein Relevanzproblem, insofern sie unter Entscheidungs- bzw. Bewertungszwang stehen, da durch Entgrenzungsprozesse eine Vielzahl von Informationen und angelegener mediatisierter Kommunikation eine Selektion erfordert (vgl. ebd.: 106). Offline verfüge man über Routinen, die von diesem Druck entlasten, diese griffen jedoch online nicht oder seien nicht mehr anwendbar²⁴: „Der Nutzer kann sich nicht mehr auf das Verstehen, Verarbeiten und Verwenden von Kommunikation beschränken, er muss im Voraus entscheiden, auf welche Kommunikation er sich einlässt.“ (Ebd.)

Göttlich schlägt in Anlehnung an den Mediatisierungsbegriff von Krotz eine praxistheoretische Perspektive bei der Diskussion um die Auswirkungen von Medien auf den Alltag vor, den er als „Alltag der Mediatisierung“ spezifiziert. Zu berücksichtigen sei, dass dieser bei „Sozial- wie Altersgruppen aber auch in verschiedenen Kulturen sowie im historischen Prozess erheblich variieren“, was die Situationsspezifität bzw. Kontextabhängigkeit der Medienaneignung in den Vordergrund rückt (Göttlich 2010: 23):

„Wenn man Mediatisierung als entscheidenden Aspekt des Alltags versteht, dann gilt es vielmehr zu betonen, dass der Alltag der Mediennutzung nicht den Charakter einer mehr oder weniger autonomen Sonderstruktur besitzt, sondern den eines integralen Bestandteils der Struktur der Gesellschaft und mit ihr der gesamtgesellschaftlichen Machtstrukturen hat, die sich in der Praxis fortsetzen und in deren Performativität äußern.“ (Ebd.)

24 Demgegenüber zeigen empirische Studien, dass sich Routinen des Offlinealltags, beispielsweise ökonomische Praktiken, in digitale Welten verlängern und reproduzieren lassen (vgl. z.B. Lamla 2008b: 311ff). Insofern ist es jeweils im Einzelfall zu prüfen, wie individuelle Dispositionen in digitalen Räumen ausgestaltet werden und ob sich fallübergreifend Gesetzmäßigkeiten ausmachen lassen, die Anhaltspunkte zu den Voraussetzungen für Reproduktions- oder Transformationsprozessen liefern.

Dem Autor geht es bei seinem Vorschlag darum, die Konsequenzen der Mediatisierung bzw. den Alltag der Mediatisierung in den Blick zu nehmen. Medien sollten daher als „*Durchgangspunkte sozialer Praktiken*“ verstanden werden. Eine solche Analyseperspektive muss das Ensemble aus Akteur, Aktant, Kontext und verfügbaren Mitteln in Bezug zu Routine und Transformation, zu Repetitivität und Unberechenbarkeit, zu Sicherheit und Kreativität setzen (ebd.: 29f). Wie eingangs erwähnt, kommt es in der Analyse darauf an, die unterschiedlichen Voraussetzungen und Ressourcen der Akteure bei der Herausbildung und Stabilisierung neuer Praktiken zu berücksichtigen: Medien und die von ihnen ausgehenden Dynamiken sollten nicht nur als Transformation(-schance) von Praktiken gesehen, sondern umgekehrt auch der konstitutiven Funktion sozialer Praktiken für gesellschaftliche Transformationsprozesse Rechnung getragen werden. Mit dem Fokus auf Reproduktion und Transformation erhält der Aspekt der Kreativität, der als eine Art des Umgangs mit der Unbestimmtheit (und Unsicherheit) neuer Praktiken einhergeht, eine entscheidende Betonung (vgl. ebd.: 31).

Webgestütztes Engagement von Frauen

Welche Transformationen lassen sich nun im Bereich des bürgerschaftlichen Engagements von Frauen im World Wide Web beobachten? Eine Chance zur Partizipation ergibt sich hier zunächst durch einen stärker individualisierten Medieninhaltszuschnitt; Themen, Inhalte und Sender können je nach eigenem Interesse abonniert werden, hinzu kommt die mittlerweile technisch voraussetzungslose Eigenproduktion von Medieninhalten. Deshalb gelten das World Wide Web und insbesondere die Strukturen des so genannten Social Web auch im feministischen Diskurs als potenzielles Werkzeug oder Raum zum Empowerment von Frauen. Neben der These, dass Frauen mittels dieser Technologie stärkeren Einfluss auf Medieninhalte ausüben könnten, wurde auch die Annahme formuliert, dass auf diese Weise die Partizipation von Frauen an der demokratischen Öffentlichkeit vereinfacht und befördert würde. Politikferne Gruppen könnten sich nun eher gemäß ihrer Interessenlagen weiterbilden und beteiligen, gezielt eigene Anliegen vorantreiben, wobei sie sich mittels Anonymisierung gegenüber Angriffen schützen könnten. Auf diese Weise wird ein unverbindliches Ausprobieren politischer Beteiligung möglich.

Generell dominiert in der Geschlechterforschung zum Internet in Bezug auf sein umstrittenes partizipatorisches Potenzial die Frage, ob denn insbesondere feministische Politik davon profitieren könnte (z.B. Schmidt 2011). Infolge sind feministische Netzwerke und Blogs Gegenstand empirischer Forschung. Die Frage, inwieweit Web 2.0-Anwendungen einen Effekt auf die politischen Prakti-

ken von Frauen generell – oder gar auf solche des Postfeminismus – haben könnten, indem neue, alltagsbezogene mikro-politische Praktiken ermöglicht werden, die sich nicht primär um Frauenpolitik drehen, scheint demgegenüber wenig zu interessieren. In Bezug auf die digitalen Infrastrukturen setzen sich feministische Wissenschaftler beispielsweise mit den Suchalgorithmen auseinander, die Vorstellungen zu Geschlecht stereotyp organisieren. Ähnliches gelte auch für die mittlerweile allgegenwärtige personalisierte Werbung im Webbrowser, die geschlechtsspezifisch Vorschläge für entsprechende Konsumgüter mache. Bei der Eingabe von „*woman*“ in das Suchfeld von Google erhalte man Vorschläge wie „*the future of man*“, „*a devil*“ oder „*too pretty to work*“ (ebd.: 241). Auch an vielen anderen Stellen seien es Algorithmen, die Empfehlungen geschlechterstereotyp organisieren: Gebunden an Surfverhalten, App-Käufe, youtube-Klicks usw. erhalten Nutzer häufig geschlechtsspezifisch ausgerichtete Werbung für Konsumgüter wie Lifestyle-Apps, Musikclips oder Handyspiele (Freudenschuss 2014: 10). Nicht zuletzt veränderten, so Freudenschuss, digitale Technologien auch die politischen Praktiken, deren Konsequenzen und demokratische Qualität eine theoretische Neubestimmung erforderlich mache (vgl. ebd.: 12). Doch, wie das bereits in der Einleitung der Dissertation erwähnte Projekt „*Frauenbewegung online*“ zeigt, ist das Engagement von Frauen in frauenpolitischen Zusammenhängen eher zurückhaltend. Und auch die kürzlich zum Thema Digitalisierung erschienene Schwerpunktausgabe des Journals „*Femina Politica*“ stellt eine überwiegend negative Bilanzierung der politischen Teilhabe von Frauen im World Wide Web dar. Bereits in der Einleitung wird ein Zusammenhang zwischen digitaler Kommunikation und Angriffen auf Feministinnen (Mord- und Vergewaltigungsdrohungen) hergestellt (Femina Politica 2014: 7). Diese Zusammenhänge zwar anerkennend, kommen Drüeke und Zobl (2012) in ihrer Evaluation alternativer feministischer Medienprojekte in Europa zu einem weniger pessimistischen Zwischenfazit. Für sie stellt alternative Medienproduktion, die sich nicht ausschließlich, aber zunehmend der Infrastruktur des WWW bedient, das zentrale Kommunikationsinstrument des „*Third Wave Feminism*“ dar. Wenn Frauen sich politisch engagierten, hätten sie dazu immer eigene Instrumente der politischen Kommunikation entwickelt („*oppositional media*“), die sich durch De-Professionalisierung, De-Kapitalisierung und De-Institutionalisierung auszeichneten (vgl. ebd.: 21). Kennzeichen der neuen sozialen Bewegungen, wozu auch die jüngeren Erscheinungsformen feministischen Engagements gezählt werden könnten, sei, dass sie das kulturelle Feld der Bedeutungsproduktion zum Ausgangspunkt nähmen. Die Aktrinnen seien dabei eher über geteilte Identitäten, Berufe, Interessen, Werte und Erfahrungen miteinander verbunden als über (frauenpolitisch) bestimmte Ziele:

„NSM are profoundly cultural rather than economic in nature, focusing instead on their symbolic capital. Feminism – both as a movement and a plurality of feminist discourses in general – and contemporary feminist media in particular are profoundly cultural and represent these characteristics of new social movements.“ (Ebd.: 23)

Insofern können Erscheinungs- und Ausdrucksformen der Third-Wave-Frauenbewegung als Paradigma für die Praktiken neuer sozialer Bewegungen in den neuen Medien generell angesehen und untersucht werden. Die Schwierigkeit im deutschsprachigen Raum zwischen dem Erbe und den Anliegen der zweiten Frauenbewegung und den alternativen Entwürfen einer Third-Wave-Frauenbewegung zu vermitteln, zeigt sich in der Untersuchung von Drüeke/Zobl jedoch nicht nur im wissenschaftlichen, sondern auch im medialen Diskurs. Da Third Wave als individualistisch und eher als eine Art von Lifestyle Politics gilt, dockt die überwiegende Mehrheit alternativer feministischer Medienprojekte stärker an Diskussionen der zweiten Frauenbewegung an. Versuche einer Modernisierung zeigen sich in verschiedenen, nicht einheitlichen Neu-Etikettierungen, die von „*New Feminism*“ über „*DIY-Feminism*“ bis hin zu „*Queer*“ reichen (vgl. ebd.: 38). Der DIY-Feminismus könne dabei auf die längste Tradition zurückblicken, da seine Anfänge bis in die 1950er Jahre zurückreichen, und er mit seinem Fokus auf Technik, Selbst-Ermächtigung, Improvisation und Eigen-Initiative im Web 2.0 ideale Entfaltungsmöglichkeiten vorfindet (vgl. ebd.: 36). Doch das World Wide Web stellt keinen leeren Raum oder eine von der „analogen“ sozialen Welt unabhängige Struktur dar. Vielfach reproduzieren sich innerhalb der Informations- und Kommunikationsströme politische und ökonomische Hierarchien und mit ihnen geschlechtskonstituierende Praktiken, die Ausschlusskriterien implizieren. Nicht zuletzt ergeben sich – vorzugsweise für Journalistinnen – Spannungen für ein selbstbestimmtes Arbeiten, das zwischen Ökonomie und Autonomie ausbalanciert werden muss (vgl. Schmidt 2011: 1). Wie zugangsoffen und wie weitreichend das WWW letztlich für Feministinnen ist, muss also infrage gestellt werden (vgl. ebd.). Bisher verweisen Studien eher darauf, dass die Beharrungstendenzen gesellschaftlicher Strukturen und ihrer Hierarchien das Transformationspotenzial innovativer Kommunikationstechnologie(n) überlagern:

„Es hat sich zwar im Laufe der Zeit herausgestellt, dass das Web 2.0 mehr Partizipation möglich macht, jedoch heißt das nicht, dass alle die gleichen Zugangsvoraussetzungen haben und schon gar nicht, dass diese Partizipation emanzipatorischer ist und gesellschaftskritischer mit Inhalten umgeht.“ (Ebd.)

Während sich also im deutschsprachigen Raum die Skepsis angesichts der Empowerment-Chancen von Frauen durchsetzt, zeigt eine kürzlich veröffentlichte

US-Amerikanische Studie zur Beteiligung von Frauen an der Occupy-Bewegung (Boler et al. 2014), dass die pessimistischen Einschätzungen im deutschsprachigen Raum nicht zuletzt auch dem spezifischen (deutschen) Blick auf das Engagement von Frauen geschuldet sein könnten. Die Occupy-Bewegung wird von Boler et al. als paradigmatisch für einen neuen sozialen Bewegungstypus, die hybride soziale Bewegung, gewertet. Deren Merkmale sind die horizontale Organisationsform, das Fehlen von eindeutigen Zielvorgaben an deren Stelle eine integrierende Kapitalismus-Kritik tritt, ihre Prozessorientierung sowie das Bedürfnis der Beteiligten, bei anderen ein Problembewusstsein zu wecken. Hybrid wird dieser Bewegungstypus genannt, weil er eine konsequente Verbindung von Formen der on- und offline Beteiligung darstellt, wobei dem Internet mit seinen Möglichkeiten der nicht-hierarchischen Kommunikation, der wechselseitigen Information sowie des Aufbaus von Beziehungsnetzwerken entscheidende Bedeutung zukommt. Die vier Autorinnen kommen in ihrer Studie zu dem Ergebnis, dass Frauen bei dem, was sie in Anlehnung an die Arbeiten von L. Bennett und A. Segerberg (2013) zu „*connective action*“ als konnektive Arbeit bezeichnen, eine herausragende Bedeutung zukommt. Die für die hybride soziale Bewegung wichtige Arbeit des Dokumentierens, des Pflegens von losen Beziehungsnetzwerken sowie die Aufbereitung von Informationen in einer Art und Weise, dass sie auch von Nicht-Expertinnen und -Experten oder Nicht-Beteiligten verstanden werden kann (indem Informationen bspw. in affektiv ansprechende Geschichten verpackt werden), spielt sich meist hinter den Kulissen ab. Die Frauen, die diese Aufgaben zumeist übernehmen, bleiben auf diese Weise in der Außenwahrnehmung unsichtbar. Hinzu kommt, dass für die beteiligten Frauen feministische Standpunkte oder Forderungen nicht Bestandteil ihrer Selbstwahrnehmung als politische Akteure sind, weshalb sie nicht nur von der Sozialen-Bewegungsforschung, sondern auch von der Geschlechterforschung, zumindest in Deutschland, kaum wahrgenommen werden.

Pro-oder Contra ConsumerNetizenship

Ob Netizen- oder Consumercitizenship – die Einschätzungen bezüglich der Folgen einer Konsum orientierten Auffassung von Bürgerschaftlichkeit und einer netzgestützten politischen Kultur bewegen sich jeweils entlang dichotomisierender Einschätzungen: So wird einerseits befürchtet, dass mit einer zunehmenden Politisierung des Konsums eine Privatisierung des Politischen einhergehe, wie auch dass es der netzvermittelten Kommunikation nicht mehr gelänge, einen gemeinsamen Rahmen für Themen – oder auch nur gemeinsame Themen zu finden. Demgegenüber betonen andere die Potenziale einer digitalen Verbraucher-

demokratie (Lamla 2008c): Nicht zuletzt könnten damit bislang in der Politik unterrepräsentierte Bevölkerungsschichten angesprochen und zur kostengünstigen, risikoarmen Teilnahme motiviert werden. Dimitrova et al. untersuchten in einer Studie, welchen Effekt die Internetnutzung auf die politische Beteiligung von Jugendlichen in den Vereinigten Staaten von Amerika hat (Dimitrova et al. 2014). Positive Effekte auf politische Lernprozesse generell, also ohne Internetzugriff, konnten nachgewiesen werden hinsichtlich eines allgemeinen Basiswissens über politische Prozesse, eines Interesses an Politik sowie einer Aufmerksamkeit gegenüber der Medienberichterstattung. Wie das Offline-Vergleichsample zeigte, profitierten männliche Jugendliche von diesen Effekten etwas mehr als weibliche. Die Effekte der Internetnutzung wurden in drei verschiedenen Samples getestet, um herauszufinden, welche Art der Internetnutzung einen bzw. den höchsten Effekt auf politisches Wissen hat. Dabei zeigte sich, dass die Nutzung von Social Media wie auch der regelmäßige Besuch von Parteiwebseiten relativ folgenlos für einen Anstieg politischen Wissens war, während sich für den regelmäßigen Konsum von Online-Nachrichten ein positiver Effekt abzeichnete (vgl. ebd.: 107). Demgegenüber zeigt sich für die Frage, welchen Einfluss die Internetnutzung auf Formen der Offline-Beteiligung hat, ein gegenläufiger Trend: Während der Konsum von Online-Nachrichten nicht dazu führt, dass Jugendliche sich stärker in ihrem Offline-Alltag engagieren, wirkt sich die Nutzung von Social Media wie auch von Partei-Webseiten positiv auf die politische Beteiligung aus (vgl. ebd.: 109). In Bezug auf Partei-Webseiten ist zu berücksichtigen, dass sich der positive Effekt nur bei Besuch von Parteien des linken Flügels nachweisen ließ. Der stärkste Einfluss auf einen Anstieg von politischer Beteiligung offline ging jedoch eindeutig von der Social-Web-Nutzung aus. Diese Ergebnisse sind von großer Bedeutung, denn sie belegen, dass netzbasierte Wissenspraktiken sich erst dann auf Formen politischer Beteiligung offline auswirken, wenn sie in Interaktionszusammenhänge in digitalen sozialen Netzwerken eingebettet sind:

„[...] they suggest that different functions and properties of different forms of digital media, in conjunction with the motivations people may have for using them, clearly matter for the effects on political knowledge and political participation.“(Ebd.: 111)

Die politische Onlineforschung muss entsprechend zwischen verschiedenen Praktiken der Online-Nutzung und verschiedenen Aspekten politischer Beteiligung, die davon berührt werden (können), differenzieren.

Für die politische Internetnutzung in der Bundesrepublik lässt sich zunächst einmal konstatieren, dass die politische Elite, also die professionellen Politiker der BRD, im Vergleich zu denen in den Vereinigten Staaten zurückhaltender in

ihren digitalen Informations- und Kommunikationspraktiken sind. Zwar verfügen die meisten Abgeordneten über eine Art elektronischer Visitenkarte, doch ist die Präsenz in sozialen Netzwerken vergleichsweise gering²⁵ (vgl. Moser 2014: 28) oder folgt einem Nutzungsschema, bei dem Facebook als eher unpersönlicher Infokanal fungiert. Moser selbst hat eine Befragung unter Facebook-Nutzern aus der Schweiz durchgeführt, um herauszufinden, wie die Nutzer selbst ihre politische Beteiligung in sozialen Medien einschätzen. Dabei gaben immerhin 20,2% an, dass sie sich an politischen Facebook-Gruppen, denen sie beitreten, auch aktiv beteiligen, während 53,3% die dort geposteten Neuigkeiten verfolgen und weitere 25,9% ihren Gruppenbeitritt als Solidaritätsbekundung ansehen (vgl. ebd.: 31). 93,5% sind der Ansicht, dass Facebook eine Politik von unten unterstützt, wenngleich 56,3% meinen, man solle die Wirksamkeit von Facebook nicht überschätzen. Moser selbst beurteilt die politische Beteiligung über Facebook-Gruppen skeptisch, da seiner Ansicht nach viele Gruppen intransparent seien und so unter dem Verdacht ständen, Privatheit oder bottom-up gesteuerte Beteiligung nur zu simulieren, während sich tatsächlich etablierte Politikakteure hinter den Gruppengründern versteckten (vgl. ebd.: 33). Wenn überhaupt, seien soziale Netzwerke wie Facebook geeignet, kurzfristige oder spontane Formen der Beteiligung zu unterstützen wie Demonstrationen, Boykotte und Petitionen (vgl. ebd.: 34). Die Verzahnung zwischen Netzwerken und Ökonomie sei derart ausgeprägt, dass Statements über persönliche Präferenzen – insbesondere den Konsum – dominierten und kein argumentativer Austausch über politische Themen zustande käme (vgl. ebd.). Nun hat Moser in seiner Studie lediglich Onlinepraktiken bzw. die Einstellung der Nutzer zu diesen Praktiken erhoben. Inwieweit diese aber – wie in der Studie von Dimitrova et al. – einen Einfluss auf politische Beteiligung insgesamt haben, bleibt hier ungewiss. Zudem muss man feststellen, dass Moser, wenn auch implizit, an einer eher konventionellen Auffassung von politischer Beteiligung und dessen, was als politisches Thema gilt, festhält, denn für neuere, unkonventionelle Formen wie beispielsweise politischen Konsum ist die Beförderung punktueller, sporadischer und nicht-mitgliedschaftsgebundener Beteiligungspraktiken durch das Social Web von herausragender Bedeutung. Über den spezifischen Zusammenhang von eher lifestyle-gebundenen Formen politischer Beteiligung und der Social-Web-Nutzung in Deutschland liegen jedoch bislang noch keine empirischen Daten

25 Moser zitiert eine Studie von 2011, wonach von 620 Abgeordneten lediglich 368 über eine Präsenz bei Facebook verfügten, verweist aber auch auf aktuellere Zahlen von 2013, wonach der Prozentwert von 59 auf 76 angestiegen sei (vgl. Moser 2014: 29).

vor. Erste Ergebnisse des mit einer Triangulation von qualitativen und quantitativen Methoden verfahrenen Projektes „*Consumer Netizens*“ bestätigen zunächst die Ergebnisse von Dimitrova et al., dass zwischen verschiedenen Nutzungstypen und dem jeweiligen politischen Engagement differenziert werden muss. Es sind unterschiedliche Typen politischer Konsumenten im Netz identifizierbar, die sich erheblich darin unterscheiden, welchen Einfluss das Social Web auf ihre politischen Aktivitäten hat (vgl. Witterhold 2015). Während der Typus pragmatischer User das Internet überwiegend als Ergänzung oder Äquivalent seiner Offline-Praktiken nutzt, die Nutzungsimpulse also aus dem Offline-Alltag emergieren, lassen sich demgegenüber auch solche Nutzer identifizieren, bei denen das Engagement im Social Web auf Offline-Praktiken zurückwirkt: Es werden neue Kontakte geknüpft, die auch offline verfolgt werden, Informationen werden aus unterschiedlichsten Quellen gesammelt und anderen zur Verfügung gestellt, Veranstaltungen werden online beworben und offline durchgeführt – es zeigt sich also eine starke Integration der politischen Onlinenutzung in den (politischen) Alltag, der weit über den bloßen Abruf von Medieninhalten wie Zeitungsartikeln oder Radiosendungen hinaus geht. Facebook kommt dabei eine herausragende Rolle zu, da es den Nutzern vor allem zur Systematisierung und dem Management von Themen und Beziehungen dient. Das Abonnement von Gruppen dient praktisch weniger dem Bekunden von Solidarität, wobei das mitunter auch ein Motiv ist, als vielmehr der Organisation individueller Nachrichtenkanäle. Wie Moser richtig vermutet, spielen E-Petitionen hier eine besonders wichtige Rolle. Innerhalb von Freundschafts- und Interessensnetzwerken verbreiten sich die Aufrufe zu Petitionen rasant – bspw. konnte beobachtet werden, wie in einem über die gesamte Bundesrepublik verstreuten Sample Untersuchungsteilnehmer dieselben Petitionen zeichneten, die ihnen aus je unterschiedlichen Quellen bekannt gemacht wurden. Die Nutzer, die sehr wohl über die ökonomischen Motive kommerzieller sozialer Netzwerke reflektieren, nutzen Facebook oft rein strategisch, um ihre Informationen verbreiten zu können. Darüber hinaus haben sie auch Accounts auf nicht-kommerziellen sozialen Netzwerken, die parallel zu Facebook genutzt werden, um in einer Atmosphäre, in der sie personale Datensouveränität genießen, politische Diskussionen zu führen oder zu verfolgen. Zudem gibt es eine Nutzergruppe, die stark an den technischen Möglichkeiten des Internets interessiert ist und in Kollaboration mit anderen an neuen Formen der digitalen Partizipation mitarbeitet wie auch an alternativen Formen der Produktion von Konsumgütern wie Crowd Founding. Dabei sollten auch die diversen Tauschplattformen nicht vergessen werden, die nicht nur eine Marktalternative darstellen, sondern zudem dazu beitragen, Personen mit ähnlichen Interessen miteinander ins Gespräch zu bringen. Auf diese Weise

entstehen nicht nur Netzwerke so genannter „*Weak Ties*“, die Nutzer werden sich auch darüber gewahr, dass sie mit ihren konsumpolitischen Anliegen nicht allein sind, sondern Teil einer Bewegung hin zu einem neuen Politik- und Marktsystem. Im Hinblick auf die Verbraucher scheint sich damit die Lösung für ein altes Problem anzubieten: Die grundsätzliche Schwierigkeit, die Verbraucher als kollektiv agierenden Akteur und damit ihre Handlungen als genuin politisch vor- und darzustellen. Die Kollektivierungsunfähigkeit der Konsumenten ergibt sich aus ihren angeblich so unterschiedlichen Interessen und Bedürfnissen, eine Verständigung auf gemeinsame Anliegen wird deshalb schon theoretisch ausgeschlossen. Die halbstaatliche Vertretung von Verbraucherinteressen, der VZBV (Verbraucherzentrale Bundesverband) vertritt die Konsumenten beispielsweise nicht nur gegen Politik und Wirtschaft, sondern auch gegenüber der der Zivilgesellschaft. Schließen sich zivilgesellschaftliches Handeln und Konsumhandeln folglich kategorisch aus?

ZUSAMMENFASSUNG

Eine wichtige Vorarbeit auf dem Weg der theoretischen Systematisierung der deutschsprachigen Verbraucherforschung hat Jörn Lamla (2013) mit seinem Buch „*Verbraucherdemokratie*“ geleistet. Darin stellt er fest, dass die Verbraucherforschung in den letzten zwanzig Jahren wieder stärker in den Fokus einer ganzen Reihe von Disziplinen gerückt ist, die sich nicht nur aus der Bedeutsamkeit des Konsums für Kultur, sondern vielfach auch aus den (negativen) Konsequenzen und den sich daraus ergebenden Problemlagen und Konflikten modernen Konsumverhaltens speist (Lamla 2013: 40–41). An diesen Forschungsbemühungen nicht unerheblich beteiligt sind auch die Sozialwissenschaften wie eine Reihe von Publikationen zeige, die das Verhältnis von Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft in seinem gegenwärtig zu beobachtenden Wandlungsprozess untersuchen. Mit Blick auf die deutsche Konsumsoziologie muss jedoch nach wie vor, hier mit den Worten von Nina Baur (2013), konstatiert werden:

„So produktiv die Differenzierung der Soziologie in spezielle Soziologien in vielen Bereichen ist, so problematisch ist, dass sie dadurch auch systematisch blinde Flecken entwickelt. Einer der blinden Flecken ist die Konsumsoziologie.“ (Baur 2013)

Der in der Gesamtperspektive von Verbraucherforschung unsystematische Zugriff auf Konsum und Konsumenten liegt in dem Fehlen einer gemeinsamen konzeptionellen und theoretischen Basis begründet (vgl. Ölander 2005: 23ff). Z.B. mangle es vollständig an Ansätzen darüber, „*wie die Verbraucher über-*

haupt ihre Umwelt beeinflussen können“ (Ölander 2005: 24). Zudem genieße die Verbraucherforschung keine sonderlich hohe Priorität. Zumindest letztes Argument kann perspektivisch vorsichtig relativiert werden, liest sich doch in einem der Positionspapiere der EU-Kommission für Gesundheitsschutz und Verbraucher, dass letztere durch zahlreiche Maßnahmen auf europäischer Ebene in ihrer Position als Marktakteur gestärkt werden sollte (EU Health and Consumption 2012). Eine Systematisierung der deutschen Verbraucherforschung und das Setzen eines gemeinsamen theoretischen Rahmens stehen weiterhin an. Eine Gemeinsamkeit sozialwissenschaftlicher, aber insbesondere ökonomischer und psychologischer Verbraucherforschung, ist die Konzentration auf Konsum als Geld vermittelten Tauschakt. Alternativ dazu könnte man einen Geld vermittelten Tauschakt als Erwerb oder Kaufen bezeichnen und damit als eine Form oder einen Aspekt von Konsum. Aber wie sind dann nicht-ökonomische Konsumpraktiken einzuordnen? Um den Kern dieser Überlegung ein wenig anschaulicher zu machen, hilft der Blick auf eine ähnliche Diskussion in Bezug auf den Begriff der Arbeit. Denn eine gängige wie vielfach vor allem von der Feministischen Theorie kritisierte Interpretation von Arbeit definiert diese primär als entlohnte Tätigkeit. Erst in den Debatten, die im Zuge der zweiten Frauenbewegung ausgelöst wurden, hat sich die Auffassung etabliert, dass auch die Versorgung des Haushalts und die Erziehung von Kindern als Arbeit zu gelten habe und entsprechend anerkannt werden müsste. Bei den Definitionen von Konsum und Arbeit ergeben sich gerade dort Schwachstellen, wo diese beiden Handlungsbe- reiche sich überlappen und Frauen die maßgeblichen Aktricien darstellen, was eine nähere Betrachtung aus feministischer Sicht besonders lohnenswert erscheinen lässt. Denn durch die Konzentration auf Konsum als Markt vermittelt, geraten die Selbsterzeuger, die privaten Produzenten von Konsumgütern und die damit verbundenen Konsumpraktiken vollkommen aus dem Blick der Verbraucherforschung: Sichtbar bleiben dann nur die Käuferinnen, die in ihren Funktionen der Haushaltsführung und Fürsorge den Wocheneinkauf erledigen, auch häufig die Kleidung der Familie organisieren, während das männliche Komplementär als Arbeiter und Produzent auftritt: „*In the bourgeois tradition, women’s primary social role is a housewifely one, a role that involves, among other things, a competence in domestic consumption.*“ (Carter 2000: 359) Öffnet man jedoch den Blick für private Formen der Produktion in der Konsumsphäre, verschiebt sich diese Perspektive erheblich. Dann nämlich werden die Frauen zu Produzentinnen als Köchinnen, Gärtnerinnen, Dienstleisterinnen; und Kinder und Männer zu reinen Konsumenten. Nun ist diese Darstellung sicher überzeichnet, z.B. gibt es den Trend zum männlichen Kochen. Hier allerdings, so die Beobachtung von Baur und Akremi (2011), zeigt sich, dass Männer, wenn sie pro-

duktive Konsumarbeit verrichten, dies vorwiegend in sozialen Arrangements tun, die ihnen Sichtbarkeit (und Anerkennung) garantiert (das Grill-Event). Doch die Frage bleibt – wie lassen sich die Praktiken an der Schnittstelle von Produktion und Konsumption verorten?

Gerade die dritte Spielart politischen Konsums, der diskursive politische Konsum, gewinnt durch die Digitalisierung an Bedeutung. Als Thematisierung der moralischen Implikationen der Folgen und Rahmenbedingungen von Produktion, Distribution und Konsumption (Micheletti 2003/Micheletti et al. 2004/Kneip 2010) zunächst vor allem in der privaten Sphäre des Austauschs mit Familie und Freunden situiert, wird diskursiver Konsum im Social Web potentiell Bestandteil öffentlicher Aushandlungen. Dies ist gerade vor dem Hintergrund bedeutsam, dass politischer Konsum häufig als individuell-isolierte Handlung kritisiert wird. Zwar können auch individuelle Konsumakte als eine Form politischer Beteiligung interpretiert werden, doch wird eine bloß virtuell-imaginierte Kollektivität wie sie bei der individualisierten kollektiven Handlung angedacht ist, dem für politische Partizipation bedeutsamen Aspekt des gemeinsamen Diskurses kaum gerecht. Das Potenzial diskursiven politischen Konsums im Social Web könnte in der Generierung einer verbraucherbürgerschaftlichen Kommunikationskultur gesehen werden, die eine Voraussetzung für eine Vernetzung der Consumer Citizen und damit kollektive Aktionen und Proteste auf translokaler Ebene darstellt. Das Social Web bietet sich dafür an, da es Prozesse des kollaborativen Wissensmanagements, der Herausbildung ego- und lifestyle-zentrierter Freundschaftsnetzwerke und nicht zuletzt eine Integration derartiger Praktiken in die Alltagsroutine ermöglicht. Zwar haben sich frühe Annahmen zu einer Medienrevolution durch das Internet nicht bestätigen können, doch deuten sich nun insbesondere im Hinblick auf das Social Web und vor allem bei der jüngeren Generation einige grundlegende Veränderungen in der politischen Beteiligung an (vgl. Bennett 2008).

Was das Verhältnis von Geschlecht und Konsum angeht, ist dies nicht nur historisch bedingt, sondern wird durch einen andauernden, auch akademischen Diskurs, insbesondere über die Frau als irrationale Käuferin reproduziert. Zu berücksichtigen ist, dass Frauen in der Öffentlichkeit lange Zeit nur als Konsumentinnen auftreten konnten. Dies hat zwar einerseits dazu geführt, o.g. Diskurs über Frauen und Shopping zu erhärten, andererseits belegen geschichtswissenschaftliche Studien, dass Frauen ihre Rolle als Konsumentin immer wieder genutzt haben, um politisch Einfluss zu nehmen. Das spezifische und ambivalente Verhältnis von Frauen und Konsum rückt durch die Befunde verbraucherpolitischer Forschung verstärkt in den Fokus akademischer Aufmerksamkeit. Bisherige Versuche, zwischen den gender-spezifischen Konsumdispositionen und deren

Politisierung zu hinreichenden Erklärungsansätzen zu finden, waren bislang jedoch wenig ergiebig. Ein wichtiger Befund ist zunächst, dass sich politische Konsumentinnen und Konsumenten auf der Ebene der politischen Beteiligung insgesamt unterscheiden. Stolle et al. wiesen nach, dass die politischen Konsumenten im Bereich konventioneller politischer Beteiligung klar dominierten, während politische Konsumentinnen im Vergleich zu den Männern häufiger auf Formen individualistischer politischer Beteiligung zurückgriffen. Dieser Befund spiegelt sich zum Teil in den Ergebnissen der Studie von Teorell et al., wo gezeigt wurde, dass politische Konsumenten insgesamt und zusätzlich zu ihrem konventionellen Engagement häufiger auf unkonventionelle Beteiligungsformen zurückgriffen als nicht-politische Konsumenten. Da jedoch nicht zwischen den Geschlechtern differenziert wurde, ist fraglich, ob hier nicht ein frauenspezifisches (unkonventionelles) Beteiligungsmuster für die Gruppe politischer Konsumenten verallgemeinert wird. Auch die These, dass politischer Konsum generell eine Strategie marginalisierter Gruppen darstellt, konnte nicht bestätigt werden, es sei denn, man spezifiziert dies und spricht konkret von der Gruppe der Frauen. Als Merkmale dieser Gruppe ist die Rolle des Einkommens umstritten, je nach Studie kann ein Zusammenhang zwischen Einkommen und politischem Konsum hergestellt werden oder auch nicht. Der Grund hierfür dürfte nicht zuletzt darin liegen, wie politischer Konsum jeweils operationalisiert wird, z.B. als Boykott oder als Buykott. Der Zusammenhang zwischen der Teilnahme am gezielten Kauf z.B. ökologisch unbedenklich und fair produzierte Waren und dem Einkommen scheint offensichtlich, während ein hohes Einkommen für weniger ökonomische Ressourcen in Anspruch nehmende Praktiken keine notwendige Voraussetzung darstellt. Anders jedoch die Bildung und, wenn auch in der Forschung bislang kaum reflektiert, der kulturelle Hintergrund. Je nach Nationalität variieren nicht nur die Beteiligungsraten für politischen Konsum erheblich, sondern gleichermaßen die Geschlechtsunterschiede. Diese werden größer, je stärker die Beteiligung an politischem Konsum insgesamt ist. Daraus könnte man den Schluss ableiten, dass die Zuwachsraten politischen Konsums bei Frauen höher sind als bei Männern und sich deshalb die Unterschiede erst auf einem höheren Level zeigen und mit dem weiteren Anstieg immer größer werden. Diesbezüglich ist zudem interessant, dass die Unterschiede zwischen Konsumenten und Konsumentinnen erst ab einer bestimmten Lebensphase deutlicher hervortreten. So konnten Micheletti und Stolle z.B. in Bezug auf die Quantität politischen Konsums bei Studierenden kaum Unterschiede feststellen. Entsprechend muss man davon ausgehen, dass politischer Konsum erst ab einer späteren Lebensphase, z.B. der Geburt des ersten Kindes oder der Gründung eines gemeinsamen Haushalts als geschlechtsspezifische Praktik Bedeutung erhält. Zusammen-

menfassend lässt sich in Bezug auf die Verschmelzung von Konsum und Politik im Handlungsrepertoire von Frauen festhalten, dass die Motivlage sich im Vergleich zu Männern breiter gestaltet, also dass Frauen generell mehrere politische Ziele mit ihrem Konsum verknüpfen. Tatsächlich gibt es auch Hinweise darauf, dass für politische Konsumentinnen eher die Sorge um andere ausschlaggebend ist, so war die Sorge um die Rechte von Kindern und Tieren für Frauen in der Studie von Micheletti und Stolle die Hauptmotivation für politischen Konsum, während sie für die männlichen Teilnehmer kaum eine Rolle spielte. Während man jedoch für politische Konsumenten insgesamt eine stärker postmaterialistische Orientierung nachweisen konnte, zeigten sich in der verbraucherpolitischen Studie diesbezüglich keine Unterschiede. Anders aber in der zitierten Studie von Segal und Podoshen, wo es um den Zusammenhang von Materialismus und Geschlecht ging. Sie lieferte Hinweise darauf, dass eine materialistische Orientierung sehr viel häufiger bei Männern als bei Frauen zu finden sei.

Was bei der Rekapitulation der politischen Verbraucherforschung, aber durchaus auch der Konsumsoziologie auffallend war, war eine Engführung des Konsumbegriffs auf ausschließlich Geld vermittelte Praktiken. Die Kritik an diesem Konsumbegriff kurz zusammenfassend gerät damit ein entscheidender Bereich von Konsumentinnenarbeit aus dem Blick, der nur zum Teil an die marktvermittelten Praktiken des Kaufens anschließt. Denn auch gekaufte Waren müssen zu einem Großteil noch nachbearbeitet (z.B. gekocht, gepflegt, gewaschen) werden. Diese Praktiken erfordern ebenso wie eine Kaufentscheidung ein spezifisches und mitunter hochkomplexes Verbraucherkwissen, welches jedoch häufig nicht explizit gemacht wird, außer in der Praxis selbst, und da die sich im Kontext von Konsum meist im Privaten abspielt, mit konventionellen Forschungsmethoden nicht erfasst wird. Diese begriffliche Engführung schlägt sich auch auf die Forschung zum Phänomen des politischen Konsums nieder, so dass in empirischen Studien eine Reihe von nicht-ökonomischen Konsumpraktiken aus dem Blick geraten. Nicht-ökonomische Praktiken politischen Konsums können, so die Annahme, insbesondere durch Social-Web-Technologien begünstigt werden. Als diskursiver politischer Konsum erweitern sie das Repertoire politischer Praktiken und führen damit potenziell zu einer Transformation der Konsumentinnenrolle, beispielsweise dadurch, dass sie eine Explizierung konsumptiven Erfahrungswissens befördern und es damit aus der Sphäre des Privaten herauslösen. Annahmen über generelle Veränderungen der Praktiken von Konsumenten schlagen sich in Begriffen des Prosuming und des Produsages wieder. Die Hybridisierung von Konsumpraktiken wird durch die Digitalisierung weiter befördert, so dass sich neue Praxisformen an der Schnittstelle von Politik, Konsum, Produktion und Geschlecht beschreiben lassen. Die wenigen Untersuchungen,

die bislang das Empowermentpotenzial des World Wide Web für neue Formen der politischen Partizipation von Frauen erforscht haben, fanden zu einer Zeit statt, als das Social Web noch kaum verbreitet war. Ihr Fokus auf frauenpolitische Anliegen engte zudem den Forschungsfokus erheblich ein. Im Sinne einer Abkehr politischer Beteiligung von „*emanicipatory*“ hin zu „*lifestyle politics*“ findet (auch) das politische Engagement von Frauen seinen Ausdruck stärker in individualisierten Lebensstil-vermittelten Formen als in einem Mitgliedschafts-gebundenen und a priori festgelegten Themenspektrum. Während also im Mainstream sozialwissenschaftlicher Partizipationsforschung Geschlecht als konstitutiver Bestandteil bei der Ausgestaltung bürgerschaftlichen Engagements kaum Berücksichtigung findet (Westle 2001; Schmidt/Röser 2011) und Untersuchungen feministischer Forschung überwiegend auf frauenpolitische Themen konzentriert sind (Freudenschuss 2014; Schachtner/Winkler 2005), bleibt ein unbestimmter Teil der politischen Partizipation von Frauen in anderen Politikbereichen, gerade auch neue Formen Web-gestützter Beteiligung, unerforscht. Vor diesem Hintergrund ist die Frage nach Formen und Möglichkeiten der politischen Beteiligung von Frauen (neu) zu stellen.

Für die Analyse der Politisierung von Konsum (im Alltag der Mediatisierung) ist die Differenzierung Göttlichen in zwei Dimensionen, der Aneignung und des kommunikativen Handelns, wertvoll, weil sie erlaubt die rein pragmatische Nutzungsweise des Internets von der Transformation politischen, kommunikativen Handelns zu trennen (ebd.: 27). Eine solche Differenzierung trägt der Überlegung Rechnung, dass Medienpraktiken Ausdruck und Bestandteil gesellschaftlicher Machtverhältnisse sind, deren Neustrukturierung folglich mit einer Transformation von Praktiken einhergehen muss. Um bspw. zu verstehen, wie eine Verbraucheridentität zur Verbraucherbürgeridentität transformiert wird, wäre es hilfreich, zunächst einmal genauer zu verstehen, was denn eigentlich die Bedingungen und Bezüge von Verbraucheridentität gegenwärtig darstellen.

Das Engagement von Frauen besser verstehen und beschreiben zu können, beinhaltet zum Teil auch eine Abkehr von konventionellen Definitionen politischen und/oder bürgerschaftlichen Handelns. Darauf verweisen insbesondere die Arbeiten, die sich mit neuen Medien oder aber mit Konsum im Kontext eines „*third wave feminism*“ auseinandersetzen. Genz macht hier mit ihrem Aufsatz zwischen drittem Weg und dritter Welle insbesondere auf die Schwierigkeiten aufmerksam, Konsum als politisches Handlungsfeld für die feministische Forschung salonfähig zu machen. Dort hege man die Befürchtung, dass ein Engagement über Konsum mit einer Rückkehr zu traditionellen Vorstellungen von (Zwei-)Geschlechtlichkeit gleichzusetzen sei, eben weil konsumpolitisches Engagement so eng an die geschlechtliche Identität gebunden sei. Ähnliche Vorbe-

halte schildern auch Drüke und Zobl für den Bereich des digitalen Engagements von Frauen, wo unterschiedliche normative Sichtweisen darauf, wie frauenpolitisches Engagement auszusehen habe, miteinander konkurrierten. Für sie ist es aber gerade ein Kennzeichen eines neuen Typs frauenpolitischen Engagements, dass es sich nicht um bestimmte (frauenpolitische) Ziele herum versammelt, sondern das Teilen gemeinsamer Erfahrungen, Werte und Identitäten im Vordergrund steht. Besonders hervorzuheben ist die Beobachtung der Autorinnen, dass diese neue Form des Engagements von Frauen vor allem auf das kulturelle Feld der Bedeutungsproduktion abziele. In diesem Kontext gewinnen die Social-Web-Praktiken von Frauen an besonderer Bedeutung. Wie der kurze Exkurs zu den statistischen Daten zur Web-Nutzung von Männern und Frauen gezeigt hat, sind es Frauen, die besonders häufig auf soziale Netzwerke und hier insbesondere Facebook und What's App zugreifen. Während die reinen Informationspraktiken im Web keinen Einfluss auf den Bereich des Offline-Engagements haben, wie die Studie von Dimitrova et al. (2014) zeigt, lässt sich ein Einfluss der Web-Nutzung auf politische Beteiligung offline nur bei der Nutzung von Social-Web-Applikationen feststellen. Die Social-Web-Kommunikation scheint, wie auch Sigrid Baringhorst vermutete, die Wahrscheinlichkeit von bürgerschaftlicher Transformation zu erhöhen bzw. stellt einen stark dynamischen Durchgangspunkt sozialer Praktiken dar.

Wie deutlich geworden ist, lassen sich im Zusammenhang von Konsum und Social Web eine Reihe von Praktiken identifizieren, die konventionelle Auffassungen von politischem Handeln unter Stress setzen. Wenngleich der Einwand, dass die Erweiterung herkömmlicher Definitionen von *politisch*, dazu führe, dass politisch letztlich nicht mehr identifizierbar würde, zumindest aus forschungspragmatischen Gründen nicht ganz zurückgewiesen werden kann, ist es dennoch sinnvoll, gerade aus einer geschlechtssensiblen Perspektive, über die Folgen einer solchen Neukonzeption von *politisch* nachzudenken. Die in verschiedenen Kontexten geäußerte Auffassung und der in empirischer Forschung nachgewiesene Befund, Frauen seien weniger politisch aktiv als Männer, verliert nämlich vor dem Hintergrund einer Neudefinition an Gewicht. Darauf verweist nicht zuletzt die Auseinandersetzung mit Bourdieu, die zeigt, dass bereits in der Fähigkeit, bestimmte Themen als politisch oder nicht politisch zu definieren, politische Macht zum Ausdruck komme. Diese Macht spiegelt sich wieder in den ungleich verteilten Möglichkeiten der Artikulation politischer Anliegen, wenngleich hier das Social Web dazu beiträgt, die Chancen von Nicht-Experten, gehört zu werden, zu erhöhen. Damit wird jedoch die Deutungsmacht politischer Experten infrage gestellt, was auch deren Macht betrifft, andere als politisch inkompetent erscheinen zu lassen. Dass Frauen in konventionellen politischen

Interaktionszusammenhängen unterrepräsentiert werden, kann zum einen durch eine erlernte Geschlechtsidentität begründet werden, die Politik als einen nicht-weiblichen Handlungszusammenhang interpretiert. D.h. dass Frauen lernen, dass sie weniger geeignet sind für politische Aktionen und bei einem entsprechenden Engagement riskieren, an Weiblichkeit zu verlieren. Bourdieu (1987) konnte in seiner Studie *„Die feinen Unterschiede“* zeigen, dass Frauen sich für weniger kompetent halten, über politische Sachverhalte zu urteilen, während Männer, die ihre Expertise beurteilen sollen, zu Selbstüberschätzung neigen. Zum anderen haben insbesondere die Erfahrungen der Frauen in der zweiten Frauenbewegung dazu beigetragen, sensibler zu werden für konkrete Ausschlussmechanismen, mittels derer Frauen gezielt von einem stärkeren Engagement, vor allem in Parteien, abgehalten werden. Tatsächlich hat die Erkenntnis, dass von Frauen aufgebrachte Themen in politischen Diskussionen marginalisiert oder ganz ignoriert werden, maßgeblich zur Belebung der zweiten Frauenbewegung beigetragen. Dass Frauen sich trotz der ihnen im politischen Feld stehenden Restriktionen auch historisch schon immer politisch, wenn auch teils anders politisch beteiligt haben, zeigt sich am Beispiel des Konsums.

Entscheidend in diesem Zusammenhang ist, dass die veränderten Modi der Wissensproduktion eine Enthierarchisierung von Experten-Laien-Beziehungen zumindest potenziell nach sich ziehen, eine Entwicklung, die sich aber auch zunehmend auf den Bereich des Politischen, auf das Verhältnis von Etablierten und Außenseitern, von Politikern und Bürgern erstreckt. Dies trifft umso mehr zu, je stärker der jeweilige Politikbereich an den direkten Erfahrungsbereich der Bürger, und im Fall von Konsum, insbesondere den der Bürgerinnen andockt. Sich zu Fragen des guten Lebens zu äußern, stellt für Bürgerinnen ein politisches Terrain dar, das ihnen gesellschaftlich zugeschrieben ist (Bourdieu 1987: 629). Entsprechend erfahren sie hier Akzeptanz und Anerkennung für ihre Ansichten, die sie zudem mittels ihrer praktischen Erfahrungen im Umgang mit der Alltagsökonomie auch als verdient empfinden. Politischer Konsum im Social Web stellt somit einen neuen Politikbereich dar, der Konsumentinnen die Erfahrung politischer Kompetenz und vor allem die Erfahrung von Anerkennung dieser politischen Kompetenz ermöglicht. Anknüpfend an Konzepte einer *„kulturellen Bürgerschaft“*, die vor allem den Blick auf die Prozesse der Herstellung von politischer Handlungsfähigkeit richtet, kann politischer Konsum so als ein Experimentierfeld vormals marginalisierter Bürgertypen identifiziert werden.

Der Blick über die für den Forschungsgegenstand relevante Literatur hat gezeigt, dass es nicht nur ein kaum überschaubares Nebeneinander unterschiedlicher Ansätze gibt, die teils aus fehlendem Interesse, teils aus ideologischen Gründen eine Verknüpfung ablehnen, sondern dass daraus auch in empirischer

Hinsicht eine Forschungslücke klafft, was das politische Engagement von Frauen in neuen, sich durch Hybridität auszeichnenden Bewegungsformen angeht. Diese Arbeit stellt einen Beitrag dazu dar, dieses Engagement von Frauen zu untersuchen. Die Konzentration auf Frauen als Untersuchungsgegenstand folgt der Logik, dass politische Handeln von Frauen nicht in seiner Differenz zur Beteiligung von Männern zu erklären. Dies beinhaltet im nächsten Schritt die Entwicklung einer Analyseperspektive, die das politisch Neue untersucht, ohne dabei von einem allzu starren Verständnis davon auszugehen, was den Charakter politischen Handelns ausmacht.

Entwicklung einer praxeologischen Analyseperspektive

Das grundlegende Problem, das sich politischen Verbrauchern stellt, ist, wie sie in ihrem medialen Alltag zwischen den verschiedenen Ansprüchen und letztlich auch ihrem Eigeninteresse vermitteln. Das Ineinanderfließen von politischen und konsumptiven Handlungszielen in Praktiken, die teils in einer medialen Öffentlichkeit vollzogen und gerechtfertigt werden müssen, erfordert eine besondere Leistung des Subjekts, die, so die Annahme, vor allem in der reflexiven Bearbeitung von Identitätswürfen besteht, wobei einerseits das langfristige Ziel in der Erreichung einer weitgehenden Kongruenz von Bürger- und Konsumentenidentität bestehen dürfte, andererseits in der pragmatischen Beibehaltung von situativer Handlungsfähigkeit, wozu auch das Aushalten von Widersprüchen wie die Identifikation von unrealistischen Verhaltenszumutungen gehört. In diesem Kapitel werden die für die empirische Analyse entscheidenden Begriffe des politischen und des konsumptiven Handelns entwickelt, wobei besonderes Augenmerk den Vermittlungspraktiken als Identitätsarbeit gilt.

Ausgehend von dem im vorangestellten Kapitel ausgeführtem Forschungsgegenstand sind folgende Bereiche von Alltags- oder veralltäglichtem Handeln relevant: Politik, Konsum, Identität und Wissen. Gerade letzterem kommt aus praxeologischer Perspektive herausragende Bedeutung zu, einerseits, da Praktiken als Wissen in actu im Zentrum der Aufmerksamkeit stehen, andererseits unterliegt Wissen im Kontext der Digitalisierung selbst einem Wandlungsprozess, der seinerseits Auswirkungen auf das politische Feld wie auf das des Marktes hat. An einigen Stellen wurde nun schon auf das durch digitale Modi der Kommunikation und Interaktion veränderte Verhältnis von Konsumenten und Unternehmen, von politischen Experten und Laien hingewiesen. Wie sich diese veränderte Verhältnis aber konkret beschreiben lässt und wie neue Formen digitaler Informationspraktiken in körperliche Wissenspraktiken übersetzt oder inte-

griert werden, blieb bislang unklar. Deshalb steht zu Beginn dieses Kapitels eine nähere Bestimmung des Wissensbegriffs, insbesondere dessen Abgrenzung zum Begriff der Information. Daran schließt die Erarbeitung einer praxeologischen Perspektive auf politisches und konsumtives Handeln als alltagsgebundener Praxis an. Um sich weiter der Frage zu nähern, wie politische Konsumentinnen in ihrem Alltag zwischen Verbraucher- und Gemeinwohl vermitteln, wird einerseits auf Identität als Vermittlungsinstanz zurückgegriffen und diese konzeptionell dargelegt, andererseits wird, um dem Entwicklungs- bzw. Wandlungscharakter des Forschungsgegenstands Rechnung zu tragen wie er durch Begriffe wie Politisierung und Digitalisierung nahe gelegt wird, ein prozessuales Verständnis von Autonomie erarbeitet.

WISSEN

Die vor allem durch Mannheim begründete Schule, an deren methodologischem Fixpunkt die Dokumentarische Methode steht, unterscheidet zwischen zwei Wissensformen, dem „*impliziten Wissen*“, welches handlungsleitend und handlungspraktisch ohne bewusste Steuerung in Aktion tritt und dem „*expliziten Wissen*“, welches bewusst zur Verfügung steht (Bohnsack 2011: 137f). In der Lesart der praxeologischen Wissenssoziologie wird entsprechend zwischen konjunktivem und kommunikativem (analog zu implizitem und explizitem) Wissen unterschieden. Das kommunikative Wissen kann als eine Art operatives Steuerungswissen übersetzt werden, indem es der im Sinne von Agency bewussten, intentionalen zielgerichteten Handlung folgt, deren Motive und jeweilige Logik relativ problemlos sprachlich zum Ausdruck gebracht werden können (vgl. ebd.: 137).

Zu unterscheiden ist die praxeologische Wissenssoziologie damit von dem phänomenologischen Ansatz von Alfred Schütz, der sich in seiner Analyse nur auf die zweite Wissensebene des explizit zugänglichen Wissens im zweckrationalen Handeln konzentriert, dabei aber dessen Vor-Strukturierung durch das indexikalische Wissen als geteilten Wissensbestand ausklammert. Dies ist mitunter auch durch das nicht gelöste Problem des Fremdverstehens begründet (ebd.: 137–138). Da in der praxeologischen Wissenssoziologie davon ausgegangen wird, dass der (wissenschaftliche) Interpret nicht über höhere Verstehensleistungen verfügt als der beobachtete Akteur, hat folglich die Analyse den Fokus auf das beobachtbare „*Wie*“ anstatt auf das extern konstruierte, womöglich askribierte „*Warum*“ zu legen. Während die Diskursanalyse vorrangig die Wissensproduktion und -hierarchien in Expertensystemen untersucht, stellt die Analyse

diskursiver Wissenspraktiken im Alltag bislang eine theoretische Leerstelle dar (vgl. Waldschmidt et al. 2009: 167):

„Auf der einen Seite haben sich Diskurstheorie und -analyse bislang nur ansatzweise mit Alltagswissen beschäftigt, und zwar offensichtlich deshalb, weil alltagsweltliches Sprechen im engeren Sinne keine öffentliche Rede darstellt und somit nicht als bedeutungsvolle, d.h. auch mächtige und einflussreiche Diskursformation gilt. Auf der anderen Seite bringt die Soziologie des Alltagswissens kein großes Interesse für Macht Wissen Prozesse auf; sie tendiert dazu, den Machtwillen im alltäglichen Handeln zu ignorieren.“ (Ebd.: 166–167)

Diese Leerstelle spiegelt sich auch in der bislang vernachlässigten Forschung zu Praktiken des diskursiven Konsums im Social Web wieder. Dabei wird ein Erfahrungswissen über alltägliche Problemstellungen zum Ausdruck gebracht, welches durch seine Veröffentlichung in digitalen Kommunikationsräumen einerseits nicht dem Kriterium öffentlicher Rede entspricht, andererseits jedoch kaum mehr dem Bereich des Privaten zugeordnet werden kann. Um solche Formen diskursiver Wissensproduktion zu untersuchen, schlagen Waldschmidt et al. eine Fortentwicklung der Diskurstheorie unter Einbeziehung der Theorie von Berger/Luckmann vor. Sie operationalisieren den Wissensbegriff, indem sie zwischen Wissensinhalten als Wissen über die Beziehung zwischen Objekten und Dingen und Wissensformen als Wissen über die Aneignung und Verwendung der Inhalte unterscheiden (vgl. ebd.: 168). Wissensinhalte beziehen sich damit auf ein eher theoretisches Wissen, während Wissensformen stärker den Bereich der konkreten Anwendung der Wissensinhalte fokussiert. Der Begriff der Wissensformen schließe ihrer Auffassung nach direkt an den von Schütz/Luckmann (2003) geprägten Begriff des Erkenntnisstils an, der wiederum an Erfahrung und Erleben im Alltag anknüpft (vgl. ebd.: 169).

Im Rahmen ihrer diskursanalytischen Untersuchung eines webgestützten Modellprojekts zum Umgang mit und Wissen über Bioethik stießen Waldschmidt et al. auf den Befund, dass entgegen ihrer Erwartung die Beteiligten des Onlineforums weniger Expertenwissen in die Diskussion einbrachten als vielmehr Wissen, das auf alltäglicher Erfahrung basierte. Entsprechend beschlossen sie, diesen Aspekt in ihrer Studie weiter zu verfolgen und dabei zunächst zu einer genaueren Konzeptualisierung zu kommen, was unter Alltagswissen zu verstehen sei (vgl. ebd.: 167). In ihrer Konzeptualisierung unterscheiden die Autoren, angelehnt an die oben angeführte Unterscheidung zwischen Wissensformen und Wissensinhalten, zunächst zwischen Wissensformen und Wissensbeständen, also Formen der Aneignung und Verwendung von Wissen einerseits und den Daten, die angeeignet werden. Eine Information stellt ein dem Akteur

unbekanntes oder neues Datum dar, das durch dessen Verarbeitung zum Wissen werden kann:

„Die Konfrontation mit dem Unbekannten bietet die Chance, (neu) Erlebtes zu einer bewussten und zugleich gewussten Erfahrung zu machen. Somit sind auch Erkenntnisstile wandelbar; im Prozess des Wissenserwerbs wird immer auch neues Wissen hervorgebracht.“ (Ebd.: 170)

Bezogen auf Konsum könnte ein potenzieller Wissensinhalt z.B. die Information sein, dass der regelmäßige Verzehr von Brokkoli das Risiko einer Prostataerkrankung senkt. Damit ließen sich Wissensbestände thematisch typologisieren, bspw. hier in Wissensbestand „*gesundheitsfördernde Ernährung*“. Die Aneignung könnte nun auf verschiedene Weisen vonstattengehen: Z.B. im Rahmen eines Volksschulkurses zu gesunder Ernährung, als Resultat einer Zeitschriftenlektüre oder als Ratschlag eines Bekannten. Hier ließen sich als Typen von Wissensaneignung professionell-orientierte Weiterbildung, autodidaktische Weiterbildung oder nicht-standardisierte soziale Interaktion ausmachen. Dabei ist allerdings noch nicht geklärt, wie und ob überhaupt erworbenes Wissen in Handlung umgesetzt, also zur Verwendung kommt. Denn das Problem einer ausschließlich die diskursive Ebene von Wissen in den Blick nehmenden Perspektive ist, dass sie lediglich Aussagen über die Wissensbestände und die Art und Weise, wie diese verhandelt werden treffen kann. Der Bereich der Aneignung von Wissen, der über die bloße Lektüre von oder Unterhaltung über bestimmte Inhalte hinausreicht, ist letzten Endes ein körpergebundener Prozess, was also die Einbeziehung der Handlungsebene offline erforderlich macht. Auch Berger und Luckmann betonen diesen Aspekt und verweisen darauf mit dem Begriff der „*aktuellen Reichweite*“ in Abgrenzung zur „*potentiellen Reichweite*“ (Berger/Luckmann 2008: 70f). Nicht jede Information wird zum Bestandteil des Alltagswissens, was aufgrund der Fülle an Informationen auch eine kaum praktikable Integrationsleistung darstellen würde. Deshalb gilt es, sowohl den Prozess der Selektion relevanter Information näher beschreiben zu können wie auch den sich daran anschließenden Integrationsprozess. Denkbar wäre hier, dass es zu einer experimentellen, also zunächst versuchsweisen Umsetzung kommt, die bei Bewährung erfolgreich in das Repertoire sozialer Praktiken übernommen wird. Mit dieser Überlegung ist man schließlich wieder bei der praxeologischen Wissenssoziologie angelangt, die soziale Praktiken als Ergebnis und Ausdruck von Wissensinhalt und Wissensaneignung fasst, den Prozess der Informationsverarbeitung selbst jedoch nicht in den Blick nimmt. Auf diese Weise wird der sozialen Strukturierung von potenziellen Wissensinhalten und der darauf folgenden ungleichen Aneignung nicht Rechnung getragen. Denn Interesse an Information

und Fähigkeit zur Verarbeitung sind immer abhängig von der sozialen Position des Akteurs. Darüber hinaus ist aber das bereits vorhandene Wissen entscheidend bei der Auswahl weiterer Informationen. Die soziale Position des Akteurs und die Struktur des inkorporierten kulturellen Kapitals müssen also mitberücksichtigt werden, um die unterschiedlichen Aneignungsformen auch als Ausdruck sozialer Ungleichheit interpretieren zu können.

In Anlehnung an Schütz/Luckmann gehen Waldschmidt et al. von einem Passungsverhältnis von bereits inkorporiertem Wissen und Information aus. Entscheidend für die Auswahl von Information seien Relevanz und die aktuelle Situation (vgl. Waldschmidt et al.: 169f). In einem erweiterten Verständnis könnte man den Aneignungsprozess zunächst so beschreiben, dass das neue Wissen und die mit ihm einhergehende neue Praktik in einem adäquaten Passungsverhältnis zur bestehenden Praxis stehen müssen. Damit sei der Bereich individueller Relevanzsetzungen (und die Probleme ihrer Erforschung) insofern transzendiert, als die jeweilige soziale Situiertheit der Praxis und ihres Akteurs als Determinanten der Auswahl und Verarbeitung von Wissen in den Blick genommen werden (vgl. ebd.). Obwohl auf rein praktischer Ebene der Überlegung von einem Passungsverhältnis zuzustimmen ist, ergibt sich daraus die Schwierigkeit, diese Relevanzen näher zu bestimmen und zu erklären. Trotz ihres Anliegens, eine stärker praxeologische Form der Diskursanalyse zu entwickeln, halten die Autoren an den verschiedenen Modi von Erkenntnisstilen fest (vgl. 171f). Dabei ist es eben die Unterscheidung zwischen zwei Modi von Erkenntnisstilen, die die praxeologische Kritik begründet. Von ihrem Standpunkt aus wird angezweifelt, dass der Sozialforscher mittels Distanz und Abstraktionsvermögen den Sinngehalt „besser“ als die Akteure selbst dechiffrieren könne. Stattdessen müsste wissenschaftliche Analyse selbst als soziale Praktik verstanden werden, die unter demselben Handlungsdruck steht und ebenso sozial strukturiert ist (auch in ihrem Erkenntnisstil) wie jede andere soziale Praxis auch.

Obgleich hier nicht vorbehaltlos der Differenzierung von Erkenntnisstilen zugestimmt werden kann, erscheint eine Unterteilung in Wissensbestände, die mittels konkreter Erfahrung angeeignet werden und solchen, die zum Beispiel objektiviert als Text verarbeitet werden (können), sinnvoll. Diese Art von Wissensbestand muss aber nicht ausschließlich als wissenschaftlich bezeichnet werden. In Anlehnung an Stehr (2003) führen Waldschmidt et al. diesbezüglich aus, dass wissenschaftliches Wissen durch seine Unsicherheit gekennzeichnet sei, jederzeit revidierbar sei, was es nur in der Wissenschaft sein könne, da der Handlungsdruck des Alltags die Unsicherheit ausschalte:

„Für Stehr (2003, 26) liegt das Hauptgewicht der Auseinandersetzung auf dem ‚objektivierten‘ Wissen als einer ‚kulturellen Ressource‘. Dieses Wissen mache insbeson-

dere in Gesellschaften, die über Sprache, Schrift, Druck und Datenspeicher verfügen, einen direkten Kontakt zu den Dingen, Fakten, Regeln nicht mehr zwingend notwendig; vielmehr funktioniere es allein in Beziehung zu bereits vorhandenem Wissen.“ (Waldschmidt et al. 2009: 172)

Gerade diese Differenzierung ist aber nicht unproblematisch: Wenn von vornherein von der Revidierbarkeit von Wissen ausgegangen wird, verliert man damit das entscheidende Kriterium, um Wissen überhaupt noch bestimmen zu können. Ob Wissen Wissen – also in irgendeiner Art und Weise wahr ist – zeigt nur die Praxis. Potenzielles Wissen kann im besten Fall als Theorie bezeichnet werden (und bestimmte Annahmen über den Zusammenhang von a und b zu haben, ist nicht auf die wissenschaftliche Praxis beschränkt). Andererseits erscheint die Trennung in Erfahrungswissen und objektiviertes Wissen aus Gründen einer weitergehenden Systematisierung als sinnvoll. Es könnte sogar sinnvoll sein, Theorie als weiteren ‚Aggregatzustand‘ von Wissen zu berücksichtigen. Damit könnte potenzielles Wissen beschrieben werden, das erst noch in der Praxis getestet werden bzw. sich bewähren muss.

Mediatisierung der Wissensproduktion

Tina Guenther und Jan Schmidt (2008) machen sich bei ihrer Untersuchung von Wissensproduktion im Web 2.0 ebenfalls einen kombinierten wissenschaftlichen Zugang zunutze. Um gegenwärtige Entwicklungen im Internet und insbesondere die Nutzung von Social Software zu erforschen und einen ersten Ausblick auf das Verhältnis von offline und online vorhandenen Wissensvorräten zu geben, greifen sie auf die phänomenologische Wissenssoziologie von Berger/Luckmann und Schütz/Luckmann sowie Habermas’ Diskurstheorie des kommunikativen Handelns und den praxeologischen Ansatz zurück. Die Autoren verfolgen die These, dass im Zusammenwirken der Prodnutzer (vgl. Bruns 2008) verschiedene Wissenstypen erzeugt werden (vgl. Guenther/Schmidt 2008: 167ff). Das im Zuge der netzbasierten Kommunikation eingespeiste Wissen resultiere dabei häufig aus der Offline-Lebenswelt der Akteure, da gewisse Routinen, Typisierungsmuster und Relevanzstrukturen a priori vorhanden sind bzw. ausgebildet werden. Zum Teil würden diese unterschiedlichen Kategorien von Wissen jedoch auch erst in der Netzinteraktion gebildet und wirkten dann ihrerseits wieder auf Handlungen und Handlungsentscheidungen in Offline-Kontexten ein, wo sie ihrerseits dazu beitragen, den Offline-Wissensvorrat zu erweitern und zu verändern:

„So übertragen einerseits die aktiven Nutzer ihr Wissen, ihre Handlungsfähigkeiten und ihre Wahrnehmungsmuster ins Netz, andererseits erhöhen sie durch die soziale Praxis des

Internetgebrauchs dessen soziale und kulturelle Relevanz. Prodnutzung trägt daher, wie zu zeigen sein wird, maßgeblich zum Verschwinden der Trennung zwischen Online- und Offlinewelt bei.“ (Ebd.: 168)

Als Web 2.0 beschreiben die Autoren eine Vielzahl von partizipatorisch ausgerichteten Internet-Anwendungen wie Communitys, Foren, Bewertungssysteme mit denen teils eine Kommerzialisierung (vgl. u.a. Meckel 2013) verbunden ist, wenn es um die Verwertung von User-Generated-Content (UGC) zur Profitsteigerung von Unternehmen geht. Jedoch sei diese Entwicklung keineswegs so neu wie es in der gegenwärtigen Literatur dargestellt würde, sei das Internet doch von Beginn an auf egalitäre Kommunikationspraktiken ausgelegt. Jedoch sei in den letzten Jahren, insbesondere durch die Verbreitung von Breitbandanschlüssen sowie die Entwicklung benutzerfreundlicher Oberflächen, die Nutzung von Interaktionsangeboten im Netz einer sehr viel größeren Menge an Personen, die auch weniger technikaffin sein müssen, stark angestiegen. Das führe zu anderen Nutzungspraktiken, die der Prodnutzung einen besonderen Stellenwert geben (vgl. Guenther/Schmidt 2008: 169). Prodnutzung sei nun vor allem durch vier Merkmale charakterisiert (vgl. Guenther/Schmidt 2008: 170ff):

- Nur noch analytische Unterscheidbarkeit von Produktion und Konsumtion, die in der Praxis ineinander aufgehen.
- Kollaborativ, öffentlich und prinzipiell unabgeschlossen (als öffentlich werden solche Formen der Prodnutzung verstanden, die ohne strenge, formale Mit gliedervorschriften auskommen, ein Gegenbeispiel wäre die Lehr- und Lern plattform Moodle, für die Studierende eine von der Universität vergebene Benutzererkennung brauchen, um sich anzumelden).
- Einspeisung sozial relevanter Strukturinformationen, Kulturtechniken und kulturell überformter Wahrnehmungsmuster ins Internet.
- Herausforderung etablierter Vorstellungen von Wissen als Eigentum und Produkt.

Im Kontext der Kommerzialisierung des Internets stellen die Autoren vier Strategien vor, mittels derer Unternehmen versuchen, Nutzen aus UGC zu ziehen. Diese reichen von Formen der Kooperation, bei der beide Parteien profitieren, zu Formen der Ausbeutung, bei der sich Unternehmen auch der Besitzrechte an den kreativen Eigenleistungen der User bemächtigen und sie entsprechende Nutzerbestimmungen unterzeichnen lassen. Insgesamt werden unterschieden:

- **Harnessing the Hive:** Prodnutzte Produkte werden verwendet, aber die Rechte bleiben beim Prodnutzer.

- Harvesting the Hive: Prodnutze Produkte werden gesammelt und in anderen Kontexten wieder veröffentlicht (z.B. Sammlung aus Weblogs als Buchpublikation).
- Harboring the Hive: Bemächtigung von UGC mittels des Aufkaufs der Plattformen (bspw. so geschehen bei flickr, youtube, studivz).
- Hijacking the Hive: Hier müssen die User ihre Eigentumsrechte an ihren Inhalten abtreten, um die Plattform (weiter) nutzen zu dürfen.

Aus Sicht einer phänomenologischen Wissenssoziologie seien laut der Autoren folgende Aspekte wichtig: Die soziale Wirklichkeit ist durch regelmäßige Interaktion konstruiert, obwohl sie sich dem einzelnen als objektiv, unverrückbar und den eigenen Handlungsspielraum begrenzend darstellt (vgl. ebd.: 173). Der gemeinsame und als verbindlich empfundene Wissensvorrat einer Gesellschaft resultiert aus Prozessen der Institutionalisierung (hierzu zählen Habitualisierung, Sedimentation, Repräsentation von sozialen Rollen, Integration bzw. Segmentierung, Reifizierung und Tradition), der Sozialisation und der Legitimation. Gegenüber diesem kollektiv verfügbaren und geteilten Wissensbestand stehen die Strukturen der Lebenswelt und deren Wissensvorrat, die sich aus der unmittelbaren subjektiven Erfahrung der Akteure bilden. Wissen in Form von Routinen, Typisierungen und Relevanzstrukturen sind Voraussetzung für die Handlungsfähigkeit eines Akteurs. Diesen Kategorien von Wissen stehen im Web 2.0 Typen von Wissen gegenüber, die die Autoren in Content, also jeglichen eingespeisten Inhalt, in Text, Audio- oder Videodatei, Code (damit wird die Software bezeichnet, die zur Eingabe und Verarbeitung der Daten notwendig sind) und Metadaten (Daten über Daten wie z.B. TAGS) aufteilen. An jedem Wissenstyp kann im Web 2.0 Kritik geübt werden, was wiederum zur Entwicklung, Verbesserung und Erweiterung des Wissensvorrats beiträgt. Kritik, die den Content adressiert, richtet sich vor allem am Wahrheitsgehalt von Aussagen aus, wobei auch Formen ästhetischer, therapeutischer (Authentizität) und natürlich moralischer Kritik häufig vorkommen. Kritik in Bezug auf *Code* problematisiert die Unzulänglichkeit der Software, den Zweck, zu dem sie programmiert wurde, zu erfüllen. Hier geht es primär um Kriterien der Wirksamkeit zur Erreichung von Handlungszielen. Ähnlich können Metadaten kritisiert werden, wenn sie nicht mehr dazu nützen, Wissensorganisation zu gewährleisten. Dies sei bspw. bei einem TAG der Fall, der widersprüchliche oder nicht zusammengehörige Inhalte miteinander verknüpfte (ebd.: 179). Leider gehen die Autoren nach diesen sehr interessanten Ausführungen nur kurz auf ihre empirischen Erkenntnisse ein. Sie resümieren, dass die Funktion von Weblogs für Nutzer das Identitäts-, Beziehungs- und Wissensmanagement (vgl. ebd.: 180) sei, allerdings könnten diese

Funktionen durchaus auch auf andere Anwendungen im Social Web übertragen werden, bspw. soziale Netzwerke wie Facebook. Um die Wirksamkeit von Weblogs oder besser, das Verhältnis von Online- und Offline-Medien zu veranschaulichen, nennen Guenther und Schmidt den Bildblog, der die Berichterstattung der Bild-Zeitung kritisch begleitet und Hintergrundinformationen zu den Reportagen liefert. Es gibt jedoch noch weitere Beispiele für die direkte Verknüpfung von Online und Offline-Medien. So haben einige Zeitungen und Zeitschriften längst damit begonnen, Blogs von ihrer Webseite in der Zeitung abdrucken zu lassen, nicht zu vergessen die zunehmende Integration von Email-, Blog- oder Live-Chat-Komentaren von Nutzern in Talkshows, Radiosendungen etc.

„Dadurch [Mechanismen der öffentlichen Kritik, Entfaltung emanzipativer und subversiver Potenziale, Anm. K.W.] wird das neue Netz einerseits sozial relevanter, weil es mit Strukturdaten und kulturell überformten Relevanzstrukturen aufgeladen wird. Andererseits wird es handlungsrelevanter, weil sich die Erstellung von Content, Code und Metadaten an praktischen Gebraucherfordernissen der Wissensorganisation im Alltag orientiert. Die Wissensvorräte im Netz knüpfen also immer besser an die lebensweltlichen Erfahrungen, Wissensbedürfnisse, Problemdefinition und Problembewältigungsstrategien der Nutzer an. Es ist diese aus der alltäglichen Praxis gespeiste Vielzahl und Heterogenität von Wissen, die dem Word Wide Web neue Impulse verleihen.“ (Ebd.: 185)

Diese Überlegungen können zu der These zusammengeführt werden, dass die bislang sowohl in der diskursanalytischen wie der phänomenologischen Lesart von Wissen enthaltene Trennung von Alltagswissensbeständen und Expertenwissen in digitalen Interaktionsräumen an Bedeutung verliert. Als ein Beleg dürfte wohl gelten, dass das meist-genutzte Lexikon – Wikipedia – vornehmlich von Laien mittels kollaborativer und fortdauernder Zusammenarbeit erzeugt worden ist und wird. Dass es bei Diskussionen um das Wissen über Bioethik den Beteiligten ebenfalls weniger um so genanntes Expertenwissen als um Erfahrungswissen ging, verweist zudem darauf, dass die Regeln wissenschaftlicher Erkenntnis als nicht weniger verlässlich wahrgenommen werden als der konkrete Praxistest. Und wenn die Trennung von Alltagswissen und Expertenwissen an Bedeutung verliert, müsste dann nicht in gleicher Weise die Hierarchie zwischen Laie und Experte flacher werden – zumindest in sozialen Welten, die entweder in großen Teilen Überschneidungen mit der Alltagswelt aufweisen oder für diese Alltagswelt von besonderer Relevanz sind?

Intersektionalität

Die Erwähnung von Intersektionalität als einem der signifikantesten Merkmale der Digitalisierung erfolgt in dieser Arbeit keineswegs zufällig. Was im Abschnitt „Intersektionale Identität“ als Intersektionalität der subjektiven Autono-

mie verhandelt wird, findet seine Entsprechung in der zunehmenden Intersektionalität von sozialen Welten. Das hybride Neben- und Übereinander von sozialen Welten verlangt vom Subjekt eine ähnliche Ordnungsleistung wie die Reflexion über den Ursprung seiner diversen habitualisierten Präferenzen und Deutungen. Die Schwierigkeit besteht jedoch darin, im Mischungsverhältnis der Repräsentanten unterschiedlicher sozialer Welten noch deren Ursprung auszumachen. Krotz (2007) bleibt an diesem Punkt vage, wenn er von vielen Situationen spricht, die sich in digitalen Räumen überlappten. Zumindest gibt er einen Hinweis darauf, um welche soziale Welten es sich primär handeln könnte: Anbieter von Medieninhalten müssten ihre Produkte verkaufen und Kunden werben, weshalb die soziale Welt des Marktes unumstößlicher Bestandteil der auf den Vertrieb von Medieninhalten angelegten Medien ist. Das gilt entsprechend für das World Wide Web, das erst im Zuge seiner Kommerzialisierung das kommunikative Potenzial entfaltet, das seine Vordenker seit seinen Anfängen anvisierten. Dennoch lebt das Ideal des egalitären Austauschs von Informationen und Erfahrungen in zahlreichen Projekten weiter und entfaltet auf diese Weise ebenfalls einen erheblichen Einfluss wie der vorangehende Abschnitt gezeigt hat. Doch findet nicht alle und vermutlich sogar die wenigste Kommunikation im Internet über freie Netze statt, sondern ist meist eingebettet in Infrastrukturen von Anbietern, die ein ökonomisches Interesse verfolgen. Prozesse der Intersektionalisierung sind per se jedoch nicht auf Digitalisierung angewiesen wie das Beispiel des politischen Konsums als Hybrid aus Markt und bürgerschaftlichem Engagement demonstriert. Doch ist nicht von der Hand zu weisen, dass der Zugang zu Information und der Austausch mit anderen über unternehmerisch gestaltete soziale Netzwerke als enorme Erweiterung des Handlungs- und Erfahrungsspielraums politischer Konsumenten gesehen werden muss: Da es laut Schütze (2002) Kommunikation ist, die eine soziale Welt ausmacht, wird die sozialen (Sub-)Welt des politischen Konsums durch die Digitalisierung und der Ermöglichung von Kommunikation zwischen Konsumenten entscheidend dynamisiert. Unklar ist jedoch, wie sich die Vermittlung von Markt und Engagement in digitalen Kommunikationsräumen darstellt, verfolgen die beteiligten Akteure doch nicht zwangsläufig dieselben Interessen. Trotzdem, so die bisherigen Befunde, scheint sich die Zusammenarbeit von Internetnutzern und Unternehmen weitgehend konfliktlos zu gestalten (Lamla 2010b: 13). Um das Verhältnis von Kapitalismus und Kultur im Internet systematisch analysierbar zu machen, stellt Lamla vier Thesen auf, anhand derer sich das Verhältnis von Kapitalismus und Kultur im Web 2.0 bestimmen lässt: Während mit Bezug auf die Homologietheorie von einer Wahlverwandtschaft von Markt und Kultur ausgegangen werden kann, da sie letztlich denselben Prinzipien des profitmaximierenden Gabaustauschs folgen

(ebd.: 20), können Kolonialisierungsversuche von Kultur durch den Markt im Sinne der Fragmentierungsthese verstanden werden. Die kulturelle Wertschöpfung engagierter Konsumenten wird als Crowdsourcing (statt Outsourcing) zu Werbe- und Marketingzwecken abgegriffen; der Markt nimmt in diesem Verhältnis eine dominante Position gegenüber der domestizierten Kultur ein (ebd.: 21). Mit der Kopplungsthese werden Markt und Kultur als koexistente aber prinzipiell unvereinbare Formen der Wertschöpfung interpretiert, die jedoch wechselseitig voneinander profitieren können, insofern es zu einer Vermittlung (bspw. über technische Agenten) kommt (vgl. ebd.). In der Aushandlungsthese findet die Widerständigkeit von Kultur wie der Kulturschaffenden Beachtung, die die leitenden Prinzipien des Marktes infrage stellen und nicht zuletzt gerade über die ihnen zur Verfügung gestellten Kommunikationskanäle ihre Gegenentwürfe zur Diskussion anbieten. Während sich Verbrauchercommunitys (Lamla 2008) und Markengemeinschaften (Pfadenhauer 2009) als Intersektionen von Markt und Kultur in Untersuchungen bislang entweder als fragmentiert oder homolog und eher aushandlungsarm zeigten, stellt sich die Frage, ob mit der Intersektion von Markt, Kultur und Politik die Hegemonie des Marktes nicht stärker infrage gestellt wird. Wie in der Studie von Günther und Schmidt gezeigt wurde, trägt die Individualisierung von Wissensproduktion im Web 2.0 dazu bei, die Grenzen zwischen online und offline insofern aufzulösen, als digital-diskursive Wissensbestände eher Bestandteil von Praktiken offline werden als das bei Informationspraktiken vom Typ Web 1.0 der Fall war. Zu erinnern ist in dem Kontext an die Studie von Dimitrova et al., wo nachgewiesen wurde, dass politische Social-Web-Kommunikation im Vergleich zu anderen politischen Informationspraktiken wie der Zeitschriftenlektüre, ungleich stärker dazu beiträgt, Politisierungsprozesse anzustoßen. Insofern könnte die Digitalisierung politischen Konsums zur Generierung spezifischer verbraucherpolitischer Wissensbestände führen, die Verbraucher- und Bürgerwissen miteinander koppeln. Auf diese Weise enthielte das Social Web ein Bildungspotential, was sich aus der Heterogenität der beteiligten Akteure und seiner Arenen ermöglichenden Infrastruktur unter Bedingungen egalitärer Teilhabe und -nahme entfalten kann. Gleichzeitig böte ein solch kollaborativer Bildungsraum die Möglichkeit für Konsumenten, sich ihrer – auch politischen – Kompetenz in Problemkontexten zu vergewissern, in denen sie als Experte auftreten können.

Zur Skizzierung dieses potenziellen Bildungsraums eignet sich die Perspektive Sozialer Welten (Strauss 1991), wie sie von verschiedenen Autoren gerade für die Erforschung von Internet bezogenen Fragestellungen nahe gelegt wurde (z.B. Strübing 2006, Lamla 2010a). Eine soziale Welt stellt einen speziellen Interaktions- und Kulturraum dar: Speziell insofern als die kommunikative Interak-

tion auf ein gemeinsames Anliegen bezogen ist. Aus der kollektiven Deutung dieses Anliegens ergeben sich konkrete Handlungsempfehlungen (Kernpraktiken), die unter einem Schlagwort wie bspw. „strategischem Konsum“ zusammengefasst werden können. Nun ist es jedoch keineswegs so, dass die kollektive Deutung und Sinnzuschreibung fixiert und festgeschrieben sei, im Gegenteil tragen Soziale Welten und ihre Teilnehmer modernen Wissensgesellschaften durch ein hohes Maß an Integration neuen Wissens und Reflexivität, z.B. in Bezug auf Ereignisse wie Bioskandale Rechnung (Schütze 2002). Insofern muss die Deutung eines Problems und die Legitimität und Authentizität der darauf bezogenen Praktiken als fortlaufender Prozess gedacht werden, der im Rahmen von Binnenarenen als Raum der Aushandlung und Systematisierung stattfindet. Eine funktionierende Binnenarena trägt zur Stabilisierung, Legitimierung und Weiterentwicklung der sozialen Welt bei: Die Auseinandersetzungen der beteiligten Akteure haben – gerade wenn es sich wie im Fall politischen Konsums um Vertreter unterschiedlicher Muttersozialwelten handelt, die sich in einem bestimmten Themenbereich überschneiden und so eine gemeinsame soziale Teilwelt konstituieren – innovatives Potenzial. Kann nun in der Zusammenarbeit von heterogenen Sozialweltvertretern in Binnenarenen der (Teil-)Sozialwelt „politischer Konsum“ das innovative Potenzial an sich gesehen werden, darf dabei nicht unberücksichtigt bleiben, dass die Zusammenarbeit zur Beteiligung höchst unterschiedliche Akteure: Konsumenten, Unternehmen, NGOs, Personen des öffentlichen Lebens führt, weshalb es sinnvoll erscheint, von einer Intersektion unterschiedlicher sozialer Welten in einem Teilbereich zu sprechen: Die Vertreter einer sozialen Welt bleiben dabei den Denktraditionen und Leitideologien ihrer Muttersozialwelt treu, sind aber zu Kompromissen bereit, um gemeinsam mit den anderen ihr Anliegen voranzutreiben, das durch die Teilsozialwelt „politischer Konsum“ definiert wird. Die Definition der Kernpraktik einer sozialen Welt durch heterogene Akteure stellt immer auch eine Aushandlung um Deutungsmacht dar: Arenen erzeugen Gewinner- und Verlierer, weil es sich hierbei letztlich um Machtkämpfe handelt (vgl. Lamla 2010b: 14).

Der gut informierte Bürger

... ist ein Konzept von Alfred Schütz (1946), das entgegen seines Erscheinungsdatums kaum an Aktualität eingebüßt hat. Ganz im Gegenteil stellt das Problem der Identifizierung der für das eigene Leben relevanter Themen, an denen sich ein potenzielles Engagement ausrichten könnte, die Kernfrage bürgerschaftlichen Handelns in mediatisierten Welten dar. Schütz' Akteur lebt in einer sozialen Welt, seiner Lebenswelt, von der er weiß, dass sie sich ihm nie vollkommen

erschließt. Er ist zwar – wie jeder – in der Lage, sich einen gewissen Vorrat an Wissen praktisch oder kognitiv anzueignen, aber was ihm nicht gelingt, ist die vollständige Integration der unterschiedlichen Wissensbestände. Die Wissensbestände der unterschiedlichen Wissenssysteme (Expertensysteme mit Giddens) können sogar in ihren Aussagen einander widersprechen. Diese Widersprüchlichkeit der unterschiedlichen Wissenssysteme deutet Schütz als das Ergebnis ihrer erfolgreichen und fortschreitenden Differenzierung:

„There is a stock of knowledge theoretically available to everyone, built up by practical experience, science, and technology as warranted insights. But this stock of knowledge is not integrated. It consists of a mere juxtaposition of more or less coherent systems of knowledge which themselves are neither coherent nor even compatible with one another. On the contrary, the abysses between the various attitudes involved in the approach to the specialized systems are themselves a condition of the success of the specialized inquiry.“ (Schütz 1946: 463)

Dies betreffe aber nicht nur verschiedene Wissenssysteme, die im strengeren Sinne „*wissenschaftlich*“ sind, sondern auch den Lebensbereich, der durch die Verfolgung „*praktischer*“ Interessen gekennzeichnet sei. Hier sei es nicht wichtig, das Warum und Wie der Handlung zu begründen, solange die Handlung zum gewünschten Handlungsziel hinreiche (vgl. Giddens 1995: 40f).

„Where our practical interests predominate we are satisfied with our knowledge that certain means and procedures achieve certain desired or undesired results. The fact that we do not understand the Why and the How of their working and that we do not know anything of their origin does not hinder us from dealing undisturbed with situations, things, and persons.“ (Schütz 1946: 463)

Dieses unbegründete oder wissenschaftlich/kognitiv nicht abgesicherte Wissen, welches man als Erfahrungswissen oder praktisches Wissen bezeichnen könnte, überträgt Schütz im nächsten Schritt seiner Argumentation auf die soziale Welt. Gerade hier verlasse sich der Akteur auf sein praktisches Wissen, um seinem Handeln Erwartungssicherheit und praktischen Sinn zu verleihen. Er kann von seinem eigenen Erfahrungswissensbestand darauf schließen, dass sein Gegenüber diesen Wissensbestand teilt und deshalb seine Handlungen korrekt dekodieren kann. Hier nun aber nimmt Schütz eine Einschränkung vor: Denn der Erfahrungswissensbestand zweier Akteure sei nie kongruent. Diese Tatsache bezeichnet Schütz als die soziale Verteilung von Wissen:

„Useful as this concept is in many respects, it is clear that all the members of an in-group do not accept the same sector of the world as granted beyond question and that each of them selects different elements of it as an object of further inquiry. Knowledge is socially distributed and the mechanism of this distribution can be made the subject matter of a sociological discipline.“ (Ebd.: 464)

Während wissenssoziologische Fragestellungen zumeist nach den Folgen oder Gründen für eine Ungleichverteilung von Wissen forschen, stellt sich Schütz die Frage, wie es zu erklären ist, dass manche Aspekte der sozialen Welt akzeptiert und andere kritisch hinterfragt werden, was vielleicht in die Frage übersetzt werden kann, in welchen Situationen Akteure beginnen, sich selbst mehr Wissen anzueignen bzw. ihren Erfahrungswissensbestand kritisch zu hinterfragen (ebd.: 465). Schütz unterscheidet idealtypisch zwischen dem „*Experten*“, „*dem Mann auf der Straße*“ und „*dem gut informierten Bürger*“. Der *Experte* stellt einen Vertreter eines Expertensystems dar: Er ist ausgebildet in seinem Fachgebiet und verfügt entsprechend über einen wissenschaftlich gesicherten, aber auch begrenzten Wissensbestand. Der *Mann auf der Straße* repräsentiert demgegenüber den Erfahrungswissensbestand:

„This knowledge in all its vagueness is still sufficiently precise for the practical purpose at hand. In all matters not connected with such practical purposes of immediate concern the man on the street accepts his sentiments and passions as guides. Under their influence, he establishes a set of convictions and unclarified views which he simply relies upon as long as they do not interfere with his pursuit of happiness.“ (Ebd.: 465f)

Er hat für Probleme bestimmte Rezepte parat, die sich im Alltagsleben bewährt haben, ohne dass diese durch eine externe Expertise abgesichert werden müssten. Wo die alltagspraktischen Rezepte sich als unzureichend erweisen, folgt der *Mann auf der Straße* seiner Intuition und/oder seinen Gefühlen. Der *gut informierte Bürger* als Idealtypus steht nun zwischen diesen beiden. Er soll sich dadurch auszeichnen, dass er weder durch Fachwissen „*besessen*“ ist, noch unreflektiert seinen Gewohnheiten und Gefühlen folgt, sondern in Feldern, von denen er weiß, dass sie ihn, wenn auch nur vermittelt betreffen, zu einer vernünftig fundierten Meinung kommen will:

„On the one hand, he neither is, nor aims at being, possessed of expert knowledge; on the other, he does not acquiesce in the fundamental vagueness of a mere recipe knowledge or in the irrationality of his unclarified passions and sentiments. To be well informed means to him to arrive at reasonably founded opinions in fields which as he knows are at least mediately of concern to him although not bearing upon his purpose at hand.“ (Ebd.: 466)

Die idealtypische Darstellung soll jedoch nicht unberücksichtigt lassen, dass in der konkreten Praxis alle drei Typen miteinander vermischt sind: Der *Experte* verfügt ebenso über Erfahrungswissensbestände wie der *Mann auf der Straße* abseits seiner Rezepte auch über spezifisches Fachwissen verfügen kann. Aber in seiner Rolle als *gut informierter Bürger* entscheidet der Akteur darüber, welchen Experten er vertraut und wen er überhaupt als legitimen Experten in einer Frage anerkennt. Was ihn auszeichnet, kann, in anderen Worten ausgedrückt, als In-

formations-Agency bezeichnet werden. Er verfügt über eine gesteigerte Bereitschaft zur Selbstreflexivität, sich die eigenen Gewohnheiten bewusst zu machen und zu hinterfragen. Er ist und wichtiger, er *fühlt* sich kompetent darin, Expertenwissen (mittels unterschiedlicher Strategien) zu evaluieren, zu validieren oder zu verwerfen: „*But it is the well-informed citizen who considers himself perfectly qualified to decide who is a competent expert and even to make up his mind after having listened to opposing expert opinions.*“ (Ebd.: 466)

Schütz unterscheidet vier Regionen, die sich in ihrer Relevanz und infolge in dem Interesse, welches den Akteur motiviert, analytisch voneinander trennen lassen (vgl. ebd. 468): Zunächst die Region, in der das Handeln und vor allem dessen Folgen direkt beobachtet werden kann und in der sich am ehesten ein Gefühl von Selbstwirksamkeit entwickeln kann. Dann eine Region, auf die zurückgegriffen werden kann, um sich mit Mitteln auszustatten, um bestimmte Operationen auszuführen (die kommunale Infrastruktur, Einkaufsmöglichkeiten). Schließlich Regionen, die nicht aktuell wichtig sind, aber es eventuell werden könnten, wie Vorsorgeuntersuchungen oder Jobcenter. Als eine vierte Region lassen sich noch solche Bereiche identifizieren, die weder jetzt noch zu einem späteren Zeitpunkt relevant werden, wie die Entdeckung eines weiteren Sonnensystems oder ähnliches (wobei sich in einer zunehmend globalisiert-vernetzten Welt immer weniger Regionen ausmachen lassen dürften, die in keinem Wirkungszusammenhang zu unserer Lebenswelt stehen). Einerseits geht Schütz davon aus, dass es individuelle Interessen sind, die das Handeln und Wissen des Akteurs in einem hierarchischen System organisieren. Andererseits lasse sich eine solche Relevanzstruktur schwer beschreiben, da die Interessen ständigen Veränderungen unterliegen und durch die Einnahme unterschiedlicher Rollen auch miteinander in Konflikt stehen könnten. Insofern kann eine hierarchische Relevanzstruktur immer nur punktuell und situationsbezogen beschrieben werden. Deshalb erweist sie als empirisch-analytische Kategorie als schwer zu fassen. Schütz geht hier davon aus, dass der Rollenkonflikt zu bewussten Entscheidungsprozessen führt, was wiederum im Kontrast zur Annahme steht, dass es eher Affekte sind, die solche Spannungen durch Spontanentscheidungen lösen:

„The interests I have in the same situation as a father, a citizen, a member of my church or of my profession, may not only be different but even incompatible with one another. I have, then, to decide which of these disparate interests I must choose in order to define the situation from which to start further inquiry.“ (Ebd.: 469)

In seiner Unterscheidung von intrinsischen und aufgedrängten Interessen wird der Gegensatz von Schütz' Ansatz zur Praxeologie besonders deutlich. Denn er geht davon aus, dass es selbstgewählte Relevanzen gibt, die sich spontan ange-

eignet werden und weitere Entscheidungsprozesse beeinflussen. Dabei könnten diese intrinsischen Relevanzsetzungen verändert werden:

„The intrinsic relevances are the outcome of our chosen interests, established by our spontaneous decision to solve a problem by our thinking, to attain a goal by our action, to bring forth a projected state of affairs. Surely we are free to choose what we are interested in, but this interest, once established, determines the system of relevances intrinsic to the chosen interest.“ (Ebd.: 470)

Demgegenüber ständen die aufgedrängten Relevanzen, die sich nicht aus selbst gewählten Interessen ergeben, die sich aber angeeignet werden könnten, falls es gelingt, sie mit intrinsischen Interessen zu verbinden. Gelingen das nicht, blieben diese aufgedrängten Relevanzen fremd und unverständlich (vgl ebd.: 470).

Auch Uwe Schimank beschäftigt sich mit der Frage, wann Routinehandeln (vergleichbar mit dem *Mann auf der Straße*) einen Bruch erfährt und reflexiv (z.B. als *gut informierter Bürger*) bearbeitet wird. Routine-Handeln ermöglicht dem Akteur sinnvoll anerkanntes Handeln bei gleichzeitiger Entlastung seiner mentalen Kapazitäten. Mitunter werden Gelegenheiten, sich anders zu entscheiden dann auch gar nicht wahrgenommen. Schimank (2011) führt den Begriff der „*Weltoffenheit*“ als anthropologische Eigenschaft des Akteurs ein, die als zwei Handlungsmodi, das „*closing*“ und das „*opening*“ beschrieben werden können. Im Falle eines „*good closing*“ schütze sich der Akteur vor zu vielen Umwelteinflüssen oder er eröffne sich als „*good opening*“ eine Reihe von Angeboten (ebd.: 28). Ebenso könnten „*closing*“ und „*opening*“ auch dysfunktional für den Akteur werden, wenn er im Falle des „*bad closing*“ wichtige Einflüsse nicht mehr wahrnehme oder er von der Fülle von Angeboten beim „*bad opening*“ vollkommen überrollt werde (vgl. ebd.). Insofern ist es bei der Interpretation einer konkreten Handlung immer die Frage, welche Situationsbestandteile der Akteur überhaupt wahrnimmt oder wahrnehmen kann und der Ausgang der Situation immer offen. Ob eine Zielverfolgung erfolgreich verläuft, ist Schimank zufolge abhängig von dem Anspruchsniveau, das der Akteur mit seinem Ziel verknüpft: Je einfacher und vager ein Ziel, verstanden als die Veränderung eines gegebenen Zustands, formuliert sei, umso weniger sei es davon bedroht, durch störende Umwelteinflüsse torpediert zu werden. Steigt das Anspruchsniveau, sei der Akteur gezwungen, mit zunehmenden Umwelteinflüssen umzugehen, auf sie zu reagieren und seine Zielverfolgung anzupassen. Infolge könne man dann auch nicht mehr von Zielerreichung sondern eher von Zielverschiebung sprechen. Hierbei hielten sich die Prozesse von „*good closing*“ und „*good opening*“ noch die Waage („*good closing*“ hier verstanden als Beibehaltung einer Zielverfolgung und „*good opening*“ als Offenheit, die das Erkennen von Problemen und notwendigen Änderungen ermöglicht.)

„Ein zu hoch geschraubtes Anspruchsniveau schließlich treibt den Akteur ins ‚bad opening‘ einer selbst zerstörten Erwartungssicherheit. Er verrennt sich völlig in gescheiterten Ambitionen und überhäuft sich dabei mit so viel weiterer Komplexität in Gestalt einer überbordenden Agenda neuer und immer größerer Probleme, also noch anspruchsvollerer Ziele, dass er schließlich durch immer hilflos-chaotischeres Handeln die eigene Erwartungssicherheit verliert. Der Akteur wird handlungsunfähig und so Getriebener seiner Umwelt.“ (Schimank 2011: 30)

Auch der gegensätzliche Fall ist denkbar: Nämlich die Fixierung auf ein Ziel, ohne weitere Kenntnisnahme jedweder Umwelteinflüsse im Sinne eines „*bad closings*“, das aus dem Akteur schließlich einen Psychotiker machen könnte. Um erst gar nicht Gefahr zu laufen, sich in der Verfolgung von Zielen zu verstricken, ist es nach Schimank unverzichtbar, auf routinisierte Handlungen zurückgreifen zu können, die dem Akteur Entlastung bringen (vgl. ebd.: 31). Aber wann ist der Moment gekommen, in dem der Akteur sich „*Reflexion auferlegt*“? Der Routine schreibt Schimank in dem Wechselspiel von Öffnung und Schließung die dominante Position ein: Als Garant für Erwartungssicherheit stellt sie die Voraussetzung für Handlungsfähigkeit dar. Für den Bereich eines politischen Alltagshandelns ist die Frage eines „*good openings*“ bzw. eines „*good closings*“ ganz entscheidend. Die Lektüre der morgendlichen Zeitung oder der Nachrichten befreundeter Facebook-Gruppen kann für einen konsumpolitisch engagierten Bürger, leicht in einen ungezügelten Aktivismus übergehen, wenn er nicht über einen *guten* Schließungsmechanismus verfügt. Doch dürfte es bei einem Engagement, welches sich in den Praktiken des Alltagslebens entfaltet, schwer sein, hier nicht in Extreme zu verfallen. Notwendig erscheint vor allem die Entwicklung einer Routine im Umgang mit Informationen. Zudem muss es wie bei Schütz' *gut informiertem Bürger* zunächst um die Herausbildung relevanter Themen gehen.

Zwischenfazit: Information und Wissen

Wenn, wie in der praxeologischen Theorie, davon ausgegangen wird, dass jeder Vollzug von Praktiken Wissen zur Anwendung und damit zum Ausdruck bringt, wird deutlich, dass mit der Erforschung sozialer Praxis notwendigerweise immer die Erforschung von Wissen verbunden ist. Wissen, wie auch immer zunächst weiter definiert – ob implizit oder explizit, Fachwissen oder Alltagswissen, kommunikativ oder konjunktiv – bildet somit eine Basiskategorie soziologischer Forschung. Im Kontext von Mediatisierung ist zu berücksichtigen, dass sich die zwei zentralen Mechanismen des gesellschaftlichen Umgangs mit Wissen wandeln: Seine Distribution und seine Speicherung. Die mit der Schriftsprache ermöglichte Speicherung von Wissen und die, mit der Erfindung des Buchdrucks,

ermöglichte Distribution stellen Meilensteile oder eher: Dynamisierungsexplosionen der Mediatisierung und damit des Wandels von Wissen dar (vgl. ähnlich dazu auch Castells 2001: 375ff). Eben solche Explosionen sind mit der Digitalisierung, der durch sie ermöglichten, scheinbar unbegrenzten und fast kostenneutralen Speicherkapazität sowie dem World Wide Web als Distributionsstruktur – ebenfalls beinahe kostenneutral und damit potenziell allgemein zugänglich – verbunden. Hinzu kommt die Geschwindigkeit, mit der die virtuellen Speicher verfügbar gemacht werden können, die ihrerseits ständig erweitert und verändert werden. Giddens und auch Beck kommt das Verdienst zu, bereits im Kontext von Modernisierungsprozessen auf die Veränderung der Beziehung zwischen Laien und Experten hinzuweisen, eine Veränderung die ihrerseits Folgen, sowohl für den Alltag der Laien wie auch für die Arbeit von Experten, hat. Zu berücksichtigen ist darüber hinaus aber auch, dass die veränderten Formen des Speicherns und Verteilens von Wissen nicht ohne Folgen für das Wissen selbst und die Praktiken des Umgangs mit Wissen – der Suche nach, des Aneignens und des Anwendens von Wissen – bleiben. Eine analytische Differenzierung in die Diskussion um diese Prozesse einzuführen, wird umso wichtiger, je größer die Distanz zwischen den Produzenten oder Autoren von Wissen und ihren Produkten wird. Denn in diese Distanz ist ebenfalls die Trennung von Körper und Wissen eingeschrieben, was für die praxeologische Theorie eine Herausforderung darstellt, insofern ihre Grundannahme der Einheit von Wissen und Körper durch die Wissensgebundenheit körperlicher Praktiken infrage gestellt wird. Der entsprechend notwendige Unterschied ist der zwischen Information und Wissen, und analog dazu, der zwischen Praktiken des Wissens und Praktiken der Information. Worin besteht nun der Unterschied zwischen Wissen und Information? Information ist ein Datum mit Novitätscharakter. Oder mit den Worten von Gregory Bateson: „*In fact, what we mean by information – the elementary unit of information – is a difference which makes a difference [...]*“ [Herv. im Original, Anm. K.W.] (ebd. 1987: 474). Eine Information verändert etwas, z.B. das, was jemand vor dem Lesen dieser Arbeit wusste oder dachte. Insofern stellen hiesige Ausführungen zu bspw. Bourdieu für kaum einen Sozialwissenschaftler eine Information dar, es handelt sich um allgemein soziologisch bekannte Daten. Zu einer Information können sie werden, wenn sie in einen anderen Zusammenhang gebracht werden und auf diese Weise dazu beitragen, bestimmte Fragestellungen unter einem anderen Aspekt zu betrachten. In wissenschaftlichen Arbeiten wird viel Zeit darauf verwandt, Autoren zu lesen, *von denen man weiß*, dass die Leser sie kennen, da sie als implizit verbindliche Lektüre für Sozialwissenschaftler gelten. Damit wird dokumentiert, dass man weiß, was das sozialwissenschaftliche Standardwissen ist. Indem vorausgesetzt wird, dass die Leser es auch

wissen, werden sie als Sozialwissenschaftler anerkannt. Die Verweise auf die wissenschaftlichen Standardreferenzen eines Faches dokumentieren die Zustimmung, Anerkennung und Unterwerfung unter die impliziten Regeln einer Disziplin. Damit verweist der Begriff des Wissens *immer* auf zwei Ebenen, eine diskursive und eine praxeologische. Die Diskursivität des Wissensbegriffs kann analog der Ausführungen zu Bourdieu und dem politischen Feld begriffen werden. Wissen als Fach- (oder Feld-) Wissen dient immer der Inklusion von Experten, vielmehr aber noch der Exklusion von Laien. Sein Streitfaktor wird dabei umso größer, je eher Laien fachwissenschaftlicher Information habhaft werden können und – ganz wesentlich – je eher sie in der Lage sind, die Informationen zu dekodieren. Es wäre aber vor dem Hintergrund falsch, nur Wissenschaftswissen als diskursives Wissen zu charakterisieren. Denn durch die Digitalisierung von Alltagspraktiken, die in Online-Communitys oder virtuellen Netzwerken beschrieben und von anderen kommentiert und bewertet werden, wird auch das Alltagswissen zunehmend zum Gegenstand von Aushandlungen. Analog zur Unterscheidung zwischen Information und Wissen lässt sich zwischen Informations- und Wissenspraktiken unterscheiden. Hierbei stellen die Informationspraktiken einen Spezialfall der Wissenspraktiken dar, denn, wie gesagt, alle Praktiken sind Wissenspraktiken, da keine Praktik vollzogen werden kann, ohne dass dabei implizit Annahmen über die äußere Welt ausgedrückt werden. Aber gerade wenn man digitale Praktiken untersucht, stößt man regelmäßig darauf, dass Untersuchungsteilnehmer nach Informationen suchen, also nach Daten, die nicht Bestandteil ihres Wissens sind. Um den Komplex dieser teils sehr heterogenen Praktiken der Suche, Archivierung und Weitergabe von Informationen zu bezeichnen – in denen ein spezifisches Wissen um den Umgang mit Daten zum Ausdruck gebracht wird, wird im Folgenden entsprechend der Begriff der Informationspraktiken verwendet.

Politischer Konsum im Social Web wird konzeptionalisiert als die Intersektion von drei sozialen Welten, der Welt bürgerschaftlichen Handelns, der Welt des Konsums und der Welt des Marktes (letztere weisen zwar große Schnittmengen auf, sind aber keineswegs identisch, wie z.B. die Frage nach der jeweiligen Kernpraktik zeigen würde). Als ein primär durch kommunikative Interaktion strukturiertes Phänomen rücken so Praktiken des diskursiven politischen Konsums in den Vordergrund. Im Zentrum der Verhandlungen steht die Frage, wie zwischen Gemeinwohl und Eigeninteresse zu vermitteln ist und was ein gutes Leben ausmacht. Dabei entstehen neue Wissensbestände, die sich durch ihren Bezug zu konkreten Erfahrungen gerade im Bereich des Offline-Handelns auszeichnen, wie bspw. zu Geschmack und Gefühlen. Doch wird andererseits davon ausgegangen, dass das digitale Engagement auch auf Wissenspraktiken im All-

tag offline zurückwirkt und als ein eigener Modus nicht nur der Wissensproduktion, sondern vor allem auch der Aneignung verstanden werden muss. In diesem Kontext stellt sich das von Schütz im „*gut informierten Bürger*“ angedeutete Problem der Relevanzsetzung verschärft, insofern es nicht nur jedem selbst überlassen ist, darüber zu entscheiden, was er als wichtig empfindet, sondern er auf der anderen Seite auch die Chance hat, auf Informationen zu jedem beliebigen Thema zuzugreifen. Die Idee von Schütz, dass sich Relevanzen in Abhängigkeit von der Betroffenheit des Akteurs bestimmen lassen, hat Vor- und Nachteile. Einerseits ist es fraglos einleuchtend, dass sich jemand eher bspw. mit den rechtlichen Vorgaben kommunaler Bebauungspläne auseinandersetzen wird, wenn in seiner Nachbarschaft ein Mastbetrieb für 100000 Schweine gebaut werden soll. Andererseits wird es aufgrund von Mediatisierung und von Entbettungsmechanismen deutlich schwerer zu bestimmen, von was ein Akteur sich betroffen fühlt. Denn eine Betroffenheit muss sich nicht nur bei physischer Nähe einstellen, sondern resultiert häufig auch aus der Wahrnehmung eines Gefühls von Ähnlichkeit (Durkheim 1977)¹. So kann es durchaus passieren, dass jemand z.B. ein Gefühl von Solidarität mit einem Netzwerk von Verbrauchern in den Vereinigten Staaten verspürt, mit denen ihn das Engagement gegen Gentechnikkonzerne verbindet, während sich vergleichbare Kooperationen im lokalen Umfeld nicht herstellen lassen. Insofern ist Betroffenheit eines Akteurs als erklärende Variable für Engagement durchaus geeignet, allerdings lassen sich die Bedingungen für Betroffenheit nur schwer verallgemeinern. Für den hiesigen Kontext hilfreich ist an Schütz Konzeption die Hybridität des „*gut informierten Bürgers*“, der zwischen „*Experte*“ und „*Mann auf der Straße*“ einen vermittelnden Standpunkt einnimmt, auf der einen Seite gekennzeichnet von der Fähigkeit zu pragmatischen Akzeptanz („*good closing*“), auf der anderen Seite von der Fähigkeit, bislang für selbstverständlich gehaltenes Wissen (und die damit verbundenen Praktiken) zu hinterfragen („*good opening*“). Bei letzterem kommt eine Form von Informations-Agency zum Tragen, die sich aus der Erfahrung und so aus der Überzeugung speist, selbst kompetent in der Bearbeitung von Wissensfragen zu sein und andere, Experten oder Quellen, hinsichtlich ihrer Vertrauenswürdigkeit richtig einzustufen zu können. Zu bedenken ist hinsichtlich der Idee einer Agency, dass diese, worauf auch Schimank hinweist, eine Zielvorstellung erfordert. Diese kann

1 Zwar sieht Durkheim diese auf Gefühlen und Ähnlichkeit aufbauende „*mechanische Solidarität*“ zwar eher als kennzeichnend für vorindustrielle Gesellschaften, doch lassen sich damit gleichfalls auch neue Formen der (Online-)Vergemeinschaftung über nationale Grenzen hinweg verstehen.

durchaus vage sein, das ist sogar von Vorteil, um Unwägbarkeiten flexibel begegnen zu können. Doch wie weit lässt sich das Anspruchsniveau einer politischen Handlung reduzieren, um Erwartungssicherheit zu gewährleisten? Oder, noch eindeutiger: Ist es nicht die Verfolgung eines konkreten, politischen Ziels, dass eine Handlung als politisch charakterisiert?

POLITISCHES HANDELN

Eine alltagsbezogene politische Praxis stellt nicht nur eine Erweiterung des Repertoires an politischen Handlungsformen dar, sondern ist grundlegend von anderen Formen politischen Handelns, die sich in einer nicht-privaten Sphäre abspielen, zu unterscheiden. Denkt man an konventionelle Formen politischen Handelns nicht-professioneller, politischer Akteure, so fällt doch zunächst einmal auf, dass politische Handlungen von Bürgern für gewöhnlich eher eingebettet in bestimmte Rituale – institutionalisiert – vollzogen werden. Das klassische Beispiel dafür dürfte die Wahlhandlung abgeben, die alle vier Jahre alle Bundesbürger mit Wahlberechtigung dazu aufruft, eine politische Entscheidung zu treffen. Diese politische Entscheidung wird begleitet von einem – mittlerweile gleichfalls mediatisierten – Wahlkampf, der dazu gehörigen Berichterstattung, den Plakaten und den nun wohl endgültig etablierten Kanzlerduellen nach US-amerikanischen Vorbild. Zur Unterstützung können die Bürger bei Unsicherheit auch den „Wahl-o-Mat“ bemühen, ein technisches Tool, das je nach individuellen Präferenzen der Bürger eine Wahlempfehlung zum passenden Parteiprogramm erteilt. Damit zeichnet sich eine entscheidende Differenz zu einem alltagsbezogenen politischen Handeln ab: Bei der Bundestagswahl handelt es sich um ein außeralltägliches Ereignis, das von einer Vielzahl von Ritualen begleitet wird und es den Bürgern so ermöglicht, gerade ihre auf sich selbst gerichtete Alltagsperspektive ein Stück weit zu verlassen und eine Entscheidung zum Gemeinwohl der Gesellschaft zu treffen. Eine Politik des Alltags hat es demgegenüber ständig mit Entscheidungen im Sinne des Gemeinwohls zu tun, ohne dass diese Entscheidung vergleichbar gerahmt und in einen kollektiven Politikprozess eingebettet wäre. Das muss eine veränderte Perspektive auf das *Wie* politischen Handelns zur Folge haben. Diese Veränderung des *Wies* politischer Entscheidungen und deren Einbettung in den Alltag anstatt in kollektiv-rituelle Prozesse kann aus handlungstheoretischer Sicht am besten mit einem stärkeren Fokus auf Praktiken anstatt auf Handlungen gefasst werden. Da in der politikwissenschaftlichen Theorie der Begriff der Handlung dominiert, wird dieser Vorschlag entlang der Diskussion von „*politisch handeln*“ entwickelt.

Gemeinwohlorientierung

Der Begriff des politischen Handelns ist keineswegs so klar und eindeutig definiert, wie es aus einer empirisch-analytischen Sicht wünschenswert wäre (Buchstein 2012: 20). Um politisches Handeln von anderen Handlungsformen abzugrenzen und so zu einer Definition zu kommen, fragt Hartmut Rosa (2012) zunächst danach, was überhaupt als Handeln gelten kann. Dabei wird der Begriff des Handelns vom Verhalten abgegrenzt, das dem behavioristischen Reiz-Reaktion-Modell folgt. Im Gegensatz dazu muss der Ausgangspunkt von Handeln „in einer (kultur-)spezifischen Selbst- und Weltinterpretation gesucht werden, die einer bestimmten Handlung ihre Bedeutung, ihr Objekt und ihr Ziel (*the point*) verleiht“ [Herv. im Original, Anm. K.W.] (ebd.: 135).

Handlungen sind demnach nicht als singuläre Akte nachvollziehbar, sondern immer nur im Kontext ihrer Einbettung in die jeweils gesellschaftlichen, kulturellen, lebens- und situationsspezifischen Bedingungen. Dabei erscheinen die Selbstdeutungen sowohl als explizit, also verbalisierbare Ansprüche oder Vorstellungen wie auch implizit als in den Institutionen und der jeweiligen Kultur (oder der täglichen Routine) festgelegte Handlungs- und Deutungsschemata. Aus der Deutung des Akteurs seiner Selbst, seiner Welt und seiner Handlungsoptionen folgen sowohl Handlung wie auch Sinn und Identität.

Aus der Beziehung der Bewertungen zueinander und der sie betreffenden Gegenstände entstehe etwas wie eine „moralische Landkarte“ –hier bezieht sich Rosa auf den von Taylor (1994) geprägten Terminus –, die die soziale Realität erst konstituiere (ebd.: 136). Handlungen sind demnach zu verstehen als Folge und Realisation von Bewertungen, die eine Person vornimmt. Insofern lassen sich Handlungen durch die ihnen zugrunde liegenden Bewertungen unterscheiden. Im Bereich des politischen Handelns müssen dies Rosa zufolge Bewertungen sein, die festlegen, in welcher Art von Gemeinschaft man leben möchte. Aus einem solchen Blickwinkel ergibt sich allerdings, dass einiges an Handeln, was in der Realpolitik stattfindet, nicht mehr als politisches Handeln definiert werden kann, da es häufig anderen Wertungen folgt. Zu Veränderungen oder besser: Veränderungsdruck komme es dann, wenn die expliziten und die impliziten Selbstdeutungen der Akteure nicht mehr kongruent sind, es also z.B. zu einem Widerspruch von Anspruch und Anerkennung kommt. Zudem bewegt sich der Akteur in unterschiedlichen sozialen Welten, die jeweils anderen und sich häufig widersprechenden Weltdeutungen folgen. Auch diese Bewegungen enthalten das Potenzial, den Akteur unter Druck zu bringen, um beispielsweise seine Identität unter den widersprüchlichen Anforderungen zu behaupten oder ggfs. situativ anzupassen.

Aktive Bürgerschaft

Weniger handlungs- als demokratietheoretisch nähert sich Sandra Seubert (2012) dem Begriff des politischen Handelns in ihrem Beitrag „*Politisches Handeln in der Bürgergesellschaft*“. Zu Beginn führt sie eine Unterscheidung von politischer Partizipation und politischem Handeln ein. Ersteres sei eine spezielle Form politischen Handelns, das als institutionalisiertes politisches Handeln seinen Platz innerhalb des politischen Systems habe und durch gemeinsame Unternehmungen von Bürgern zur Beeinflussung unterschiedlicher Ebenen dieses Systems gekennzeichnet sei (Seubert 2012: 105). Entsprechend müsse politisches Handeln als Oberbegriff einer weiteren Definition zugeführt werden:

„Wenn politisches Handeln ein umfassenderer Begriff ist, so bedeutet das, dass er nicht auf die Mitwirkung an formellen Prozeduren der Entscheidungsfindung, vor allem Wahlen, begrenzt werden kann. Politisches Handeln umfasst Aktivitäten, die nicht unbedingt an formelle Mitgliedschaft (Staatsbürgerschaft) gebunden sind, und es kann auch in sozialen Sphären stattfinden, die nicht als politisch in einem engeren Sinn gelten, wie die Familie oder der ökonomische Bereich. Die traditionellen Trennlinien zwischen dem Politischen (bzw. Öffentlichem) und dem Privaten werden fragwürdig, wenn die ursprünglich dem Haushalt („oikos“) bzw. dem ‚Ökonomischen‘ zugeordnete Sphäre der Konsumtion politisiert wird oder wenn die gesellschaftliche Bedeutung der Familie auf neue Weise in den Blick gerät.“ (Ebd.)

Symptomatisch zeige sich diese Verschiebung oder Auflösung der Grenzen von politisch-nichtpolitisch oder privat-öffentlich an der inflationären Verwendung des Begriffs der Bürgergesellschaft, mit dem neue Formen politischer (Selbst-)Steuerung beschrieben oder propagiert würden, die den Bürger nicht mehr nur an politischen Prozessen beteiligten, sondern vielmehr politische Arbeit an den Bürger delegieren (vgl. ebd.: 106). In dieser Lesart sei politisches Handeln zu verstehen als aktive Bürgerschaft. Was kennzeichnet also aktive Bürgerschaft? Diese sei nämlich nicht ein rein juridischer Status, sondern eine Rolle, die voraussetzungsvoll erlernt werden müsse. Wichtige Voraussetzung und Ziel des politischen Bildungsprozess sei nach Kant das Erreichen einer „*inneren Mündigkeit*“ (ebd.: 110):

„Der Erfolg dieses Projekt hängt, so kann man Kant lesen, davon ab, dass inneres (personales) Vermögen und äußere Handlungsbedingungen eine Entsprechung finden [...] Selbstbewusstsein und eine innere Unabhängigkeit schaffende Tätigkeit sind ja tatsächlich von ‚äußeren‘, will heißen materiellen und kulturellen Bedingungen abhängig und so gesehen lässt sich das Ausschlusskriterium auch in eine Inklusionsforderung umwenden.“ (Ebd.)

Zu einer exkludierende Bedingung für Bürgerfähigkeit werde die Forderung nach innerer Unabhängigkeit aber bei Kant, der diese Unabhängigkeit an den

Besitz von Kapital gebunden sieht. Damit würde einer nicht unerheblichen Anzahl von Personen(-gruppen) die Fähigkeit, als Bürger selbstbestimmt handeln zu können, aberkannt. Wenn aber nicht Kapital bzw. ökonomische Unabhängigkeit hinreichendes Mittel zur Ausübung der Bürgerrolle sei, was dann? Die Fixierung auf rechtliche Voraussetzungen des Bürgerseins oder -werdens vernachlässigen den Aspekt der Sozialisation und Bildung des Bürgers. Dies zu ignorieren, heißt, Bürgertugenden nur dort zu finden, wo entsprechende Voraussetzungen gegeben sind: Entsprechend würde Bürgerhandeln vor allem in der Sphäre des Bürgerlichen lokalisiert, die über die notwendigen Ressourcen, ökonomisch und kulturell, zur Beteiligung verfügten. Wenn Seubert die Frage danach, was politisch handeln heißt, zwar nicht beantwortet, sondern umformuliert, welche Aktivitäten mit der Rolle des Bürgers verbunden seien, verweist sie somit aber auf einen wichtigen Aspekt: Bürgerschaftlichkeit oder politisch handeln lassen sich nicht per definitionem bestimmen. *Stattdessen ist es sinnvoll, sich den Vorgang des Hineinwachsens in die Bürgerrolle, den Prozess der individuellen Politisierung, unter Gesichtspunkten der Freiheit, Gleichheit und Selbständigkeit genauer anzusehen.* Die Anerkennung einer Person als Bürger mit Bürgerrechten bildet den institutionellen Rahmen aktiver Bürgerschaft, doch auf welche Weise der Bürger einen Weg findet, diesen Rahmen zu füllen, bleibt offen. Die Entscheidung, die der Bürger mündig und autonom, also selbstbestimmt handlungsfähig, in diesem Rahmen zu treffen hat, ist eine ethische: Was ist gut oder nicht gut für die Gesellschaft? Doch zu Recht bemerkt Seubert, dass in einem ausdifferenzierten gesellschaftlichen System die Verantwortung für Missstände delegierbar ist, da für alle gesellschaftlichen Teilbereiche institutionelle Zuständigkeiten angegeben werden können:

„In diesem Zusammenhang drängt sich die Frage auf, welches Maß an gesellschaftlicher Verantwortung nicht delegiert werden kann [...]. Wenn die Frage des jeweils realisierbaren Grades an Verantwortung, die Frage der Reichweite des eigenen Handlungsspielraums letztlich nur aus der ersten Person heraus zu bestimmen ist, liegt in der Zurechnung von Verpflichtung ein unhintergegbares subjektives Moment. Dieses subjektive Moment ist nicht institutionalisierbar, aber für demokratische Gesellschaften lebenswichtig.“ (Ebd.: 112–113)

Es darf nicht darum gehen, den Schuldigen und den Verantwortlichen auszumachen, in dem Moment wird die Problemlösung aufge(sc)hoben. Aus subjektiver Sicht kann nur eine Rolle spielen, wofür man sich selbst verpflichtet fühlt, nicht wofür andere einem die Verantwortung zuschreiben. Die autonome Übernahme von Verantwortung ist, was Seubert unter Pflichtgefühl versteht. Damit spielt sie an auf die Handlungsfähigkeit, aber vor allem auch auf die Handlungsbereitschaft des Bürgers, seine Umwelt, also das politische und soziale Geschehen, das

ihn umgibt und für das er sich zuständig oder von dem er sich betroffen fühlt, zu beobachten – und im Fall des Falles einzugreifen. Ein bloßes Anschauen reicht da freilich nicht aus, ein Beobachten muss mit der Bereitschaft zum Lernen und der Fähigkeit zum Verstehen einhergehen. Ansprechbar-Sein, eine auf Öffentlichkeit bezogene Urteilsfähigkeit herauszubilden, das gelänge dem Bürger nur in sozialen Kontexten, in diskursiven Räumen, in denen gemeinsam mit anderen die Wirksamkeit des eigenen Handelns erlebt werden kann. Dem gegenüber ambivalent einzuschätzen seien jedoch Mediatisierungsprozesse, bei denen die Vernetzung mit anderen utilitaristischen (Selbstoptimierungs-) Motiven folge.

Cultural Citizenship

Diese Lesart von Bürgerschaft (und politischem Handeln) ist anschlussfähig an Konzepte eines „Cultural Citizenship“:

„When cultural citizenship is defined as a discursive process it brings into focus the learning dimensions of citizenship and the socialization processes initiated by the different socializing agents of society.“ (Klaus und Lünenborg 2012: 201)

Statt Bürgerschaft nur als Ensemble von Rechten und Pflichten zu definieren, wird mit dieser Lesart von Bürgerschaft ihre kulturelle Konstitution in den Blick genommen. Kulturell ist Bürgerschaft, weil es kulturabhängig ist, welche Rechten und Pflichten mit dem Bürger-Sein assoziiert werden und darüber hinaus, auf welche Art und Weise sie praktisch umgesetzt werden (können). Da Kultur aber ebenfalls Repräsentant und Produzent von sozialen Strukturen ist, liegt es damit nahe, dass kulturelle Unterschiede, z.B. als Lebensstile bestimmter sozialer Milieus, auch Differenzierungen im bürgerschaftlichen Handeln erzeugen, die eben auch als kulturell bedingte Ungleichverteilung von Chancen zu Macht und Einflussnahme darstellen. Cultural Citizenship verweist als theoretischer Ansatz darauf, die Sozialisationsinstanzen von Bürgerschaft zu berücksichtigen, die sonst als Opposition oder Gegensatz zur politischen Sphäre gelten: Fiktion, Entertainment, Emotionen (vgl. ebd.: 201f). *„Education and media with all their different facets, then, move to the forefront of the realization of citizen rights.“* (Ebd.: 202)

Obwohl Cultural Citizenship eher als Sammelbegriff denn als einheitliches Konzept verstanden werden muss, lassen sich nach Klaus und Lünenborg einige grundlegende Gemeinsamkeiten ausmachen. Statt Citizenship juristisch-normativ zu verorten, wird Bürgerschaft als situiert in den Alltagspraktiken *„of sharing space and forming and exchanging ideas“* verstanden (ebd.: 202). Darüber hinaus werden Macht und Ungleichverhältnisse anerkannt, die auf die Diffe-

renzung zwischen unterschiedlichen Bürgertypen und ihren Praktiken im Umgang mit dem Staat hinweisen. Unterschiede zwischen Bürgern deuten nicht zuletzt auf einen ungleichen Zugang zu oder Besitz von kulturellen Ressourcen (Bildung, Kompetenzen, Erfahrung) hin, der in der Forschung berücksichtigt werden sollte. Cultural Citizenship kann nicht per se als Rezept für Empowerment verstanden werden, doch ist es als ein Forschungsansatz eher geeignet als andere, den Erzeugungsregeln für Marginalisierung wie auch gerade den im Bereich der neuen Medien stattfindenden Transformationsprozessen nachzuspüren. Hier sehen auch Klaus und Lünenborg die größten Potenziale:

„Cultural Citizenship is an essential dimension of citizenship in media society and unfolds under the conditions of unequal power relations. It entails all those cultural practices that allow competent participation in society and includes the rights to be represented and to speak actively. Media as a particular form of cultural production is both an engine and an actor in the processes of self-making and being-made, in which people acquire their individual, group-specific and social identities.“ (Ebd.: 204)

Welchen Stellenwert diese politischen Praktiken formal haben oder einmal haben werden, lässt sich zum gegenwärtigen Zeitpunkt nur schwer bestimmen. Klaus und Lünenborg sehen die sich gerade im Verhältnis von Produzent und Konsument auf medialer Ebene ändernden Praktiken als Hinweise auf eine neue oder sich wandelnde Demokratie, die womöglich stärker kulturelle Praktiken in Problemlösungsszenarien integrieren können wird. Als eine Alternative führen die Autorinnen Hermes (2006) an, die Cultural Citizenship vor allem als Forschungsansatz verstehe, der bislang kaum oder wenig beachtete Dimensionen von Bürgerschaftlichkeit, vor allem neue Praktiken im Kontext von IuK-Technologien, in den Mittelpunkt rückt (vgl. Klaus und Lünenborg 2012: 206). Die pessimistischen Perspektiven auf die zukünftige und schon im Gang befindliche Entwicklung der Demokratie machen es erforderlich, das Konzept von Bürgerschaft grundlegend zu überdenken. Statt an theoretischen Annahmen über die Rolle des Bürgers festzuhalten, gilt es zu verstehen, wie die Bürger selbst ihre Verantwortung und ihre derzeitige Situation interpretieren (vgl. Dahlgren 2006: 267). Peter Dahlgren vergleicht zunächst drei unterschiedliche Bürgerschafts-Konzeptionen – liberale, kommunitaristische und demokratische. In der liberalen Lesart kommt der Bürger schon „fertig“ in der Demokratie an. Die rationale Verfolgung eigennütziger Interessen ist als Voraussetzung gelungener Bürgerschaftlichkeit ausreichend.

„There is a strange absence of sociological perspective in liberal theories of citizenship. The individual is seen implicitly as emerging as a fully-formed citizen, devoid of social bonds, out of some sociocultural black box, ready to play his or her role in democracy.“ (Dahlgren 2006: 268–269)

Demgegenüber sehen kommunitaristische Ansätze, teils stärker, teils schwächer, in der Vermittlung und Aneignung kollektiver Werte die entscheidende Voraussetzung guter Bürgerschaftlichkeit. Die republikanische oder neo-republikanische Lesart von Bürgerschaft stellt insofern einen Kompromiss dar, als hier sowohl individuelle Rechte wie auch Gemeinschaft als wichtige Voraussetzungen oder Ziele von Bürgerschaftlichkeit anerkannt werden. Aktiver Beteiligung wird ein hoher Stellenwert eingeräumt, insofern nicht nur Rechte in Anspruch genommen werden, sondern mit politischer Beteiligung auch die persönliche Entfaltung – durch Anerkennung, durch Kontakt zu anderen usw. – verbunden werden kann (ebd.). Dahlgren ist dafür, die überkommenen Dichotomien, die das Politische bestimmen sollen (rational vs. emotional, ernst vs. unterhaltend usw.), zu überwinden, um den Weg frei zu machen für neue Konzeptionen von Bürgerschaftlichkeit. Die 1980er Jahre mit dem enormen Anstieg politischer Beteiligung abseits konventioneller Beteiligungsformate hätten einer Vielzahl theoretischer Arbeiten den Weg gewiesen, Bürgerschaft und die Voraussetzungen von Bürgerschaft zu überdenken. Beispielsweise werde aus Sicht der Cultural Studies gesellschaftlicher Interaktion ein fundamental wichtiger Stellenwert eingeräumt, da sie Individuen helfe, sich sozial zu entwickeln, ihre Identitäten auszubilden, Werte zu festigen und auf produktive Weise mit Konflikten umzugehen. Wo aber Cultural Studies einen Weg sehen, weiter an Konzepten von Bürgerschaftlichkeit zu arbeiten, deuten andere die Notwendigkeit, Bürgerschaftlichkeit über soziale Interaktion zu erlernen als verhängnisvoll, da Gelegenheiten für solche Formen der Kommunikation in einer zunehmend individualisierten Welt immer weniger würden. Demgegenüber sei die Zivilgesellschaft als politischer Bildungsraum genauer zu untersuchen, um herauszufinden, ob und wie hier Bürgerkompetenzen gelernt und entwickelt werden können. Was aber von vielen Theoretikern vergessen würde, sei, dass Bürgerkompetenzen sich nicht „einfach so“ erlernen ließen, sondern dass ihnen praktische Erfahrung vorausginge, und das Erlernen einer ganzen Anzahl von weiteren Fähigkeiten, die im Alltagsleben der Akteure situiert sind. Der Ort, falls man das so nennen kann, an dem der Bürger lernt, wie er als Bürger handelt, ist deshalb eben nicht primär das politische System. Politische Identität und Selbst-Identität können in kulturalistischer Lesart nicht voneinander getrennt werden. Die Identität sei die Instanz, an der sich entscheide, ob sich Bürger für etwas mobilisierten oder nicht, die Grenzen zwischen Identität als Person und einer Identität als Bürger seien fließend (vgl. ebd.: 276).

Politik des Lebensstils

Im letzten Kapitel seines Buches „*Modernity and Self-Identity*“ (1991) stellt sich Giddens der Frage, welche Auswirkungen die gesellschaftlichen Veränderungen (Entbettung, Unsicherheit, Fragmentierung, Kommodifizierung) nicht nur für das Individuum und seine Selbst-Identität haben, sondern welche Konsequenzen sie für politisches Handeln haben können. Seine grundlegende These ist, dass ein Wandel von emanzipatorischer Politik zu einer Politik des Lebens(-stils) stattfindet. Die Geschichte der Modernisierung ist gleichzeitig eine Geschichte der Emanzipation von Religion, Tradition, familiären Abhängigkeiten. Giddens definiert die Politik der Emanzipation als ein allgemeines Anliegen, das darauf abziele, Individuen und Gruppen von den Zwängen zu befreien, die ihre Lebenschancen negativ beeinflussen (Giddens 1991: 210). Die zwei grundlegenden Elemente in diesem Kampf seien a) das Abschütteln der Fesseln der Vergangenheit, womit eine Veränderung bejahende Einstellung zur Zukunft verbunden sei, und b) das Ziel, illegitime Dominierung von Individuen und Gruppen durch andere zu überwinden (vgl. ebd.: 211). Die Modernisierung führe im Ganzen zu einer größeren Kontrolle von sozialer und natürlicher Welt, aber nicht zwangsläufig zu einer stärkeren Kontrolle des einzelnen über sein Leben. Aus diesem Grund ist eine emanzipative Politik auch primär auf die Unterschiede zwischen gesellschaftlichen Akteuren gerichtet, auf deren ungleiche Lebenschancen und die Ungleichheit verursachenden Umstände (Ethnie, Geschlecht, Machtverteilung, Verteilung von Reichtum). Macht ist aus dieser Perspektive stets hierarchisch: *„Macht wird verstanden als die Fähigkeit eines Individuum oder einer Gruppe seinen Willen gegenüber anderen durchzusetzen.“* (Ebd.: 211 [Übersetzung K.W.]). Als wichtigste Phänomene der Macht können Ausbeutung, Ungleichheit und Unterdrückung gelten. Ausbeutung meint die illegitime Aneignung von Ressourcen durch eine (privilegierte) Gruppe, was konsequenterweise mit einem eingeschränkten oder keinem Zugang durch andere einhergeht (Bsp. Öl, Wohnraum, Bildung), woraus Ungleichheit folgt. Unterdrückung schließlich meint konkret den Vorgang der Reduktion von Lebenschancen einer Gruppe oder eines Individuums durch eine andere, was ebenfalls Folge einer ungleichen Machtverteilung ist. Im Kampf gegen die Folgen ungleicher Machtverteilung muss unter Rückgriff auf moralische Werte belegt und unterschieden werden zwischen Formen legitimer und illegitimer Macht. Zentral zur Legitimation von Maßnahmen gegen ungleiche Machtverteilung, Ausbeutung, Ungleichheit und Unterdrückung sind Gerechtigkeit, Gleichheit und Teilnahme. Diese moralischen Werte sind jedoch eher als Kritik an bestehenden Verhältnissen als ein gesellschaftlicher Gegenentwurf zu verstehen. Das Fehlen eines konkreten zu errei-

chenden Zielzustandes führt zu einer Bewegung *weg von*, aber ohne zu wissen, in welche Richtung diese Bewegung führen sollte. Giddens hält Autonomie für – wenn überhaupt – das wichtigste mobilisierende Prinzip (ebd.: 213). „*Emanzipation bedeutet, dass das kollektive Leben in einer Art organisiert ist, dass das Individuum fähig ist – in der einen oder anderen Weise – zu freier und unabhängiger Aktion in seiner sozialen Umwelt.*“ (Ebd. [Übersetzung K.W.]). Damit verbunden ist kein absoluter Freiheitsbegriff, insofern als die Freiheit des Individuums immer beschränkt oder in Verbindung gedacht werden muss mit seiner gesellschaftlichen Verantwortung. Oder wie Giddens in Anlehnung an Habermas anmerkt:

„Je mehr sich die sozialen Umstände einer idealen Sprechsituation annähern, umso eher wird eine soziale Ordnung basierend auf den autonomen Handlungen freier und gleicher Individuen entstehen. Wenn Individuen frei sein werden, informierte Entscheidungen über ihre Handlungen zu treffen, wird das die Menschheit auch auf einem kollektiven Level tun.“ (Ebd.: 213f [Übersetzung K.W.])

Demgegenüber setze Life Politics bereits ein gewisses Level an Emanzipation voraus (vor allem von Tradition und hierarchischer Dominanz), da es nicht mehr darum geht, die Voraussetzungen für freie Entscheidungen zu erkämpfen, sondern die Entscheidung konkret zu treffen (vgl. ebd.: 214): „*Es ist eine Politik der Selbst-Aktualisierung in einer reflexiv strukturierten/geordneten Welt, in der Reflexivität das Selbst und den Körper mit Systemen globaler Reichweite verbindet.*“ (Ebd.) Zur Erläuterung der Definition von Life Politics gibt Giddens an, dass es dabei eigentlich um „*lifestyle politics*“ gehe in dem Sinne, dass politische Themen in den Prozess der Selbst-Aktualisierung einfließen, wobei globalisierende Einflüsse tief in das Projekt der Selbst-Identität eindringen und Prozesse der Selbst-Identität wiederum Einfluss nehmen auf globale Strategien (vgl. ebd.). Als eine Politik der Lebensentscheidungen sind Life Politics untrennbar mit dem Projekt der Selbstidentität verbunden, da es darum geht, einen moralisch gerechtfertigten Lebensstil zu entwickeln, der Selbst-Aktualisierung im Kontext globaler Unabhängigkeit ermöglicht. Der Entwurf der Selbst-Identität muss durch Reflexivität und Aktualisierung dem dynamischen Kontexten einer globalisierten Moderne immer wieder angepasst werden, Einstellungen müssen eventuell revidiert und Zukunftsentwürfe verändert werden. Dies erfordert die (Re-) Integration von Information, mit der das Individuum insbesondere durch mediatisierte Erfahrungen zunehmend konfrontiert wird (vgl. ebd.: 215). Eine besondere Leistung besteht hier darin, zukünftige Projekte auf eine kohärente und vernünftige Weise mit vergangenen Erfahrungen zu verknüpfen:

„Dies kann nur erreicht werden, wenn einer Person die Entwicklung einer inneren Authentizität gelingt – einer Grundstruktur aus grundlegendem Vertrauen, mittels dessen die Lebensspanne als eine Einheit von dem Hintergrund wechselnder sozialer Ereignisse verstanden werden kann.“ (Ebd. [Übersetzung K.W.]

Die Notwendigkeit von Reflexivität besteht also darin, den Entwurf der eigenen Selbst-Identität durch fortlaufende Aktualisierungsprozesse an veränderte Rahmenbedingungen anzupassen. Als erste sichtbare Hinwendung zu einer Life Politics kann die Frauenbewegung gesehen werden, bei der der Frage *„wer soll ich sein“* als politischer Frage Priorität eingeräumt wurde. Wie politisch sind Life Politics? Sie sind es sowohl in der engeren wie in der weiteren Definition, insofern als der Nationalstaat immer noch die zentrale Funktion innehat, die Gesetze und Rahmenbedingungen zu setzen, auf deren Basis Bürger agieren können. Im weiteren Sinne muss das zunehmende Versagen des Nationalstaats bei der Bewältigung zahlreicher Problemstellungen konstatiert werden. Auch kann der Staat nicht auf alle Bereiche der Lebenspolitik zugreifen. Es ist jedoch unklar, welche Institution bzw. welche institutionellen Parameter eine Lebenspolitik braucht und zukünftig nutzen kann, um zu agieren, evtl. soziale Bewegungen, denkbar wären aber auch eher netzvermittelte Aktionen oder politischer Konsum, Giddens geht diesbezüglich von einer Entwicklung neuer politischer Partizipationsformen in der Zukunft aus.

Ulrich Beck (1993) zeigt auf, dass das politikwissenschaftliche Verständnis politischen Handelns von einer Sichtweise der gesellschaftlichen Differenzierung in Systeme geprägt sei, die von deren Selbstreferentialität und Abgeschlossenheit überzeugt ist. Ob ein Handeln als politisch oder nicht-politisch definiert wird, lässt sich entsprechend sehr einfach danach bestimmen, ob es innerhalb des politischen Systems und nach dessen Regeln erfolgt. Doch, so fragt Beck weiter, *„wer sagt, dass es [das Politische, Anm. K.W.] nur in den Formen und Begriffen der Regierungs-, Parlaments- und Parteienpolitik möglich und wirklich wird?“* (Ebd.: 11) Seine These ist, dass unter den veränderten Handlungsbedingungen moderner Gesellschaften politisches Handeln als Sub(system)politik in anderen Handlungsfeldern als alternative politische Beteiligung (wieder) auftaucht, wenngleich in Formen, die aufgrund ihrer Novität erst noch als politisch erkannt und verarbeitet werden müssten (vgl. ebd.). Verantwortlich für das Auftauchen neuer politischer Handlungsweisen außerhalb des politischen Systems sei ein Generationenwechsel, der die Grundüberzeugungen (für Beck sind hier ökologische und feministische Interpretationen von Gesellschaft entscheidend) verändert und die traditionelle Regierungsweise infrage stellt. Durch die damit auftretenden Konflikte zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Akteuren würde die Selbstreferentialität der Systeme Gegenstand von Aushandlungen: *„Wie die so-*

zialen Klassen, so verblassen auch die sozialen Systeme im Zuge reflexiver Modernisierung. Sie werden in ihrem Bestand entscheidungsabhängig, legitimationsabhängig, veränderbar.“ (Ebd.: 12). Wie Offe (1983) sieht Beck die Aufgaben des Nationalstaats der ersten Moderne: Wirtschaftswachstum, Vollbeschäftigung und soziale Sicherheit, als nicht mehr ausreichend, um staatliches Handeln zu legitimieren. Die Politik des Nationalstaats sei eine Politik des Personalwechsels, während sie es versäume eine Politik der Politik zu sein. Damit meint Beck die Beschäftigung der Repräsentanten des politischen Systems mit ihren eigenen Grundlagen, Prinzipien und Regelwerken: „*Das Politische wird als regelgeleitete, regelumsetzende, nicht aber regelverändernde, gar Regeln erfindende Politik verstanden und betrieben, als Variation in der Ausführung, nicht etwa als Politik der Politik*“ (Beck 1993: 12). Dies führe zu der sowohl auf Kunst wie auf Politik abhebenden Frage, wie Politik gestaltbar sei (vgl. ebd.: 13). Die Vorstellung, soziale Systeme existierten unabhängig von Individuen, kann nur solange aufrechterhalten werden, wie die Funktionsweise der Systeme nicht hinterfragt/kritisiert/optionalisiert würde, denn „*Macht, die funktioniert, verschwindet aus dem Bewusstsein*“ (ebd.: 17). Sobald das Handeln in gesellschaftlichen Systemen optional werde, gestaltbar, alternativ, wächst aus Sicht des Systems die Notwendigkeit, Zustimmung für seine Prinzipien und Regeln zu generieren, wobei hier eine zunehmende Wissenschaftsabhängigkeit als Mittel der Legitimation festzustellen sei (vgl. ebd.: 18). Die Zunahme von Zustimmungsabhängigkeit gesellschaftlicher Systeme könne als latenter Demokratisierungsprozess gelesen werden, der „*subpolitische Handlungsspielräume*“ (ebd.: 19) eröffne. Der wichtigste Mechanismus, um eine Institution als „*permanente Lösung eines permanenten Problems*“ erscheinen zu lassen, sei die Vermittlung eines Grundkonsenses über Mittel und Ziele durch Experten(-systeme) (ebd.). Genau darin besteht aber ein weiteres, grundlegendes Problem für die Stabilität gesellschaftlicher Institutionen und der Systeme, denen sie angehören: Mit der zweiten Moderne und ihrer Reflexiv-Werdung stehen sich mehr und mehr Experten oppositionell gegenüber und produzieren Wissen, welches in seiner Widersprüchlichkeit nicht mehr dazu taugt, die Prinzipien und Regeln der Institutionen abzusichern, sondern vielmehr in Zweifel ziehen lässt:

„Wenn die Profession – die Entdecker, Hüter und Erzeuger des Neuen (neuer Erkenntnisse, Krankheiten, Medikamente usw.) – sich aufspalten und gegensätzliche, gegeneinander gerichtete Wahrheiten und Wirklichkeiten erzeugen, dann und genau in dem Maße zerbrechen die Fiktionen oder Konstruktionen individuumunabhängiger Systeme.“ (Ebd.)

Deshalb kann ein Bürger auch nicht a priori einschätzen, welche Handlungsweise seinem Anliegen zum Erfolg verhilft: Ob die regelmäßige Teilnahme an Wah-

len in irgendeiner Weise ein probates Mittel ist, um die eigenen politischen Anliegen und Ziele zu realisieren ist unter Wählern und insbesondere Nicht-Wählern nicht unumstritten. Deshalb wäre es falsch, politische Praktiken nur auf das politische System zu beziehen, stattdessen müsste eine praxeologische Definition politischen Handelns das politische Wissen als Erfahrungswissen um die Wirksamkeit einer Praktik berücksichtigen: Ganz offensichtlich führt das Sparen von Wasser zu einem geringeren Wasserverbrauch, während es fraglich ist, ob das Ziel in seiner kollektivierten Form durch konventionell-politische Einflussnahme erreicht werden könnte. Für Beck sind es insbesondere drei Aspekte, die die zunehmende Verhandelbarkeit von gesellschaftlichen Systemen ermöglichen: reflexive Verwissenschaftlichung, die ökologische Frage und das Eindringen feministischer Orientierungen und Erwartungen in die verschiedenen Professionen und beruflichen Handlungsfelder (vgl. ebd.: 20). Letzteres führe insbesondere zur Infragestellung der „*beruflich monopolisierten Rationalität und Praxis*“, also einer grundsätzlichen Kritik an dem, was als Kompetenz zu gelten habe (ebd.).

Den Begriff der Reflexivität bestimmt Beck jedoch etwas anders als Giddens: Während bei Giddens die Expertensysteme und die Zunahme von Wissen im Verhältnis zur Alltagspraxis die besondere Konstellation der Moderne darstellen, bei der Akteure Vertrauen in nicht physisch präsente, abstrakte Systeme entwickeln müssen, sieht Beck die zunehmende Konkurrenz zwischen Experten sowie das Aufkommen von neuen, system-externen Experten (Laien) als das eigentlich neue Phänomen. Der Konflikt darum, was als richtig und wahr zu gelten habe, eröffne einen Handlungsspielraum, der einerseits die Möglichkeit zur Neugestaltung von bislang unhinterfragten Normen und Prinzipien biete (wobei an diesem Aushandlungsprozess auch neue Akteure beteiligt sein könnten), der andererseits aber auch Gelegenheit zu Passivität und Rückzug gebe: Solange man nichts sicher weiß, sollte man besser auch nichts tun. Die Positionen von Beck und Giddens müssen jedoch keinen Widerspruch darstellen, sondern können auch als zwei sich wechselseitig verstärkende Tendenzen interpretiert werden. Während die Expertensysteme sich immer weiter ausdifferenzieren und Informationen über die Funktionsweise von Körpern, z.B. neuen Krebsfrüherkennungstests usw. produzieren, wachsen gerade durch die neuen Medien die Möglichkeiten, selbst zum (nicht-legitimierten) Experten zu werden und eigene Überlegungen und Erfahrungen als alternative Lesarten von Problemlagen publik zu machen. Insofern stellt sich das von Giddens fokussierte Vertrauensproblem in noch erhöhter Schlagzahl, wobei die Authentizität von Erfahrungsberichten, sofern es gelingt, sie zu erzeugen und zu vermitteln, eine Option darstellt, es zu entschärfen: Denn die Erfahrungsberichte anderer können auch zu einer Bestäti-

gung etablierter Verhaltensweisen und Vertrauen herangezogen werden. Wenn andere bei Problem X die Welt der Medizin als verlässlich einstufen und Behandlungsmethode Y erfahrungsgemäß als erfolgreich einstuft, ist das auch für den eigenen Fall die richtige Lösung. Doch wenn Giddens schreibt, man könne sich nicht nicht entscheiden, hat er damit nur auf einer theoretischen Ebene Recht. Beck ist darin zuzustimmen, dass der zunehmende Konflikt um die Rationalität und Validität von Wissen für einige Individuen, Bürger wie Politiker, Konsumenten wie Unternehmer, einen Vorwand darstellt, um bestimmte Problemlagen auszublenden. Der von beiden Autoren anvisierte „*reflexive Citizen*“ stellt keine zwingende Folge des Modernisierungsprozesses dar.

ZWISCHENFAZIT: „POLITISCH“ DEFINIEREN

Agnes Heller (1995) schrieb über den Begriff des Politischen, dass er sich auf zwei Arten theoretisch begründen ließe: Entweder werde mit „*politisch*“ ein bestimmtes Merkmal bezeichnet, das eine Handlung oder einen Menschen politisch macht (ebd.: 126). Oder ein bestimmter Bereich sei politisch und damit werde alles, was zu diesem Bereich gehört ebenfalls politisch (ebd.). Während die zweite Variante sich historisch zunächst hätte durchsetzen können, habe die moderne Massendemokratie „*der Gleichsetzung von politischer Klasse und politischer Handlung ein bleibendes Ende bereitet*“ (ebd.: 127). Dem zum Trotz sei der Ausschluss verschiedener Themen und Menschen(-gruppen) nach wie vor charakteristisch für die politische Philosophie (ebd.: 134). Dass derart radikale Positionen Heller unangemessen erscheinen, ist nicht verwunderlich, verortet sie schließlich den Bezugspunkt universeller Werte im Alltag, genauer, in den Praktiken des Alltags. Und Kennzeichen der Moderne sei, wie die aus den Alltagspraktiken geschöpften Werte mit den sie vorgeblich repräsentierenden Institutionen verglichen würden: „*Männer und Frauen stellen dem, was ist (d.h. ihren politischen und sozialen Institutionen) ständig das, was sein soll (d.h. universalisierte Werte) gegenüber und stellen fest, dass die ersteren den letzteren nicht entsprechen.*“ (Ebd.: 134) Die Differenz zwischen „*Sein*“ und „*Sollen*“ zu erkennen, ist damit die erste Bedingung für das Politische. Damit setzt Heller wie auch Rosa bereits die Inkorporierung universalisierter Werte bzw. eine Vorstellung von Gemeinwohl voraus, die es dem Akteur erst ermöglicht, eine Differenz zu erkennen und sein eigenes Handeln entsprechend zu orientieren. Demgegenüber verdeutlichen die kulturalistischen Ansätze sowohl von Klaus/Lüneborg sowie Dahlgren, dass erst durch die Berücksichtigung des jeweiligen Politisierungsprozesses die sozialen und kulturellen Bedingungen in den Blick genom-

men werden können, die über unterschiedliche Ausprägungen politischer Handlungstypen entscheiden. Darüber hinaus ist bei einer Politik des Lebensstils die Besonderheit der Arena Alltag zu berücksichtigen. Anders als bei institutionalisierten Formen politischer Partizipation besteht hier ein besonderer Handlungsdruck, da es nicht nur um die Verfolgung politischer Ziele geht, sondern gleichermaßen darum, etwas zu essen, etwas anzuziehen oder mit Freunden zusammen zu sein. Insofern stellt sich das Problem der Betroffenheit in anderer Hinsicht als bei Schütz, da die Konsequenzen alltagspolitischer Entscheidungen zunächst einmal vom Subjekt selbst wahrgenommen werden, also das Subjekt von seiner Entscheidung, bspw. auf Fleisch zu verzichten, zunächst einmal selbst betroffen ist. „*Politisch Handeln*“ ist als Bezeichnung für das, was sich im Bereich von Alltagspolitik abspielt aber womöglich generell ein irreführender Begriff. Die starke Fokussierung auf ein Handlungsziel, welches als Entscheidungskriterium für oder gegen das Politische einer Handlung herangezogen wird, ist schwer vereinbar mit einer Alltagspolitik, die ihre Motivation eher aus einer Abkehr vom Status quo als aus einem „*Hin zu*“ einem zu erreichenden Zielzustand bezieht, was ja bedeuten würde, dass bestimmte Vorstellungen davon vorhanden sind, wie dieser Zielzustand auszusehen habe. Die Utopie einer Alltagspolitik kann aber zunächst einmal nicht kollektiv imaginiert werden, sondern wird, vorerst zumindest, in das Projekt der Selbst-Identität verlagert.

Bei der Definition von „*politisch*“ muss analog zum Wissensbegriff genau genommen zwischen zwei Begriffsebenen unterschieden werden: Einer diskursiven und einer praktischen. Dies spiegelt sich auch in den Ansätzen von Giddens und Beck wider. Denn worauf letzterer mit seiner Interpretation von (Sub-)Politik u.a. aufmerksam machen möchte, ist, dass die Autonomie des Systems Politik durch das Aufkommen neuer Formen der Beteiligung und alternativer Lesarten vom Politischen infrage gestellt wird. Wie schon in der Auseinandersetzung mit Bourdieu „*politischem Feld*“ gezeigt wurde, ist es für den Machterhalt von Bedeutung, die Deutungshoheit darüber zu behalten, was als politisch gelten kann und was nicht. Deshalb stellt sich die Frage nach dem Politischen auf der diskursiven Ebene vor allem als eine Machtfrage dar, die darüber entscheidet, welchen Akteuren Kompetenz und Berechtigung zur Lösung gesellschaftlicher Probleme zuerkannt wird. Auf diese Weise wird „*politisch definieren*“ ebenfalls zu einer Form politischen Handelns. Was die Beteiligung von Bürgern an diesen Verhandlungen über das Politische angeht, ist die schon im vorangegangenen Kapitel angesprochene Informations-Agency von entscheidender Bedeutung, da sie dem Bürger als politischem Nicht-Experten das Gefühl von Kompetenz bei der Begleitung politischer Prozesse vermittelt. Demgegenüber betrifft die praktische Begriffsebene gleichermaßen konventionelle wie un-

konventionelle Formen der Einflussnahme, wobei das politische Alltagshandeln hier aufgrund seiner Einbettung in Routinen einen Sonderfall darstellt. Informationspraktiken kommt auch hier ein wichtiger, aber nicht der wichtigste Stellenwert zu, da die Hauptaufgabe zunächst darin besteht, zu Routinen politischen Alltagshandelns zu kommen, die aber offen für Veränderungen und Anpassungen bleiben. Gemeint ist die Herausbildung eines Bewusstseinszustands oder politischen Erkenntnisstils, durchaus im Sinne von Aktivbürgerschaft, der in dem Fall aktiv wird, wenn ein Problem registriert wird, für dessen Lösung der Akteur sich nicht nur verantwortlich, sondern auch kompetent fühlt, und darüber hinaus, von dem der Akteur sich weniger betroffen fühlt, als dass er sich vielmehr damit identifizieren kann. Genau an diesem Punkt gilt es empirisch einzusetzen und bürgerschaftlichen Bildungs- und Sozialisationsprozessen nachzuspüren, die in der Lesart kulturalistischer Ansätze durch die Digitalisierung enorm befördert werden. Dahlgren spricht in dem Zusammenhang von einer „*civic culture*“, die als entscheidende Vermittlungsinstanz Prozesse der Selbstaktualisierung sowie neue Formen gemeinschaftlichen Handelns hervorbringt.

IDENTITÄT UND AUTONOMIE IM VERBRAUCHERPOLITISCHEN ALLTAG

Folgt man den Hinweisen kulturalistischer Ansätze zur Erklärung neuer Formen bürgerschaftlichen Handelns und wendet den Blick stärker Prozessen der Politisierung im Bereich von medialem Alltagshandeln zu, stellt sich die Frage, wie sich diese Transformationen beschreiben lassen. Versteht man Politisierung zudem als einen Prozess, der auf die Entwicklung oder Transformation einer politischen Identität gerichtet ist, sieht man sich im Bereich soziologischer Identitätstheorien zunächst mit dem Problem konfrontiert, dass konventionelle Konzepte von Identität in der Auflösung begriffen sind und neue Ansätze miteinander konkurrieren. Warum es dabei im Kern geht, ist für die politikwissenschaftliche Theorie nicht ohne Bedeutung. Denn mit der Abkehr von der Idee einer über die Zeit relativ stabilen Ich-Identität wird auch zunehmend die Fähigkeit der Subjekte in Zweifel gezogen, autonome Entscheidungen zu treffen. Dies wirft ein grundlegend anderes Bild z.B. auf Vorstellungen von politischem Handeln, die nicht folgenlos für normative Vorstellungen von Demokratie bleiben dürften.

Diskurs Autonomie

Wie Mackenzie/Stojar (2000) in ihrem Vorwort zu dem Buch „*Relational Autonomy*“ herausstellen, ist Autonomie als theoretisches Konzept in den Sozialwissenschaften und insbesondere der feministischen Theorie nicht unumstritten – um es etwas euphemistisch auszudrücken (ebd.: 3). Im Rahmen letzterer sind vielfältige und berechtigte Zweifel formuliert worden, die auf ganz unterschiedliche Dimensionen des Autonomiebegriffs abzielen. Eine dieser Dimensionen beispielsweise nimmt die mit dem Autonomie Begriff verbundenen Vorstellungen von autonomen Persönlichkeiten in den Blick – Vorstellungen die recht eindeutig auf einen selbstgenügsamen, unabhängigen, selbstbewussten Mann abheben, „*who directs his efforts towards maximizing his personal gain*“ (ebd.: 6). Mit dieser Vorstellung sei eine Werthierarchie verbunden, die Unabhängigkeit den Vorrang vor der Interdependenz in sozialen Beziehungen einräumt, also Vertrauen, Loyalität und Freundschaft als nachrangig und mitunter als störend für die freie Entfaltung etikettiert (vgl. ebd.). In dieser Lesart stellen reziproke Beziehungsformen eine Bedrohung von Autonomie dar, was zunächst keine Kritik an Autonomie als Konzept an sich darstellt, aber richtig darauf verweist, dass die Annahme, soziale Beziehungen seien der Autonomie des Einzelnen abträglich, doch zumindest vor dem Hintergrund zu bedenken sei, dass ein Akteur ohne die Zuwendung Dritter gar nicht erst lebensfähig sei. Eine weitere Quelle von Kritik speist sich aus Theorien der Postmoderne. Da das moderne Subjekt sich selbst nicht transparent sei, und somit zu einem unbestimmten Teil fremdgesteuert, sei es entsprechend auch nicht in der Lage, frei und gemäß ganz eigener Präferenzen Entscheidungen zu treffen (vgl. ebd.: 10). Hier deutet sich schon an, dass autonomem Handeln ein Sich-Selbst-Transparent-Sein des Subjekts vorausgehen soll, welches dann aus ganz unterschiedlichen Gründen für unmöglich erklärt werden kann.

So beginnt Axel Honneth (2000) seine Überlegungen zu Autonomie zunächst einmal rekurrierend auf Sigmund Freud mit der Feststellung, dass dem Individuum nicht alle seine Bewusstseinsinhalte verfügbar seien. Daraus ließe sich ableiten, dass, da dem Individuum nicht transparent sei, warum es selbst so handelt, seine Autonomie entsprechend eingeschränkt sei (Honneth 2000: 237). Damit würde „*die Idee von Autonomie im Sinne von Kontrollierbarkeit des eigenen Tuns außer Kraft*“ gesetzt (ebd.). Ein zweites Argument gegen die Möglichkeit individueller Autonomie sei die Abhängigkeit des Subjekts von dem allgemeinen Sprachsystem zur Herstellung von Sinn (ebd.). Jegliche Idee oder Einsicht evoziert damit niemals alleine aus dem Subjekt, sondern ist immer auf das kulturelle System der Sprache gegründet. Schließt man zudem Annahmen aus dem Struk-

turalismus mit ein, komme man mit Bourdieu schnell zu dem Schluss, dass selbst die Entscheidung für ein Theaterstück und gegen ein Musical ihre Wurzeln vor allem im gesellschaftlich erzeugten Habitus habe und keineswegs als autonome Entscheidung angesehen werden könne.² Doch Honneth sieht einen potentiellen Ausweg aus der Krise der Autonomie, die er in der Moralphilosophie vor allem Kants sowie in der Rechtstheorie und in der philosophischen Theorie verortet (vgl. ebd.: 240).

„Autonom ist der menschliche Wille [bei Kant, Anm. K.W.] dann, wenn er zu einer moralischen Urteilsfindung in der Lage ist, die sich durch die Orientierung an vernünftigen Prinzipien und dementsprechend durch die Absetzung von persönlichen Neigungen auszeichnet.“ (Ebd.: 241)

Im moralphilosophischen Kontext geht es um die Kopplung eines Erkenntnisprozesses und der daran anschließenden willentlichen Transformation einer Praktik, die sich auch auf den Bereich politischen Handelns im Alltag übertragen ließe. Dies ist insofern eher für den Bereich des politischen Alltagshandelns plausibel, da die „*Absetzung persönlicher Neigungen*“ sich nur dort, bspw. durch den Verzicht auf Palmöl, vollziehen lässt. Dem stellt Honneth den Autonomiebegriff der Rechtstheorie gegenüber, wo insbesondere dann von Autonomie die Rede sei, wenn sie angegriffen, bedroht oder verteidigt wird, also das Recht des Individuums auf Selbstbestimmung in Gefahr ist. Als dritte Lesart von Autonomie bezieht Honneth sich auf die Fähigkeit des Subjekts, sein Leben selbst zu führen und zu gestalten. Wie aber lässt sich diese Fähigkeit genauer beschreiben? Honneth bearbeitet diese Frage durch das Einführen der zwei Begriffe „*Bedürfnistransparenz*“ und „*Bedeutungsintentionalität*“ (ebd.: 242): Diese zielen auf die Fähigkeit ab, sich selbst so gut zu kennen, um wissen zu können, was man will und braucht, zweitens auf die Fähigkeit, die eigene Handlungskapazität gut genug einschätzen zu können, um sie so einzusetzen, dass unter erstens wahrgenommene Bedürfnisse befriedigt werden. An diese Perspektive auf Autonomie schließt Honneth an. Das Problem der Bedürfnisintransparenz versucht er durch den Hinweis auf die notwendig sozial bedingte Ich-Identität zu lösen. Dabei wird das Unbewusste wie das System von Sprache und Bedeutung nicht mehr als „*die tiefsitzenden Barrieren, sondern umgekehrt als die Konstitu-*

2 Daraus lässt sich mit Bezug auf Mead andererseits jedoch sehr klar herausstellen, dass auch die nicht-bewussten Bewusstseinsinhalte wie u.a. der Habitus Folge von Handlungen, konkret Subjekt – Gesellschaft – Interaktionen sind. Insofern ist eine soziale Handlung sowohl als Bedingung wie Folge von Identität zu verstehen.

tionsbedingungen der Entwicklung von Ich-Identität“ verstanden (ebd.: 246.). Denn Identität, so zeigt Honneth mit dem Rückgriff auf die Meadsche Theorie des „I“ und „me“ auf, ist genau die abstrakt-reflexiv verfügbare Matrix, die sowohl Bedürfnisse („was will ich?“) wie Kompetenzen („was kann ich?“) abbildet. Als Voraussetzungen zur Herstellung dieser Fähigkeiten sieht Honneth

- das, was er in Anlehnung an Winnicott (1984) als „angstfreies Alleinsein“ einführt sowie die sprachliche Kompetenz, Bedürfnisse sich selbst und anderen gegenüber artikulierbar zu machen,
- die Fähigkeit das eigene Leben als konsistente Erzählung darstellen zu können, wobei die verschiedenen Lebensziele im Sinne einer individuell gesetzten Wertehierarchie integriert werden müssen,
- da Identität aus der Interaktion von Gesellschaft und Individuum gebildet wird, kann das Individuum bei der Aufrechterhaltung seiner Identitätserzählung nicht vollständig ohne den reflexiven Bezug auf gesellschaftliche Normen und Werte auskommen.

Zentral erscheint beim letzten Punkt Honneths Überlegung, woraus denn diese übergeordnete Moral entstehen könnte:

„Je stärker die Subjekte aber lernen, mit einer Vielzahl von unausgeschöpften Identitätsmöglichkeiten in sich selber vertraut zu werden, desto aufmerksamer werden sie sich den konkreten Notlagen und Bedürftigkeiten zuwenden, mit denen andere Subjekte in ihrem Leben zu kämpfen haben.“ (Ebd.: 249)

Verwiesen wird demgemäß auf eine neue Form der Solidarität, die ihren Ursprung gerade in der individuell erfahrenen Krisendynamik moderner Gesellschaften hat und dem Individuum in der wiederholten Erfahrung des Problems der (Wieder-)Herstellung seiner Identität begegnet. Die Kopplung von Identität und Autonomie ist aber vor dem Hintergrund nicht unproblematisch, da sich ein Großteil der Kritik am Autonomiebegriff aus der Kritik des Identitätsbegriffs als konsistente Narration des Selbst speist. Innerhalb dieses Diskussionsstrangs verortet Rosa die von Honneth zu einer Voraussetzung von Autonomie deklarierte Fähigkeit zur Narration des Selbst in eine vergangene oder im Vorübergehen begriffene Ära. Die Selbsterzählung, die noch bei Giddens in den 1990ern einen zentralen Stellenwert einnimmt, fand demnach ihre Entsprechung in einem

„dreigliedrigem Ablaufprogramm für die Beruflichkeit (Ausbildung, Erwerbsarbeit, Rentenalter) und die familiale Strukturierung des Lebens (Kindheit in der Herkunftsfamilie, eigene Familie mit Kindern, Altersphase nach dem Auszug der Kinder).“ (Rosa 2005: 358)

Der Begriff der Autonomie ist aber nicht nur ein theoretisches Konzept, er ist darüber hinaus auch ein politisches Schlagwort, nicht zuletzt auch das der zweiten Frauenbewegung. Selbstbestimmung sowie die Anerkennung der daraus folgenden Lebensformen sind die wesentlichen Rechte, die Frauen für sich und andere forderten. Die theoretische Diskussion, die Autonomie als Konzept zurückweist, wird damit ihrerseits politisch. Denn wie soll das Recht auf Autonomie eingefordert werden, wenn von wissenschaftlicher Seite aus bestritten wird, dass es so etwas überhaupt gibt? Vor diesem Grund überrascht es nicht, dass gerade feministische Wissenschaftlerinnen maßgeblich dazu beigetragen haben, alternative Lesarten von Autonomie zu entwickeln. Damit kann sie nicht nur wieder in empirischer Forschung aufgegriffen werden, sondern auch (wieder) zu einem tragfähigen Bezugspunkt einer gender-politischen Agenda werden. Da das herkömmliche Konzept von Autonomie an herkömmliche Konzepte (männlicher) Identitätsentwicklung geknüpft ist, muss aus einer feministischen Perspektive das Konzept der Identitätsentwicklung grundlegend überarbeitet werden. Dabei sind insbesondere die für die meisten Identitätstheorien so wichtigen linearen Lebensverläufe infrage zu stellen (Mackenzie/Stojar 2000: 3).

Ein alternatives, weil weniger ideologisch aufgeladenes Konzept bietet sich mit dem der „Agency“ an, das die Autorinnen als eine Autonomie-Kompetenz beschreiben, die in solchen Handlungen zum Tragen komme, die auf die Stärkung oder Erweiterung des eigenen Handlungsspielraums abzielen (vgl. ebd.: 4). Die Autorinnen plädieren für ein prozessuales Verständnis von Autonomie („*Doing Autonomy*“), welches auch empirisch die situativen und handlungsstrategischen Aspekte der jeweiligen Autonomiebewahrung fokussiert (ebd.: 6). Die inkorporierten Strukturen müssen nicht per se als Hindernis von Autonomie interpretiert werden, in dem Prozess ihrer Reflexion können sie entscheidend dazu beitragen, Akteure zu ihrer Veränderung zu motivieren. Das Konzept der „Agency“, welches u.a. von Werner Rammert (2003) gerade für den Bereich der Techniksoziologie vorgeschlagen wurde, wird angewendet, um „*unterschiedliche Grade von Autonomie zu messen*“ (ebd.: 5).³ Denn im Gegensatz zum schwerfälligen, weil mit Absolutheitsanspruch auftretendem Autonomie-Begriff, verweist der Begriff der Agency oder Handlungsträgerschaft zunächst nur auf einen bestimmten Handlungsbereich und eine spezifische Situation. Es gilt nicht zu klären, ob eine Praxis per se autonom ist, sondern ob sie es in einer spezifischen Handlungskonstellation war. Zudem soll über eine Analyse der Agency

3 https://www.ts.tu-berlin.de/fileadmin/fg226/TUTS/TUTS_WP_2_2003.pdf (zuletzt geprüft am 30.03.2015).

der Anteil eines Akteurs an einer Handlung genauer bestimmt werden. Martin Hewsons (2010) bemerkt in seiner Einleitung zur Definition von Agency in der „*Encyclopedia of Case Study Research*“, dass es häufig leichter zu verstehen sei, was genau Agency bedeutet, wenn man mit ihrem Verlust oder nicht Vorhandensein konfrontiert ist (ähnlich wie in der von Honneth eingebrachten rechtsphilosophischen Perspektive). Das sei in solchen Situationen der Fall, in denen man selbst zum Objekt der Handlungen anderer wird, keine Möglichkeit hat, den Ablauf der Dinge zu beeinflussen und sich manipuliert, unterdrückt oder unfähig fühle (vgl. ebd.: 12).

Hewsons unterscheidet idealtypisch drei Formen von Agency. Als grundlegende Form nennt er zunächst die individuelle Agency als die Handlungskapazität von Individuen bzw. Agenten. Keine Rolle spiele es bei der Definition, ob die konkrete Handlung auf einem Mikro-Level, also in der Interaktion zwischen Individuen, oder auf einem Makro-Level als öffentliche Handlung stattfinde (vgl. ebd.). Als zweite Form führt er die „*Proxy-Agency*“ ein, womit gemeint ist, dass ein Agent anstelle oder im Namen eines anderen, bspw. seines Arbeitgebers, handle (vgl. ebd.: 12f). Als dritte Form wird die „*Collective Agency*“ als kollaborative Handlung eines Kollektivs als der Zusammenschluss mehrerer Individuen genannt. Da sich solche Kollektive hinsichtlich des Grades ihrer Organisiertheit unterscheiden, sei es mitunter schwierig, die Agency präzise zuzuordnen. Bspw. ist ein Staat als Agent stärker organisiert als eine soziale Bewegung. Voraussetzung für kollektive Agency ist ein (bei Hewsons unbestimmtes) Maß an Kohärenz (vgl. ebd.: 13). Welcher Anteil an Handlungsträgerschaft einem Agenten zugebilligt wird, sei von der Intention abhängig, die in der Handlung umgesetzt wird. Individuen könnten mit einem Ziel oder unbewusst und zufällig Handlungen vollziehen. Um in einer Situation Handlungsträger zu sein, muss die Handlung mit einem bestimmten Ziel oder einer Intention verknüpft sein: „*Accidental or unconscious conduct involves things that happen to us, rather than things that are done by us.*“ (Ebd.) Ein Ziel zu haben ist jedoch noch nicht ausreichend um Handlungsträgerschaft zu belegen, denn ein Ziel zu haben, bedeutet noch nicht, es auch umzusetzen. Entsprechend zielt das zweite Kriterium der Agency auf die konkrete Handlung in einer Situation ab. Das dritte Qualifikationsmerkmal von Handlungsträgerschaft ist laut Hewsons schließlich Rationalität, womit er die Fähigkeit bezeichnet, die Auswirkungen des eigenen Handelns so einschätzen zu können, dass solche Handlungen gewählt werden, die zur Erreichung eines bestimmten Zieles hinreichen. Dies setze jedoch die Fähigkeit zur Reflexivität voraus, womit gemeint ist, die eigene Position und die Wirksamkeit des eigenen Handelns im Hinblick auf die gesamtgesellschaftliche Struktur zu

bestimmen: „*To act with effect, it is necessary for agents to reflect upon their circumstances and to monitor the ongoing consequences of their actions.*“ (Ebd.)

Demgegenüber könnte man einwenden, dass einem Agenten durchaus auch dann Agency zugeschrieben werden könnte, wenn er die Konsequenzen seiner Handlung nicht genau bestimmen kann, bspw. wenn es darum geht, eine aktuelle Situation zu verändern, ohne dabei ein bestimmtes Bild von einem künftigen Ist-Zustand vor Augen zu haben⁴. Die Bewältigung von Problemen ist in der Alltagspraxis doch eher gegenwarts- als zukunftsorientiert: Jemand, der von unaufhörlichen Schmerzen geplagt wird, nimmt die Linderung versprechende Tablette trotz bekannter Nebenwirkungen ja gerade, weil gegenwärtigem Schmerz zu meist eine Priorität vor zukünftigem eingeräumt wird. Diese Einschätzung ist in Bezug zu politischem Handeln allerdings problematisch, denn wie sollte der gegenwärtige Verzicht auf Konsum zugunsten späterer Generationen gelingen, wenn alles Handeln nur gegenwartsorientiert wäre? Doch geht es im o.g. Beispiel um ein akutes Problem, dass in Konkurrenz zu einem möglichen, vielleicht sogar wahrscheinlichen, späteren Problem tritt. Beim politischen Konsum ist die Problemlösung durchaus nicht ausschließlich auf eine ferne und damit ungewisse Zukunft gerichtet, da die Folgen bestimmter Konsumhandlungen bereits heute wahrnehmbar sind. Insgesamt erscheint vor dem Hintergrund der Erkenntnis, dass jedes soziale Handeln Kontingenz beinhaltet und die Folgen sozialen Handelns nie sicher vorhergesagt werden können, ein zu starres Bild, von dem, was erreicht werden soll, irrational. Die Gegenüberstellung von Handlungsintention und Handlungserfolg verspricht als Perspektive auf politischen Konsum insofern kaum den Nachweis von Agency zu leisten, als hier eine doppelte Zielverfolgung maßgeblich ist: Einerseits die Bewältigung des Alltags, wozu gewisse Routinen und eine pragmatische Haltung notwendig sind, andererseits die langfristige Ausrichtung dieser Routinen an einem nur relativ unpräzise formulierbaren Ziel. Aus einer praxeologischen Perspektive ist das Modell der Agency also problematisch, da es sich nur auf einen bestimmten Typus sozialer Handlungen bezieht, dem rationalen und bewussten Entscheidungsverhalten. Dieses stellt jedoch im Alltag eher den Ausnahmezustand dar. Dass aber Routinen im Alltag

4 Das Problem besteht dann vielmehr darin, nach Veränderung einer bestimmten Situation durch Beendigung: Abbruch einer Beziehung oder eines Dienstverhältnisses z.B., ohne dass eine im Anschluss angestrebte Utopie bereits verfügbar war (also ein positiv-alternativer Entwurf, an dessen Umsetzung in Zukunft zu arbeiten wäre), nicht wieder in dieselbe Situation zurückzukehren bzw. durch Wiederholung bestimmter Verhaltensweisen das Wiedereintreten der Situation herbeizuführen).

dominieren, heißt nun auf der anderen Seite nicht, dass diese Praktiken ziellos oder nicht-intentional seien, ganz im Gegenteil sind sie als Beleg für wiederholt erfolgreiches Handeln zur Zielerreichung zu interpretieren, ohne dass sie dafür jeweils rational bewertet und reflektiert werden müssten. Insofern ist ein funktionierender Alltag wohl Ausdruck gelingender Agency, verschließt jedoch seine verborgene Logik im stillschweigenden Vollzug angemessener, aber artikulierbarer Praktiken. Daraus folgt ein methodisches Problem, dass Agency gerade dort unsichtbar ist, wo sie am besten funktioniert.

Diskurs Identität

Keupp (2006) sieht in der zunehmenden Intersektionalität gesellschaftlicher Felder zunächst vor allem eine Bewältigungsprobe. Die Offenheit und Dynamik gesellschaftlicher (Sub-)Systeme erforderten ein anderes Sich-Positionieren, das nachzuvollziehen und zu erklären auch Wissenschaftlern schwer falle, da es mit einer Abkehr von einer vertrauten Subjekt-Ideologie verbunden sei (vgl. ebd.: 3). Der radikale Bruch mit bestehenden Identitätskonzeptionen, die durch eine Vermittlung von innerer und äußerer Welt, einem Wechselspiel von Autonomisierung und Unterwerfung gekennzeichnet seien, drücke sich gegenwertig im Diskurs der Postmoderne aus (vgl. Keupp 2012: 81). Hier würden Kontingenz und Fragmentierung zu wesentlichen Bestimmungsmerkmalen, die Vorstellungen von Einheit und Kontinuität verdrängen (vgl. ebd.). Dies führe zu einer Vorstellung von Identität als ständigem Aushandlungs- und Aktualisierungsprozess, bei dem relativ stabile Identitätswürfe allenfalls noch über absehbare Zeitspannen (Projekte) möglich seien (vgl. ebd.: 81f).

Für den sozialwissenschaftlichen Diskurs zeichne sich mit der Diffusion der Vorstellung einer veränderten Subjektidee eine inflationäre Zunahme an häufig gegensätzlichen Diagnosen ab, die entweder den Tod des Selbst oder seine Befreiung zum bspw. „*narzisstischen Konformisten*“ (Agnes Heller 1995: 80) prognostizieren (vgl. Keupp 2012: 86). Der Anspruch auf Autonomie ginge in dieser postmodernen Konstellation nicht einmal unbedingt von den Subjekten selbst aus, sondern sei ein Anspruch, der von den gesellschaftlichen Institutionen an sie gestellt würde, so zum Beispiel im Bereich der Selbstvermarktung auf dem Arbeitsmarkt (vgl. ebd.: 88). Anders sehe dies jedoch im Bereich des bürgerlichen Engagements aus, wo der Anspruch nach Autonomie und institutionalisierter Individualisierung von den Bürgern ausgehe, die sich gegen die Vorstellungen der Institutionen von einem selbstlosen Engagements sträubten (vgl. ebd.: 89). Keupp wehrt zudem Vereinfachungen ab, die Individualisierung mit Atomisierung gleichsetzen. Während zwar die Abhängigkeit (und damit womög-

lich die Intensität) von Bindungen im Vergleich zu traditional-lokalen Beziehungsnetzwerken zurückginge, würden an deren Stelle häufig frei gewählte und individuell gestaltbare treten, deren Aufbau und Pflege durch die Digitalisierung stark vereinfacht werden (vgl. ebd.). Keupp betont, dass individuelle Handlungsfähigkeit im Hinblick auf die zu bewältigenden gesellschaftlichen Herausforderungen eine zentrale Bedeutung gewinne. Um deren Grundlagen zu verstehen, sei der von Coté und Levine (2002) in Anlehnung an Bourdieu entwickelter Begriff des „*Identitätskapitals*“ hilfreich, also

„[...] die Summe aller Eigenschaften bzw. Merkmale, die ein Individuum in der Interaktion mit anderen Individuen erworben bzw. zugewiesenen bekommen hat. Dazu gehören soziale Ressourcen („tangible resources“), wie Kreditwürdigkeit, Mitgliedschaften, Bildungszertifikate, die sozusagen als ‚Passport‘ in andere soziale und institutionalisierte Sphären fungieren. Und es gibt ‚intangible resources‘ wie Ich-Stärke und ‚reflexiv-agentic-capacities‘, wie Kontrollüberzeugung, Selbstwertschätzung, Lebenssinn, die Fähigkeit zur Selbstverwirklichung und eine kritische Denkfähigkeit.“ (Ebd.: 91)

Nach Keupp gibt es also auch unter Bedingungen verstärkten sozialen Wandels Chancen auf Handlungsfähigkeit und Selbstbestimmung, sie sind nur, wie der Blick auf die im Zitat geschilderten, notwendigen sozialen und individuellen Ressourcen anzeigt, ungleich verteilt.

Gudrun Knapp, die sich kritisch mit den „*Toderklärungen*“ (ebd. 2012: 330) der Subjekte auseinandersetzt, zieht ganz grundlegend in Zweifel, ob die Linearität der Subjektentwicklung wie sie „*post*“-moderne Lesarten andeuten würden, überhaupt sinnvoll ist. Wie sie in ihrer Auseinandersetzung mit Zygmunt Bauman erklärt, bezögen sich Sozialwissenschaftler zur Erklärung und Deutung gesellschaftlichen Wandels vorwiegend auf den Bereich der Arbeitswelt: „*Arbeit wird hier – dreißig Jahre feministischer Kritik sind anscheinend im pluralistischen postmodernen Universum nicht angekommen – immer noch identifiziert mit Erwerbsarbeit*“ (ebd.: 350). Sie will damit ihre Skepsis darüber zum Ausdruck bringen, ob Erwerbsarbeit als klassisch männliche Domäne geeignet ist, Aussagen über gesellschaftlichen Wandel insgesamt zu treffen. Denn die Beobachtung, dass Arbeit immer weniger Raum bei der Identitätsentwicklung einnehme, gelte nur, wenn der Blick auf die Erwerbsarbeit beschränkt bleibt:

„Die privat geleistete Reproduktions-Arbeit, die gesellschaftlich notwendige Haus- und Familienarbeit, ist jedenfalls von ihrem systemisch zentralen Platz keineswegs verdrängt worden. Im Gegenteil: Anstatt leerer zu werden, wird ihr Raum im Zuge der Rückverlagerung öffentlicher Dienstleistungen in die Haushalte mit immer mehr Arbeit angefüllt.“ (Ebd.)

Knapp macht innerhalb des heterogenen Subjekt-Diskurses vier Dimensionen der Kritik aus: Von einer philosophischen Warte aus seien die Bedingungen und

Grenzen der Erkenntnisfähigkeit des Subjekts kritisiert worden, da Sprache und sprachvermittelte Diskurse die Erkenntnisfähigkeit des Subjekts limitierten. Selbsterkenntnis sei so immer gefiltert durch kulturelle Deutungen, in denen sich u.a. gesellschaftliche Machtverhältnisse reproduzierten (vgl. ebd.: 354). Eine zweite Quelle der Subjektkritik speist sich aus der psychoanalytischen Theorie und Klinik. Unter Bezug auf Befunde zu Störungen im Bereich der Identität und Persönlichkeit (Border Line, dissoziative Störungen) würde die Fähigkeit des Subjekts, mit sich eins zu sein, zunehmend infrage gestellt. Zudem verweise die psychoanalytische Theorie darauf, dass sich eine Einheit des Subjekts – wenn überhaupt – dann immer nur situativ und transitorisch herstellen ließe (vgl. ebd.). Drittens dekonstruieren postmoderne Theoretiker politische Subjekte, insofern Konstruktionsprozesse kollektiver Identität(en) als fundamentalistisch problematisiert werden und die Gestaltbarkeit von Politik im Ganzen infrage gestellt wird. Viertens werden theoretische Annahmen über die Subjektconstitution der Gegenwart genutzt, um Aussagen über das (sich ändernde) Verhältnis von Subjekt und Gesellschaft zu treffen (vgl. ebd.: 355). Wovon man sich hierbei zu meist verabschiede, sei ein Subjekt, das geprägt sei von seiner androzentrischen und bürgerlichen Konstitution. Da nun aber genau die Ressourcen, aus denen sich eine solche Identität speist, in Auflösung begriffen sind – Tradition und eindeutige gesellschaftliche (hierarchische) Strukturen, die sich in Klassen kategorisieren lassen – müsse an seine Stelle etwas anderes treten (vgl. ebd.: 356). Innerhalb dieses Diskurses blieben jedoch einige Fragen offen. So sei nicht geklärt, ob es sich um das empirische Aufkommen eines neuen Charakertypus handele oder ob eine normative Neuorientierung an einer anderen Form der Identitätsentwicklung und Subjektconstitution angestrebt werde. Weiterhin blieben Ort und Zeit dieses Wandlungsprozesses unbestimmt – wo das tote Subjekt verschwindet, wo und wann das neue in Erscheinung tritt und gänzlich unbeantwortet blieben (die nicht gestellten) Fragen danach, welche gesellschaftlichen Gruppen von diesen Prozessen wie betroffen seien (Frauen, Immigranten, Erwerbslose, Manager):

„Geht es um eine bestimmte Form männlicher Subjektivität, die erodiert – dann kann nicht über postmoderne Subjekte im allgemeinen gesprochen werden; es sei denn, man geht davon aus, daß die sonst gern als vormodern aufgefaßte weibliche Subjektivität immer schon postmodern war, ohne je modern gewesen zu sein.“ (Ebd.: 357)

Vor dem Hintergrund dieser Debatte werden nun zunächst drei unterschiedliche Lesarten von Identität genauer betrachtet. Ziel ist es, zu einem Verständnis von Identität im Alltag zu kommen, welches anschlussfähig ist an Vorstellungen politischen Handelns als selbstbestimmt oder zumindest auf Selbstbestimmung abzielend. Daran anknüpfend werden einige Überlegungen aus der feministi-

schen Theorie eingeführt, die durch die Entwicklung eines Konzepts von „*intersektionaler Identität*“ und dessen Kopplung an einen prozessorientierten Autonomiebegriff in besonderer Weise dazu beitragen, Vermittlungs- und Transformationsprozesse im Alltag politischer Konsumentinnen beschreiben und analysieren zu können.

Narration des Selbst

Die Idee eines autobiographischen Romans wäre einem Großteil der Menschen vor Beginn der Industrialisierung wohl recht unsinnig vorgekommen. Abgesehen von dem Zusammentreffen von außergewöhnlichen Ereignissen, also eine ganze Epoche oder die Weltgeschichte erschütternden Entdeckungen, Erfindungen oder auch Kriege, mit der Lebensgeschichte bestimmter Personen, ist die Vorstellung, irgendetwas an der Lebensgeschichte einer beliebigen Person des 16ten oder 17ten Jahrhunderts interessant zu finden, zumindest aus dem Blickwinkel der Zeitgenossen, geradezu abwegig. Demgegenüber üben autobiographische Erzählungen in Moderne und zunehmend in der Spätmoderne eine starke Faszination aus, die ihrerseits schon wieder bemerkenswert ist. In einer (Auto-)Biographie wird die Einzigartigkeit einer Person und ihrer Geschichte belegt, ihre Authentizität, darüber hinaus stellt sie aber auch einen möglichen Lebensentwurf, inklusive dem Hadern mit den Widrigkeiten des Lebens, dem Suchen und womöglich dem Finden von (an)leitenden Werten und prioritär zu verfolgender Ziele, dar. Wie andere mit den Herausforderungen des Seins und Seins-Werdens oder -bleibens in modernen Gesellschaften umgehen, zeigt, ganz trivial, zunächst, dass sie mit den gleichen oder ähnlichen Schwierigkeiten zu kämpfen haben wie man selbst und, weniger trivial, wie sich in dem Erlernen oder auch Erfinden von Bewältigungsstrategien das unverwechselbare, einzigartige Wesen der Person zeigt. Die Fülle an Möglichkeiten, eigene Entscheidungen zu treffen – welche Religion, welcher Beruf, welche Familie – korrespondiert mit dem Zwang, sich den daraus ergebenden Fragen zu stellen und sie zu beantworten. Anders gesagt, das Subjekt steht vor der Aufgabe der Kreation einer Selbstidentität, deren Bezugsrahmen nicht von außen vorgegeben wird und die den Ansprüchen von Kontinuität und Kohärenz genügen muss. Einblicke in das Selbst-Management von anderen gewinnen deshalb an Orientierungsfunktion, wobei der bereits von Simmel (1911) anvisierte Spagat zwischen Individualität und Konformität zu gestalten ist. Durch die Pluralisierung von Lebensstilen, die die Gesellschaft segmentieren, bilden sich unterschiedliche und immer mehr soziale (Sub-)Welten heraus, die sich im Alltag und insbesondere durch dessen Mediatisierung zunehmend überlappen. Dieses Neben- und Übereinander unterschiedli-

cher sozialer Welten zu organisieren, verlangt nach einer gewissen Flexibilität, um sich den jeweiligen Anforderung situativ anzupassen, ohne dass damit die völlige Aufgabe der Identität als solche notwendig wird (Giddens 1992: 82f). Es geht eher um die Übernahme eines Sets aus Praktiken, die in einem Milieu anerkannt und normal sind, aber unter Beibehaltung gewisser grundlegender Eigenschaften und Verhaltensweisen, die unabhängig von der Bewegung zwischen verschiedenen Sozialwelten, erhalten bleiben. Es gilt dabei in Bezug zu dem Kern-Selbst zu bleiben, vor allem dann, wenn sich Krisen manifestieren und Entscheidungen begründet werden müssen. Begründungsstandards gibt es weiterhin, doch sie haben ihre Verbindlichkeit eingelöst, insofern ihre Übernahme selbst wieder eine Entscheidung darstellt, die Aussagen über die eigene Verortung in der Gesellschaft beinhaltet. Werte und auch Wissen werden nicht mehr von unfehlbaren Autoritäten gestellt – was sich paradoxerweise gerade durch den Anstieg von Expertise begründet. Wenn also externe Referenzsysteme wie die Religion oder traditionelle Ideen von zweigeschlechtlichen Partnerschaften nicht mehr über die Autorität verfügen, individuelle Entscheidungen zu rechtfertigen und mit Sinn zu versehen, muss die Antwort aus dem Subjekt selbst kommen.

Es lohnt sich an diesem Punkt etwas weiter ausholen und die Überlegungen bei George Herbert Mead beginnen lassen: In der Mead'schen Theorie existiert etwas, das er die Spontanitätsinstanz nennt, das ‚I‘, welches ohne den Verbrauch von Bewusstseinskapazität etwas tut⁵ (Mead 1980: 216f). Auf diese spontane, zunächst unreflektierte Handlung reagiert nun die soziale Welt in Person eines ihrer Vertreter. Dieser Interaktionspartner interpretiert die Tat des Initiators und reagiert entsprechend seiner Interpretation und der daraus folgenden Beurteilung der Angemessenheit der Handlung. In der Interpretation der Reaktion erfährt ersterer etwas über sich selbst und darüber, wie er wahrgenommen wird (wobei es häufig nicht ganz einfach ist dazwischen eindeutig zu unterscheiden). Er vergleicht dieses Bild mit anderen, bereits vorhandenen Bildern, und arbeitet auf diese Weise an seinem Selbstbild. Durch fortlaufende Interaktion mit der sozialen Umwelt steigt die Anzahl solcher interaktiv erzeugter Bilder, die sich mehr und mehr zu einem Selbstbild – dem ‚me‘ verdichten. Wird das Subjekt zu einer

5 „Agieren“ wäre mit Sicherheit der stilistisch schönere Begriff, aber er ist schon zu nahe an dem des „Handelns“ und genau das *tut* das „I“ im handlungstheoretischen Sinne zumindest nicht.

Erzählung angeregt, ist es in der Lage⁶, die Geschichte der Integration, Verdichtung, Bewertung und Verwerfung dieser Bilder von seinem momentanen Standpunkt aus zu entwerfen. Die Geschichte kann sich im Laufe der Zeit und je nach dem, in welcher Situation man fragt, verändern und variiert werden. Vor allem ist es denkbar, dass die Erzählung sich in Bezug auf die als relevant wahrgenommenen Sequenzen verändern kann, teils liegen relevante Sequenzen vollständig außerhalb des Zugriffsbereichs verfügbarer Bewusstseinsinhalte – je mehr sie jedoch einen Einfluss auf das Selbstbild entfalten, der das Subjekt in seiner Handlungspraxis irritiert, umso notwendiger kann es werden, diese Bilder beispielsweise mithilfe einer Psychoanalyse wieder verfügbar und einer erneuten Bewertung zugänglich zu machen. Festzuhalten ist, dass, wenn das moderne Subjekt Aussagen darüber treffen soll, wer er oder sie ist, d.h. in jeder Situation in dem eine bewusste Entscheidung notwendig wird, eine kohärente und kontinuierliche Geschichte des Selbst erzählt werden kann. Mittels dieser Geschichte kann das Subjekt seinen Handlungen Sinn verleihen, Entscheidungen treffen und Prioritäten setzen.

Bei Giddens entfaltet sich die Geschichte des Selbst nicht ungestört und stößt u.a. bei der Begründung von Entscheidungen auf Schwierigkeiten, da externe Referenzsysteme nicht mehr über dieselbe Autorität verfügen wie in traditionellen Gesellschaften. Zu den Risiken der Selbst-Identität gehört es, sich dennoch an eine dieser Autoritäten – eine postmoderne Wertegemeinschaft wie die Frugivoren etwa – anzuschließen und damit vor der Aufgabe, eine eigene Selbstidentität zu schaffen oder zumindest in einem Bereich die Last der Entscheidung auf sich selbst zu nehmen, zu kapitulieren. Die Hingabe an diese Systeme bleibt unbefriedigend und behindert die Konstruktion einer Selbstidentität, was wiederum zu einer exzessiveren Beschäftigung mit dem jeweiligen Bedeutungssystem führen kann. Je umfassender externe Referenzsysteme alle Bereiche des Lebens regeln, desto attraktiver sind sie für Personen, deren internes Referenzsystem schwach ausgeprägt oder nicht verfügbar ist. Weitere Risiken für die moderne Lebensführung resultieren aus eben jener: Während in traditionellen Gesellschaften die Angst vor der Willkür der Natur oder des Gottes (und seiner Vertreter auf Erden) als der zentrale Unsicherheitsfaktor gelten kann, rücken die Menschen selbst als Verursacher von Krisen und Katastrophen mit teils globalem Ausmaß in das Zentrum der Aufmerksamkeit. Die schwerwiegendsten Bedrohungen

6 Die Fähigkeit dazu ist von bestimmten vor allem sozialen Voraussetzungen abhängig, wozu neben dem entsprechenden Gedächtnis, was reflexiv in Gang gebracht werden muss, insbesondere die Artikulationsfähigkeit zählen.

gegenwärtiger Gesellschaften sind dabei hausgemacht, ob potenziell durch das Risiko atomarer Auseinandersetzung oder sukzessive durch die fortschreitende Verschlechterung der Atemluft durch Feinstaub und CO₂-Emissionen. Auf individueller Ebene hat eine solche Wahrnehmung Konsequenzen. Der wahrgenommene Einflussbereich eines kleinen Bauers einer traditionellen Gesellschaft erstreckte sich auf die Anzahl und das Ausmaß der Verhältnisse, die er lokal, physisch und unmittelbar manipulieren konnte. Ganz anders heute: Durch die Mediatisierung von Wissen und Erfahrung werden lokale Ereignisse aus ihrem Zusammenhang entbettet und in Form einer Erzählung in anderen Zusammenhängen rekontextualisiert. So wird es mit einem Mal relevant für die eigene Lebensführung, welche Bestimmungen es zur Verwendung von Pflanzenschutzmitteln in den USA gibt, weil hiesige Viehzüchter verstärkt Futtermittel aus den USA importieren. Kapitalismus und Mediatisierung sind die zentralen Prozesse, die zunehmende Kontingenz, Komplexität und Beschleunigung vorantreiben. Das Subjekt muss mit dieser Kontingenz umgehen und sie bei seinen Entscheidungen berücksichtigen. Die Ausbildung von Präferenzen ist bei der Flut von Medieninformationen unumgänglich. Informationen, die als störend empfunden werden könnten, werden ausgeblendet oder den eigenen Vorstellungen entsprechend re-interpretiert (vgl. ebd.: 188). Dies führt zu einem ständigen Balanceakt: Das mitunter überforderte Subjekt kann angesichts des Zwanges zur Wahl in einen Zustand der Starre verfallen oder zu Flüchtigkeit tendieren. Starre bedeutet die Fixierung und Aufrechterhaltung eines Sets an Vorstellungen, Einstellungen und Praktiken, in der rigorosen Ablehnung „jeglichen kontextuellen Relativismus“ (ebd.: 189), während „der Flüchtige“ sich einem sozialen Chamäleon gleich der Umgebung anpasst. Chronische Unsicherheit und das Gefühl der Machtlosigkeit können bei anderen dazu führen, dass sie sich vollkommen aus der sozialen Welt zurückziehen und sich stattdessen auf das konzentrieren, was sie sichtbar kontrollieren können – also im Zweifelsfall ihre eigenen vier Wände, falls sie über die verfügen sollten.⁷ Die Durchdringung des Alltags mit abstrakten Systemen, vor allem Expertenwissen, könne bei dem Subjekt zu einem Gefühl des Ausgeliefertseins und der Abhängigkeit führen (vgl. ebd.: 191ff). Wie später gezeigt wird, argumentieren Rosa und Kaufmann in eine ähnliche Richtung, wenn sie die steigende Verbreitung von Depressionskrankheiten genau mit diesen Aspekten des Lebens in modernen Gesellschaften verknüpfen. Demgegenüber verweist Giddens aber auch auf diejenigen, denen der Balanceakt

7 Darin kann durchaus auch eine Erklärung für den Boom sowohl von Stadtgärten wie insgesamt regionalen Produkten gesehen werden.

zwischen Öffnung und Schließung gelingt, die gerade in der Mediatisierung und Globalisierung neue Optionen der Mitgestaltung und Solidarität ausmachen. Giddens hält pessimistischen Einschätzungen entgegen, dass die Beteiligungsoptionen in der Moderne im Gegensatz zu früheren Gesellschaften erheblich gestiegen sind. Auch die Medien trügen zu einer Vereinfachung bei dem Aufbau von Netzwerken bei und erleichterten den Zugriff auf Informationen. Außerdem akzeptierten Subjekte die äußeren Bedingungen ihres Lebens niemals passiv, sondern reflektierten sie und trugen zu ihrer Reproduktion oder Reorganisation bei. Auf kollektiver wie individueller Ebene vollzögen sich durch die Reflexivität sozialen Lebens Prozesse der Aneignung in unterschiedlichen Bereichen. Wenn das lokale-unmittelbare Leben formbar ist, bestehe kein Grund, prinzipiell davon auszugehen, dass größere soziale Systeme eine unkontrollierbare Hintergrundumgebung formen.

Situative Identität

Rosas Überlegungen docken nahtlos an Giddens` Konzeption an. Als neuartige Form der Identität, die nun in Zeiten der Spätmoderne symptomatisch würde, wird von ihm die situative Identität eingeführt, bei der sich Parallelen zu Giddens` „*Flüchtigem*“ erkennen lassen. Anders als noch bei Giddens` in der Hochmoderne anzusiedelnder Konzeption habe der soziale Wandel zu einer Veränderung der Zeitstrukturen geführt, die eine auf die Lebensspanne angelegte Planbarkeit des Lebens für das Subjekt nicht nur massiv erschweren, sondern faktisch zu einem Hindernis bei der Bewältigung von Lebens(abschnitts)aufgaben werden lassen. Muster dieser neuen Art der Lebensführung zeigten sich in der auf den Moment bezogenen Selbstdefinition, bspw. in der Arbeitswelt, bei der die potenzielle Vergänglichkeit oder Transitorität immer schon mitangedeutet sei (vgl. Rosa 2005: 364). Diese Entwicklung beschreibt Rosa als „*Verzeitlichung der Zeit*“, die zu einer Verzeitlichung der Identität führe. Dagegen mag man einwenden, dass es eine solche Verzeitlichung schon immer, auch schon in traditionellen Gesellschaften gab, insofern sich Lebensabschnitte des Kind-Seins mit denen der rituellen Aufnahme als vollwertiges Mitglied in die Religions- oder Dorfgemeinschaft ablösten. Der Charakter der Beziehung zwischen Zeit und Identität ändert sich jedoch das erste Mal fundamental durch die Einführung der Wahlfreiheit und das zweite Mal durch den Verlust von tradierten Zeitstrukturen. Wenn in der Hochmoderne Entscheidungen noch vor dem Hintergrund antizipierter biographischer Verläufe gefällt wurden, wird durch die zunehmende Kontingenz eine auf Zeit angelegte Planung unmöglich. Rosa weist darauf hin,

dass sich heute schwerlich noch bestimmen ließe, welche spezifischen Aktivitäten und Orientierungen mit dem Alter einhergehen:

„Zunehmend häufiger finden sich etwa Ausbildungsphasen, die traditionell mit dem Jugendalter korreliert sind, auch im reiferen Alter und nach [Hervorhebung im Original hier weggelassen, Anm. K.W.] Abschnitten längerer Berufstätigkeit; ähnlich verhält es sich mit biographischen Phasen des Sichverliebens, des Heiratens und des Elternwerdens, während umgekehrt beispielsweise dauerhafte unfreiwillige Exklusion vom Erwerbsleben auch schon im Jugendalter erfahren werden kann.“ (Ebd.: 363)

Wichtigste Merkmale dieser zweiten Individualisierungs- und Pluralisierungswelle sei der weitere Anstieg von „*Wahlmöglichkeiten und Kontingenzen*“ (ebd.: 362), der sich nicht nur in einer zunehmenden Gestaltungsfreiheit des eigenen Lebensentwurfs, sondern auch der weniger mit Sanktionen behafteten Revidierbarkeit von Entscheidungen zeige. Das Scheitern von Beziehungen oder notwendig werdende berufliche Neuorientierungen stellten noch in den Zeiten der Hochmoderne biographische Brüche dar, die immer auf ein Scheitern des Lebensentwurfs wenigstens in diesem Bereich hindeuteten. Die neue Revidierbarkeit lässt biographische Brüche zum Normalfall werden, was vor allem daran liegt, dass der Lebensentwurf als solcher überhaupt keinen Bruch erfährt, da dessen Planung faktisch nicht mehr möglich sei (vgl. ebd.: 359). Die Steigerung der Wahlmöglichkeiten betreffe nun alle Bereiche des Lebens, nicht nur diejenigen, die man primär mit Vorstellungen von Identität assoziiert, sondern auch periphere, wie die Wahl des Transportmittels, der Altersvorsorge, des Energielieferanten usw. – wobei nicht zuletzt der Rückzug des Staates und die Privatisierung vielfältiger Waren und Dienstleistungen dazu beitragen, diese Entwicklung zu forcieren. Kritisch ist Rosas Annahme zu sehen, dass Entscheidungen leichter revidierbar seien, Freundschaften und auch Paarbeziehungen nicht mehr auf ein Leben ausgelegt seien, sondern abgebrochen und neu installiert werden können. Dies mag für bestimmte Entscheidungen gelten, doch sie befördert eine Perspektive auf alle Lebensbereiche, die so einen warenförmigen Charakter annehmen. Wenn Elternschaft nach ein paar Jahren dysfunktional für die weitere Lebensführung wird, kann man nach Alternativen suchen – und sie gewiss auch finden – bspw. ein Kind von jemand anderem (den Großeltern/ einem Internat) erziehen zu lassen. Doch führt nicht das Wissen um die Beliebigkeit, hier: sozialer Beziehungen, zu einer Veränderung derer Qualität? Entweder tatsächlich in Richtung einer Kommodifizierung, in der z.B. ein Kind zu einer transitorischen Lebensabschnittserfahrung wird, die auf Zeit als bereichernd empfunden wird oder aber in Richtung einer Vitalisierung und Vertiefung der Beziehung, da das zeitlose Zugeständnis an eine einmal gefällte Entscheidung als Ausdruck des individuellen und freien Willens interpretierbar wird. Deutlicher ausgedrückt, muss auf die

Revidierbarkeit von Entscheidungen nicht logisch deren Revidierung folgen. Im Gegenteil: Je eher man sich als Autor seiner Entscheidung sieht, umso mehr wird man sich ihr verpflichtet fühlen. Was Rosa dagegen ausmachen kann, ist das Aufschieben von Entscheidungen, insbesondere langfristigen wie sie sich im Bereich des bürgerschaftlichen Engagements abzeichnen:

„Jüngere Engagierte sind in schwindendem Maße dazu bereit, sich **langfristig** und in **vordefiniertem** Umfang an ein ‚Amt‘ [Hervorhebung im Original, Anm. K.W.] zu binden. Sie bevorzugen stattdessen flexible Engagementformen, über deren Dauer sie von Fall zu Fall befinden wollen und in denen sie über den Anteil an ihrem wöchentlichen oder monatlichen Zeitbudget **flexibel** entscheiden können – was bedeutet, dass der Begriff Ehren ‚amt‘ für diese Tätigkeitsform zweifellos irreführend ist. Bürgerschaftliches Engagement nimmt im Zuge der Verzeitlichung der Zeit ebenso wie die berufliche Tätigkeit und tendenziell auch die Aktivitäten und Bindungen im Privatleben ‚Projektform‘ an: Über Dauer, Sequenz und häufig auch Tempo wird flexibel entschieden; stets aber sind Projekte kurzfristig beendbar und in ihrer Laufzeit beschränkt.“ (Ebd.: 366)

In der Sphäre der alltäglichen Praktiken dokumentiere sich dieser Wandel in einer De-Strukturierung des Tagesablaufs: Ein über die Woche sich stetig wiederholender Tagesablauf stehe den Akteuren im Weg, auf Unvorhergesehenes, plötzlich notwendig gewordene zusätzliche Arbeiten, Terminänderungen usw. zu reagieren, weshalb ein Festhalten an klar definierten Tagesablaufmustern dysfunktional werde (vgl. ebd.: 367). Zu beobachten sei das Auftreten einer neuen Sozialfigur, des „*Spielers*“, als ein Typ des Umgangs mit Zeit, der verbindliche Absprachen nur unter Vorbehalt und mit Verweis auf diverse Einflussfaktoren träge (vgl. ebd.: 368f):

„Der ‚Spieler‘ überwindet die lineare, verrechnende und verplanende Zeitorientierung der Moderne und ersetzt sie durch eine (in gewisser Weise **prämodern** [Hervorhebung im Original, Anm. K.W.] anmutende, nun aber reflexiv gewordene) situationsoffene und ereignisorientierte Zeitpraxis.“ (Ebd.: 368)

Demgegenüber anachronistisch entpuppten sich Versuche des „*technikfaszinierten Wellenreiters*“ und der „*strategischen Lebensführung*“ mittels Informations- und Kommunikationstechnologien, die Steuerung der Zeit wieder kontrollieren und absichern zu können (vgl. ebd.: 371). Eine situative Lebensführung nimmt von derartigen Steuerungsversuchen Abstand und lässt sich bereitwillig auf die Dynamik des Alltags, des Berufs usw. ein. Dies hätte Konsequenzen für die Identität, die jetzt immer vor dem jeweils aktuellen Hintergrund neu definiert wird. Auf die Aufgabe des Identitätsprojekts, das als eine Ziel gerichtete und auf Kohärenz angelegte Bewegung zu verstehen ist, folgt die Aufgabe einer damit verbundenen Vorstellung von Autonomie, da keine halbwegs stabilen Werte und Präferenzen mehr auszumachen seien (vgl. ebd.: 372). Zu berücksichtigen seien

zwei unterschiedliche Lesarten von Identität: Einmal als eine Idee von sich selbst, die über verschiedene soziale Kontexte hinweg stabil bleibe und einmal der eines Handlungs- und Orientierungsrahmens, der sich in einem Sinn, wer man sei, ausdrücke (vgl. ebd.: 373):

„Jener Sinn wandelt sich in seiner Substanz von Kontext zu Kontext und von Situation zu Situation, aber das in allen Praxiszusammenhängen entscheidungs- und handlungsleitende Identitätsgefühl geht dabei nicht verloren. Denn die Vorstellung einer solchen Identität besagt natürlich nicht, dass **alle** [Hervorhebung im Original, Anm. K.W.] Identitätsmerkmale von Situation zu Situation verändert werden.“ (Ebd.)

Vor diesem Hintergrund seien transsituationalen Einheiten des Selbst, wenn auch reduziert und allenfalls rudimentär, noch möglich: Erstens könne eine Narration des Selbst immer noch gelingen, wenngleich sie je situationsabhängig formuliert werde. Zweitens bliebe eine rudimentäre Prägung durch inkorporierte Schemata (Rosa bezieht sich vor allem auf das Habitus-Konzept von Bourdieu) Geschmackspräferenzen sowie routinisierte Handlungen erhalten. Problematisch wird der postmoderne Duktus des „ich bin viele“ „*dort, wo das Subjekt gezwungen ist, Relevanzen und Prioritäten zu bestimmen, und wo sich aus solcher Pluralität konfligierende Handlungsanforderungen ergeben*“ (ebd.: 375). Drittens könnten sich Objekte als Platzhalter für zeitstabile substanzielle Identitäten – Rosa schließt hier durchaus auch z.B. Haustiere ein – sozusagen als materielle Repräsentanten der Identität hilfreich erweisen.⁸ Viertens könne man davon ausgehen, dass etwas wie ein Kernselbst angeboren sei.

Für die Autonomie des Subjekts ergibt sich die paradoxe Situation viel aktiver und geplanter zu steuern, dabei aber Unplanbarkeit und Kontingenz als Tatsache zu akzeptieren und in die Planung zu integrieren (vgl. ebd.: 380). Logische Konsequenz sei die fortschreitende Kapitulation der Subjekte davor, ihre Lebensentwürfe überhaupt zu planen, eine Zunahme der Gegenwartsorientierung und die Abnahme der Fähigkeit zur Aufschiebung von Bedürfnissen (vgl. ebd.: 381f). Resultat dieser Entwicklung sei das Auftreten des „*Drifters*“, dessen Charakter zerstört und Autonomie verloren sei. Letztlich müsse es zu einem Verlust sozialer Bindungen sowie der Selbstachtung führen. Gefühle von Machtlosigkeit könnten ihn besonders anfällig für Pathologien machen, wobei die Depression

8 Zu berücksichtigen ist folglich, dass sich selbstredend die Beziehung zu dem Objekt verändert. Da es als externer Bestandteil, Garant oder eben Repräsentant der Selbst-Identität fungiert, hat es außer seinen eigenen Eigenschaften auch über eine Entsprechung zu denen seines Besitzers zu verfügen. Anders gesagt, das Objekt soll nicht nur nützlich sein, sondern auch angemessen.

auf der einen Seite und eine Tendenz zu Gewalt am anderen Ende des Spektrums ständen (vgl. ebd.: 382ff). Aus der Unfähigkeit, zeitstabile Präferenzen zu setzen, folgt die Unfähigkeit, sich selbst und seinem Tun Grenzen zu setzen: Alles wird interessant und nichts ist jemals abgeschlossen. Rosa spricht von „*rasendem Stillstand*“, der nicht nur die Objekte, sondern auch die Kultur berühre (vgl. ebd.: 385). Es gebe zwar Veränderungen, aber keine Entwicklungen mehr, weil zur Bearbeitung von neuem ein a priori erworbener Orientierungsrahmen existieren muss. Folgen pathologischer Zeiterfahrung ließen sich u.a. an dem massiven Anstieg von Depressionserkrankungen ablesen,⁹ wozu neuerdings zumindest im umgangssprachlichen Gebrauch auch der „Burn-Out“ zähle.

Rosas Diagnose wirft ein düsteres Licht auf die derzeitigen gesellschaftlichen Verhältnisse, zumal die Zunahme von diversen psychischen Erkrankungen tatsächlich auf einen Zusammenhang zwischen Depression und Zwangserkrankungen, verstanden als der Versuch des Subjekts, das über die Maßen zu kontrollieren, was es eben (noch) kontrollieren kann, und dem Anspruch der zunehmenden Flexibilisierung und Kreativität des Selbst, zu verweisen scheinen. Trotzdem sollte man berücksichtigen, dass dieser Anspruch nicht jeden und nicht mit derselben Dynamik trifft. Boltanski und Ciapello (2003) fragen ja zu Recht in ihrer Analyse des Managerdiskurses danach, wer in dem neuen projektbasierten und netzwerkförmigen System zu den Verlierern gehöre. Die Hauptthese zur Erklärung neuer Ungleichheiten in diesem System ist die, dass diejenigen, die flexibel und ungebunden, vor allem aber auch maximal mobil immer neue Projekte angehen, dabei nach wie vor auf lokale Infrastrukturen angewiesen seien. Es braucht auch in Zeiten zunehmender Flexibilisierung eine Adresse für Korrespondenz und je mehr der Projekt-Arbeiter in fluide Netze integriert ist, umso wichtiger sind die Personen, die weiterhin die Heimatbasis am Laufen halten. Entsprechend sind es also diejenigen, die für die Aufrechterhaltung betrieblicher Infrastrukturen verantwortlich sind, die nicht am Erfolg und Reichtum der vernetzten Projektarbeiter beteiligt werden, andererseits aber über doch relativ zeitstabile Tages- und Lebensentwürfe verfügen. Die Figur des *Drifters* ist insofern keine notwendige und unausweichliche Konsequenz der Spätmoderne, das ist sie nur oder vor allem für diejenigen, deren Selbst-Identität sich maßgeblich auf eine Erwerbsbiographie und dabei auf Erfolgsmaximierung ausrichtet. Es ist aber sowohl eine individuelle wie eine gesellschaftliche Entscheidung, ob man sich diesen Anforderungen an das Selbst ausliefert oder aber den partiellen bzw.

9 Rosa verweist auf eine französische Studie, wonach 7 von 10 erfassten Patienten mit Depression auf eben diesen Zeit-Zusammenhang verweisen (vgl. ebd.: 388).

kollektiven Ausschluss aus der Erfolgsgesellschaft in Kauf nimmt. Für den einzelnen bedeutet das, sich beispielsweise darin zu genügen, die Infrastruktur für die Erfolgreichen aufrechtzuerhalten, was eine, von kurzen hektischen Anwesenheitszeiten der Vorgesetzten abgesehen, in ihrer Kontingenz doch recht überschaubare Perspektive eröffnet. Doch damit lässt sich die potenzielle Bedrohung von Identität und Autonomie nicht auflösen, da die Zunahme von Entscheidungen – in Bezug auf die Häufigkeit von Situationen, in denen Entscheidungen notwendig werden wie in der Ausweitung von Themenfeldern/Bereichen, in denen Entscheidungen möglich werden – korrespondiert mit einer verminderten Gewissheit darüber, wie sich diese Entscheidungen auswirken mögen sowie welche Art von Zukunft überhaupt erwartet werden kann.

Die unmittelbare, kontextabhängige, operative Identität

Jean-Claude Kaufmann (2005) sieht Identität grundsätzlich als eine Voraussetzung für Handeln (vgl. ebd.: 181), wobei er zwischen zwei Formen von Identität unterscheidet: Der biographischen, die sich in einer Erzählung ausdrücken lässt und einer situativen, also unmittelbaren, kontextabhängigen, operativen: kurz UKO-Identität (vgl. ebd.: 178). Denn er verweist darauf, dass nicht alle Handlungen identitätsvermittelt in dem Sinne seien, dass ihnen eine bewusste, auf Reflexion basierte, die Ich-Erzählung bemühende Entscheidung vorausginge. Trotzdem würde der gewaltige Einfluss, den die Gewohnheiten auf die Handlungsfähigkeit von Subjekten hätten, zugunsten einer wissenschaftlichen Fixierung auf die biographische Identität häufig vernachlässigt. Das liegt mitunter daran, dass zumeist das unmittelbare, spontane Handeln wie auch Routinehandeln nicht als Ausdruck der Identität interpretiert wird, sondern der geläufigen Auffassung von Identität als des reflexiv verfügbaren Selbstbildes gerade zuwiderläuft. Wenn man sich die Einwände ins Gedächtnis ruft, die eingangs unter Bezugnahme auf Theorien der Postmoderne, des Strukturalismus und der Psychoanalyse gegen autonomes Handeln ins Feld geführt wurden, dann verfolgen diese primär das Ziel, inkorporierte Schemata, Bilder, Geschmackspräferenzen usw. als genau die Aspekte zu identifizieren, die dem Subjekt-Selbst fremd seien und folglich zu einem noch zu bestimmenden Teil zu einer Fremdsteuerung des Individuums führen (müssten). Wie Giddens sieht Kaufmann aber in diesen Aspekten keineswegs (nur) das Risiko der Fremdsteuerung, sondern eine Ressource des Handelns, die gerade in modernen Gesellschaften an Bedeutung gewinnt, in dem sie das Individuum entlastet und seiner Handlungsfähigkeit überhaupt erst den Weg bereitet. Nun muss man, gerade im Hinblick auf die in dieser Monographie eher theoretische Auseinandersetzung bei Kaufmann berücksichtigen,

dass er diesen Standpunkt auf der Basis der jahrelangen empirischen Erforschung von Alltagspraktiken entwickelt hat. Das Wirken der UKO-Identitäten belegt er anschaulich in Rückgriff auf diverse Studien, wobei diejenige über den Umgang mit „*Schmutziger Wäsche*“ (Kaufmann 1994) methodisch und analytisch ohne Frage einen herausragenden Stellenwert einnimmt. Dort ging er der Frage nach, wie junge Paare in der Zeit des oder kurz nach dem Zusammenziehen mit der Organisation der Haushaltsarbeit umgingen. Eine wichtige Erkenntnis diesbezüglich ist, dass bei haushaltsnahen Tätigkeiten die narrative Identität nicht primärer Träger von Alltagspraktiken ist, sondern an ihrer Stelle inkorporierte, habitualisierte Schemata als Praxis treten, die (teils im Widerspruch mit der Selbsterzählung) ihre Wirkungsmacht entfalten (vgl. ebd.: 183). Im Falle der UKO-Identität hat man es mit Gewohnheiten zu tun, die nicht zuletzt auf einem sozial bedingten Habitus beruhen, darüber hinaus aber auch auf bestimmten Imaginationen und Bildern seiner selbst. Signifikant an den Routinen, deren Aufrechterhaltung bei Kaufmann durch die UKO-Identitäten gelingt, ist, dass die Akteure, werden sie nach den Gründen für ihr Handeln befragt, zunächst einmal Schwierigkeiten haben, eine Antwort zu geben (vgl. ebd.: 183). Diese Schwierigkeit der Subjekte, über ihre Gewohnheiten zu sprechen und die Anstrengungen, die damit einhergehen, sich diese Gewohnheiten reflexiv verfügbar zu machen, lässt die Vermutung zu, dass darin einer der Hauptgründe liegt, warum Gewohnheiten bei der Erforschung von Identität nur eine marginale Bedeutung zukommt: Denn allein schon die Erhebung von Routinepraktiken setzt eine umständliche und wohl unumgänglich ethnographische Herangehensweise voraus. Zudem darf das Argument nicht vergessen werden, dass die nicht bewussten Aspekte des Handelns ja vielfach als Antagonisten von Identität angesehen werden. Doch diese Auffassung verabschiedet inkorporierte Schemata etwas zu vorschnell in die Sphäre des Unbewussten. Angesicht der Zunahme höchst divergenter Inkorporationsinhalte müssen diese im reflexiven Bezug aufeinander geordnet werden (ebd.: 184), was nicht zuletzt gelingt, da die Gewohnheiten, trotz ihres vermeintlichen Daseins im Schatten des Unbewussten, ihren ursprünglichen Quellen gemäß an Wertvorstellungen und Glaubensüberzeugungen gebunden sind (vgl. ebd.: 185). Wohl nicht zuletzt in Richtung postmoderner Theorien adressiert, formuliert Kaufmann:

„Das Subjekt bestimmt sicherlich nicht alles. Es wird insgeheim grundlegend vom sozialen Gedächtnis, das es verinnerlicht hat, getragen. Gleichwohl trifft es Entscheidungen, vor allem weil dieses Gedächtnis widersprüchlich ist [...] So schädlich es ist, die Rolle des gesellschaftlichen Unterbewusstseins zu missachten, so darf dessen Beachtung doch ebenso wenig zu einer Negation der subjektiven Selbstregulierung führen.“ (Ebd.: 185)

Nun könnte man dieses Potenzial – dass inkorporierte Schemata zum Bestandteil von Reflexion werden können, eben weil sie miteinander und/oder mit der Selbst-Erzählung im Widerspruch stehen – fruchtbar mit Diana Meyers Idee einer Reflexion über soziale und kulturelle Ordnungen, die sich aus der Intersektionalität der Identität ergeben, verknüpfen, doch wiegelt Kaufmann hier ab: Akteure täten anderes als sich mit ihrer Selbstdefinition zu beschäftigen. Es mag aber Situationen geben, darauf verweist in pragmatischer Tradition wiederum Giddens, in denen Routinehandlungen nicht mehr angemessen sind, weil sich die Situation verändert hat. Tatsächlich kommt Kaufmann in seiner weiteren Auseinandersetzung mit den zwei Identitätsaspekten zu der Ansicht, dass der Aspekt der Vermittlung – also die Reflexivität in Bezug auf die Selbst-Identität an Bedeutung gewinnt:

„Zwar bilden Gewohnheiten weiter die Grundlage, doch ihre kontinuierliche Anpassung erfordert den Rückgriff auf die Identität. Ein Selbstbild zu fixieren wird zu einem unumgänglichen Vorgang, um den Körper zum Handeln zu bewegen [...]. Inkorporierte Schemata und Identitätsprozess gehen eine enge Verbindung ein, um das Handeln auszulösen. Dennoch stammen sie aus zwei grundverschiedenen phänomenologischen Ordnungen, zwischen denen in der Analyse zu unterscheiden mir wesentlich erscheint.“ (Ebd.: 184)

Inkorporierte Schemata können in anderen Worten als Set von Dispositionen gefasst werden, die eine Schablone oder einen Filter für Handlungen und Handlungsalternativen darstellen. Aus diesen Handlungsalternativen wählt das Subjekt aus, indem es Kontext und Situation berücksichtigt, um eine sowohl pragmatisch angemessene wie den Vorstellungen von sich selbst entsprechende Lösung zu suchen. Zweifelsohne kommt Kaufmann mit dieser operativen Identität der situativen Identität bei Rosa recht nahe, bettet sie jedoch in einen identitären Prozess ein, da die Auswahl einer Handlungsalternative zwar zunächst und primär die unmittelbare Situation betrifft, langfristig aber eine Entscheidung für eine bestimmte (biographische) Richtung darstellt (vgl. ebd.: 186). Der „*identitäre Moment*“ wie Kaufmann diese Entscheidungssituation nennt, beinhaltet regelmäßig eine Infragestellung der bisherigen Entscheidungen und stellt somit gleichzeitig einen Moment der potenziellen Offenheit – *ich könnte auch anders sein* – dar. Häufig evozieren theoretische Abhandlungen über Identität die Vorstellung, eines grübelnden, sich in inneren, meditativen Dialog versenkten Subjekts. Kaufmann beschreibt diesen Auswahlprozess aber nicht auf Basis theoretischer Reflexion, sondern auf Basis ethnographischer Beobachtungen. Deshalb spricht er weniger von Selbst-Reflexion im eben genannten Duktus als vielmehr von dem Auftauchen von Bildern, also Visualisierungen des Selbst, die dem Subjekt eine rasche, weil vorwiegend affektive Auswahl gestatten. Damit gibt er einen weiteren, wichtigen Hinweis, der bis dato noch vollkommen unberücksich-

tigt blieb, nämlich die zentrale Funktion, die Emotionen im Identitätsprozess zukommt. Um bei den Routinehandlungen zu bleiben, kann doch konstatiert werden, dass die Wahrnehmung von Wiederholung und Verlässlichkeit ein Gefühl der Sicherheit und Entspannung hervorruft, die dem Subjekt vermittelt, dass sein Handeln angemessen ist. Das Erleben von Emotionen geschieht nicht zufällig und lässt sich keinesfalls auf die Wirkung der in der Amygdala gebildeten Hormone reduzieren. Wann welches Gefühl erlebt wird, ist abhängig von den Erfahrungen des Subjekts, das seine Selbst-Bilder und Gewohnheiten immer mit einer bestimmten emotionalen Färbung abspeichert. Diese inkorporierten Schemata sind zwar reflexiv nicht immer verfügbar, aber die mit ihnen verbundenen Emotionen nehmen Einfluss auf die Wahrnehmung der Situation, die sie an die Oberfläche bringt. Gerade in Träumen von sich selbst nehmen Gefühle eine herausragende Stelle ein und regulieren auf diese Weise den Identitätsprozess (vgl. ebd.: 188f). In Bezug auf die pragmatischen Anforderungen des Alltags stellen Gefühle den wohl wichtigsten Mechanismus dar, um den Körper überhaupt in Bewegung zu setzen – und „*eine der wichtigsten Emotionen, Entscheidungen herbeizuführen (sicher die wichtigste überhaupt), ist der Ärger*“ (ebd.: 189). Kaufmann verdeutlicht diese Einsicht am Beispiel der Haushaltstätigkeiten. Die inkorporierten Schemata erzeugten eine Ordnung davon, wie die Dinge sein sollten. Eine Übereinstimmung zwischen dieser Ordnung und der real vorgefundenen Ordnung wirkt sich außerordentlich entspannend und befriedigend aus. Eine Diskrepanz jedoch führt zu einem Gefühl der Unruhe, umso mehr, wenn die sie sich sichtbar (und evtl. auch durch weitere Sinneseindrücke wahrnehmbar) im physischen Raum postiert. Es gibt Personen, die es z.B. nicht ertragen wollen, wenn z.B. Bücher auf dem Esstisch abgestellt werden, wieder andere müssen für zwei Handtücher die Waschmaschine einschalten oder in allen Zimmern die Heizung ausschalten und die Lichter löschen. Ein Beispiel, das garantiert jeder kennt, ist das Leeren des Mülleimers, eine überaus lästige Tätigkeit, die zudem noch mit unerfreulichen Sinneseindrücken und einer gewissen Vergeblichkeit gepaart ist, da sich innerhalb kürzester Zeit eine Wiederholung des Vorgangs andeutet. Besonders ärgerlich wird das, wenn eigentlich eine andere Person für die Entsorgung des Hausmülls verantwortlich ist, doch irgendwann wird der Ärger über den Müll groß genug, um selbst aktiv zu werden. Ein leichter Ärger – das gilt auch für andere Gefühlslagen – ist oft nicht ausreichend, um die Handlung vollends in Gang zu setzen:

„Eine Reihe von gedanklichen Konfrontationen beginnt. Dabei prallen viel mehr Bilder als Reflexionen aufeinander, die Vorstellungen von sich selbst inszenieren, die in gegensätzliche Wertesysteme eingebettet sind und von gegensätzlichen Emotionen getragen werden.“ (Ebd.: 190)

Aber auch abseits des Haushalts gibt es eine ganze Reihe von Beispielen, bei denen Emotionen ausschlaggebend für das Ergreifen von Initiative ist – wachsender Ärger über das Rauchen im Hausflur als Auslöser für eine Beschwerde bei der Hausverwaltung, Angst vor Einsamkeit als Grund, eine Kontaktanzeige aufzugeben, Sorge um das Kind als Grund, es jeden Tag mit dem Auto zur Schule zu bringen usw. Stehen verschiedene Selbstbilder in Konkurrenz – man selbst als Mutter, die ihr Kind beschützt versus eine Mutter, die ihrem Kind den Freiraum zu selbständigen Handeln gibt – liegt die Lösung des Konflikts häufig weniger in einem rationalen Abwägen zwischen den Alternativen als einer affektuellen (vielleicht vorläufig experimentellen?) Wahl. Eine identitäre Filterung kann in offenen, neuen Situationen stärker ausgeprägt sein. Als Beispiel nennt Kaufmann ein junges Paar, das gerade zusammenzieht und erst damit beginnt, neue Schemata zu inkorporieren. Das tägliche Aufs-Neue-Entscheiden, was von wem wann gemacht werden muss, mag sich mit ihrer Haltung, es anders zu machen als andere – insbesondere die Eltern – gut vertragen, doch geht damit eine mentale Bürde einher, da der Entscheidungsprozess immer wieder, mit sich selbst und dem anderen, verhandelt werden muss: *„Die Inkorporierung eines Handlungsschemata ermöglicht die Verminderung der mentalen Bürde und der affektiven Verwirrung, die aus einer identitären Filterung resultieren. Das Leben wird einfacher und bequemer.“* (Ebd.: 193) Dagegen bedeutet die Verweigerung, sich routinierten Praktiken hinzugeben, eine ständige Identitätsarbeit, die laut Kaufmann gerade allein lebende Frauen als Ambivalenz von Erregung und Trauer empfinden:

„Allein lebende Frauen dagegen genießen die (manchmal zu) große Leichtigkeit und Flüchtigkeit ihres Daseins und leiden zugleich darunter. Nachdem alles oder fast alles durch das Identitätssieb hindurchgegangen ist, muss das Leben jeden Augenblick wieder neu definiert und neu erfunden werden, in sehr unterschiedlichen Versionen, die unentwegt aufeinanderprallen [...] Denn das Paradoxe an einem vom Identitätsprozess beherrschten Leben ist, dass man nicht weiß, wer man ist.“ (Ebd.: 194)

Neben den Emotionen und dem identitären Filter gibt es noch einen weiteren Aspekt, der die Entscheidung für eine bestimmte UKO-Identität beeinflusst: Die Suche nach Anerkennung. Das Subjekt entscheidet über seine Handlungsalternativen nicht nur gemäß der affektiv und/oder kognitiv empfundenen Angemessenheit der Handlung bezüglich des Selbstentwurfs, sondern auch im Hinblick auf die Zustimmung, die sein so konkretisierter Selbstentwurf von außen erhält oder erhalten kann (vgl. ebd. 196). Die Suche nach Anerkennung ist eine direkte Folge der Autonomisierung des Subjekts (ebd.) und sie nimmt erheblichen Einfluss auf die Beschaffenheit des identitären Filters. Da aber die Quellen von Anerkennung in der Gesellschaft höchst ungleich verteilt und zudem limitiert sind,

liege der Suche nach Anerkennung eine sich an den nächsten sozialen Interaktionspartner richtende Konkurrenz zugrunde. Dass die Arbeit an der biographischen wie der unmittelbaren Identität Risiken unterworfen ist, berücksichtigt Kaufmann in Bezug auf Alain Ehrenbergs (2004) „Das erschöpfte Selbst“. So sieht auch er die Depression als eine pathologische Manifestation der Anforderungen des identitären Zeitalters. Allerdings sei die Depression „*das wirkliche Gegenmodell zu einem Individuum, das fähig ist, sein Handeln im Zeitalter der Identität zu entwickeln*“ (ebd.: 202). Dies lenkt den Blick darauf, wie es Individuen gelingt, den Anforderungen gerecht zu werden ohne sich in Pathologien zu verstricken: „*Sinnkrisen oder Handlungskrisen gestatten es uns, besser zum Hintergrund des modernen Individuums vorzudringen.*“ (Ebd.: 204)

Intersektionale Identität

Identität sei nicht fix, sondern unterliege Veränderungen, die sich nicht nur biographisch sondern durch die Bewegung des Akteurs durch unterschiedliche soziale Welten, Kontexte und Milieus ergebe (Mackenzie/Stoljar 2000: 11). Will man theoretisch an der Idee von Autonomie als selbstbestimmtem Handeln festhalten, ist es notwendig, die Konsequenzen dieser Überlegungen zu berücksichtigen und die Beziehung von Autonomie und Identität vor dem Hintergrund zunehmender Intersektionalität zu reflektieren. Genau dieses Anliegen verfolgt Diana Meyers mit ihrem Beitrag „*Intersectional Autonomy*“. Wie für Honneth gilt für sie ein Wissen über sich selbst, eine Selbstdefinition und eine in die Zukunft gelagerte Entwicklungsrichtung als zentrale Prämisse, um gemäß dem eigenen Willen zu handeln (vgl. Meyers 2000: 156). Da das, was man will, aber zu einem Teil davon abhängt, in welchem sozialen Kontext man sich bewegt (hat), gemeint sind hier unter anderem biographisch-kulturelle Dispositionen sowie die situativen Bedingungen des Handelns, die ebenfalls sozial determiniert sind, wird Autonomie unmöglich. Zudem trage die Alltagssprache dazu bei, Annahmen über die *eine* Identität zu stützen. Häufig seien es lediglich dominante Gruppen, die überhaupt über Attribute zur Selbstbeschreibung und damit zur bewussten Verortung in einem sozialen, dann aber auch stigmatisierten Kontext verfügten (vgl. ebd.: 157). Personen, die aus sozial schwachen oder stigmatisierten Milieus oder Gruppen abstammen, seien sich der Zusammenhänge zwischen Gruppenzugehörigkeit und ihrer Identität eher bewusst als solche, die ihre politische Einstellung als Resultat eigener Überlegungen und Erfahrungen deuteten, anstatt sie im Zusammenhang mit ihrer eigenen, privilegierten Sozialisation in entsprechenden Gruppen und Institutionen zu begreifen (vgl. ebd.: 161). Eine höhere Akzeptanz des Konzepts der Intersektionalität von Identität könne glei-

chermaßen dazu beitragen, Gefühle der Scham zu reduzieren. Aufgrund der Zugehörigkeit zu vielen verschiedenen sozialen Gruppen sei es unwahrscheinlich, dass jemand ausschließlich privilegiert sei. Indem auch die Aspekte der Identität reflektiert und akzeptiert würden, die aus der Zugehörigkeit zu einer benachteiligten Gruppe resultierten, könne auf der anderen Seite das gesellschaftliche Oppositionsverhältnis privilegiert – nicht-privilegiert aufgebrochen werden. Doch sei gerade für eher privilegierte Subjekte der Zugang zu einem Verständnis ihrer selbst als intersektional schwierig und ein Reflektionsprozess unwahrscheinlich. Dies würde nämlich bedeuten, die eigene, bessere Stellung weniger individuellen Leistungen als sozialen Ursachen zuzuschreiben:

„If people fail to acknowledge their reliance on and eagerness to keep advantages conferred by maleness, heterosexuality, wealth, whiteness, or ethnic privilege, impartiality is liable to be perverted into a self-serving excuse for dismissing morally warranted urgent political demands.“ (Ebd.: 161)

Sowohl Theorien der Postmoderne wie auch Theorien einer personalen Identität lägen Annahmen über das soziale Selbst und dessen Agency zugrunde, die dazu führten, dass das Selbst und dessen Authentizität als Quelle von Autonomie entweder als Illusion aufgegeben oder als relativ statisch vorausgesetzt würden (vgl. ebd.: 158). Theorien personaler Identität reduzierten den Einfluss sozialer Gruppen insofern, als sie nicht anerkennen würden, dass ihnen eine Schlüsselrolle in der Konstruktion von Identität zukomme. Als Folge tendierten sie dazu, die Aufgabe des Subjekts, sich selbst zu entdecken und zu erforschen, zu simplifizieren. Aber *„understanding the impact of group membership on one’s identity is necessary not only for personal autonomy but also for moral and political autonomy“* (ebd.: 158–159). Intersektionale Identität sei eine Befähigung zu einem authentischen Selbst, wenn die Intersektionalität anerkannt und reflektiert wird. Daraus folgt auch, dass der eigene moralische und politische Standpunkt vor dem Hintergrund der eigenen Sozialisation in verschiedenen sozialen Gruppen und die sich daraus ergebende Position in der sozialen Hierarchie sowie die Art und Weise der Inkorporierung von gesellschaftlichen Normen und Werten, reflektiert werden müssen. Dieser Prozess erfordere nicht nur Selbstwissen, sondern auch Selbstdefinition. Das bedeutet, dass das Subjekt über bloße Introspektion hinausgehen muss, um sich selbst von außen, von der Perspektiven eines allwissenden Erzählers vielleicht, betrachten und verorten zu können. Wünsche und Einstellungen sind autobiographisch konstruiert und sich darüber klar zu werden, wie dieser Prozess zu welchem Ergebnis geführt hat, ist eine notwendige Voraussetzung, um zu dem zu finden, was als das eigene Wollen bezeichnet werden kann. Meyers Einschätzung nach handelt es sich hierbei allerdings um einen

komplexen und anspruchsvollen Vorgang, der nicht ohne weiteres durchführbar sei. Das Subjekt könne diese Aufgabe nur bewältigen, wenn ihm die Entwicklung bestimmter Kompetenzen gelänge, wobei es sich um einen lebenslangen Prozess handele. So wird das Subjekt bei jeder neuen Gelegenheit zur Selbstdefinition diese Kompetenzen, zumindest potentiell, verbessern und erweitern. Ohne Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben schlägt Meyers folgende sieben Autonomie-Kompetenzen vor, deren Ausprägung natürlich von Subjekt zu Subjekt ganz unterschiedlich gestaltet sein kann (vgl. ebd.: 165):

- Die Fähigkeit zur Introspektion, Gefühle und Wünsche wahrzunehmen, die Interpretation der subjektiven Erfahrung und eine Urteilsfähigkeit über die Angemessenheit des Selbst-Bildes.
- Imaginative Fähigkeiten, um über mögliche Selbst-Konzepte nachdenken zu können.
- Erinnerungsfähigkeit, um eigene Erfahrungen, aber auch die anderer sozialer Akteure, seien sie persönlich bekannt oder medial vermittelt, im Gedächtnis zu behalten und abrufen zu können.
- Kommunikative Fähigkeiten, um von anderen, deren Erfahrungen und Wahrnehmungen profitieren zu können.
- Analytische Fähigkeiten, um verschiedene Selbst-Konzepte zu vergleichen und gegeneinander abwägen zu können.
- Fähigkeit zum Wollen, um dem Druck anderer, in konventionellen Selbst-Konzepten zu verharren, zu widerstehen.
- Zwischenmenschliche Fähigkeiten, um sich mit anderen zusammen zu schließen, um gemeinsam soziale Normen herauszufordern und zu verändern.

Aus der Erfahrung autonomen Handelns resultiert ein (wachsendes) Gefühl der Selbstsicherheit und der (Selbst-)Anerkennung. Beides stärkt die Eigenwahrnehmung des Subjekts als autonom oder zumindest kompetent und sichert dem Subjekt die Autorenschaft seiner Handlungen zu. Das Subjekt ist also nicht zwangsläufig getrieben von Diskursen und zerrieben zwischen den, mitunter im Verhältnis zueinander, paradoxen Anforderungen unterschiedlicher Gruppen. Zu unterschiedlichen sozialen Gruppen zu gehören, bedeute nicht das vollständige Aufgehen eines Subjekts in einer Gruppe, inklusive der ganzheitlichen Übernahme sämtlicher gruppenspezifischer kultureller Eigenarten und Werte. Deshalb liegt gerade in der Vielfältigkeit, die das Konzept der Intersektionalität betont, das Potenzial, sich gegenüber den jeweiligen Gruppen fremd zu machen und ihre Kultur jeweils aus der Perspektive einer anderen Rolle kritisch zu reflektieren (vgl. ebd.: 163). Damit besteht allerdings das Problem, dass es zwar

möglich ist, sich über die soziale Bestimmtheit eigener Wünsche klar zu werden, dies jedoch zunächst nichts daran ändert, dass der Wunsch als solcher internalisiert ist und fortbesteht¹⁰: Dafür fehle es an der kulturellen und auch linguistischen Autorität, die sozialen Kategorien zu redefinieren: „*Individualistic strategies of self-definition have serious drawbacks, and moreover they are unlikely to be entirely successful.*“ (Ebd.: 165) Aus diesem Grund betont Meyers, dass in ihrer Auffassung von Autonomie nicht nur rein individuelle Strategien (bzw. Autonomie-Kompetenzen) forciert werden sollten, sondern gleichfalls der Ebene kollektiven Handelns eine herausragende Bedeutung zukommt. Sie sieht im Zusammenschluss von Subjekten, die von ähnlichen Marginalisierungserfahrungen betroffen sind, eine Chance, deren (Um-)Deutungsmacht und Artikulationsfähigkeit zu stärken.

Zwischenfazit Identität zwischen Narration und Praxis

Die Vorstellung davon, wie sich politisches Handeln gestaltet, wird durch dessen Verlagerung in den Alltag ein Stückweit irritiert. Politisches Alltagshandeln als Sonderfall politischen Handelns, dessen Auswirkungen zunächst einmal nicht in der Erreichung eines bestimmten gesellschaftlichen oder politischen Ziels wahrgenommen werden, sondern in einer Veränderung der Alltagspraktiken und, daran anknüpfend, einer veränderten Selbst-Wahrnehmung und Selbstidentität, lässt sich mit auf die Rationalität des Handelns und Entscheidens abhebenden Theorien nur schwer verstehen. Innerhalb der soziologischen Debatte darum, wieviel Anteil Akteure tatsächlich an ihren Handlungen haben, sieht man sich mit teils diametral gegenüberliegenden Standpunkten konfrontiert. Die Einschätzungen dazu, ob und bis zu welchem Grad ein Subjekt autonom sein kann, sind von dem jeweils damit verknüpften Identitätskonzept abhängig, das auf einer Bandbreite von Auflösung bis zu der Idee eines Kernselbst changieren kann. An

10 Für eine ähnliche Feststellung mit anderer Begründung empfiehlt sich Jean-Claude Kaufmans Studie über „Schmutzige Wäsche“. Im Rahmen dieser Studie hat er junge Paare in der Zusammenlegung ihrer Haushalte begleitet und zu ihrem Umgang mit der Wäsche befragt. Es zeigte sich, dass die Wäschearbeit sogar dann von den Frauen übernommen wurde, wenn diese vor dem Zusammenziehen und in Übereinstimmung mit dem Partner diese Arbeitsteilung abgelehnt hatten. Kaufman führt dies auf ein „Körpergedächtnis“ zurück, in das sich soziale Praktiken der Haushaltsführung eingeschrieben, die selbst dann noch handlungsleitend würden, wenn sie erkannt, identifiziert und sogar abgelehnt würden.

diesem Punkt muss hier eine pragmatische Haltung eingenommen werden, so spannend und facettenreich sich der Diskurs um das Ende – oder die Zukunft – von Identität gegenwärtig auch gestaltet. Der hiesigen Darstellung theoretischer Ansätze zum Begriff der Identität kommt angesichts der breiten Debatte noch kaum Überblickscharakter zu. Stattdessen wurden gezielt solche Ansätze vorgestellt, die dazu beitragen, die Spannung zu verstehen, die durch die zunehmende Intersektionalität Sozialer Welten ausgelöst wird. Die Idee von Meyers, Intersektionalität nicht als eine Verhinderung von Identität, sondern als Chance zu begreifen, kommt besondere Bedeutung zu. Denn Meyers geht es gar nicht so sehr darum, Identität zu erklären oder als theoretisches Konzept zu verteidigen, sondern darum, den Begriff, vor allem auch die Idee, die mit dem der Autonomie verbunden ist, weiterer Forschung zugänglich zu machen und zu erhalten. So verzichtet sie weitestgehend auf eine starre Definition von Identität. Die ist für ihre prozessuale Perspektive auch eher hinderlich. Stattdessen greif sie auf die zwei Begriffe des Selbstwissens und der Selbstdefinition zurück, um die zwei grundlegenden Strategien der Annäherung an das eigene Selbst – die Sicht nach innen und die Sicht von außen – analytisch zu trennen. Vor diesem Hintergrund gewinnt auch ihr wiederholter Verweis auf die Bedeutung gemeinschaftlichen Handelns an Bedeutung. Während Honneth zwar in Rechnung stellte, dass das Subjekt auf Werte zurückgreifen müsse, um eine Vorstellung seiner Selbst und der Zukunft zu entwickeln, blieb indes unklar, wie das Subjekt zu diesen Werten kommen sollte. Meyers Darstellung ist an dieser Stelle insofern hilfreich als sie zumindest auf den Ort und den Anlass der Entwicklung von Werten hinweist. Die wechselseitige, selbst- und den anderen reflektierende Kommunikation zwischen Personen, die von ähnlichen Problemlagen und Ungleichheitserfahrungen betroffen sind, könne dazu führen, dass zunächst fraglos übernommene Deutungsschemata zurückgewiesen und neue Perspektiven auf die Welt, aber auch auf sich selbst erarbeitet werden.

Wie lassen sich diese Überlegungen nun empirisch-analytisch bearbeiten? Aus diesem Blickwinkel ist die Idee von Kaufmann hilfreich, zwei Ebenen von Identität zu unterscheiden, eine reflexiv-diskursive und eine unmittelbar-situative. Während erstere beispielsweise in narrativen Interviews zum Ausdruck gebracht werden kann – wobei sich die Erzählungen je nach Situation unterscheiden können: die Narration folgt ihrerseits einer gewissen Situationslogik – ist die unmittelbar-situative nur durch Beobachtung zugänglich, zumindest solange, wie die Routinen des Alltags ihren Sinn erfüllen. Die Mediatisierung führt jedoch dazu, dass unterschiedliche soziale Welten im Alltag immer stärker miteinander vermischt werden, so dass die Reflexivität in Bezug auf Routinepraktiken erhöht wird. Diese werden nun, so zumindest die Annahme, regelmäßig zum

Gegenstand eines Nachdenkens über sich selbst, aber auch zum Gegenstand von Diskussion mit anderen. Der Alltag wird so zum Aushandlungsgegenstand einer breit verlaufenden Diskussion darum, was richtig ist. Betroffenheit, im Sinne von Schütz, ist damit für jeden gegeben. Sowohl Meyers wie auch Kaufmann sind letzten Endes jedoch skeptisch, was die Veränderung inkorporierter Schemata angeht, gerade weil, wie Kaufmann gezeigt hat, sie zu den rudimentärsten Bausteinen der Identität zählen. Wahrscheinlicher ist dann eher der Fall von Riesmans „Überangepasstem“, der aus Angst vor Unangemessenheit jede Verhaltensanforderung versucht umzusetzen. Demgegenüber verweist Giddens aber auch auf diejenigen, denen der Balanceakt zwischen Öffnung und Schließung gelingt, die gerade in der Mediatisierung und Globalisierung neue Optionen der Mitgestaltung und Solidarität ausmachen.

Rosa verweist zudem auf einen Aspekt, der diese Prozesse stärker in Bezug zu Konsum, womöglich auch politischen Konsum bringt. Nämlich die Bedeutungszunahme peripherer Entscheidungen, die vor allem Konsumententscheidungen darstellen. Da biographische Entscheidungen vor dem Hintergrund ihrer potentiellen Revidierbarkeit, sowie in zeitlicher Hinsicht aufgrund ihres transitorischen Charakters an Kraft verlieren, die Selbst-Identität mit Sinn und über die Lebensspanne hinweg mit Bedeutung zu versehen, werden die kleinen Entscheidungen des Alltags immer wichtiger – welcher Energielieferant, welches Haustier, welches Waschmittel. Diese, und Kaufmanns Perspektive ist damit durchaus vereinbar, Praktiken des Alltags werden zum zentralen Element der Aufrechterhaltung von einem Gefühl der Selbst-Konsistenz. Kaufmann ist zudem der einzige, der hier konkret, wenn auch nicht erschöpfend auf die Rolle von Emotionen in Bezug auf Identität und Praktiken eingeht. So sind es Emotionen, die einem Subjekt anzeigen, ob es sich angemessen verhält (durch das Gefühl der Scham bspw.) und sie dienen darüber hinaus als entscheidender Katalysator für die Aktivierung bestimmter, häufig reflexiv nicht verfügbarer Selbstbilder.

ZUSAMMENFASSUNG

Da kollektive Bildungsprozesse die zentrale Voraussetzung für die Entwicklung zum Bürger sind und Konsumhandlungen vorwiegend in der Alltagspraxis situiert sind, wirken Mediatisierungseffekte in doppelter Hinsicht auf politischen Konsum ein. Sie stellen einerseits einen Erfahrungs- und Bildungsraum für politisches Handeln dar und bilden andererseits für die ökonomische Alltagspraxis einen dynamischen Hintergrund. Ein potenzielles Risiko birgt die Mediatisierung, wie Sandra Seubert anmerkt, dadurch, dass sie Praktiken der Selbstdarstel-

lung befördern, die an anderen als genuin politischen Zielen ausgerichtet sind. Dieser Umstand wird vor dem Hintergrund der Bedeutung von Konsum für die Identität – Prozessen der Anerkennung und der Distinktion – deutlich verschärft. Es zeigt sich also, dass eine Konsumorientierung zu Prozessen kollektiver Willens- oder gar Identitätsbildung geradezu in Konkurrenz stehen kann.

Praktiken unterscheiden sich konzeptionell von Handlungen, da sie sich einem analytischen Zugang über Kriterien der Intentionalität, Rationalität und Reflexivität widersetzen. Es ist die Eigenart einer Praktik, sich als sinnvolle und angemessene Verhaltensstrategie gerade dadurch zu zeigen, dass sie Bewusstseins-Kapazitäten nur minimal in Anspruch nimmt. Ausgelöst durch bestimmte Problemstellungen, denen sich der Akteur schon früher in ähnlicher Form gegenüber sah, bestimmten Gefühlen, die eine bestimmte Praktik als UKO-Identität aktivieren, hat es den Anschein, als sei Handlungsträgerschaft in der praxeologischen Lesart auf eine Minimaldefinition von Krisenmanagement reduzierbar. Die Praxis als die Handlungsinstanz, die aus dem Repertoire verschiedener Praktiken-Komplexe eine situativ angemessene aktiviert, rückt jedoch wieder stärker in den Fokus, umso mehr sich durch Prozesse des sozialen Wandels die Handlungsbedingungen ändern: In der Begleitung, d.h. in der reflexiven Begründung und Revidierbarkeit von Transformationsprozessen bzw. der Reproduktion trotz veränderter Rahmenbedingungen, nehmen Prozesse der Reflexion der Praxis zu. Die Praxis selbst kann dabei niemals autonom sein – das hieße die Fähigkeit, die Folgen von Praktiken a priori bewerten zu können – aber je mehr die Praxis durch Transformationsprozesse zum Gegenstand reflexiver Betrachtung wird, umso mehr besteht die Möglichkeit der Entwicklung von Praktiken der Autonomie. Praktiken der Autonomie oder besser der Autonomisierung werden in Anlehnung an Meyers als ein Komplex von Praktiken bezeichnet, die darauf abzielen, sich dem authentischen Selbst anzunähern: Durch Reflexion, Interaktion, durch Experimente und Spiel. Damit erfolgt eine Distanzierung von Autonomie als absolutem Begriff. Stattdessen wird die Entwicklung von Autonomie als ein andauernder Prozess verstanden. Dasselbe kann für den Begriff politischen Handelns gelten: Wenn Autonomie generell einen Komplex von Praktiken bezeichnet, die das Selbst im Kontext von Struktur fokussieren, kennzeichnet politisch den Prozess, sich der eigenen Vorstellung von Gemeinwohl anzunähern und geeignete Mittel zu finden, diese Vorstellung auszudrücken und zu verfolgen. Dazu gehört es, Vorstellungen über das politische Selbst nicht zuletzt auch im Kontrast zur Verbraucher-Identität zu entwickeln.

Den Definitionen von „politisch“ ist gemein, dass sie entweder einen Bezug zu bestimmten Werthaltungen voraussetzen oder zu einem politischen Ziel, also einer kollektiv verbindlichen Entscheidung. Wie die Darstellung in diesem Kapi-

tel gezeigt hat, sind beide Herangehensweisen nur eingeschränkt auf den Bereich alltagspolitischen Handelns anwendbar. Dies liegt zum einen daran, dass sich hier unterschiedliche Handlungsziele miteinander vermischen oder in Konkurrenz zueinander stehen, so dass eine eindeutige Zuordnung zum Bereich der Politik oder des Marktes schwer fallen kann. Zum anderen handelt es sich bei Alltagshandlungen vorrangig um Routinehandlungen, also Praktiken, die zwar durchaus ein bestimmtes, mitunter auch politisches, Wissen und Werthaltungen zum Ausdruck bringen können, vor allem aber Bestandteil der Selbst-Identität des Subjekts sind (und weniger einer kollektiv politischen Identität, bspw. als Demokrat, Linker oder Globalisierungsgegner). Insofern stellt sich die Frage, wie das Subjekt im Alltag zwischen seiner politischen und seiner Selbst-Identität vermittelt, wie es also Praktiken des Konsums an – zu bestimmenden – Vorstellungen von Gemeinwohl ausrichtet. Es ist davon auszugehen, dass die Neu- oder Umorientierung entsprechender Praktiken nicht reibungslos verläuft und es zu Momenten kommt, in denen eine Entscheidung für oder gegen eine Veränderung getroffen werden muss. Dabei stellt sich insbesondere die Frage, wie mit diesen offenen Situationen umgegangen wird und welchen Beitrag Informationspraktiken sowie Interaktion im Social Web hierbei leisten. Dieser Frage lässt sich nur nachgehen, wenn der Blick auf Transformations- und insbesondere Politisierungsprozesse gelenkt wird. Dieser Politisierungsprozess umfasst eine Veränderung des Wissens, die Ausbildung von Informationsagency wie der Entwicklung eines Gefühls, in alltagspolitischen Fragen kompetent zu sein. Zu untersuchen ist dabei jeweils, welche Rolle der gemeinschaftlichen Reflexion von Alltagspraktiken on- und offline zukommt, und inwieweit diese dazu beiträgt, bislang fraglos übernommene Denkschemata und Geschmacksurteile kritisch zu hinterfragen und neue zu entwickeln, es also mit den Worten von Meyers zur Herausbildung von Autonomiekompetenzen kommt. Die besondere Herausforderung, der sich politische Konsumenten gegenüberstehen, besteht dabei in der Entwicklung einer verbraucherpolitischen Identität. Dazu gehört die Suche nach und Bestimmung von Werten, unter die sich die Verbraucher als politische Gemeinschaft versammeln können.

Ein derartiges Verständnis von politischem Konsum wäre gleichfalls anchlussfähig an das Konzept des politischen Konsumerismus. Dieser *„bezeichnet die Anstrengungen zur Bündelung der Macht der Verbraucher, um sie als Waffe gegen die Produzenten, den Handel sowie den Gesetzgeber in Stellung zu bringen“* (Lamla 2013: 53). Indem nun aber zunächst einmal eine auf Prozesse und Entwicklung ausgerichtete Perspektive eingenommen wird, kann dieses verbraucherpolitische Wertesystem nicht schon vorausgesetzt werden. Statt das Politische der Alltagspraxis politischer Konsumenten also durch die Orientierung an

bestimmten Werten (z.B. Gerechtigkeit, Gleichheit, Autonomie) zu bestimmen, kann Schütz „*well-informed-citizen*“ als ein geeigneter Brückenschlag dienen, indem politisches Engagement zunächst in einen Kontext zum Selbst gebracht wird. Damit rücken die Modalitäten der Herausbildung sowie der Identifikation persönlicher Relevanzen in den Vordergrund. Im hiesigen Kontext bedeutet das, die Triade Selbst – Gemeinwohl – Konsumbedürfnis in den Blick zu nehmen und zu prüfen, welche Vermittlungsinstanzen es zwischen ihnen gibt. Bei Dahlgren kommt diese Notwendigkeit darin zum Ausdruck, dass er zwischen den subjektiven und den kulturellen Voraussetzungen bürgerschaftlichen Handelns unterscheidet. In seiner Sicht auf „*Engagement*“, das er analytisch vom Begriff der Partizipation unterscheidet, spiegelt sich die Betrachtungsweise des „*well-informed-citizen*“. Es geht auf einer ersten Ebene zunächst darum, etwas als relevantes Anliegen zu identifizieren, Betroffenheit wahrzunehmen, sich zu engagieren. Erst dann ginge es – womöglich – darum, aktiv zu werden, also sich zu beteiligen. Im Gegensatz zu Schütz verweist Dahlgren im Zusammenhang mit Engagement jedoch auf die Notwendigkeit von Emotionen, Affekten und Leidenschaften (der Vorgang der Relevanzsetzung bleibt bei Schütz sehr vage). Mit seiner Betonung der Bedeutung von Emotionen stellt Dahlgren sich gegen die normative Idee des rationalen Bürgers, eine Figur mit einer politikwissenschaftlichen Tradition, die bis zu Max Weber zurückreicht (vgl. dazu Heins 1999). Er (Dahlgren) gibt zu bedenken, dass ein apathischer Bürger letztlich ein Bürger ohne Pathos sei, also ein Bürger ohne Leidenschaft (vgl. Dahlgren 2009: 85). Doch sei es andererseits wichtig, zwischen Leidenschaft als Motivation und als Ausdruck zu unterscheiden. Denn es sei sehr gut möglich, sich leidenschaftlich für etwas zu engagieren, dabei aber vollkommen rational vorzugehen. Demgegenüber könne Leidenschaft als Ausdruck zwar in manchen Fällen eine nützliche Strategie sein, aber als „*a subjective component of civic agency*“ komme nur der Leidenschaft als Motivation Bedeutung zu. Im Hinblick auf die kollektive Dimension politischer Beteiligung sei jedoch das Teilen eines Anliegens („*shared Horizons*“, ebd.: 86) eine Grundvoraussetzung. Leidenschaft stelle in diesem Zusammenhang ein wichtiges Bindeglied dar. In Anlehnung an den, in dieser Hinsicht stärker praxeologisch denkenden Kaufmann muss man auf der Alltagsebene also die Frage klären, wie es gelingt, die emotional-affektiven Selbstbilder im Sinne einer zu entwickelnden politischen Identität zu interpretieren und neu zu kodieren.

Untersuchungsdesign

Der Forschungsfokus auf die Alltagspraxis legt einen ethnographischen Zugang nahe. Nun lassen sich Medien- und Konsumhandeln aber nur schwer lokalisieren, insbesondere durch die rasante Ausbreitung internetfähiger Handys und die Einrichtung kostenloser Hotspots in den größeren Städten Deutschlands lässt sich der Ort als *locus* der Internetnutzung nur schwer bestimmen. Onlineethnographische Verfahren suchen unter anderem deshalb den Zugang zu Praktiken der Internetnutzung im Internet selbst, z.B. über teilnehmende Beobachtung in Onlinecommunities, Chat- und Forenanalyse oder über technisch gestützte Verfahren wie die Logfile-Analyse. Kritiker onlineethnographischer Verfahren führen demgegenüber das Argument ein, dass das Internet keinen Ort darstelle, sich entsprechend auch nicht mittels eines Verfahrens untersuchen lasse, dessen Kernkonzept gerade die physische Kopräsenz in der jeweiligen Praxis darstelle (Strübing 2006). Wie kann aus ethnographischer Sicht diesem Problem begegnet werden? Der in der klassischen Ethnographie zentrale Begriff der teilnehmenden Beobachtung ist an die Vorstellung eines lokalen Raums und einer lokalen Kultur geknüpft. Während zunehmende Migrationsbewegungen, die Entbettung von Ereignissen aus ihrem lokalen Kontext durch globale mediale Berichterstattung und der Bedeutungsverlust raum-zeitlicher Grenzen aufgrund der Ausbreitung moderner Kommunikationsmittel (Castells 2001) diese Vorstellung ins Wanken gebracht haben, wird durch die Diskussion um einen Kulturraum Internet als die durch kommunikative Interaktion hergestellte Vernetzung multi-lokal verstreuter Individuen deutlich, dass sie nicht mehr haltbar ist. Aus methodischer Sicht ergibt sich nun die Frage, wie und ob Ethnographie als ortsgebundene Methode vor diesem Hintergrund noch durchführbar ist (vgl. auch Lamla 2010a). Zur Lösung gibt es zahlreiche Vorschläge u.a. Virtuelle Ethnographie (Hine 2007), Online-Ethnographie (Marotzki 2003), Fokussierte Ethnographie (Knoblauch 2001), die sich mehrheitlich auf das Konzept einer „*Multi-Sited-Ethnography*“ von George Marcus (1995) beziehen: Wenn sich Handeln zwischen und an ver-

schiedenen Orten abspielt, müssen die Forscherinnen und Forscher sich auf Spurensuche begeben und den Pfaden ihrer Untersuchungssub- oder -objekte folgen. Das ist jedoch leichter gesagt als getan, ist doch die Medien- und insbesondere die Internetnutzung häufig in höchst private Alltagspraktiken integriert oder stellt selbst (partiell) eine dieser Praktiken dar. So lässt sich schwer von den Untersuchungsteilnehmer verlangen, ihre Logfiledaten zugänglich zu machen oder die Verlaufsprotokolle ihrer Webbrowser. Darüber hinaus lässt sich konsumbezogenes Internethandeln schwer terminieren: Wann und was jemand im Internet macht, ist nicht nur abhängig von seinen täglichen Routinen, sondern gerade bei politisch aktiven Internetnutzern auch von der aktuellen Medienberichterstattung, neuen Skandalen in der Lebensmittelbranche oder Verstößen gegen den Tierschutz wie z.B. im Vorfeld der Europameisterschaft in der Ukraine¹. Aus diesem Grund wurden im Projekt „*Consumer Netizens*“ die Untersuchungsteilnehmer zunächst selbst zu Beobachtern ihrer Konsum- und Medienpraxis: Mittels der Konzeption eines Partizipationstagebuchs. Das im Projekt „*Consumer Netizens*“ entwickelte methodische Instrument des Partizipationstagebuchs erlaubt es, die alltäglichen Praktiken des Konsumierens, Engagierens und des Selbst-Bildens in ihrem medialen Kontext insbesondere entlang der Achse on-/offline zu betrachten.

DIE ERHEBUNG

Die Erhebung fand im Rahmen des DFG-Projekts „*Consumer Netizens – neue Formen von Bürgerschaft an der Schnittstelle von politischem Konsum und Social Web*“ an, das unter der Leitung von Prof. Dr. Sigrid Baringhorst an der Universität Siegen von Oktober 2011 bis August 2015 durchgeführt wurde, statt. Die folgende Darstellung bezieht sich entsprechend auf das Erhebungsdesign des Gesamtprojekts.

1 <http://www.spiegel.de/panorama/gesellschaft/strassenhunde-in-der-ukraine-em-hat-tier-schutz-verbessert-a-856980.html> (zuletzt geprüft am 6.1.2015).

Auswahl der Teilnehmer

Zunächst wurde ein allgemein gehaltener Aufruf im Internet gepostet, der solche Personen ansprechen sollte, die kritischen Konsum praktizieren und dafür zumindest hin und wieder das Internet nutzen – dabei erwies sich die Vorerhebung deutschsprachiger Aktions-, Protest- und Projektwebseiten bezüglich politischen Konsums (vgl. Yang/Baringhorst 2014) als hilfreich, da im Grunde nur die Webredaktionen mit der Bitte um Verbreitung des Aufrufs angeschrieben werden mussten, durch den Interessierte zu einem Online-Fragebogen weitergeleitet wurden. Mit Hilfe dieses Online-Fragebogens konnte innerhalb von kurzer Zeit ein Pool Freiwilliger rekrutiert werden, die neben einer Kontaktadresse auch Informationen bezüglich ihres sozio-ökonomischen Status sowie ihrer Konsum- und Internetpraktiken zur Verfügung stellten. Durch telefonische Vorabinterviews und daran anschließende persönliche Treffen mit potenziellen Untersuchungsteilnehmern wurde dann sukzessive im Sinne eines „*theoretical samplings*“ (Glaser/Strauss: 1998 [1967]: 53) ausgewählt. Z.B. musste erfragt werden, ob die dem Konsumverhalten zugrunde liegende Motivation tatsächlich Kriterien des Allgemeinwohls und nicht etwa der Sparsamkeit folgte. Zudem galt es, die potenziellen Untersuchungsteilnehmer behutsam auf den langwierigen und zeitintensiven Forschungsprozess vorzubereiten. Mit den auf diese Weise ausgewählten Personen wurde dann ein erstes persönliches Treffen vereinbart, das dazu diente, auf die Phase des Tagebuchschreibens vorzubereiten, aber auch eine Atmosphäre zu schaffen, die die Verbindlichkeit und die Auskunftsbereitschaft der Untersuchungsteilnehmer steigern sollte. Bei jedem Kontakt mit den Untersuchungsteilnehmer fertigten die Mitglieder des Forschungsteams Feldnotizen an, die sowohl dazu dienen sollten, wertvolle Informationen für den weiteren Forschungsprozess verfügbar zu machen, wie auch die intersubjektive Überprüfbarkeit von persönlichen Einschätzungen zu gewährleisten. Bei der Auswahl geeigneter Untersuchungsteilnehmer war es wichtig, eine möglichst große Variation in konsum- und internetbezogenen politischen Praktiken zu erreichen, außerdem sollten auch gerade in anderen Studien zu politischem Konsum häufig unterrepräsentierte Personenkreise wie Personen mit niedrigem Bildungsniveau, ältere Personen, Personen aus ländlichen Regionen und solche mit vielen Kindern eingeschlossen werden. Da diese Personenkreise über das Internet augenscheinlich nicht erreicht werden konnten, wurde in einem zweiten Erhebungsschritt mittels Flugblättern auf Wochenmärkten und Aushängen in Bioläden gezielt nachrekrutiert. Selbstverständlich mussten auch forschungspraktische Erwägungen bei der Auswahl von Untersuchungsteilnehmern berücksichtigt werden – da sich die Zusammenarbeit mit ihnen auf zum Teil über zwei Jahren er-

strecken würde und dabei mehrere persönliche Treffen notwendig sein würden, wurde das Einzugsgebiet auf die Regionen Berlin, Bremen, NRW und Rhein-Main begrenzt.

Das Partizipationstagebuch

In einem persönlichen Instruktionsgespräch wurden die Untersuchungsteilnehmer auf das Führen des Partizipationstagebuchs vorbereitet. Zwar wurden im Rahmen des Forschungsprojekts sowohl quantitativ wie qualitativ auch Analysen von konsumkritischen Webseiten durchgeführt, doch ist damit noch kein Zugang zur situierten Praxis der individuellen Akteure gewonnen, die sich, während sie das Internet nutzen, ja nicht (nur) *darin* aufhalten, sondern (auch) Zuhause, auf dem Arbeitsplatz, bei Freunden oder in der Straßenbahn. In Anlehnung an die forschungspraktischen Erfahrungen von Nick Couldry (2007) wurden die Untersuchungsteilnehmer darum gebeten, über die Dauer von acht Wochen ein Partizipationstagebuch zu schreiben. Inhalt des Tagebuchs sollte eine möglichst exakte Dokumentation des jeweiligen Konsumalltags, der Mediennutzung und des politischen Engagements – also dessen, was aus Perspektive der Teilnehmer politisches Engagement darstellt – sein. Bei der Konzeption des Tagebuchs stellte sich vor allem die Frage, wie das Führen des Tagebuchs zu begleiten sei, also wie exakt den Teilnehmern vorgegeben werden sollte, was mögliche Inhalte und Formen des Tagebuchs sein könnten. Darüber hinaus sollten Ausfälle vermieden werden: Wie viel Selbständigkeit konnte oder sollte von den Tagebuch Schreibern erwartet werden? Schließlich wurde sich dafür entschieden, den Untersuchungsteilnehmern sowohl formal wie inhaltlich wie zeitlich, maximale Gestaltungsfreiheiten einzuräumen. Entscheidend waren dabei zwei Argumente: Das Tagebuch würde als Instrument zur Selbstbeobachtung nur dann verwertbare Daten in Bezug auf die Alltagspraxis, das Bürgerverständnis, die konsum- und internetbezogenen Praktiken liefern, wenn die Untersuchungsteilnehmer in der Lage wären, von Beginn an ihre Relevanzen selbst zu setzen. Zudem sollten sie sich in ihrem Schreiben wohl fühlen, d.h. sie mussten entscheiden, ob sie lieber jeden Tag einen Tagebucheintrag per Email schickten und darauf eine Rückmeldung wünschten oder ob sie acht Wochen lang für sich alleine mit Zettel und Stift arbeiten wollten. Das zweite Argument bezieht sich auf die Herstellung von Reflexivität bei den Untersuchungsteilnehmern. So war davon auszugehen, dass eine vage Instruktion für die Untersuchungsteilnehmer zunächst eine Überforderung oder zumindest eine Herausforderung als zu bewältigendes Problem darstellen würde: Sie sollten eine Aufgabe lösen, wussten aber nicht, was genau von ihnen erwartet wurde. Damit wurde ihnen ein Anstoß ge-

geben, sich auf eine andere und womöglich auch essentiellere Art und Weise mit dem Tagebuch, ihrem politischen Konsumengagement und ihrer Mediennutzung auseinander zu setzen. Es stellte nicht zuletzt auch ihre medial-kommunikativen Fähigkeiten auf die Probe. Auf diese Weise, so die Vermutung, würde schon allein die Form des Tagebuchs Hinweise über den jeweiligen Mediennutzungstyp liefern können.

Im Ergebnis wurde durch diese Erhebungsmethode ein hochinteressantes, weil authentisches, aber selbstverständlich auch formal wie inhaltlich hochgradig heterogenes Datenmaterial erzeugt. Die Tagebücher changierten auf einer Bandbreite von formlosen Einkaufsprotokollen bis hin zu kreativen Bildmappen mit künstlerisch-ästhetischem Anspruch. Bei der Auswertung war es entsprechend notwendig, den Zugang zum Material über unterschiedliche Interpretationsverfahren zu finden. Während die sehr auf die alltäglichen Konsum- und Medienpraktiken fokussierten Tagebücher einen Zugang mittels des Kodierverfahrens der Grounded Theory nahe legten, mussten für andere z.B. Techniken der Dokumentarischen Bildanalyse herangezogen werden. Eine Herausforderung stellten zudem die zahlreichen Verlinkungen auf Webinhalte dar, die von größtem Interesse waren, weil daraus Rückschlüsse auf Praktiken des Informations- und Wissensmanagements der politischen Konsumenten möglich wurden. Abschließend ist zu konstatieren, dass vor dem Hintergrund der doppelt erschwerten Erhebungssituation – einerseits die vage gehaltene Instruktion, andererseits der dreifache Erzählimpuls – Medien – Konsum – bürgerschaftliches Engagement – die Fähigkeit der Untersuchungsteilnehmer sich in dieser Krisensituation zu bewähren und zu einem, wenn auch individuell teils sehr unterschiedlichem, konstruktiven Umgang mit ihr zu finden, beeindruckend war.

Das Interview

Wie bereits geschildert, wurden mit den Teilnehmern vor dem Schreiben der Tagebücher Gespräche geführt, um einerseits eine gesicherte Auswahl zu treffen, andererseits die Teilnehmer/innen auf ihre Aufgabe vorzubereiten. Diese Einführungsgespräche, die zunächst telefonisch geführt und dann in einem persönlichen Treffen vertieft wurden, um ein Vertrauensverhältnis herzustellen, wurden teilweise mitgeschnitten. Außerdem wurden kontinuierlich Feldnotizen angefertigt, um die wichtigsten Gesprächsinhalte sowie subjektive Eindrücke des Forschungsteams festzuhalten. Die Dokumentation der Kommunikation, was neben Gesprächsnotizen auch den gesamten Emailverkehr vor und während des Tagebuchschreibens betrifft, muss als wichtige Kontextinformation bei der Analyse der Tagebücher berücksichtigt werden. Nicht selten war zwischen Forschungsteam und Tagebuch-

schreiber ein regelmäßiger Email-Austausch während des achtwöchigen Schreibprozesses notwendig, um Hemmungen und Unsicherheiten abzubauen und auch Lustlosigkeit entgegenzuwirken. Da das Tagebuch als methodisches Instrument in der Politikwissenschaft noch kaum erprobt ist, war zusätzlich und nachträglich ein Interview geplant, mittels dessen die Themenbereiche, die aus einer theoretischen Perspektive für relevant erachtet wurden, (nach-)erhoben werden konnten sowie durch einen narrativen Impuls zu Beginn des Interviews die biographische Entwicklung hinsichtlich politischen Konsums und Internet abgefragt wurden. Im Hinblick auf das vorliegende Material erwies sich dieses Vorgehen insofern als optimierbar, da die Teilnehmer bereits sehr viel und ausgiebig im Rahmen der Vorgespräche erzählt hatten, so dass sie hinsichtlich der neuerlichen Erzählaufforderung, die ihnen wie eine Wiederholung vorkommen musste, Ermüdungserscheinungen zeigten. Andererseits gab es gute Gründe, das eigentliche Interview erst im Anschluss an die Tagebücher zu führen, damit die Teilnehmer ihre Praktiken schildern konnten, ohne sich vorher zu einer bestimmten Orientierung zu bekennen. Für weitere Arbeiten mit diesem Erhebungsmodell empfiehlt es sich, das Interview weiterhin dem Tagebuch nachzuordnen, jedoch im Einführungsgespräch noch stärker darauf zu achten, gezielt andere Gesprächsthemen aufzugreifen als diejenigen, die im Interview von Bedeutung sein würden.

KRITERIEN DER FALLAUSWAHL UND AUSWERTUNG

Die Begründung für eine zunächst deskriptive Fragestellung ergibt sich laut Blatter (2007: 126f) schon aus der Art des empirischen Materials: Mittels der Tagebücher sind „*dichte Beschreibungen*“ der Alltagspraktiken und insbesondere der medialen, politischen und ökonomischen Praktiken möglich. Kausale Zusammenhänge ließen sich jedoch wenn, dann nur fallintern rekonstruieren und entsprechend sei ihr Erklärungspotenzial für allgemeine Trends eher gering. Dem gegenüber kann eingewendet werden, dass mit der Erklärung eines einzigen Falles zumindest für diesen einen Fall eine Erklärung geliefert wurde. Und da sich soziale Strukturen in den Praktiken der sozialen Akteure reproduzieren, gibt der einzelne Fall damit auch immer Rückschluss auf die Struktur der Gesellschaft. Damit leisten sie etwas mehr, als nur erste Hinweise darauf zu enthalten, wo kausale Zusammenhänge bestehen könnten. Kausale Zusammenhänge spielen also durchaus auch in qualitativ orientierten Fallstudien eine Rolle, aber es geht weniger um die Überprüfung eines kausalen Zusammenhangs als darum, das Wirkungsverhältnis des kausalen Zusammenhangs zu bestimmen und zu erklären:

„Die Suche nach Kausalmechanismen trägt dazu bei, in die ‚black box‘ zwischen abhängigen und unabhängigen Variablen einzudringen und den Wirkmechanismus nicht nur theoretisch-abstrakt (im deduktiv gewonnen Modell) sondern empirisch-konkret zu benennen.“ (Ebd.: 133)

Dabei stellt sich die Frage nach dem besten Vorgehen bei der Auswahl der Fälle. Auch wenn es zunächst sinnvoll erscheint, solche Fälle miteinander zu vergleichen, bei denen der Kontext so ähnlich wie möglich ist und Variationen nur den interessierenden Aspekt betreffen, ist hiergegen einzuwenden, dass ein solches Vorgehen einer deterministischen Logik folgt und entsprechend einer qualitativen Forschungslogik gerade entgegengesetzt ist:

„Wenn sich z.B. die untersuchten Fälle in fast jeder Hinsicht gleichen, dann ergibt die Logik, dass unterschiedliche Ergebnisse in diesen Fällen auf den einen oder mehrere verbleibende Unterschiede zurückzuführen sein sollten. Dies führt zu dem Ratschlag, dass man bei Fallstudien Fälle möglichst so aussucht, dass sie sich in Bezug auf möglichst viele Kontextfaktoren ähnlich sind und nur in Bezug auf den interessierenden Aspekt unterscheiden. Versuche, durch gezielte Fallauswahl einen ‚kontrollierten Vergleich‘ zu produzieren, stoßen allerdings auf vielerlei theoretische und praktische Probleme. Theoretisch liegen die Hauptprobleme darin, dass eine solche logische Schlussfolgerung nur bei deterministischen Theorien gilt und dass die Möglichkeit der ‚Äquifinalität‘ damit nicht erfasst werden kann.“ (Ebd.: 142)

Wenn das Problem, das Blatter hier schildert, auf einer theoretischen Ebene auch nachvollziehbar ist, stellt es sich in der empirischen Realität qualitativer Sozialforschung so wohl selten. Denn selbst wenn es gelingt, die objektiven (messbaren) Kontextfaktoren, der Autor spricht hier insbesondere von sozio-ökonomischen Merkmalen, konstant zu halten, dürfte es dennoch relativ schwierig sein, zwei Fälle zu finden, die sich in allen Merkmalen bis auf das interessierende Verhalten gleichen. Das von Blatter beschriebene Problem besteht vielmehr darin, die nicht messbaren Merkmale, insbesondere in biographischer Hinsicht, zu kontrollieren. Die Biographie zweier Menschen, ihre Sozialisation, die sozialen Bezugsgruppen, die für sie wichtig waren, mögen ähnlich sein, aber wenn die Kontingenz sozialer Handlungen überhaupt eine sichere Erkenntnis bringen kann, dann die, dass sich die Merkmale zweier Individuen niemals konstant gleich halten lassen, es sei denn man begrenzt die Menge der Merkmalsausprägungen formal. Eine weitere Möglichkeit bestehe darin, die Fälle gemäß der oder den Theorie(n) auszuwählen, die die Fragestellung anleiten. Entsprechend werden dann solche Fälle ausgewählt, die besonders gut geeignet sind, die jeweilige theoretische Überlegung zu überprüfen, zu erweitern oder zu repräsentieren (vgl. ebd. 149). Der Status der Fallstudie hänge jedoch auch davon ab, wie weit das spezifische Untersuchungsfeld bislang erforscht wurde. Da das konsumpolitische Handeln von Frauen bislang nicht Gegenstand qualitativer For-

schung gewesen ist und sich bestenfalls bruchstückhaft Hypothesen aus diversen, benachbarten Disziplinen ableiten lassen, kommt hier den Fallstudien eindeutig explorativer Charakter zu, und das Ziel muss die Entwicklung induktiv-theoretischer Kategorien sein.

Sich bei der Fallauswahl von konkurrierenden Theoriemodellen anleiten zu lassen, kann dazu beitragen, im Material nicht nur einseitig nach Bestätigung für eine theoretische Position zu suchen. Bei der vorliegenden Fragestellung, wie sich das Zusammenspiel von Politisierung und Digitalisierung auf Konsumentinnen auswirkt und welche (Autonomie-)Potenziale damit verknüpft sind, könnte es sich entsprechend anbieten, sowohl die Hellmannsche Lesart von Frauen als Konsumentinnen zu berücksichtigen, für die Kaufen Shopping ist und damit primär als selbstreferenzielle, affektuelle und Erlebnis orientierte Freizeitbeschäftigung zu sehen ist, als auch die Gegenannahme von Frauen als Expertinnen für rationalen Konsum und verantwortungsvoll-fürsorgende Verpflegung von anderen, die sich primär in historisch-politologischen Forschungsansätzen finden (vgl. De Grazia 1996). Entsprechend müssten solche Fälle ausgewählt werden, die die politischen Konsumpraktiken von Frauen entlang der Achse „*domestic-leisure-consumption*“ rekonstruieren. Hilfreich kann es an dieser Stelle aber auch sein, auf den integrativen Ansatz von Baur/Luedtke (2008) zurückzugreifen und die Konsumorientierung als konstitutives Merkmal eines bestimmten sozialen Milieus zu identifizieren, so dass man einen „*domestic-consumption-style*“ am ehesten bei Frauen finden würde, die mit einem Partner in einer eheähnlichen Gemeinschaft, vorzugsweise mit Kindern leben und keiner oder nur einer geringfügigen Beschäftigung nachgehen, während man „*leisure-consumption*“ vorzugsweise bei Single-Frauen ohne Kinder mit Vollzeitberufstätigkeit finden würde. Diesbezüglich muss nach Baur und Akremi auch das Ausstattungsniveau berücksichtigt werden. Deshalb ist es ein außerordentlicher Vorteil für die vorliegende Arbeit, dass die im Rahmen des Projekts durchgeführte Analyse der Tagebücher aller Untersuchungsteilnehmer der Fallauswahl für die hier verfolgte Fragestellung vorgelagert ist. Auf diese Weise ist es möglich, aus den unterschiedlichen Typen von Consumer Netizens je einen Fall auszuwählen, wobei die Nutzung des Social Webs für den politischen Konsum die zentrale Unterscheidungsdimension darstellt.

Zur Auswertung des Datenmaterials empfiehlt sich eine Strategie, die einerseits den Einbezug theoretischer Vorannahmen erlaubt, aber dem Material einen nicht nur falsifizierenden, sondern auch theoriegenerierenden Status einräumt. Wenn die Entscheidung deshalb auf die Grounded Theory fällt, ist das weniger als Methode der Auswertung zu verstehen, sondern vielmehr als eine Strategie, wie mit Datenmaterial umgegangen wird: Der Fall wird zunächst für sich anhand

der fallimmanenten Themen und ihrer Priorisierung, die sich quantitativ in der häufigen Bezugnahme zu dem Thema oder aber qualitativ in der besonderen, z.B. emotionalen Artikulation eines Themas, ausdrücken kann. Theoriegeleitet wird diese Strategie schon durch die Auswahl der Fälle, insbesondere durch die Auswahl des ersten Falles, der im Zentrum der weiteren Analyse steht. Ist ein Fall thematisch-inhaltlich erschlossen, erfolgt in einem zweiten Analyseschritt der Vergleich mit anderen Fällen, die sich von dem ersten Fall hinsichtlich der Social-Web-Nutzung für den politischen Konsum unterscheiden. Auch hier sind wiederum theoretische Vorannahmen von zentraler Bedeutung, da zwei empirische Fälle sich in zahlreichen Dimensionen unterscheiden können, es aber von der theoretischen Fragestellung abhängt, welche Unterscheidungsdimension für relevant erachtet wird. Anhand fortschreitender Kontrastierung und komparativer Analyse, wobei ausgewählte Passagen mittels Sequenzanalyse rekonstruiert und verglichen werden, erfolgte eine praxeologische Typenbildung. Ziel bei dem Forschungsprojekt war es, vor allem den Raum konsumpolitischen Engagements on- und offline zu bestimmen und erste Überlegungen über den Zusammenhang bestimmter Praxistypen und ihrem Social-Web-Engagement zu entwickeln.

Auf dieser Basis wurden für die vorliegende Arbeit solche Fälle ausgewählt, die im Spektrum möglicher Praxistypen auf den für die Analyse relevanten Ebenen – der Social-Web-Nutzung und des verbraucherpolitischen Engagements – unterschiedliche Ausprägungen enthalten. An diesem Punkt erfolgt eine Perspektivenveränderung, die sich auch in der Art und Weise der Materialanalyse zeigt. Im Folgenden werden neben dem Alltag und seinen Routinen auch die jeweiligen biographischen Dispositionen berücksichtigt, die diesen Alltagspraktiken zugrunde liegen. Als Datenmaterial werden hierzu die narrativen Passagen zu Beginn der Interviews herangezogen, die die Entwicklung zum politischen Konsum in biographischer Perspektive thematisieren. Das methodische Vorgehen lässt sich also folgendermaßen zusammenfassen:

- Zugang zur Alltagswelt und alltäglichen Praktiken des politischen Konsums und der Mediennutzung durch das Partizipationstagebuch
- Ergänzende Fallanalyse mittels der biographisch-narrativen Passagen des Interviews
- Kontrastierung von Alltagspraktiken und Selbstbeschreibung
- Komparative Analyse der drei ausgewählten Fälle in Hinblick auf Wissens- und Informationspraktiken, kollektive (web-gestützte) Reflexions- und Aushandlungsprozesse, Form der Vermittlung zwischen Verbraucher- und Bürger-Identität

Um die Logik der Praxis zu erfassen und Momente der Transformation (und der Reproduktion von Transformation) sichtbar machen zu können, muss die Analyse prozessual verlaufen, weshalb sich die Anwendung einer sequenzanalytischen Methode in der vertiefenden Analyse anbietet.

VORUNTERSUCHUNG

Im Folgenden wird kurz das Gesamtsample des Projekts vorgestellt und über die komparative Analyse der Tagebücher die Fallauswahl begründet. Lassen sich auf dieser ersten Ebene des Vergleichs schon erste Erkenntnisse gewinnen, was den Einfluss von Geschlecht auf die politisch-medialen Konsumpraktiken angeht? Wo liegen die Unterschiede?

Übersicht über das Datenmaterial

Der aufwendige Betreuungs- und Gesprächseinsatz hatte letztlich 26 Tagebücher hervorgebracht, die sich im Umfang, in der Form und Selbständigkeit im Schreibprozess sehr stark voneinander unterschieden. Um zwei extreme Beispiele anzuführen, kann man die Schreibpraxis von Christopher Weiland² und Annika Seifert gegenüberstellen: Christopher hat jeden Tagebucheintrag direkt per Email geschickt, was darauf schließen lässt, dass er seine Einträge sehr zeitnah getätigt hat. Aber er forderte damit gleichzeitig ein, dass ihm täglich auf seine Einträge geantwortet wurde. Wenn eine aufbauende, interessierte Nachfrage ausblieb, wurde der Schreibprozess unterbrochen, bis die Wiederaufnahme des Gesprächsfadens gelang. Annika hat sich demgegenüber dafür entschieden, acht Wochen lang Tagebuch zu führen, um es dann in einem Stück an das Forschungsteam weiterzuleiten. Sie führte das Tagebuch im klassischen Sinne des Tagebuchschreibens handschriftlich und tippte es dann erst kurz vor Abgabe ab. Daraus ergibt sich ein vollständig anderer Datentyp als bei Christopher, der seine Angaben immer sehr stark von den Gesprächsimpulsen der Email-Korrespondenz abhängig machte. Zudem hat Annikas Tagebuch tatsächlich auch einen narrativen Charakter, was der Analyse ganz andere Möglichkeiten einräumt. Sehr schwer stellt sich eine irgendwie interpretative Analyse bei zwei weiteren Teilnehmern dar: Matthias Bonella und René Remberti, die beide eine Excel-

2 Die Namen sämtlicher Untersuchungsteilnehmer und -teilnehmerinnen wurden anonymisiert.

Tabelle erstellt haben, in der sie lediglich Datum, Stichwort zur Tätigkeitsbeschreibung (meist eine Webadresse) und im besten Fall noch eine kurze Erläuterung eingefügt haben. Sehr ähnlich, nur ohne Excel, haben Lukas Bellinger, Hans Berg und Markus Herrmann ihr Tagebuch gestaltet: Jeweils unter dem Datum steht eine stichwortartige Zusammenfassung (meist eine Webadresse), die dann häufig per „copy and paste“ noch an weiteren Tagen als Eintrag eingefügt wurden, vermutlich um zu signalisieren, dass sich gewisse Praktiken eben einfach wiederholen:

„5.12

Internet: Zeit, boingboing, taz, spiegel, slashdot, heise, Webcomics/Youtube/Unterhaltungsseiten
Spieleabend bei Freunden (Bahn)

6.12

Internet: Zeit, boingboing, taz, spiegel, slashdot, heise, Webcomics/Youtube/Unterhaltungsseiten
Laborergebnis zu extremer Effizienzsteigerung von organischen Solarzellen, was diese billigere Variante deutlich attraktiver machen würde. Was mich allerdings noch mehr interessiert ist der Licht-durch-zu-kleine-Löcher-Effekt bzw. plasmonics – den Bereich kannte ich aus der Schulphysik überhaupt nicht. <http://phys.org/news/2012-12-nanostructures-triple-solar-cells-efficiency.html>.“ (Tagebuch Markus Breuer: 159–160)

Nicht wesentlich anders sind Tina Grün, Christiane Neumann und Lara Seibert verfahren:

„29.06

Vollkornbrötchen (Bio) bei Rewe, MSC Fisch in der Mensa

30.06

Via facebook: 10 Things you can do to change our food system. → Gelesen und “Gefällt mir“ gedrückt.

Lange Diskussion über Fleischkonsum, Tierhaltung und Medikamentengabe der Tierärzte an die Tiere (meine Mutter arbeitet in einer Tierarztpraxis) am Frühstückstisch mit meiner Mutter und meiner Tante.“ (Tagebuch Tina Grün: 490–494)

Noch schwieriger sieht es bei Franz Daub, Peter Fröhlich, Monika Bayram und Claudia Wollschläger aus, die zwar in Form einer Erzählung – in vollständigen Sätzen begonnen haben, dann aber nach dem zweiten Tagebucheintrag gemerkt hatten, dass ihnen das Tagebuchschreiben zu zeitaufwendig oder anstrengend ist. Die bisherige Bilanzierung soll nicht heißen, man könne mit den Tagebüchern in Protokoll- oder Tabellenform nichts anfangen, keineswegs, nur eignen sie sich nicht gerade für eine interpretative Arbeit, die nach Interdependenzen von Alltagspraktiken, vor allem Medien- und Konsumpraktiken fragt. Doch schließlich gibt es noch die Tagebücher von Sabine Kleist, Inka Weiss, Annika Seifert, Jana Peters, Sarah Damm, Paul Wiese, Philipp Greif, Marc Kunze und Eugen Georgieff, die allesamt nicht nur einen beeindruckenden Umfang von bis zu fünfund-

zwanzig Din A4 Seiten aufweisen, sondern jeweils fast so etwas wie eine Aneinanderreihung von Alltags-Kurzgeschichten darstellen. Ein Tagebuch sollte noch erwähnt werden, da es im Vergleich zu den anderen vollkommen anders gestaltet ist: Das von Claudia Maas, welche statt mit Text maßgeblich mit Bild-einträgen und insbesondere Fotomontagen arbeitete. Zu den sonstigen deskriptiven Kategorien lässt sich folgendes sagen: Von den 26 Teilnehmern sind 14 männlich und 12 weiblich. Je zwei der Tagebücher der Frauen und der Männer ergaben bei der Sichtung des Materials, dass sie sich nicht für die Praktikenanalyse – entweder weil sie insgesamt als nicht passend für die Fragestellung oder weil das Datenmaterial keinen Zugang für eine komparative Analyse ermöglichte (wie im Fall von Claudia Maas) – eignen würden. D.h., dass letztlich die Tagebücher von 12 Männern und 10 Frauen in die komparative Analyse eingingen. Von den 12 Männern sind sechs Studenten (Paul Wiese als Abiturient auf dem Weg ins Studium mitgerechnet), zwei sind selbständig tätig, einer angestellt und drei erwerbslos bzw. geringfügig beschäftigt. Vier Teilnehmer sind zwischen 18 und 25, fünf zwischen 26 und 35, drei zwischen 36 und 45. Drei Teilnehmer wohnen noch oder wieder bei ihren Eltern, vier leben in einer Single-Wohnung, drei in einer Wohngemeinschaft, zwei gemeinsam mit ihrem Partner und Kindern. Von den Frauen sind drei Studentinnen, fünf Vollzeit Beschäftigte, eine selbständig und eine erwerbslos. Fünf wohnen mit ihrem Partner zusammen, eine davon mit Kind. Je zwei wohnen in einer WG und einer Singlewohnung, eine Teilnehmerin lebt noch bei ihren Eltern. Drei sind zwischen 18 und 25, vier zwischen 26 und 35, zwei zwischen 36 und 45 und eine zwischen 46 und 55. Wenn sich auch aufgrund der geringen Fallzahl des Samples keine verallgemeinernden Aussagen machen lassen, sind einige Aspekte doch zumindest bemerkenswert.

Zunächst ist bemerkenswert, dass es einen starken Überhang an Teilnehmern ohne Kinder (lediglich zwei³ der 22 Tagebuchschreiber hat Kinder) gibt. Das mag daran liegen, dass immerhin sieben Teilnehmer noch unter 25 Jahre alt sind und mindestens acht als Single leben. Andererseits ist bekannt, dass die Geburt des ersten Kindes häufig eine Sensibilisierung für zunächst Bio-Konsum in der Ernährung darstellt. Junge Eltern wollen ihr Kind möglichst gesund und ohne schädliche Zusatzstoffe ernähren und beginnen aus diesem Grund, sich eingehender mit der Produktion und den Produktionsbedingungen von Nahrungsmitteln auseinander zu setzen. Andererseits ist die Tatsache, dass lediglich acht der

3 Gegen Ende des Erhebungszeitraums stieg die Anzahl der Teilnehmer mit Kind/ern auf drei.

Teilnehmer in einer Partnerschaft und mit ihrem Partner zusammen leben, sich also überwiegend Personen gemeldet haben, die als Single oder in einer Wohngemeinschaft leben, ein interessantes Datum. Die Anzahl der Singles ist mit vier unter den männlichen Teilnehmern zudem doppelt so groß als bei den weiblichen, tatsächlich stellt sich die Situation bei den Frauen genau umgekehrt dar, so dass knapp zwei Drittel der weiblichen Teilnehmerinnen mit ihrem Partner in einer Wohnung oder einem Haus zusammenlebt. Auch in der Erwerbstätigkeit gibt es in Bezug auf das Geschlecht Unterschiede: Während über die Hälfte der weiblichen Teilnehmerinnen einer Vollzeitbeschäftigung nachgeht, ist es bei den männlichen Teilnehmern nur ein Viertel. Auch wenn diese Angaben in erster Linie dazu dienen sollen, das Sample anhand der allgemeinen Lebenssituation darzustellen, könnte man sie als Hinweis darauf deuten, dass es in Hinsicht auf die Lebenssituation – alleine oder in Partnerschaft lebend, berufstätig oder studierend – Unterschiede zwischen politischen Konsumenten gibt, die sich über das Geschlecht erklären lassen könnten. Die typisch weibliche politische Konsumentin könnte dann so aussehen, dass sie Vollzeit arbeiten geht, in einer festen Partnerschaft lebt, um die 30 ist und keine Kinder hat. Der typisch männliche politische Konsument lebt demgegenüber eher alleine und ist Student. Auch wenn es sich bei einer derart geringen Fallzahl eher um eine Über-Interpretation als um eine gesicherte Analyse handelt, findet sich bei Baur/Akremit (2011) ein Hinweis darauf, dass Konsum für Männer als Sphäre der Anerkennung erst dann relevant wird, wenn ihnen Anerkennung in anderen, eher typisch männlichen Betätigungsfeldern versagt wird, der hier womöglich zutrifft:

„Marginalisierte Männer, also solche Männer, die aus verschiedenen Gründen keinen oder nur beschränkten Zugang zum Arbeitsmarkt haben (Arbeitslose, Behinderte usw.) oder aufgrund niedriger Bildung nur geringe Aufstiegschancen haben, weichen auf andere Sphären wie Technik, Konsum, Wohnen, Freizeit sowie Körperpraktiken (Kleidung, Ernährung, Gesundheitsverhalten, Sport) aus.“ (Ebd.: 287)

Ob dies bei konsumpolitischem Engagement tatsächlich der Fall ist, lässt sich auf Basis der geringen Fallzahl nicht mit Gewissheit sagen, andererseits wäre dies eine schlüssige Erklärung dafür, warum sich trotz des sonstigen Frauenüberhangs in konsumaffinen Forschungsprojekten hier ebenso viele, sogar etwas mehr Männer als Frauen gemeldet haben. Dies mag vor allem auch daran liegen, dass sich Konsum im Forschungsprojekt „Consumer Netizens“ durch seine Bezüge zu Technik und Politik als ein (zumindest bis dato noch) stärker auch Männer ansprechendes Thema darstellte. Die Verteilung der Bildungsabschlüsse scheint hier jedoch kaum Einfluss zu haben, denn die Unterschiede in Bezug auf die Bildungsabschlüsse sind minimal. Insbesondere, wenn Fachabitur und Abitur

zusammengefasst werden, haben alle weiblichen wie männlichen Teilnehmer den entsprechenden Abschluss. Zum Vergleich: Zum Zeitpunkt der Erhebung 2012 verfügten 27,3% der Deutschen über Fach- oder Hochschulreife⁴ und 7,8% über einen Hochschulabschluss. Auch der jeweilige Anteil der Frauen und Männer, die studieren oder studiert haben, hält sich die Waage (13 zu 12). Allerdings liegt in der Frauengruppe der Anteil derjenigen mit Hochschulabschluss etwas über dem der Männer (5 zu 3). Am aussagekräftigsten sind aber die abwesenden Zahlen – so gibt es keinen Teilnehmer ohne (Fach-)Abitur und sogar diejenigen mit Fachabitur (2 Teilnehmer) sind gegenüber denen mit Abitur (zwanzig Teilnehmer) in der überwältigenden Minderheit. Auch die Tatsache, dass 17 Teilnehmer entweder studieren oder studiert haben, lässt Rückschlüsse auf ein stark akademisch geprägtes Milieu zu, das in diesem Sample vertreten ist.

Die Altersverteilung verspricht auf den ersten Blick keine großen Erkenntnisse, zumindest nicht im Hinblick auf das Geschlecht. Allerdings kann man als Schwerpunkt der Verteilung die Kohorte der 26–35jährigen ausmachen (neun Teilnehmer), was einerseits auf einen Generationeneffekt, andererseits auf einen Zusammenhang von Alter – Berufstätigkeit – Einkommen und infolge eher Kauf von Bio- und fair gehandelten Produkten schließen lässt. Was aber tatsächlich bemerkenswert ist, ist die extrem schwache Ausprägung bei den 46–55jährigen (ein Teilnehmer) sowie das vollständige Fehlen von Teilnehmern über 56 Jahren. Dies könnte durch den Fokus der Untersuchung auf mediale Praktiken zurückzuführen sein, da Alter einer der ausschlaggebenden Faktoren ist, um vorherzusagen, ob jemand regelmäßig online ist oder nicht. Immerhin nutzen laut ARD/ZDF-Onlinestudie 2013 noch 82,7% der 50–59jährigen das Internet, aber nur noch 42,9% der Personen über 60. Andererseits nutzen mit über 40% der über 60jährigen immer noch so viele Personen das Internet, dass nur das Alter als Erklärung nicht hinreichend wäre. Oder es liegt an einem anderen Konsumverhalten, an einer anderen Konsumsozialisation der Personen, die vor 1953, also in der (Nach-)Kriegszeit geboren sind. Konsumgüter stellen für diese Generation womöglich einen höheren Wert dar, so dass sie von vornherein weniger am Massenkonsum partizipieren und eher dazu tendieren, die Praktiken, die nun die Generation 30+ und 20+ sich erst mühsam „neu“ aneignen – wiederverwerten, einkochen, selbst anpflanzen – bereits zum selbstverständlichen Inventar ihrer Alltagspraxis zählen, so dass sie gar nicht auf die Idee kämen, diese Praktiken als Ausdruck eines politischen Engagements zu interpretieren. Vermutlich sind

4 <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/BildungForschungKultur/Bildungsstand/Tabellen/Bildungsabschluss.html> (zuletzt geprüft am 28.07.2014).

die Alltags- und Konsumpraktiken älterer Personen auch einfach weniger anfällig für Transformationsprozesse.

Noch ein weiterer, möglicher Effekt ist in Bezug auf das Alter bedenkenswert: Da, wie weiter oben dargestellt, ausschließlich Personen mit Fach- und Hochschulreife im Sample vertreten sind, ist die statistische Wahrscheinlichkeit, dass sich Teilnehmer der Generationen 60+ für das Projekt melden, nochmals geringer, da weitaus weniger der vor 1950 geborenen Personen über einen höheren Bildungsabschluss verfügen. Andererseits greifen gerade die hoch gebildeten Personen älterer Generationen (im Vergleich denen mit geringeren Bildungsabschlüssen) sehr viel eher auf das Internet zurück, so dass eigentlich die Wahrscheinlichkeit, unter den älteren Internetnutzern politische Konsumenten anzutreffen, größer sein müsste als in anderen Altersgruppen. Die Nutzung des Internets älterer Personen hängt aber insbesondere auch mit ihrer beruflichen Biographie zusammen – so ist die Nutzung des Internets bei technikaffinen Berufsgruppen, älteren Ingenieuren, Architekten oder Physikern, ungleich höher als bei bspw. Cellisten oder Sprachwissenschaftlern. Wenn man sich die Berufsgruppen anschaut, die in dem Sample vertreten sind, fällt die Dominanz von zwei Berufsgruppen auf (drei, wenn man die Studierenden als Berufsgruppe hinzuzählt): Design-Berufe auf der einen Seite, Verbraucherberatung im weitesten Sinne auf der anderen. Augenfällig ist die Abwesenheit jeglicher Handwerker, Ärzte, Architekten – also klassischer, naturwissenschaftlich-fachlich geprägter Berufe. Geht man also davon aus, dass der (angestrebte) Beruf von entscheidender Bedeutung dabei ist, ob jemand politisch konsumiert oder nicht, dann hängt die geringe Repräsentanz älterer Internetnutzer womöglich mit ihrem beruflichen Hintergrund zusammen.

Bildung von fallübergreifenden Merkmalsgruppen

Die Fallauswahl hat entsprechend des *Theoretical Sampling* solche Fälle zu berücksichtigen, die sich hinsichtlich der digitalen politischen Konsumpraktiken unterscheiden. Hierbei ist zu prüfen, ob die Variable Geschlecht überhaupt in einem Zusammenhang mit zunächst dem „Wie“ politischen Konsumhandelns steht. Wie bereits erwähnt, ist es von Vorteil, dass die offene Codierung sämtlicher Tagebücher der Untersuchungsteilnehmer primär im Rahmen des Projekts Consumer Netizens erfolgte, so dass der Einfluss des Geschlechts bei der Typologisierung der Praktiken vorerst unberücksichtigt blieb. Die zentrale Analyse-dimension, die im Hinblick auf die Praxistypologie angelegt wurde, war das Verhältnis Konsum- und Politikpraktiken, deren Einbettung in den Alltag und wie die jeweiligen On-/Offline-Praktiken miteinander verwoben sind. Bei zu-

nehmender Verdichtung in der komparativen Analyse erwies es sich als sinnvoll, unterschiedliche Ebenen konsumpolitischen Handelns voneinander zu trennen, wenn sie auch in der Praxis häufig miteinander kombiniert oder verwoben auftreten. Diese Handlungsfelder können schematisch in ökonomische, kulturelle und politische eingeteilt werden.

Typologie der Consumer Netizens

Die pragmatische Alltagsexpertin⁵

Soziale Praktiken verfügen als alltagsverbundene Routinen über eine starke Beharrungstendenz, weshalb die Digitalisierung von Alltagspraktiken nicht zwangsläufig deren Transformation einleitet: Bestimmte Verhaltensweisen können sich im digitalen Kontext auch lediglich reproduzieren. Dies ist der Fall beim ersten Typ, der pragmatischen Alltagsexpertin. Sie kann als jemand beschrieben werden, deren konsumpolitische Praktiken ausschließlich in der Sphäre des Privaten situiert sind. Das Internet wird genutzt, um die ökonomische und soziale Organisation des Alltags zu erleichtern, hinzukommen digitale Nutzungsweisen im beruflichen Kontext.

„Habe ein paar Tage später auf Sarah Wieners Homepage geschaut, weil ich über andere Wege (beruflich: Newsletter der Ernährungsumschau) erfahren habe, dass Sarah Wiener den Fairness Preis erhält. Bin dann auf ihre Homepage, um mich zu informieren, was sie denn eigentlich noch so alles macht und ihr eventuell dort eine Nachricht zu hinterlassen. Eine Nachricht habe ich nicht hinterlassen, aber meine Verehrung für diese Person ist größer geworden.“ (Tagebuch Monika Bayram: 72)

Für den politischen Konsum wird das Internet genutzt, um bestimmte, offline nicht erhältliche Waren online zu erwerben oder um Informationen zu suchen, wenn sich entsprechende Fragen oder Problemstellungen aus dem Offline-Alltag ergeben. Entscheidend ist, dass die Praktiken des politischen Konsums sowohl online wie offline nicht-öffentlich vollzogen werden, sondern auf ökonomische Praktiken des Kaufens oder Nicht-Kaufens beschränkt bleiben. Entsprechend werden keine E-Petitionen unterzeichnet oder andere Möglichkeiten, eigene Inhalte öffentlich zu kommunizieren, genutzt. Untersuchungsteilnehmerinnen dieses Typs sind zwar durchaus Mitglied in sozialen Netzwerken wie Facebook, diese dienen aber vorzugsweise der Organisation offline geknüpfter Beziehungen.

5 Es handelt sich hier beinahe ausschließlich um Frauen.

Die expressive Ästhetin⁶

Typ 2, die expressive Ästhetin, verwendet das Internet vor allem, weil es ihr Gelegenheit gibt, sich mit sich selbst und ihrem Konsum- und Lebensstil auseinanderzusetzen. Sie nutzt vorzugsweise ein soziales Netzwerk, um sich selbst und ihren Konsumstil auszudrücken und um mit anderen, die einen ähnlichen Konsumstil haben, in Kontakt zu kommen, was zu einem wechselseitigen Austausch über Produktinformationen, neue Shops, aber auch von Anerkennung und Lob für bestimmte Konsumpraktiken führt:

„Ich habe über Twitter die Webseite Karmakonsum.de gefunden, wahnsinnig interessantes Portal über ethischen Konsum. U.a. habe ich die Seite Slaveryfootprint.org gefunden und auch meinen eigenen slavery footprint ausprobiert. Ich bin auf ganze 64 Sklaven gekommen – ob das so stimmt, ist fraglich, interessant ist es dennoch.“ (Tagebuch Christiane Neumann: 164–165)

Konsum stellt sich diesem Typ als Experimentierfeld dar, in dem in einer Art Selbstversuch Aufgaben wie *„kann ich sechs Monate lang vegan leben“* oder *„schaffe ich es, eine Woche ökologisch-sozial-korrekt zu konsumieren“* bewältigt werden. Online ist die expressive Ästhetin für Außenstehende sichtbar, indem sie Online-Petitionen unterschreibt und eigene Inhalte veröffentlicht. Offline verbleiben ihre Praktiken jedoch wie bei der pragmatischen Alltagsexpertin im nicht-öffentlichen, privaten und ökonomischen Bereich. Das liegt nicht zuletzt daran, dass das soziale Umfeld offline häufig als hinderlich für die Umsetzung konsumpolitischer Handlungen empfunden wird. Da die expressive Ästhetin gerade erst dabei ist, politischen Konsum als Gelegenheit, sich selbst und seine politischen Ansichten auszudrücken, zu entdecken, stellt ihre neue Orientierung für die soziale Bezugsgruppe womöglich eine Provokation dar. Im Gegensatz dazu bieten sich der expressiven Ästhetin im Social Web digitale Interaktionsräume, in denen sie mit Gleichgesinnten in Kontakt kommen kann. Trotzdem sind Konflikte gelegentlich unausweichlich, wenn beispielsweise Überschneidungen zwischen den verschiedenen Bezugsgruppen in einem sozialen Netzwerk online bestehen.

Der technische Innovator⁷

Typ 3, der technisch-innovative Nutzer, ähnelt mit seinem Fokus auf das Internet als primären Handlungsraum Typ 2. Allerdings ist er nicht in einem sozialen Netzwerk aktiv, sondern in mehreren, ganz unterschiedlichen, die er je nach sei-

6 Es handelt sich hierbei überwiegend um Frauen.

7 Es handelt sich ausschließlich um Männer.

nem Anliegen strategisch nutzt, wobei es hauptsächlich um die Weitergabe, wenn, dann allenfalls pointiert kommentierter, Links geht. Er sucht im Internet nach Informationen und Produkten, aber im Gegensatz zu Typ 2 ist er weniger an der ästhetischen Dimension interessiert als an den technischen und innovativen Aspekten eines Produkts, einer Erfindung oder einer Software. Von Bedeutung ist auch, dass „Information“ für ihn einen eigenen Wert zu besitzen scheint. Es geht bei der häufig akribischen Suche nach Information primär nicht um den Nutzwert, sondern darum, die Information verifizieren zu können:

„Ich versuche einfach, mehr Information von verschiedenen Seiten zu bekommen, möglichst von ‚unabhängiger‘ Seite, was natürlich selten einfach zu erkennen ist. Ja, das hängt natürlich vor allem daran, womit jemand letztlich seine Brötchen verdient. Aber aus einer ‚Hauptbeschäftigung‘ lässt sich auch das selten ableiten, weil heute jemand beliebige ‚Zusatzeinkünfte‘ haben kann, von denen man nichts wissen soll. Und wenn man erst viel Information hat, dann fängt die Arbeit der Bewertung und des Vergleichs ja erst an, was aber für einen normalen Arbeitnehmer schwer zu leisten ist. Deswegen ja auch die Verantwortung von Journalisten, die dieser aber traurigerweise immer weniger gerecht werden, weil letztlich auch sie abhängig sind... Ein schwieriges Terrain.“ (Tagebuch Eugen Georgieff: 218)

Darüber hinaus beteiligt er sich aktiv an Open-Source-Projekten, Crowdfunding und politischen Diskussionsformen, bei denen es im Kern um die Umsetzung digital gestützter Partizipationsmöglichkeiten wie „*liquid Democracy*“ geht. In seiner Orientierung auf das Neue wie seiner Experimentierfreudigkeit ist er Typ 2 sehr ähnlich, wenn sich dies auch auf andere Weise in seinen Praktiken ausdrückt. Ein wichtiger Unterschied die Online-Praktiken betreffend ist die bei Typ 3 weitaus geringer ausgeprägte Expressivität hinsichtlich seines Konsumstils. Über seine verschiedenen Profile im Social Web kommuniziert er kaum über das, was er persönlich kauft oder zum Kauf empfehlen würde. Allerdings beteiligt sich Typ 3 auf andere Weise daran, Verkaufsempfehlungen auszusprechen, nämlich in dem er auf entsprechenden Verbraucherportalen Bewertungen für Shops, Produkte, Dienstleistungen usw. abgibt. Offline verbleiben seine politischen Konsumpraktiken im Privaten. Gemeint sind damit aber weniger Kaufpraktiken, denn ein routinierter Buy- oder Boykotter ist Typ 3 nicht, sondern diskursiver politischer Konsum. In seinem sozialen Umfeld, insbesondere im familiären, gibt er die Befunde seiner vielfältigen Online-Recherchen weiter, wenn sich dazu die Gelegenheit bietet. Sein Themenspektrum ist dabei – im Vergleich zu den anderen Typen eher unspezifisch, insofern als es weniger um einen bestimmten Bereich geht, der für ihn besonders relevant ist, als mehr um technische Verfahrensweisen. Allerdings spielt für ihn Verbraucherpolitik in einem engeren Sinne eine Rolle als bei den anderen. Er ist sich seiner Rechte als Verbraucher gegenüber Unternehmen bewusst und setzt diese auch, bspw. durch

erfolgreiches Reklamieren, auch durch. Im Gegensatz zu allen anderen Typen ist er am ehesten Mitglied einer Partei oder zumindest parteipolitischen Arbeitsgemeinschaften online.

Die integrative Prosumentin⁸

Typ 4, die integrative Prosumentin, engagiert sich sowohl online wie offline, in der Öffentlichkeit wie im Privaten. Sie ist nur lose mit Nichtregierungsorganisationen verbunden und tendiert dazu, eher kein oder nur temporär Mitglied zu sein. Bei einer Mitgliedschaft werden wenig formalisierte Arbeitszusammenhänge mit kommunalem Bezug bevorzugt. Mit der pragmatischen Alltagsexpertin teilt sie die ausgeprägte Routine der politischen Konsumpraktiken offline. Wie diese tendiert die integrative Prosumentin dazu, hier neben den rein ökonomischen Praktiken des Buy- und Boykotts verstärkt auf Prosuming, also z.B. die Eigenherstellung von Lebensmitteln zu setzen. Ihre DIY-Experimente reichen jedoch weiter als der Anbau von Gemüse:

„Auf dem Rückweg Nachhause haben wir ein paar Sachen auf dem Sperrmüll gefunden: 2 zusammenklappbare Holzstühle und 2 leere Farbeimer mit Deckel. Wir haben im Moment vom Vorgänger noch 2 Plastikliegestühle im Garten. Nicht dass sie nicht stapel- oder zusammenklappbar sind, mir gefällt auch der Rohstoff Plastik nicht. Er ist unangenehm, und wer weiß was dieses Plastik wieder alles ausdünstet? Die Holzstühle werde ich reinigen, ggf. etwas reparieren und einölen, sodass sie wieder schön aussehen. Doch was will ich um Himmels Willen mit diesen beiden leeren Farbeimern, die ich gestern in mühsamer Arbeit mit dem Spachtel von sämtlichen Farbresten befreit habe? Ich möchte mir Bokashi herstellen, einen wertvollen Zusatzstoff für den Garten, der das Bodenleben positiv ankurbelt und die Pflanzen kräftigt.“ (Sarah Damm, Tagebuch: 190–192)

Wie die expressive Ästhetin hat sie sich eine neugierige und für Experimente offene Haltung bewahrt. In sozialen Netzwerken online wie offline sucht die integrative Prosumentin deshalb den Austausch mit Gleichgesinnten, um über die Bedeutung von Konsum für sich und die Gesellschaft zu reflektieren. Außerdem ist sie immer auf der Suche nach Informationen, wobei sie im Gegensatz zur expressiven Ästhetin und dem technischen Innovator einen klarer abgegrenzten thematischen Fokus hat, was sich auch durch die lose Zusammenarbeit mit entsprechenden NRO erklären lässt. Wie im Zitat verdeutlicht, sucht die integrative Prosumentin alltägliche Problemstellungen, um kreativ tätig zu werden. Erkenntnisse aus ihren Online-Recherchen werden auf diese Weise in konkrete Praktiken offline umgesetzt. So eignet sie sich neue Kompetenzen an. Die Verknüpfung von online und offline ist ebenfalls typisch für ihr öffentlich-

8 Es handelt sich überwiegend um Frauen.

politisches Engagement. Als Mitglied einer lokalen Aktionsgruppe moderiert und organisiert sie deren Aktivitäten online, vernetzt sie mit Organisationen und knüpft Kontakte mit potenziellen neuen Mitgliedern. Der konkreten Umsetzung von Projekten in informellen Ortsgruppen kommt besondere Bedeutung zu: In der gemeinschaftlichen Aktion mit anderen erlebt sie direkt die Ergebnisse ihres Engagements, was eine Stärkung des Gefühls von bürgerschaftlicher Selbstwirksamkeit bewirkt.

Geschlechtsspezifische Unterschiede

Die Rekonstruktion der Typologie erfolgte zunächst anhand der Unterscheidungsdimensionen von privat-öffentlich sowie online-offline. Infolge konnten zwischen einer sowohl online wie offline privat agierenden pragmatischen Alltagsexpertin, einer online-öffentlich und offline-privaten expressiven Ästhetin, einem vorwiegend online-öffentlich und offline-privatem technischen Innovator und schließlich einer sowohl online wie offline, privat und öffentlich agierendem integrativen Prosumentin unterschieden werden. Bei zwei Typen zeigen sich sehr deutliche Parallelen zu traditionellen Geschlechterrollen, die sich auch in der geschlechtlichen Verteilung der Untersuchungsteilnehmer niederschlägt: Der pragmatischen Alltagsexpertin und dem technischen Innovator. Beim ästhetisch-expressiven Typen ist das Geschlechterverhältnis ausgewogener, wobei dessen typische Praktiken überwiegend aus Tagebüchern, die von Studierenden verfasst wurden, rekonstruiert wurden, so dass vermutet werden kann, dass es sich hierbei um ein Transitionsstadium handelt.

Wird nun als zweite Unterscheidungsdimension der Routinisierungsgrad der politischen Konsumpraktiken im ökonomischen Bereich herangezogen – also inwieweit Praktiken des Boy- und Buykotts in die Alltagsroutine integriert sind – zeigt sich, dass dies nur bei den Teilnehmerinnen und besonders ausgeprägt beim ersten Typ, der pragmatischen Alltagsexpertin, der Fall ist. Deren politischer Konsum weist markante Parallelen zu dem traditionellen Frauenbild der Haushaltsexpertin auf. Dafür spricht der Fokus des politischen Konsums auf den Haushalt und insbesondere Lebensmittel, wobei vorrangig gezielt gekauft (und nicht boykottiert) wird. Für den Bereich konventioneller Beteiligung lässt sich sagen, dass diese Frauen zwar immer wieder darüber nachdenken, in eine Partei oder eine andere Organisation einzutreten, es aber letztlich nicht tun. Stattdessen engagieren sie sich je nach Zeitbudget bei punktuellen Ereignissen, beispielsweise als Wahlhelferinnen. Digitale Infrastrukturen werden nur als Informationsquelle genutzt, wobei sie Fachliteratur und den Austausch mit Experten vorziehen.

Demgegenüber stehen für die technisch-innovativen Männer die Eigenbewertung von Information mittels höchst unterschiedlicher Internetquellen sowie der Austausch mit anderen (Nicht- oder Laien-Experten) im Zentrum ihrer täglichen Engagement-Praktiken. Im ökonomischen Handlungsfeld kommt es nur vereinzelt und eher spontan zu Buy- oder Boykotts. Das gilt auch dann, wenn sie, was immerhin auf zwei der Männer zutrifft, für den Haushaltseinkauf zuständig sind. Dies erklärt sich dadurch, dass der technische Innovator bei der Verfolgung konsumpolitischer Ziele eher auf konventionelle Formen politischer Einflussnahme setzt als auf ökonomische Praktiken. Hinzu kommt ein erweitertes Verständnis von Konsumpolitik, die von ihm viel stärker auch im Hinblick auf Verbraucherrechte, insbesondere informationelle Selbstbestimmung definiert wird. Die Lösung konsumpolitischer Probleme sieht er weniger in der Veränderung von Konsum- und Lebensstil als in einer umgreifenden Reform politischer und wirtschaftlicher Prozesse durch technische Innovation. Sein Fokus auf das Internet als Kommunikations- und Informationsmedium führt zu einem Nutzungsverhalten, bei dem die Möglichkeiten aller verfügbaren Kommunikationskanäle genutzt werden, um in Kollaboration mit anderen alternative Wissensnetzwerke aufzubauen und weiter zu entwickeln.

Bei den expressiven Ästheten lässt sich in Bezug auf das Geschlecht zunächst kein eindeutiger Zusammenhang feststellen. Berücksichtigt man jedoch auch hier die Ebene der ökonomischen Alltagspolitik, zeigen sich die Untersuchungsteilnehmerinnen wiederum als routinierter. Ihr Konsum stellt für sie eine Art selbstreflexives, politisches Experimentierfeld dar, das sie gerade erst für sich entdeckt haben. Denkbar ist, dass es sich um transitorische Praktiken handelt, die sich in Richtung einer zunehmenden Professionalisierung (pragmatische Alltagsexpertin) oder einem informationsbezogenen digitalen Engagement (technischer Innovator) weiterentwickeln werden. Dafür spricht, dass bei den expressiven Ästheten Studierende dominieren. Als Personen, die erstmalig (außerhalb des elterlichen Haushalts) selbst für ihren Konsum verantwortlich sind, bietet diese Lebensphase zahlreiche Anknüpfungspunkte für eine Politisierung des Konsums. Das thematische Spektrum ist bei ihnen auch am weitesten gefächert. Neben dem Verzicht auf Fleisch als typische Konsumpraktik der expressiven Ästhetin, spielen fair hergestellte Kleidung, eine „gute“ Bank, Alltagsmobilität, ein nachhaltiger Energieanbieter – also alle mit Konsum identifizierbaren Lebensbereiche eine Rolle. Die Expressivität und Offenheit dieses Typs bergen gewisse Risiken, wenn politischer Konsum überwiegend im ökonomischen Handlungsfeld verortet wird, weil es ihn besonders empfänglich für Marketingstrategien macht.

Eine Besonderheit stellt ohne Zweifel die integrative Prosumentin dar, die unterschiedliche Aspekte der anderen drei Typen integriert. Dies erschwert es auch, ein bestimmtes Rollenverhalten zu identifizieren. Trotzdem gibt es einige Aspekte, die für einen insgesamt eher weiblichen Typus sprechen: Zunächst ist auf die ausgeprägte Konsumroutine offline hinzuweisen, die im Sample ansonsten ausschließlich bei Frauen auftrat. In Bezug auf das politische Engagement in Parteien und Organisationen ist zu sagen, dass sie einer Mitgliedschaft ebenfalls zurückhaltend gegenübersteht, andererseits aber kontinuierliche Beziehungen zu verschiedenen Aktions-Netzwerken unterhält. Zwar konzentriert sie ihr Engagement auf ein soziales Netzwerk im Social Web, dem sie aber skeptisch gegenübersteht, was sich nicht zuletzt in dem Bemühen zeigt, ihre Daten zu anonymisieren. Sie nutzt dieses soziale Netzwerk trotz ihrer Vorbehalte, um andere von der Dringlichkeit zu handeln zu überzeugen und für ihre Themen zu sensibilisieren. Die Art und Weise, wie sie das tut, weist deutliche Parallelen zu den von Boler et al. gefundenen weiblichen Bewegungs-Aktivistinnen auf, insbesondere der „Konnektorin“ und ihren Hauptpraktiken des „alerting, rereporting, reaching out“ (Boler et al. 2014: 11f). Hier hat sie kommunikative oder vielmehr redaktionelle Fähigkeiten entwickelt, die sie sehr deutlich von dem technischen Innovator unterscheiden, dem es primär um Wissenskollaboration und weniger um Sensibilisierung geht.

Wie bei der Diskussion der Typologie im Hinblick auf das Geschlecht deutlich geworden ist, besteht ein Zusammenhang zwischen der Geschlechtszugehörigkeit und dem „Wie“ des politischen Konsums. Dieser Zusammenhang sollte nicht so interpretiert werden, dass Frauen per se der ökonomisch-ästhetischen und Männer der politisch-technischen Variante politischen Konsums zugeordnet werden. Praktiken einer politischen Konsumentin beziehen sich keinesfalls ausschließlich auf den ökonomischen Bereich. Stattdessen ist im Bereich des politischen Konsumengagements von Frauen ein wesentlich vielfältigeres Spektrum von Praktiken zu finden als im Vergleich zu Männern. Die Politisierung von Konsum scheint sich, zumindest in einer späteren Lebensphase, je nach Geschlecht in unterschiedlicher Art und Weise auszuprägen, wobei es zum Teil zu einer Reproduktion traditioneller Geschlechterrollen kommt. Diese Reproduktion von privat-öffentlich und Konsum-Politik spiegelt sich in dem Typ der pragmatischen Alltagsexpertin und des technischen Innovators. Die Fixierung auf einen bestimmten Handlungsbereich kann bei den Studierenden, die vorrangig dem Handlungstyp der expressiven Ästhetin zuzuordnen sind, (noch) nicht festgestellt werden.

Eine Erklärung der Unterschiede zwischen Männern und Frauen bei der Umsetzung und Implementierung von politischem Konsum in den Alltag könnte

sein, dass bei den Frauen eine Politisierung des Konsums stattgefunden hat, was sich in einer Politisierung der ökonomischen Praktiken ausdrückt. Demgegenüber findet bei Männern womöglich eine Erweiterung des politischen Interesses auf Konsum statt, der sich als Querschnittsthema gerade auch für die Bearbeitung vieler mit dem Internet verbundener Fragen (z.B. Stichwort Netzneutralität) anbietet. Dies würde auch erklären, warum die männlichen Untersuchungsteilnehmer auf ganz andere Mittel zur Durchsetzung konsumpolitischer Themen setzen und den konsumpolitischen Kauf zwar gelegentlich in Betracht ziehen, aber keinesfalls als prioritär einstufen. Offen bleibt, ob bei den expressiven Ästheten mit Erreichen der nächsten Lebensabschnittsphase eine Differenzierung gemäß traditioneller Geschlechterrollen einsetzen wird. Dass dies nicht zwangsläufig der Fall sein muss, darauf könnte das Vorhandensein der integrativen Prosumentin verweisen, die mit ihrer konnektiven Arbeit online und offline einen neuartigen und tendenziell eher weiblichen Engagement-Typ darstellt. Die Fähigkeiten, die hier zum Einsatz kommen, sind eher im redaktionellen Bereich angesiedelt und verlangen ein hohes Maß an Selbständigkeit. Baringhorst verweist darauf, dass in digitalen Handlungskontexten andere und neue Kompetenzen, insbesondere kommunikative Fähigkeiten, „*der Respekt vor unterschiedlichen Wissenskulturen und das Aushalten konfligierender Wissensansprüche*“ für Bürger an Bedeutung gewinnen (Baringhorst 2012b: 68). Insbesondere für Frauen bietet sich hier ein Handlungsfeld an, dass durch seine integrativ-hybride Struktur den von den Teilnehmerinnen formulierten Wünschen an ein individuelles, aber nicht isoliertes politisches Engagement anschlussfähig ist. Abschließend sei noch darauf hingewiesen, dass die bisherigen Ergebnisse darauf hindeuten, dass die entscheidende Transformationsdynamik nicht von einer Politisierung des Alltags ausgeht. Zu einer tendenziellen Auflösung traditioneller Rollenbilder scheint es nur dann zu kommen, wenn Politisierung und Digitalisierung zusammenwirken und auf eine bestimmte, am ehesten durch Offenheit und Kreativität zu charakterisierende Praxis treffen. Um nun zu untersuchen, warum es bei Typ 1, der pragmatischen Expertin, zu einer Reproduktion geschlechtsspezifischer politischer Praktiken kommt, während sich bei der integrativen Prosumentin ein neuer, hybrider Partizipationsstil abzeichnet, werden nun drei Fälle, die jeweils am stärksten mit den in der Typologie generalisierten Praktiken einer pragmatischen Alltagsexpertin, einer expressiven Ästhetin und einer integrativen Prosumentin korrespondieren, einer gründlichen Analyse unterzogen.

Analyse

Dieses Kapitel beinhaltet die Analyse der drei ausgewählten Fälle von Sarah Damm als integrativer Prosumentin, Jana Peters als expressiver Ästhetin und Annika Seifert als pragmatischer Expertin. Die Auswahl begründet sich, was diese spezifischen Fälle angeht, folgendermaßen. Bei Sarah und Annika ist es so, dass sie mit den eben vorgestellten Typen weitestgehend deckungsgleich sind. D.h., ihre Fälle stellen auf der Ebene der Praktiken ausgezeichnete Beispiele für die pragmatische Expertin und die integrative Prosumentin dar. Dies trifft auf Jana nur zum Teil zu, da mit ihr bewusst keine Studentin ausgewählt wurde, sondern eine junge Frau, deren Lebenssituation im Hinblick auf finanzielle Unabhängigkeit und eigenen Haushalt eher vergleichbar ist mit der von Sarah und Annika. Das Kapitel ist so aufgebaut, dass die ersten drei Unterkapitel jeweils der Darstellung eines Falles dienen. Diese erfolgt anhand einer kurzen Fallskizze, die maßgeblich auf dem Einführungsgespräch und den zugehörigen Feldnotizen basiert. Daran anschließend erfolgt die Darstellung und Analyse der Praktiken on- und offline mit Fokus auf Reproduktion/Transformation sowie dem jeweiligen Selbstverständnis als Konsumentin und Bürgerin. Diesem wird vor allem in biographischer Hinsicht auch anhand ausgewählter Passagen aus dem Interview nachgegangen. Ein Zwischenfazit fasst die wichtigsten Erkenntnisse zusammen und dient als Vorbereitung für die komparative Analyse, die im Anschluss erfolgt.

SARAH DAMM

Sarah Damm ist selbständige Graphikdesignerin, Mitte vierzig und wohnt während des Untersuchungszeitraums zusammen mit ihrem Lebensgefährten in einer westdeutschen Großstadt. Im Gegensatz zu ihrem Heimatort in einem ostdeutschen Bundesland – sie ist aufgrund ihrer Partnerschaft umgezogen – empfindet

sie W-Stadt als zugebaut und grau. Sie schreibt regelmäßig Briefe mit Kritik und Vorschlägen an die Kommunalverwaltung von W-Stadt und hat auch an einem Bürgerforum zur Stadtentwicklung teilgenommen. Zusätzlich zu ihrem Engagement für Stadtbegrünung verteilt sie Samenbomben auf Verkehrsinseln, um ihr Anliegen auch auf diese Weise weiter voranzutreiben. Dank ihrer Selbständigkeit kann sie sich ihre Arbeitszeit flexibel einteilen. Zum Zeitpunkt des Tagebuchschreibens ist sie (noch) Mitglied bei Greenpeace und engagiert sich in der lokalen Ortsgruppe sowie bei einer lokalen Baumwatchgruppe, deren Koordination mittels Email und Social Web sie maßgeblich übernimmt. Der Grund für ihren Beitritt bei Greenpeace sei die Laufzeitverlängerung für Atomkraftwerke durch die schwarz-gelbe Bundesregierung gewesen. Sie unterstützt hier vorwiegend sporadisch stattfindenden Aktionen. Ihr sei es wichtig, bei kleinen Sachen auf lokaler Ebene anzufangen. Neben diesem Engagement, ihrer Arbeit und ihrem medialen Engagement, auf das später noch intensiv eingegangen werden wird, ist ihre Hauptfreizeitbeschäftigung die Gartenarbeit. Den Garten hat sie angemietet, nachdem sie festgestellt habe, im Supermarkt nichts mehr kaufen zu können. Der Garten dient ihr jedoch nicht nur der Versorgung mit Obst, Gemüse und Kräutern, sondern sie will ihren Garten als naturnahen Rückzugsort vor allem auch Tieren, insbesondere Kleinstlebewesen zur Verfügung stellen. So gibt es dort ein Insektenhotel, Brutkästen und eine Igelhöhle. Außerdem verzichtet sie auf Pflanzenschutzmittel sowie übermäßige Unkrautbeseitigung, da auch Unkraut seinen Platz habe und seinen Zweck erfülle:

„Gerade eben habe ich mit 6 großen Gießkannen die Hainbuche vor unserem Haus begossen. Die ganze Erde war schon ganz trocken. Nur gut, dass ich bis jetzt das „Unkraut“ als Schattierung belassen hatte, sonst wäre der Boden noch mehr ausgetrocknet.“ (Sarah Damm, Tagebuch: 113)

Ihre Sensibilität für und Empathie mit verschiedensten Organismen, vorzugsweise denen, die nicht niedlich oder mitleiderregend sind, kann sie biographisch nicht erklären. Möglich sei, dass das Aufwachsen in einer weitestgehend unberührten Natur die Wertschätzung für eine solche Umgebung hervorgebracht habe. Ihre Hinwendung zu einem nachhaltigen Lebensstil habe sich schrittweise entwickelt, so dass sie zunächst einmal auf Fleisch verzichtet hätte, dann bestimmte Marken, Produkte und Inhaltsstoffe zu vermeiden begonnen hätte (z.B. Palmöl in Kosmetik), was dazu führte, dass sie Produktinformationen während des Einkaufs stärker berücksichtigte und die Informationen zu sammeln begonnen hätte. Auch ihr Entschluss, auf das Auto zu verzichten, hätte dazu beigetragen, ihre Einkaufsgewohnheiten zu verändern. Ohne Auto kaufe man nur das Nötigste, weil die Transportfähigkeit mit dem Fahrrad eingeschränkt sei. Sich zu in-

formieren empfindet Sarah als Pflicht des Verbrauchers, aber dazu gehöre auch, dass Unternehmen die Informationen zur Verfügung stellten. Das Internet leiste diesbezüglich sehr viel, da via Internet gezielt Informationen gesucht werden könnten. Bei ihr gehört Recherche zur täglichen Routine: Jeden Mittag mache sie eine Stunde Arbeitspause, koche sich einen Kaffee und recherchiere. Dabei ginge sie akribisch vor, häufig fände man erst auf der 10ten Seite die „richtige“ Information. Es komme aber auch vor, dass Informationen aus den Medien zu einer weiteren Umstellung ihres Verhaltens führten. Nach dem Sehen einer Dokumentation habe sie begonnen, alle Alltagsgegenstände aus Plastik durch solche aus anderen Materialien zu ersetzen. Sarah geht bei ihrem Umstieg auf eine andere Lebensweise in kleinen Schritten vor und begleitet die einzelnen Schritte durch Lernprozesse, die sowohl kognitiv wie auch praktisch erfolgen. Die Gartenarbeit ist dafür ein gutes Beispiel: Um sich erfolgreich von Supermärkten unabhängig zu machen, hat sie nicht nur den Garten gemietet, sondern sich drei Monate lang in das Gartenhandwerk eingelesen. Dies spricht für ein sehr planvoll-strategisches Vorgehen. Ihr Alltag profitiert davon: So muss sie sich nicht fragen, was sie kochen oder essen möchte, denn *„durch den Garten hat man oft keine Wahl, denn man muss das essen, was wir ernten. Die vier Kürbisse müssen dann verarbeitet werden“* (ebd.: 94).

Einen Kontrast zu ihrem alle sonstigen Lebensbereiche (auch Reisen via Anhalter, Konto bei einer „guten“ Bank) umfassenden Natur und Umwelt schonendem Verhalten stellt ihre Berufstätigkeit in der Werbebranche dar. Hier sieht sie eine Diskrepanz zwischen den Designern einerseits und den Auftraggebern andererseits. Während erstere sehr wohl ein Bewusstsein für Nachhaltigkeit und somit auch teils Schuldgefühle aufgrund der Folgen ihrer erfolgreichen Arbeit hätten, sei den Auftraggebern der Umweltaspekt mehrheitlich egal. Allerdings unterscheidet sie zwischen Auftraggebern, die über einen großen finanziellen Spielraum verfügen und jungen Start-Ups, für deren Wunsch, zunächst einmal selbst überleben zu wollen, sie großes Verständnis hat. Sie hätte zu Beginn ihrer Karriere auch zunächst ihr wirtschaftliches Überleben im Blick haben müssen. Etwas an der Ökonomie zu verändern, ist für sie sowieso eher „von unten“ machbar. Das sei auch der Grund, warum sie sich überhaupt als Teilnehmerin für das Projekt gemeldet hätte:

„Ich hab mir gedacht, selbst wenn es eine doofe Marktforschungsumfrage is, können die wissen, dass es halt auch eine andere Zielgruppe gibt, die Wert auch auf andere Werte legt. Wie sie sie im herkömmlichen Sinne verkaufen und vermitteln.“ (Ebd.: 77)

Wenn Sarah einkaufe, dann nach bestimmten Kriterien: Keine Gentechnik, mit Bio-Siegel, keine Kinderarbeit, keine Tierprodukte, kein Palmöl und keine Pro-

dukte bestimmter Firmen wie Nestlé, Monsanto und Coca Cola. Das Internet nutze sie täglich bis zu drei Stunden. Sie habe zwei Facebook-Profile, ein persönliches und eines, das sie als eine Art personalisierte Mini-Kampagne geschaffen hat. Über ihren persönlichen FB-Account hat sie Kontakt zu verschiedenen Gruppen und Organisationen, durch deren Posts sie sich über aktuelles Geschehen auf dem Laufenden hält. Ihr Partner, wegen dem sie nach W-Stadt gezogen ist, lässt sich auf ihre Vorschläge ein, sofern sie ihn argumentativ überzeugen kann wie bei der Wahl des Stromanbieters.

Auf Basis dieser ersten Selbstbeschreibung vor dem Verfassen des Tagebuchs lässt sich Sarah als jemand charakterisieren, der seine Freizeit, also den Bereich des Lebens, über den sie frei verfügen kann, im Sinne eines „persönlichen Entwicklungsprojekts“ (vgl. Pofelr 2004) stückweise ihren Kriterien annähert. Dies umfasst nicht nur ökonomische Praktiken, sondern gerade auch marktvermeidende Strategien wie Prosuming und ehrenamtliches Engagement im lokal/kommunalen Kontext. Statt wie einige der anderen Projektteilnehmerinnen ihren kritischen Konsum auf die Vermeidung von sie selbst schädigenden Inhaltsstoffen in Ernährung und Kosmetik zu beschränken, spielt für sie auch eine Rolle, ob andere – Tiere, Kinder, Ökosysteme – durch ihren Konsum geschädigt werden. Ihren kritischen Konsum begleitet sie durch mediale Wissenspraktiken, bei denen es primär um die Suche nach bestimmten Wissensinhalten geht, die dann durch konkrete Umsetzung auch körperlich angeeignet werden.

Tagebuch Sarah Damm

Die folgende Zusammenfassung von Sarahs Tagebuch wurde im Zuge der Praktikenanalyse für das Projekt „Consumer Netizens“ angefertigt und enthält neben einer Übersicht der maßgeblichen Inhalte des Tagebuchs auch erste Interpretationsüberlegungen bezüglich des Falles. Es handelt sich dabei um vorerst nur sehr schwach begründete Annahmen, die trotzdem großen Einfluss auf das weitere interpretative Vorgehen haben können. Um anderen die Möglichkeit des Nachvollzugs des interpretativen Weges einzuräumen, wird dieser Schritt für alle drei Fälle dokumentiert. Gewisse Redundanzen sind dabei kaum vermeidbar.

Sarah dokumentiert in ihrem Tagebuch sowohl On- wie Offline Praktiken, wobei erste sehr klar dominieren, was womöglich daran liegt, dass sie sich leichter dokumentieren lassen: Ein Blick in das Verlaufsprotokoll des Browsers genügt, um zu wissen, welche Seiten wann aufgerufen wurden. Aufgrund der mitunter immer noch hohen Textlastigkeit des WWW lassen sich außerdem eigene wie fremde Zitate ohne großen Aufwand direkt in eine Textdatei übertragen, um sie evtl. noch weiter zu kommentieren, gleichzeitig ermöglicht das Einfügen von

Hyperlinks auch den Verweis auf Video- und Audiodatenquellen, was eine konsequent sequentielle Analyse durchaus herausfordert.

Die zwei Facebook-Profile

Sarah nutzt das Internet täglich bis zu drei Stunden, den überwiegenden Teil der Zeit verbringt sie mit der Pflege ihrer zwei Facebook-Accounts, einem öffentlichen und einem privaten, wie sie schreibt. Zudem hat sie zahlreiche Newsletter abonniert, das Spektrum der Absender reicht von Menschenrechts- bis zu Tier- und Umweltschutzorganisationen. Diese Newsletter ebenso wie geteilte Links auf Facebook animieren Sarah dazu, die empfohlenen Inhalte über Suchmaschinen zu recherchieren und relevant empfundene Suchergebnisse ihrerseits über eines ihrer Facebook-Profile zu veröffentlichen. Sarah versucht, dabei strategisch niederschwellig anzusetzen; ihr geht es zunächst nur um eine Sensibilisierung aller für sie erreichbarer Menschen für die ihrer Ansicht nach zentralen gesellschaftlichen Probleme. Zur Verfolgung dieses Ziels hat sie neben ihrem „privaten“ Facebook-Account einen zweiten eingerichtet, mittels dessen sie als personalisierter, digitaler Baum „Waldtraut“¹ über das Leben und Sterben der Wälder postet. Die Postings erscheinen mindestens einmal im Monat, mitunter jedoch auch täglich. Als Anregungen dienen Sarah ihre Newsletter und ihre Recherchen im Netz. Im Zuge ihres Engagements hat sie eine gewisse (eigenwillige) Expertise darin entwickelt, wie Informationen am besten für andere Internetnutzer aufbereitet werden müssen. Zum Beispiel gestaltet sie die Informationen für Besucher ihrer Seite in Form von kleinen Geschichten über Tiere, die an, um und von der Eberesche (Baumart geändert) Waltraut leben. Sie schreibt dazu:

„Durch solche Kommentare lassen sich ebenfalls viele kleine Informationen streuen, z.B. über den natürlich gewachsenen und gesunden Wald und dessen Konflikt zu ausschließlich wirtschaftlichen Aspekten (intensive Fortwirtschaft usw.). Das ist mir wichtig, und das mache ich auch regelmäßig da, wo es sich anbietet, ohne die Leute zu belästigen oder belehrend wirken zu wollen. Solche ‚Nebeninformationen‘ müssen ganz locker aus der Hüfte kommen wie in einer angenehmen Plauderei. Somit prägen sie sich auch als ‚angenehm‘ bei den Leuten ein. Denn Belehrung, Schuldzuweisung und der Zeigefinger, der anklagend auf andere zeigt, erzeugt immer Ablehnung und Abwehr.“ (Sarah Damm, Tagebuch: 168)

Dass Sarah mit ihrem zweiten Profil gegen die AGB von Facebook verstößt – und so immerhin die sofortige Löschung riskiert – wird von ihr nicht thematisiert, wofür es unterschiedliche Gründe geben kann: Entweder kennt sie die AGB und ihr sind die Folgen einer Übertretung gleichgültig – schließlich ist sie

1 Name geändert.

bei weitem nicht die einzige, mit mehreren oder anonymisierten Profilen. Oder Sarah gehört trotz ihrem starken verbraucherpolitischen Engagement zur großen Mehrheit derjenigen Facebook-Nutzer, die die AGB vor deren Bestätigung nicht gelesen haben. Wozu aber braucht Sarah das zweite Profil? Die Erklärung hierfür scheint zunächst einmal recht einleuchtend zu sein, sie will Waldtraut benutzen, um damit die Anliegen von Sarah zu bewerben. Sie ist der Ansicht, dass eine virtuelle Esche eher in der Lage ist, auf Andere Einfluss zu nehmen als eine reale Person. Wenn das zutreffend ist, könnte sich herausstellen, dass Sarah außerhalb des geschützten, weil anonymisierten Bereichs des Internets sehr viel zurückhaltender ist, wenn es darum geht, ihre Meinung zu vertreten oder andere Personen anzusprechen. Allerdings nutzt Sarah ihren privaten Facebook-Account ebenfalls, um andere für bestimmte politische Themen zu mobilisieren. Was also unterscheidet die beiden Profile voneinander? Was man hier weiter vermuten könnte, ist, dass das soziale Netzwerk jeweils ein anderes ist, also Sarah „privat“ mit anderen „befreundet“ ist als Waldtraut. Auf eine Differenzierung zwischen den beiden verweist zumindest die Art, wie sie über Waldtraut spricht, nämlich immer als sei Waldtraut eine eigenständig handelnde Person, die sich in verschiedenen Aspekten von ihr (Sarah) unterscheidet. Dies wird durch die konstante Verwendung des dritten Falls Singular noch unterstrichen.

Das Tagebuch schreibt Sarah nicht nur für sich, sie ist sich auch darüber im Klaren, dass es von weiteren Personen gelesen wird und als Datenmaterial für ein Forschungsprojekt dienen wird. Es kann also davon ausgegangen werden, dass sie bestimmte Informationen auswählt, um ein ganz bestimmtes Bild von sich zu vermitteln. Eine Vermutung hinsichtlich des Materialtypus „Tagebuch“ ist, dass der Reflexionsgrad der Schreibenden hier sehr viel höher ist als bei einem Face-to-Face-Interview, bei dem der Interviewte ja immer einem gewissen, insbesondere Zeit-, Druck unterworfen ist, sich relativ zügig auf eine Antwort festzulegen, ohne diese nachher noch einmal lesen und überarbeiten zu können². Bei Sarah, die sich der Außenwirkung von Kommentaren und Erzählungen hochgradig bewusst ist (wie das Betreiben ihres zweiten FB-Profiles zeigt), könnte entsprechend von einer versierten Selbstdarstellung ausgegangen

2 Das würde ich mittlerweile anders beurteilen, zumindest kann meine damalige Überlegung keinesfalls pauschal übertragen werden. Gerade bei denjenigen Personen, die ihre Aktivitäten sehr dicht (zeitlich/emotional) in dem Tagebuch dokumentieren, scheint durch den Schreibprozess eine Barriere zu fallen, sich tiefgehend und mehr sich selbst als die Forschungssituation reflektierend, mit seinem Alltag auseinanderzusetzen.

werden. Die Art der Selbstdarstellung, unabhängig davon wie inszeniert sie ist, unterscheidet sich in jedem Fall bei den beiden Profilen erheblich. Beispielsweise stellt sie in ihr persönliches Profil einen Link auf das Bankwechselfportal von attac zusammen mit dem Aufruf „*und wann kündigst Du Dein Konto bei der B-Bank*“³ (ebd.: 157). Abgesehen davon, dass sie sich hier eines typischen Marketing-Jargons bedient, ist bemerkenswert, dass Sarah nicht weiter erläutert, ob und wann sie selbst ihr Konto gewechselt hat, was dem Aufruf mehr Glaubwürdigkeit verleihen würde. Tatsächlich hat sie sogar (wie sie im Tagebuch ausführt) ihr Konto gewechselt, u.a. auch, weil sie unzufrieden mit dem Service gewesen sei, der nun bei der neuen Bank wesentlich besser sei. Auch diese zusätzliche Information wäre für die anderen Leser sehr interessant gewesen, denn ein Hinweis auf besseren Service könnte Konsumenten in noch ganz anderer Hinsicht zu einem Bankwechsel motivieren als nur über einen moralischen Appell⁴. Dass Sarah darauf verzichtet, bedeutet doch, dass sie bestrebt ist, in ihrem persönlichen Account so wenig wie möglich über ihren eigenen Alltagskonsum zu berichten. Geht das womöglich sogar so weit, dass sie mit Absicht die Namen der Banken vertauscht – sie war Kundin der A-Bank und hat wg. derer Geschäftspraktiken gekündigt, ihren Appell richtet sie aber an Kunden der B-Bank? Ganz anders gestaltet sich nun die Bearbeitung des Ebereschen-Profiles, wo es scheint, als könne Sarah die alltägliche Lebenswelt von Waldtraut gar nicht ausführlich und plastisch genug schildern. Benutzt sie Waldtraut, neben dem politischen Auftrag, den der virtuelle Baum schon hat, wohl auch dazu, einem Bedürfnis nach Selbstdarstellung im Social Web zu folgen, dem sie mit ihren realen Daten nicht nachgehen kann oder will?

Im Umgang mit ihren Facebook-Freunden hat sich Sarah als Waldtraut eine besondere Strategie zu Eigen gemacht. Da sie davon ausgeht, dass andere von einem „erhobenen Zeigefinger“ verschreckt werden, will sie gerade das vermeiden. Sie spricht von Kommentaren, die „*locker aus der Hüfte kommen und sich den Leuten angenehm einprägen*“ (ebd.: 168). Damit geht sie als Waldtraut Konfrontationen aus dem Weg, bei ihr soll alles immer möglichst freundlich und heiter ablaufen. Sie ist stolz auf ihre selbst entwickelte Facebook-Kommunikationsstrategie, wenngleich der Eindruck ist, dass sie den Vorsatz, nicht belehrend und immer angenehm zu wirken, nicht konsequent durchhält. Ihre Haltung gegenüber den Menschen, die sie sensibilisieren will, ist ambivalent. Es geht ihr

3 Name geändert.

4 Fairerweise muss man einräumen, dass Sarah tatsächlich aber nie ein Konto bei der Deutschen Bank hatte, was die Vertracktheit dieser Episode weiter steigert.

darum, die von ihr unterstellte Entfremdung zwischen Mensch und Natur (wieder) aufzubrechen. Dafür bedient sie sich (ironischerweise) der Hilfe eines virtuellen Baumes, der versucht, andere Facebook-Nutzer mehr für ihren Lebensraum zu interessieren. Als Sarah steht sie diesen Menschen häufig mit Unverständnis gegenüber, hier hilft die Kommunikation über ein Alter Ego (meistens) ruhig und gelassen zu bleiben.

Politische Einstellung

Sarahs Einstellung zu Politik ist ambivalent: Einerseits nimmt sie Teil an demokratischen Prozessen, unterschreibt gerne und viele Petitionen, verfasst selbst Briefe an die Kommunalverwaltung, in denen sie sich beschwert oder auf Missstände hinweist, andererseits hat sie erhebliche Zweifel, inwieweit ihre politischen Vertreter kompetent und willens sind, sich mit ihr und anderen Stimmen aus dem Volk auseinanderzusetzen:

„Als ob sie blind und taub und völlig irre wären. Ich fühle mich ohnmächtig und wütend, wenn ich von solch kurzsichtigen und unmöglichen Menschen in der Regierung meines Landes vertreten werde... „im Namen des Volkes“. Das ist wirklich bitter. Ich kann die nächsten Wahlen kaum noch erwarten.“ (Ebd.: 120)

Diese paradox anmutende Einstellung, einerseits kein Vertrauen in die institutionalisierte Politik zu haben, andererseits jedoch weiter an dessen Strukturen, zumindest als Wählerin zu partizipieren, ist, wie Micheletti und Stolle gezeigt haben, ein Charakteristikum politischer Konsumenten (Micheletti/Stolle 2005: 260). Wie erwähnt, ist das Spektrum an Themen, für die Sarah sich interessiert, sehr weit gespannt, so engagiert sie sich nicht nur für die heimischen Wälder, sondern unterschreibt Petitionen, die die Menschenrechte in Kanada betreffen, beschäftigt sich mit dem Einsatz von sterilem Saatgut in Indien und unterstützt eine Kampagne gegen die Subventionierung von fossilen Brennstoffen. Sarah unterstellt der Regierung bzw. den Regierungen weltweit eine Markt konforme Politik, die weder den Willen der Bürger noch die ihrer Ansicht nach schädlichen Folgen einer solchen Steuerung im Blick hat:

„Nun knicken nach Deutschland, Spanien, Italien also auch Länder wie Kanada vor den großen Konzernen ein. Den Menschen das freie Wort und deren Recht auf Protest gesetzlich zu verbieten ist absurd und besorgniserregend zugleich. Es ist für mich eine Frage der Solidarität und der demokratischen Freiheit, derartige Appelle mitzuzeichnen und zu verbreiten, auf dass soviel Menschen wie nur möglich auf diese Entwicklungen aufmerksam gemacht werden.“ (Sarah Damm, Tagebuch: 263)

„Ob die Petitionen etwas bringen? Diese Frage habe ich mir nie wirklich gestellt, weil für mich vorrangig die Frage im Vordergrund steht, ob ich mich engagiere oder ob ich passiv etwas hinnehme.“ (Ebd.: 330)

Gerade letzteres Zitat mag stellvertretend für Sarahs Bürgerverständnis stehen. Da ihr Vertrauen in die Regierung(en) stark eingeschränkt ist, folgt für sie als Konsequenz, dass sie selbst und alle anderen Verbraucher weltweit Einfluss nehmen müssen, um zukünftige Krisenszenarien (Klimakatastrophe, Artensterben, Waldsterben, gesundheitliche Probleme) abzuwenden. Entscheidend ist für sie ihre eigene Rolle; aufmerksam zu sein und zu handeln, wenn an das bürgerschaftliche Verantwortungsgefühl appelliert wird (vgl. Seuberts „aktive Bürgerschaft“). Gleichzeitig macht sie aber einen Unterschied, wo sie sich online und punktuell engagiert, und bei welchen Aktionen/Anliegen sie mehr investiert. Wenngleich das Themenspektrum bei Sarah groß ist, sind zwei Foki deutlich erkennbar: Das zentrale Thema ist der Schutz der Natur, weil sie die Natur nicht als eine Ressource begreift, sondern als einen Wert an sich. Ihrer Ansicht nach haben viele Menschen den Kontakt zu ihrer natürlichen Umgebung verloren und daraus eine instrumentelle Haltung ihr gegenüber entwickelt. Sie veranschaulicht das an der Massentierhaltung, die den Menschen in den Supermärkten nur in Form abstrakter Fleischstücke gegenübertritt, die darüber hinaus auch noch mit Bildern lächelnder Tiere illustriert seien. Das zweite Thema, das Sarah insbesondere über die zahlreichen Petitionen unterstützt, ist das Recht auf Meinungsfreiheit, zu der selbstverständlich als Vorbedingung das Recht auf Information gehört.

Alltagskontext

Über Sarahs Alltagsorganisation neben der Internetnutzung lässt sich sonst nur wenig sagen: Sie hat einen Garten, in dem sie ihr Obst und Gemüse zieht. Außerdem hat sie sich das Ziel gesetzt, weitgehend auf den Einsatz von Kunststoff in Garten und Haushalt zu verzichten, wenngleich sie wiederum Gewissensbisse hat, eigentlich noch gut erhaltene Plastikgegenstände zu entsorgen. Was vielleicht noch erwähnenswert ist, ist, dass sie ebenfalls bemüht ist, Gegenstände wieder zu verwerten und bspw. weggeworfene Sperrmüllartikel mit nach Hause nimmt, um sie dort in Stand zu setzen und wieder zu verwerten. Ihr Lebensgefährte scheint sie in ihrem Engagement zu unterstützen, allerdings sind die Informationen dazu im Tagebuch rar⁵. Aus dem Einführungsgespräch ist bekannt, dass sie Anfang des Jahres 2012 den Plan in die Tat umsetzte, sich fleischlos zu ernähren und ihr Partner dabei mitmachte, ohne dass es zu Auseinandersetzungen kam.

5 Konkret erwähnt Sarah ihren Lebensgefährten nur einmal im Kontext der Renovierung ihrer Gartenlaube.

Aufgrund einer Facebook-Freundschaft mit einer Naturschutzgruppe in E-Stadt (Stadt in einem ostdeutschen Bundesland) kann vermutet werden, dies wäre aber noch zu klären, dass sie dort ihre ursprüngliche Heimat hat. Dies wird gestützt durch eine ergänzende Bemerkung über den Umweltschutz in der ehemaligen DDR, der von ihr gelobt wird. Sie ist erklärte Atomkraft- und Gentechnikgegnerin, gegen die Förderung fossiler Brennstoffe, gegen den Neubau von Straßen (mit der zunehmenden Betonierung würde das Absickern von Regenwasser verhindert werden). Biographische Details sind so gut wie nicht bekannt – sie schreibt lediglich, dass ihre Großmutter mit ihrem Garten ihr ein Vorbild war und sie in weitgehend unberührter Natur aufgewachsen ist.

Feinanalyse Tagebuch

Es ist festzuhalten, dass Sarah das umfangreichste Tagebuch aller Teilnehmer erstellt hat. Im Rahmen der Datenanalyse wurde aus Gründen der Vergleichbarkeit und Systematisierung die Textsequenzen je nach Praktik, Thema, Mediennutzung kodiert. In der Feinanalyse wird die Auswertungsstrategie verändert. Hier ist das Ziel, zunächst die Alltagspraktiken, wie Sarah sie in ihrem Tagebuch darstellt, zu beschreiben und sie mit ihrer ersten Selbstdarstellung im Einführungs-gespräch zu vergleichen. Sarah beschreibt Alltagsepisoden, die sie laut der dokumentierten Email-Kommunikation immer sofort notiert, darüber hinaus gibt sie Begründungen für ihr Handeln an, die sie teils auch nachträglich in ihre Notizen einfügt. Ihre Ausführungen nehmen dann häufig die Gestalt einer Rahmen-erzählung an, die den Adressaten mit Sachwissen versorgt, damit er versteht, warum Sarah so handelt und warum und welche Gefühle ihre Handlungen ein- und begleiten. Im ersten Schritt wird nun die Ebene des „Was“ dargestellt, je differenziert nach on- und offline – wenn möglich, denn Amalgamierungen von Off- und Online-Handlungskontexten ergeben auf dieser Ebene eine dritte Kategorie von Praktiken. Eine weitere Differenzierung erfolgt anhand der Unterscheidung von Routine und Nicht-Routine-Praktiken. Dem folgt im zweiten Schritt eine genauere Analyse des „Wies“, auf welche Art und Weise Sarah handelt und auf welche Ressourcen sie dabei zurückgreifen kann. Diese Analyse wird im dritten Schritt durch die Frage nach dem „Warum“ ergänzt, da einige Passagen des Tagebuchs auch Erklärungen und Motivdarstellungen, Bezüge zu Wissensinhalten, Formen des Wissensmanagements sowie Gefühlen enthalten. Die versuchsweise vorgenommene Differenzierung zwischen Routine- und Nicht-Routine-Praktiken soll in diesem Analyseschritt dazu beitragen, das Transformationspotenzial und Risiko von politischem Konsum im Online-Alltag zu untersuchen. Die größte Herausforderung hierbei ist es, das Neue in der Praxis überhaupt zu erkennen,

denn Neues/Unerwartetes entdeckt Sarah täglich und folglich variieren ihre Themen und ihr diesbezügliches Wissen *routinemäßig* in der digitalen Praxis. Folglich kann das Neue überhaupt nur dann als solches untersucht werden, wenn es in einer Veränderung der (körperlichen) Praktiken zum Ausdruck gebracht wird.

Routinepraktiken offline

Die Offline Praktiken sind in Sarahs Tagebuch weitaus weniger ausführlich dokumentiert als die Online Praktiken. Trotzdem lassen sich einige Praktikenkomplexe ausmachen, die recht gut Sarahs Lesart von politischem Konsum verdeutlichen. Der Bereich des lokalen Engagements stellt einen solchen Komplex dar. Die erste Praktik, die Sarah im Tagebuch festgehalten hat und somit auch die initiale Sequenz, thematisiert das Gießen eines Baumes vor ihrer Haustür. Da „*die Erde schon ganz ausgetrocknet war*“, gehört das Gießen nicht zu ihren täglichen Routinepraktiken, wohl aber das Sorgen um den Baum, wozu dessen aufmerksame Beobachtung, auch der Wettersituation, gehört (Sarah Damm, Tagebuch: 113). Das „Was“ ist hier das Kümmern um einen Baum. Auf der Ebene des „Wie“ reicht es nicht, hier „indem sie ihn gießt“ zu ergänzen. Die Praktik ist eingebettet in ein Patenschaftsprogramm zur Begrünung der Stadt. Die Verantwortung, die Sarah für den Baum übernommen hat, ist also institutionell verankert. Die Teilnahme an einem solchen Programm unterstreicht Sarahs Bereitschaft, sich auf lokaler Ebene zu engagieren und diese Bereitschaft nach außen zu kommunizieren. Dass diese Bereitschaft sich jedoch nicht darauf beschränkt, belegt wiederum die Praktik des Kümmerns.

Sie gießt den Baum, weil sie Verantwortung für ihn übernommen hat und bemerkt, dass es schon lange nicht mehr geregnet hat, der Baum also Wasser braucht, es handelt sich immerhin um einen noch kleinen Baum. Als Begründung für ihre Sorge um Bäume im Allgemeinen verweist sie auf die von ihr wahrgenommene Zunahme von städtischen Bebauungen, insbesondere Straßen, Parkplätzen und Einkaufszentren, die für andere wichtiger sind als Bäume. Dies liegt ihrer Ansicht nach daran, dass andere den „wahren Wert“ von Bäumen in Städten nicht kennen (diese anderen sind Kommunalpolitiker). Demgegenüber (den Kommunalpolitikern?) leisteten Bäume unglaubliches, ohne sich damit zu brüsten.

„Der wahre Wert der Bäume und Grünanlagen in Großstädten ist nicht in Gold aufzuwiegen, auch wenn diese Tatsache bei vielen Kommunalpolitikern noch nicht so wirklich angekommen ist. Bäume vollbringen ihre unglaublichen Leistungen stumm und ohne großes Getöse. Auf dieselbe Weise ertragen sie so vieles und sind so genügsam. Vielleicht nimmt

man ihren Wert deshalb kaum wahr und betrachtet sie oftmals nur als „Pflegeaufwand“, „Gefahrenpotenzial“ und „Kostenfaktor.“ (Ebd.: 113)

Hier lässt sich eine Idealisierung des Baumes feststellen, der für Sarah ein Symbol für das Gute ist. Ein solches Dasein kann zweifelsohne Beispielcharakter haben – z.B. nicht mehr nehmen, als man braucht. Das aber macht der Baum, er nimmt, was er braucht, um zu wachsen und hört damit nicht auf, damit kleinere, schwächere Bäume ausreichend Sonne haben. Sarah neigt hier jedoch, wie gesagt, zur Idealisierung. Die Unterscheidung zwischen Baum und Mensch hilft ihr, zum Ausdruck zu bringen, was sie an ihren Mit-Menschen kritisiert. Dabei sind die Bäume (durchaus auch zu verstehen als Metapher für die Natur insgesamt) das hilflose Opfer, die benutzt und geschlagen werden. Die Gründe dafür sind aus Sarahs Sicht niederer Art, bspw. würde sie jederzeit auf ein neues Einkaufszentrum zugunsten eines nicht gefällten Baumes verzichten. Vielleicht motiviert die Hilflosigkeit der Bäume gepaart mit ihrer Unfähigkeit zu sprechen (DDR) Sarahs Sorge?

In der nächsten Sequenz mit eindeutigen Offline-Bezug schildert Sarah, wie sie ein Bad nimmt. Sie testet, wie das Badegefühl ohne Badezusatzstoffe in Plastikverpackung ist. Den Duft der Seife, die sie stattdessen benutzt, beschreibt sie als herrlich. Diese Praktik ist eingebettet in einen Transformationsprozess und stellt insofern Reproduktion: *„ein Bad nehmen“* und Transformation: *„mit Seife dar“* (ebd.: 121). Diese eher kleine Episode ist sowohl ein Beispiel für Sarahs aktuelles Transformationsprojekt, auf Plastik in ihrem Umfeld nach Möglichkeit vollkommen zu verzichten, es ist aber auch ein Beispiel dafür, wie Sarah generell versucht, Wandlungsprozesse in ihren Alltagspraktiken einzuleiten und zu implementieren. Zwar wurde die Entscheidung, Plastik zu vermeiden infolge eines Kinobesuchs (Film war eine Dokumentation über Plastik) brachial eingeleitet – Sarah hat noch am selben Abend begonnen, alles, was ihr an Plastik im Haushalt in die Finger kam zu entsorgen – dann aber festgestellt, dass das größere Plastikproblem nicht die dauerhaften Konsumobjekte, sondern die vorübergehenden, insbesondere die Verpackungen, sind. Da sie die Erfahrung gemacht hat, dass eine Umstellung am besten in kleinen Schritten funktioniert, beginnt sie nun auf der Ebene der Konsumobjekte, die man jeden Tag kauft oder nutzt – wie Duschgel oder Shampoo. Das ist eine bemerkenswerte Strategie, da durch die Allgegenwart der kleinen Plastikteilchen ihr Vorhaben ständig reaktualisiert wird. Dadurch schleift sich das neue Aufmerksamkeits- und Verhaltensmuster sehr schnell ein und wird auf diese Weise zum dauerhaften, nicht mehr durch Re-Routinisierung bedrohten Bestandteil der Alltagspraxis.

Der Garten bildet einen weiteren Schwerpunktbereich von Alltagspraktiken, gerade zum Zeitpunkt des Tagebuchschreibens Anfang Juni. Hinzu kommt, dass

Sarah auf elektrische oder Benzin betriebene Hilfsmittel sowie auf Mineraldünger verzichtet. Stattdessen werden gezielt Tiere angelockt, die als natürliche Fressfeinde von Schädlingen fungieren. Die Gartenarbeit stellt nicht eine Praktik, sondern einen ganzen Praktikenkomplex dar, der nicht nur die Funktion erfüllt, sich unabhängig von Produkten aus konventioneller Landwirtschaft zu machen, sondern vor allem einen Erfahrungs- und Bildungsraum darstellt, innerhalb dessen Sarah ihr Wissen konkret anwenden, umsetzen und erweitern kann (vgl. ebd.: 135). Dies zeigt sich in weiteren Passagen, in denen sie ihre Gartenarbeiten dokumentiert: Sarah erntet Gemüse und Kräuter. Dabei beobachtet sie die Entwicklung ihrer Pflanzen. Dass alle ihre Kartoffelpflanzen bis auf eine an einer Krankheit leiden, führt zu weiterem Nachdenken über die möglichen Ursachen. Ihr ist aufgefallen, dass die verbliebene, gesunde Pflanze neben der Kamille wächst. Das weckt bei ihr Assoziationen zu anderen Wissensbeständen, wonach es Pflanzenpartnerschaften gibt, die wechselseitig ihre Fressfeinde vertreiben. Sie überlegt, ob sie es im Fall von Kamille und Kartoffel mit einer solchen Partnerschaft zu tun hat und wie sie diese Überlegung weiter nutzen kann (ebd.: 302). Ein weiteres Beispiel für das Ineinandergreifen verschiedener Tätigkeiten in Sarahs Alltag ist die Restauration der Gartenlaube, die sie zunächst zum Baumarkt führt. Auf dem Rückweg vom Baumarkt nimmt Sarah von abgestelltem Sperrmüll zwei leere Farbeimer und zwei Holzliegestühle mit (vgl. ebd.: 190):

„Doch was will ich um Himmels Willen mit diesen beiden leeren Farbeimern, die ich gestern in mühsamer Arbeit mit dem Spachtel von sämtlichen Farbresten befreit habe? Ich möchte mir Bokashi herstellen, einen wertvollen Zusatzstoff für den Garten, der das Bodenleben positiv ankurbelt und die Pflanzen kräftigt. Bokashi wird aus Küchen- und Pflanzenabfällen hergestellt, jedoch – anders als beim Kompost – unter Ausschluss von Sauerstoff. Bei der Vergärung geben die Abfälle Sickerwasser ab, welches aufgefangen werden muss und einen wertvollen Pflanzendünger ergibt. Also wird einer der Farbeimer in den anderen hineingestellt. Beide schließen luftdicht ab. In den oberen Eimer habe ich in den Boden Löcher gebohrt, damit das Sickerwasser abfließen kann; er fungiert sozusagen als Sieb und Gefäß für die Pflanzenmasse und wird dann mit dem Deckel luftdicht verschlossen. Die vergorenen Pflanzenrückstände kann man entweder zum normalen Kompost geben oder vorsichtig in die Beete einarbeiten. Die Japaner stellen diese Mixtur seit vielen hundert Jahren traditionell aus Kleie und Buttermilch her. Ich werde ebenfalls etwas Kleie, Buchweizengrütze und Buttermilch hinzufügen. Außerdem einen Esslöffel frisches Sauerkraut und etwas Molke. Das Wichtigste bei der Vergärung sind nämlich die effektiven Mikroorganismen, die man zusetzen kann, um den Prozess zu beschleunigen.“ (Ebd.: 192)

Der Garten ist für Sarah eine Gelegenheit, Wissen, das sie sich angeeignet hat, in praktische Erfahrung zu überführen. Gleichzeitig deutet diese Episode mitunter auch auf ein Motiv in Sarahs Praxis hin, nämlich sehr aufmerksam zu sein, Probleme (Sperrmüll) als Chancen zu begreifen und mit vollem Einsatz an ihre Be-

arbeitung zu gehen. Diese Offenheit, Probleme auf dem Nachhauseweg wahrzunehmen, weiter zu bearbeiten und direkt anzugehen, birgt jedoch ein Gefahrenpotenzial, gerade in medialen Interaktionszusammenhängen, wo zahlreiche Problemlagen an die Nutzer herangetragen werden.

Sarah, ihr Partner und ein Freund des Paares restaurieren gemeinsam die Gartenlaube. Zunächst wird eine alte Sitzzecke entfernt. Sarah hofft, einige Bestandteile davon zu noch länger verwendbaren Möbeln umbauen zu können. Eine Wand ist feucht. Sarah weiß, wie damit umzugehen ist: Sanierputz auf die Wand auftragen und dann neu anstreichen. Aus Erfahrung mit einer früheren Wohnung weiß sie, wie man den Anstrich selbst herstellen kann. Der alte Linoleum Fußboden ist so beschädigt, dass ein neuer Belag her muss. Aus Kostengründen verzichtet Sarah zunächst auf ihren ersten Impuls, Dielen zu verlegen. Der alternative Plan, OSB-Platten zu verwenden, scheidet jedoch an dem Einwand des Bekannten, dass diese Formaldehyd ausdünsten. So bleiben Holzdielenbretter als einzige Möglichkeit, den eigenen Kriterien gemäß zu restaurieren, übrig. Ähnlich wie die Gartenarbeit muss die Restauration der Gartenlaube als Komplex verschiedener Praktiken gesehen werden, die teils Routinepraktiken beinhalten – wie der Umgang mit feuchten Wänden zeigt – teils aber auch Herausforderungen beinhalten, die neue Lösungsstrategien erfordern (vgl. ebd.: 187).

Sarah kauft Sauerkraut an der Fleischtheke (vgl. ebd.: 193). Sarah erwähnt diesen Einkauf einerseits, weil er ihr im Rahmen ihres Bokashi-Versuchs eingefallen ist, andererseits um daran andockend ihre Fortschritte auf dem Weg zum Vegetarismus darzulegen. Sie ist stolz darauf, an der Fleischtheke nur noch Sauerkraut zu kaufen und vor allem, nur noch kaufen zu wollen. Statt Fleisch wurden eine Zeit lang Ersatzprodukte gekauft, doch diese Übergangslösung ist immer weniger notwendig⁶. Sie beschreibt hier, wie sich ihre Geschmackswahrnehmung durch den Verzicht von Fleisch verändert hat, wie sie nun die Geschmacksnuancen von Gemüse und Kräutern viel stärker wahrnimmt.

On-off

Das Suchen, Auswählen und Bestellen eines Nistkastens aus FSC-Holz deutet zunächst nicht auf einen On-Offline Zusammenhang hin (vgl. ebd.: 137). Das Vorhandensein eines Katalogs vom Naturschutzbund (NaBu) scheint eher darauf zu verweisen, dass es sich um eine Routinehandlung handelt. Erst wenn die vorausgehende Sequenz des Tagebuchs berücksichtigt wird, bei der Sarah von ihrer

6 Käse und Milcherzeugnisse werden weiterhin gegessen (vgl. ebd.: 194).

Teilnahme an einer Vogelzählaktion vom NaBu berichtet, deren Ergebnisse – unter anderem der Rückgang einheimischer Vogelarten – sie online abgerufen und in eigenen Posts verarbeitet hat, wird die Verknüpfung von den verschiedenen Erfahrungszusammenhängen deutlich. Die anstehende Restauration der Gartenlaube bietet offline dann die geeignete Gelegenheit, ihr Anliegen, den bedrohten Vogelarten eine Nistmöglichkeit einzuräumen, umzusetzen. Dies kann als Beispiel dafür herangezogen werden, wie Sarah digital vermittelte Problemlagen bearbeitet und in ihrem Handlungsrahmen offline Möglichkeiten wahrnimmt, ihren Teil dazu beizutragen, ihnen zu begegnen: Sie möchte ihren neuen Nistkasten an der neuen Dachverkleidung der bald zu restaurierenden Gartenlaube anbringen. Auf diese Weise wird das medial vermittelte Problem – bedrohte einheimische Tierarten – in das aktuelle Projekt offline – Gartenlaube restaurieren – integriert.

Ein Beispiel für eine routinierte politische Praktik offline ist das Verfassen von Beschwerdebriefen, was Sarah in einer anderen Episode schildert: Sarah liest die kostenlose Kommunalzeitung, wo ein Artikel über die widerrechtliche Abholzung von Bäumen ihre Aufmerksamkeit erregt und sie verärgert. Die Verärgerung und die Empörung, die sie angesichts des Vorgangs empfindet, führen zum Verfassen eines Beschwerdebriefes. Sie gibt an, regelmäßig Briefe an die kommunale Verwaltung zu schreiben, wobei die Antworten, die häufig inhaltlich nicht auf ihre Argumente eingehen, sie nicht zufrieden stellen. An dieser letzten geschilderten Offline-Praktik wird noch einmal das Problem veranschaulicht, zwischen Routine und Nicht-Routine zu unterscheiden. Alltagssprachlich wird mit Routine das bezeichnet, was man als minimalen Konsens über die Tage wiederholter Praktiken beschreiben könnte: Aufstehen, Essen, Arbeiten, Mittagspause und Surfen, Arbeiten, Gartenarbeit, Essen, Schlafen. Nicht-Routine wäre dann alles, was diesen Ablauf ändert. Andererseits können auch solche Praktiken, die nicht Bestandteil dieses Minimalkonsenses sind wie das Schreiben von Beschwerdebriefen Routine sein. Die Routine ist nicht die tägliche Wiederholung einer bestimmten Tätigkeit, sondern die Kompetenz, in einer entsprechenden Situation angemessen zu reagieren, ohne vorher über geeignete Lösungsstrategien nachdenken zu müssen. Oder vielleicht noch besser formuliert: Routine bezeichnet die Fähigkeit, ein bestimmtes Handlungsmuster abrufen zu können, wenn es erforderlich wird. Darin liegt auch der einschränkende Charakter von Routine; denn verfügt man erst über ein Handlungsmuster, das sich in einer bestimmten Situation bewährt hat, wird dieses Handlungsmuster durch die Situation aktiviert, ohne dass mögliche andere Handlungsalternativen erwogen werden.

Sarahs Praktiken on- und offline stehen häufig in einem Zusammenhang, der sich am besten in Bezug auf Wissensinhalte und Wissenspraktiken veranschaulichen lässt. Beobachtungen im Garten dienen als Anregungen für Recherchen online, das online gefundene Wissen wird in Offline-Praktiken überführt. Aber auch umgekehrt führen Online-Erfahrungen, z.B. der Austausch mit anderen Usern erst dazu, dass sie auf Phänomene im Offline-Alltag aufmerksam wird.

Praktiken online

Die Baumpatenschaft offline hat sein Äquivalent online, wie der direkt an die Baumgießsequenz anschließende Absatz in Sarahs Tagebuch zeigt. Hier kommuniziert sie als Waldtraut, die Eberesche. Mittels des Facebookprofils der virtuellen Eberesche, also digital, anonym bzw. als eine andere Persönlichkeit, die sie sich selbst entworfen hat, verfolgt sie ihr Ziel den Menschen die Natur wieder näher zu bringen. Da sie von Waldtraut spricht, als sei sie eine eigenständige Person („*Waldtraut setzt sich für den Schutz des Waldes ein*“), ist jedoch unklar, wer hier wie kommuniziert. Waldtraut versucht, andere Facebook-Nutzer zu erreichen, indem sie nicht nur Informationen postet, sondern diese Informationen mit Erzählungen rahmt, in denen strategisch Bezug auf Tiere mit einem „*gewissen Sympathiebonus*“ genommen wird. Um ihre Leser nicht zu vergraulen, achtet sie darauf, das Positive an Bäumen und den an sie angeschlossenen Ökosystemen in den Vordergrund zu stellen und nicht nur auf ihr Bedrohtsein durch Ausbeutung hinzuweisen. Sarah verfolgt mit Waldtraut das Ziel, mehr Aufmerksamkeit auf die Bedeutung von Bäumen zu lenken. Ausgangspunkt für die Kreation der virtuellen Eberesche war eine Greenpeace-Kampagne zum Schutz der Wälder, für die Sarah sich aufgrund ihres Interesses an der Baum-Thematik eingebracht hat. Insofern bildet die Greenpeace-Kampagne für Sarah einen willkommenen Rahmen, ihre eigenen Interessen auf eine neue Art und Weise zu verfolgen. Ihr geht es darum, andere über Natur aufzuklären, Wissen zu vermitteln, um dadurch Nähe und Wertschätzung zu erzeugen. Während Sarah sich darüber wundert, dass Menschen sich durch fiktive Figuren eher für Natur begeistern, ist die Vermittlungsleistung hier doppelt: Die Botschaft wird über einen fiktiven Charakter und zudem noch digital übertragen. Direkte (Natur-)Erfahrung, die aufgrund unterschiedlicher Gründe nicht erfolgt oder nicht als solche wahrgenommen wird, wird hier über ihre doppelte Mediatisierung wieder in den Alltag anderer Facebook-Nutzer zurückgebracht.

Die Pflege von Waldtrauts Profil ist einer der wichtigsten Bestandteile von Sarahs Medienpraktiken und bildet ähnlich wie der Garten oder die Restauration der Gartenlaube einen Komplex von Praktiken. Sie pflegt Waldtraut, wie sie den Baum vor ihrem Haus pflegt. Sie beobachtet die Kommunikation auf Waldtrauts

Seite. Auf Kommentare, mit denen sich Waldtrauts Mission verknüpfen lässt, geht sie ein. Troll-Kommentare, also Postings, die auf eine Verunglimpfung des Ebereschenprojekts abzielen, werden ignoriert (was lediglich bedeutet, dass keine kommunikative Reaktion darauf stattfindet, Sarah aber sehr wohl verärgert ist). Bevor sie postet nutzt sie eine "gute" Suchmaschine (bei jeder zweiten Suchanfrage wird ein Cent für ein gemeinnütziges Projekt Sarahs Wahl gespendet), um weitere Informationen zu Bäumen zusammenzutragen, die deren Bedeutung und Wert unterstreichen. Nach der Recherche fasst sie die gefundenen und selektierten Informationen zusammen, die dank der Waldtraut-Perspektive lebendig vermittelt werden können. Außerdem schließt sie ihr Posting regelmäßig mit einem Link, im folgenden Beispiel auf ein Youtube-Video, das ihre Erzählung visuell-dramatisch unterstützt:

„Uns Ebereschen wirft so schnell kein Sturm um, denn wir sind Windschutzbäume. Wegen unserer guten Windverträglichkeit pflanzt man uns im Hohen Venn, in Belgien und Frankreich noch immer als Windschutz an den Westseiten der Häuser. Sehr eindrucksvoll sind die windverformten Ebereschenkronen der berühmten Ebereschen [...]. Schauen Sie sich bloß dieses fetzige Video dazu an und wie zerzaust und gebeugt manche der Ebereschen vom Wind sind! Link: <http://www.youtube.com/watch?>“ (Ebd.: 115)

Das zweite Facebook-Profil – ihr persönliches – nutzt Sarah ebenfalls für ihren politischen Konsum, thematisch geht der Fokus hier aber weiter und speist sich vorwiegend aus den Anregungen, die Sarah dank unterschiedlicher Newsletter-Abonnements (u.a. Umweltinstitut München, Greenpeace, care2, Albert Schweitzer Stiftung, urgewald) erhält. Dabei liest sie die Newsletter aufmerksam und entscheidet dann jeweils, ob sie in der jeweiligen Angelegenheit weiter aktiv wird oder nicht. Zu verstehen, warum Sarah aktiv wird, ist nicht einfach, da sie Begründungen für ihr Engagement nur gibt, *wenn* sie sich engagiert. Bei aufmerksamer Betrachtung lassen sich jedoch zwei Motivationsquellen ausmachen: Die eine Motivationsquelle ist ein andauerndes Interesse an einem bestimmten Thema. Solche Themen sind bei Sarah Genmanipulation und Atomkraft. Die andere Motivationsquelle ist ungleich schwerer vorherzusagen, es handelt sich um Wut und Empörung. Je nachdem, welche Motivationsquelle gerade aktiv ist, fällt der Umgang mit den auslösenden Informationen anders aus. Im ersten Fall folgt eine interessierte Recherche, die vor allem darauf abzielt, sich auf den neuesten Stand zu bringen und aktuelle Entwicklungen zu verfolgen:

7 Aus Gründen des Datenschutzes wird hier nicht der vollständige Link angegeben.

- Anhaltendes Interesse für ein Thema, regelmäßige Recherche⁸

„Ich habe über meine Suchmaschine den Begriff ‚Gentechnik‘ eingegeben, um mal zu schauen, ob es in diesem Bereich etwas Neues gibt. Die essentielle Wichtigkeit dieses Themas für unsere zukünftige Welternährung kann gar nicht oft genug betont werden. [...]“ (Ebd.: 253).

- Finden von Informationen, die die eigene Überzeugung stützen

„Unter den News werde ich auch prompt fündig und stoße auf einen Artikel auf zeitonline.de: ‚Transgener Mais erstmals anfällig für Schädlinge‘ Es gibt immer wieder Studien und Untersuchungen und auch Berichte, die belegen, dass die Grüne Gentechnik ihre Versprechen nicht einhalten kann [...]“ (Ebd.: 254)

- Kommentar und Veröffentlichung der Information auf Facebook

„Auch diesen Artikel habe ich auf meiner Pinnwand geteilt mit dem Kommentar: ‚Langsam lösen sich auch die letzten von Gentechnik-Konzernen versprochenen ‚Vorteile‘ grüner Gentechnik in Wohlgefallen auf. Der Welthunger wurde nicht bekämpft, ganz im Gegenteil. Die Ernten und Erträge konnten durch Gentechnik auch nicht gesteigert werden. Nun wirkt auch die eingebaute Schädlingsresistenz in gentechnisch veränderten Pflanzen nicht mehr.““ (Ebd.: 255)

Wenn Sarah Wut empfindet, löst das andere Reaktionen aus. Dafür werden nun drei Beispiele angeführt. Die Sequenz des ersten Beispiels schließt direkt an Sarahs Überlegungen an, ihren Garten durch das Anbringen eines Nistkastens zu einem Refugium für bedrohte Vogelarten zu machen als sie über den von einem ihrer Facebook Freunde geposteten Link erfährt, dass der „*US-Gentechnik-Gigant*“ Monsanto in Verbindung steht mit einem Saatguthändler, den Sarah bislang als vertrauensvoll und unabhängig eingeschätzt hat („*einer der wenigen noch verbliebenen traditionsreichen und unabhängigen Saatgutvertreiber in Deutschland – dachte ich zumindest!*““ (ebd.: 138). Wie bereits bekannt ist, ist Gentechnik für Sarah ein zentrales Thema, weshalb es auch nicht verwunderlich ist, dass sie die Firma Monsanto boykottiert, sich also ihre Beschäftigung mit Gentechnik auch in ihren Alltagspraktiken niederschlägt. Um Monsanto boykottieren zu können, hat sie auf die Produkte der Firma UniKorn⁹ vertraut und muss nun befürchten, dass ihre bisherigen Bemühungen, Monsanto durch Boykott zu schaden, womöglich vollkommen vergeblich waren. Statt ihrem Facebook-

8 Weitere Episoden zum Thema Gentechnik unter ebd.: 138-150, 154-155, 313-322, 339-340. Zusätzlich hat sie den Newsletter „*Informationsdienst Gentechnik*“ abonniert.

9 Name geändert.

Freund und seiner Quelle blindlings zu vertrauen oder das Posting zu ignorieren oder zu relativieren („heutzutage sind doch alle mit allen verstrickt“), beginnt Sarah mittels Web-Recherche, die Information ihres Facebook-Freundes und seiner Quelle zu überprüfen. Die gefundenen Daten bestätigen nicht nur den Inhalt der Warnung, sondern zeichnen auch ein genaueres Bild von den Verflechtungen, die Monsanto mit verschiedenen Gartenbedarfs-Läden eingegangen ist, darunter auch ein Gartenversand, den Sarah schon häufiger genutzt hat.

„Jetzt wird mir auch klar, weshalb Gärtner Hirsch¹⁰ so viele Giftcocktails von Monsanto im Sortiment hat und diese partout nicht aus dem Sortiment nehmen will! Da ich Gentechnik grundlegend ablehne, liegt es mir völlig fern, diese auch noch indirekt über einen der aggressivsten und skrupellosesten Gentechnik-Konzerne wie Monsanto zu unterstützen und mitzufinanzieren.“ (Ebd.)

Sarah fühlt sich betrogen und unwissentlich zum Unterstützer eines Unternehmens gemacht, das sie zutiefst ablehnt, weil es für sie all das verkörpert, was sie an Gentechnik kritisiert. Aber sie fühlt sich nicht nur persönlich hintergangen, sondern interpretiert das Verhalten von UniKorn als bewusste Täuschung der Verbraucher an sich: „*Ich finde es unerhört, dass der Verbraucher derart getäuscht wird und so zum ‚Mittäter‘ gemacht wird!*“ (Ebd.: 139.) In ihrer Empörung („*Das hat mich so wütend gemacht*“, ebd.: 140), schreibt sie eine Beschwerdemail an das Unternehmen UniKorn, wobei das Verfassen von Beschwerdebriefen und -mails etwas ist, was sie häufiger tut, nur, dass sie für gewöhnlich Firmen darum **bittet**, etwas zu tun, während sie in diesem Fall **Forderungen** an UniKorn stellt: „*Ich fordere Sie daher auf, diese wichtige Information auf ihrer Webseite <http://www.UniKorn.com/cms/-site/index.html> unbedingt zu veröffentlichen.*“

Ihre Forderung begründet sie mit dem (nicht belegten) Hinweis darauf, dass die Mehrzahl der Kleingärtner die Produkte und Praktiken von Monsanto ablehnen würden, wobei nicht klar ist, ob sie hier von sich und ihrem sozialen Umfeld auf den Rest der Kleingärtner schließt oder ihr der Wahrheitsgehalt dieser Aussage nicht wichtig ist. Wichtig dagegen ist, dass sie eine dieser von ihr beschworenen „*großen Mehrzahl der Kleingärtner*“ (ebd.: 144) ist und entsprechend als Repräsentantin einer wichtigen, zahlungskräftigen Gruppe eingestuft werden will. Wenn auch gerade im verbraucherpolitischen Feld die Vorgehensweise, sich selbst zum Sprecher einer (vermeintlichen) Mehrheit auszurufen, nicht unüblich ist, wäre dennoch zu überlegen, ob Sarah mit einem Verweis auf ihr soziales Netzwerk, online wie offline, nicht mehr erreicht hätte als über diese eher

10 Name geändert.

klassisch verbraucherpolitischen Legitimierungsversuche via (vermeintlicher) Repräsentation. Da Sarah ihre Chancen, überhaupt eine Rückmeldung zu erhalten, ungewiss einstuft, beschließt sie genau das zu tun, was eigentlich erst der zweite Schritt nach Ausbleiben einer Antwort oder Absage an ihre Forderung gewesen wäre: Sie postet über ihr Facebook-Profil den Link ihres Freundes und eine Warnung an alle Gärtner, die nicht wenig dramatisch daher kommt:

„Achtung Gärtner! Wer noch immer Saatgut von UniKorn bezieht, der unterstützt neuerdings direkt den US-Gentechnik-Konzern Monsanto. Da Monsanto in Europa kein gutes Ansehen genießt, hat der Monsterkonzern nun einige europäische Saatgutunternehmen geschluckt und verkauft seinen Gentechnik-Gift-Dreck unter falscher Flagge! Also Augen auf beim Saatgutkauf!“ (Ebd.: 150)

Dem zweiten Beispiel gehen Überlegungen Sarahs voraus, warum andere Menschen so genervt auf Umweltschützer reagierten, obwohl doch allen klar sein müsse, in welchem Zusammenhang das eigene Konsumverhalten und Umweltzerstörung stünden. Als Beispiel für die doppelte Moral ihrer Mitmenschen führt sie die industrielle Fleischproduktion an, die von den meisten abgelehnt würde, ohne dass sie aufhörten, Fleisch zu essen. Einen Vorgang, den sie nicht nachvollziehen kann und wofür ihr ein Vergleich einfällt, der erklärt, warum manche Menschen wenigstens auf Sarah als Umweltschützerin mit Abwehr reagieren:

„Vielleicht ist das derselbe Effekt, wie man ihn von der Generation im 3. Reich kennt, die ja im Nachhinein auch alle nichts von der Judenvernichtung und den Konzentrationslagern mitbekommen, geschweige denn gewusst haben wollen?“ (Ebd.: 243)

Als Sarah am darauffolgenden Tag ihre Emails checkt, erregt womöglich in diesem Zusammenhang die Nachricht der Albert Schweizer Stiftung über die Rettung eines Jungbullen besonders ihre Aufmerksamkeit. Dieser *„sehr schöne Bericht“* schildert die Geschichte eines Jungbullen, der kurz vor seiner Schlachtung von seinem Bio-Hof entkam und sich, mittlerweile gerettet, auf einem Gnadenhof um *„Neuankömmlinge kümmert“*. Ohne an dieser Stelle weiter zu recherchieren – z.B. inwieweit es plausibel ist, dass sich ein Bulle um andere Tiere kümmert –, sieht Sarah diesen Bericht als Beleg für ihre Sicht auf Tiere, die *„leiden, mitfühlen, Angst haben und vor allem mit der Fähigkeit zur Empathie (ausgestattet) sind, was ein gewisses Maß an Intelligenz voraussetzt“* (ebd.: 249). Eine Prüfung dieses Berichts ist für Sarah in der Situation nicht notwendig oder auch nur eines Gedankens wert, da er eine Bestätigung ihrer Sichtweise darstellt – anders als das Posting ihres Facebook-Freundes, der ihre ethischen Einkaufspraktiken (Saatguteinkauf) infrage gestellt hat:

„Solche Berichte bestärken mich in meinem Entschluss, kein Fleisch mehr zu essen. Seit etwa Januar halte ich das durch, und mittlerweile vermisse ich absolut nichts mehr, ja mehr noch: ich habe aufgehört, zu vergleichen ob etwas wie oder so ähnlich wie Fleisch schmeckt; es spielt einfach keine Rolle mehr.“ (Ebd.)

Der je unterschiedliche Umgang mit Informationen ist sehr aufschlussreich. Wenn neue Daten die bisherige Praxis bestätigen, werden sie akzeptiert und in den Wissensbestand integriert. Wenn neue Daten die bisherige Praxis infrage stellen, werden sie auf ihren Wahrheitsgehalt geprüft. Kann das nun dazu führen, dass man nur noch solche Informationen sucht, die als Bestätigung der eigenen Praxis herhalten können? Das ist aufgrund von Sarahs unterschiedlichen Quellen, von denen sie sich mit Neuigkeiten versorgen lässt, eine unbegründete Befürchtung. Weder nehmen die Newsletter, die sie von zahlreichen Organisationen bezieht, Rücksicht darauf, nicht im (womöglich wechselseitigen) Widerspruch zu stehen, noch die Facebook-Freunde, die, ähnlich wie Sarah selbst, Informationen bekommen, verarbeiten, verifizieren und ungefragt an andere weitergeben. Damit kann auch die Frage beantwortet werden, warum Sarah in einem Fall emotional (wütend, traurig), in einem anderen distanziert-zynisch reagiert. Je stärker eine Information nicht nur Sarahs Wissensbestände, sondern auch die damit verbundenen Praktiken betrifft, umso eher wird Sarah emotional reagieren. Im Fall des Jungbullen hat Sarah ihre Trauer und Hilflosigkeit schließlich in dem folgenden Pinnwand-Post verarbeitet:

„Herzzerreißende Geschichte über einen Jungbullen, der gerade noch einmal von der der Schlachtbank gesprungen ist. Seit er auf einem Tierhof leben darf, kümmert er sich einfühlsam um verschreckte Neuankömmlinge, die beinahe dasselbe Schicksal ereilt hätte. Tiere haben keine Gefühle wie Empathie und sind ahnungslose, dumme Geschöpfe? Weit gefehlt! Lasst euch die Grillsteaks schmecken!“ (Ebd.: 250)

Der Post könnte seinen Zweck, andere aufzurütteln oder zumindest wieder einmal daran zu erinnern, dass die steril verpackten Filetspitzen ursprünglich Teil eines Lebewesens waren, erfüllen. Doch mindestens mit dem letzten Satz erzeugt Sarah eine Opposition zwischen sich und einem generalisierten Gegenüber. Das ist insofern überraschend, weil davon ausgegangen werden kann, dass Sarahs Kommentare am ehesten von ihren Freunden gelesen werden, von denen doch zumindest einige ähnliche Interessen zu teilen scheinen. Andererseits ist dieser Kommentar von Mitte Juli, bekanntermaßen die Hochzeit der Grillsaison. Womöglich fanden Grillabende mit Freunden statt oder sollten stattfinden, bei denen es bereits zu Auseinandersetzungen kam. Immerhin war das Thema auch schon am Abend vorher gedanklich bei Sarah präsent, was diese Überlegung zusätzlich plausibilisiert. Wenn der Kommentar tatsächlich an ihre fleischiessenden Freunde adressiert sein sollte, riskiert Sarah damit, den anderen die Möglichkeit

zu geben, sie kollektiv als unversöhnliche Hardlinerin abzutun, worunter letzten Endes ihre Glaubwürdigkeit und Anerkennung in der Gruppe leiden würde. Darüber hinaus kann an dieser Episode aber noch etwas anderes verdeutlicht werden: Sarah zieht keine Grenze zwischen privat und politisch, zumindest wenn es um Themen geht, die sie für sich persönlich als wichtig empfindet und die Teil ihrer Alltagspraxis sind. Sie problematisiert die Konsumpraktiken ihrer Bekannten öffentlich und de-legitimiert deren Begründungen. Sie lässt dabei jedoch kaum Raum für eine konstruktive Auseinandersetzung, womit sie zwangsläufig Opposition erzeugt. Vielleicht muss man hier die Kommunikation mittels eines Social-Web-Profiles weniger als strategisches Mittel des „Majoritär-Werdens“ (Marchart 2011) interpretieren als ein Ventil oder Ausdrucksmittel politischer Affektivität.

Das dritte Beispiel schließlich demonstriert, dass Wut Sarah nicht nur ihre sozialen Beziehungen unter Stress setzen lässt, sondern sie zu einem teils kreativen, teils jedoch auch riskantem Verhalten provoziert. In einer kommunalen Zeitschrift entdeckt sie einen Bericht über das nicht genehmigte Abholzen zweier Bäume in „*unserer Stadt*“. Ohne diese Information weiter zu prüfen, schreibt Sarah umgehend einen Beschwerdebrief an die örtliche Bürgeragentur. Ihre Wut wird vor allem durch Formulierungen in dem Artikel wie „*Nacht- und Nebelaktion*“ und „*gegen den politischen Willen und politische Vorgaben*“, die die Bäume als „*erhaltenswert*“ eingestuft hatten, entfesselt. Hinzu kommt, dass sie sich für die Bäume in ihrer Stadt besonders verantwortlich fühlt und nun fassungslos angesichts des Vorgehens der Baufirma ist. In ihrem Beschwerdebrief fordert Sarah die „*lückenlose Aufklärung*“ des Vorfalls, da sich sonst „*bald niemand mehr an städtische Auflagen, Gesetze und Vorgaben hält*“ (ebd.: 360–363). Doch wie schon im Fall des Beschwerdebriefs an UniKorn ist Sarah, nachdem sie den Brief abgeschickt hat, rastlos und verunsichert, ob sie denn überhaupt eine Rückmeldung bekommen wird, insbesondere eine, die über die üblichen „*Standardantworten*“ hinausgeht (ebd.: 365).¹¹ Statt nun aber, wie im Fall

11 Verunsicherung trifft den Kern von Sarahs Problem in der Situation nicht exakt, denn hier zeigt sich die Stärke oder auch die Gefahr von Social-Web-Kommunikation, Frustration, Unsicherheit und Wut nicht bis zu einer Reaktion durch die verantwortlichen Behörden aushalten zu müssen, sondern sofort eine Reaktion verursachen zu können – wobei das Aushalten von Wut, wie sich zeigen wird, manchmal die bessere Strategie darstellt. Andererseits sollte registriert werden, dass es womöglich gerade die unmittelbare Reaktion auf eine Aktion ist, die für viele den Reiz einer politischen Auseinandersetzung im Social Web ausmacht – zu sehen, dass andere auch fassungs-

von UniKorn, einen entsprechenden Kommentar über ihr FB-Profil zu verfassen, um ihrer Empörung Luft zu machen, beschließt Sarah „*das Ganze so richtig groß aufzuziehen und über Facebook publik zu machen. Und wer würde sich dafür besser eignen als Waldtraut die Eberesche?*“ (ebd.: 367). Als Waldtraut verfasst Sarah eine Traueranzeige, die den typischen Wortlaut einfängt und mit den Worten endet: „*Eine Trauerfeier findet nicht statt. Die beiden Blutbuchen werden zu Hackschnitzeln verarbeitet*“ (ebd.: 379–380). Unüblich für eine Traueranzeige ist lediglich, dass Todesursache wie Todesverursacher namentlich genannt werden: „*Die beiden alten Blutbuchen an der Gracht wurden von der Firma „Zöller“¹² trotz Bauauflagen der Stadt widerrechtlich gefällt und hinterlassen für uns alle eine schmerzliche Lücke in unserem Stadtbild.*“ (Ebd.: 371–374) Während Sarah zunächst einmal nur nach einem Ventil für ihre Entrüstung gesucht hat, zeigt der weitere Verlauf, dass Sarah die Dynamik des Social Web nicht richtig eingeschätzt hatte. Hätte Sarah statt der Anzeige – nebst „persönlicher“ Betroffenheitsbekundung von Waldtraut – lediglich einen wütenden, anklagenden Kommentar verfasst, wäre vermutlich nicht viel passiert. Doch die Traueranzeige für zwei Blutbuchen auf dem Facebook-Profil einer weinenden Eberesche hat etwas so Kurioses, dass ihr massiv Aufmerksamkeit zuteil wurde:

„Was dann passierte ist unvorstellbar und verblüffte mich, denn über dieses posting wurde eine Lawine losgetreten, die unter Facebook-Nutzern weite Kreise zog! Zuweilen zog es mich selbst in einen Taumel und diese einmal losgetretene Eigendynamik machte mir sogar etwas Angst – später, als ich das Ganze etwas nüchterner betrachtete (rechtliche Konsequenzen, Verleumdung, Rufschädigung usw.).“ (Ebd.: 382)

Die Folgen von Sarahs spontan-kreativem Einfall seien hier nur stichwortartig aufgeführt:

- Hilfsangebote verschiedener Nutzer, bereit, etwas zu tun
- ein Journalist, der eine Stellungnahme der Baufirma einforderte
- eine Greenpeace-Gruppe sorgte für weitere Verbreitung der Anzeige und eröffnete einen Twitter-Kanal zu dem Thema
- der Twitter-Kanal der Baufirma wie auch deren Facebook-Profil wurde mit einem Shitstorm überzogen

los, empört, ohnmächtig sind. Aus diesem kollektiv empfundenen Gefühl der Entrüstung heraus können sich dann politische Aktionen ergeben, die sich über die „weak ties“ (Granovetter), die schwachen Bindungen des sozialen Netzwerks fortsetzen und zu kaum vorhersehbaren Konsequenzen führen.

12 Name der Bau-Firma geändert.

- Anfrage eines kleinen Fernsehsenders
- Verfassen von weiteren Beschwerde-E-mails durch Ortsansässige

Schließlich verfasst Sarah auch noch auf ihrem persönlichen Profil einen zynischen Kommentar, der sie allerdings nicht als Urheber der Traueranzeige kenntlich macht. Nachdem sie die erste Zeit nach der Veröffentlichung der Traueranzeige „*wie in einem Rausch*“ erlebte, entschied sie, nach weiteren Informationen zu dem Vorfall zu suchen. Entweder, um die Angelegenheit durch zusätzliche Informationen noch weiter anzuheizen oder aber, weil sie zunehmend begann, sich Sorgen um mögliche, rechtliche Konsequenzen ihres Handelns zu machen und deshalb nach weiteren Hinweisen suchte, die ihr Verhalten würden rechtfertigen können. Dabei stellte sich heraus, dass Sarahs erste große Facebook-Kampagne auf falschen Informationen beruhte¹³, da die Fachverwaltung sehr kurzfristig doch noch das Fällen der Bäume gestattet hatte. Sarah interpretiert das zwar als Rückschlag, rechtfertigt ihr Verhalten dennoch: „*Fest stand jedenfalls nach der weiteren Presserecherche, dass die Fachverwaltung und die untere Baubehörde total geschlampt haben*“ (ebd.: 386). Wenn es heutzutage bestimmt nichts Besonderes mehr ist, verschiedene digitale Profile zu verwalten – die sich teils auch mit einander unterhalten – ist eines daran doch bemerkenswert, nämlich dass Waldtraut in der Lage ist, Fehler einzugestehen und dabei immer noch Sympathien auf sich zu ziehen, während Sarah mit ihrer aggressiven und kompromisslosen Kommunikationsweise eher das Gegenteil erreicht. Heißt das nun, dass Sarah nicht auffällt, dass Waldtrauts Strategie effektiver ist oder verfolgt sie sogar eine doppelte Strategie, indem sie ein Profil nutzt, um sich affektiv zu erleichtern und das andere, um ihr langfristiges Ziel, andere Menschen für Natur zu begeistern zu verfolgen? Letztere Lesart würde auch erklären, warum Sarah sich nicht wohl gefühlt hat, als sie Waldtraut als Ventil benutzt hat, obwohl Waldtraut doch eigentlich die überlegtere und weichere Variante ihrer Selbst darstellt. Sie hat die Konsistenz von Waldtrauts Identität gefährdet und damit die bisher erfolgreiche Aufgabenteilung zwischen sich und Waldtraut. Mit dieser Episode endet das Tagebuch, womöglich stellt es auch das Ende von Waldtraut dar. Für Sarah war diese Erfahrung zweifelsohne von großer Bedeutung und nicht ohne Risiko, wenn sie sich dessen auch erst nachträglich bewusst geworden ist. Dass sie diese Erfahrung machen konnte, ohne dass andere sie persönlich dabei scheitern sehen konnten – wobei sie andererseits auch sehr erfolg-

13 Diese Informationen wurden nicht überprüft, weil sie dem entsprachen, was Sarah von Unternehmen erwartet.

reich war – kann in jedem Fall als Bestätigung der These gesehen werden, dass im Social Web politische Bildungsprozesse durch ein zumindest abgemildertes Risiko ermöglicht werden. Nicht ganz vergessen sollte man jedoch auf der anderen Seite die Folgen für die Geschädigten einer derartigen Mikrokampagne, was insbesondere die Baufirma betrifft. Hier zeigt sich, dass die Präsenz von Unternehmen in sozialen Netzwerken sich für diese gerade im Fall von Verbraucherprotesten ausgesprochen nachteilig auswirken kann.

Auf einen letzten Aspekt des Tagebuchs muss noch eingegangen werden, ob es nämlich (über die bisher geschilderten Ereignisse hinaus) zu Schwierigkeiten in der Aufrechterhaltung der Alltagspraxis kommt. Sarah stellt, gerade aufgrund des Dokumentierens für das Tagebuch, fest, dass die große Anzahl von Newslettern und insbesondere von Petitionsaufrufen, für sie nicht mehr handhabbar wird:

„Mein Postfach war wieder einmal überflutet mit Aufrufen, Unterschriftenaktionen und Protestaktionen, die nach meiner Aufmerksamkeit riefen. Manchmal ist das alles so viel, dass mir das Ganze einfach viel zu viel wird. Jedes Mal graut es mir davor, wenn mir mein Postfach mitteilt, ich hätte schon wieder 34 neue Mails, und das obwohl nur eine Nacht Schlaf dazwischenlag!“ (Ebd.: 277)

Das Problem besteht nun darin, dass Sarah nicht einfach sagen kann „heute habe ich keine Zeit, heute lösche ich alles“, sondern sich in dem Moment, in dem sie eine E-Mail im Postfach hat, dazu verpflichtet fühlt, sich damit zu beschäftigen. Und das ist alles andere als einfach, wenn man bedenkt, wie unterschiedlich und komplex die Engagement-Aufrufe jeweils sind. Ein Petitionsaufruf bspw. fordert Sarah auf, sich für die Meinungsfreiheit in Kanada einzusetzen, woraufhin sie versucht, sich zumindest ansatzweise über den Kontext der Petition zu informieren und ihn in einen größeren Zusammenhang einzuordnen bzw. wieder an ihr eigenes Leben und ihre eigene Wahrnehmung rück zu koppeln: *„Es ist geradezu ein Unding, dass Regierungen immer häufiger versuchen, kritische Stimmen per Gesetz auszuschalten. Ich sehe diese Entwicklungen mit Besorgnis, da sie sich weltweit häufen, auch in Europa.“* (Ebd.: 263)

Hier ist es das Stichwort „Meinungsfreiheit“, das es Sarah nicht ermöglicht, den Petitionsaufruf zu löschen, da das eines ihrer Themen ist. Im Zuge des Tagebuchs beschließt sie schließlich, sich von den Adressatenlisten einiger Petitionsverteiler zu löschen:

„Sehr viele Petitionsaufrufe habe ich via E-Mail von „The PetitionSite“ bekommen. Da die Mails überhand nahmen, habe ich mich aus dem Verteiler ausgetragen. Zuvor habe ich mich jedoch auf der Seite durch viele Petitionen zum Thema Umweltschutz und Menschenrechte gewühlt und sie schnell noch mitgezeichnet. Irgendwie hatte ich das Bedürfnis, jetzt nochmal sehr viele Protestaktionen zu unterstützen, bevor ich von The Petitionsite nie wieder etwas hören werde.“ (Ebd.: 330)

Hier passiert genau das, was im Kontext des Sperrmüll Aufsammelns schon als mögliches Risiko alltagsbezogenen Engagements formuliert wurde – dass die große Aufmerksamkeit für Warnmeldungen und Protestaufrufe durch mediale Interaktionszusammenhänge zu einem Relevanzproblem bzw. zunächst einmal zu einem Zeitproblem werden können. Da Sarah sich erst seit ihrem Umzug für umwelt- und verbraucherpolitische Themen engagiert, hat sie hier Schwierigkeiten heraus zu finden, welche der vielen Beteiligungsangebote sie auswählen soll. Dies verschärft sich umso mehr, als sie den Anspruch hat, sich vor dem Zeichnen einer Petition und insbesondere bevor sie etwas auf ihrem Facebook-Profil veröffentlicht, sehr genau über die jeweiligen Hintergründe zu informieren. Ihre thematische Relevanzsetzung „Gentechnik“ und „Meinungsfreiheit“ sind aus einer kosmopolitischen Perspektive als Filter nicht ausreichend.

Zudem sollte in Rechnung gestellt werden, dass die Beschäftigung mit den jeweiligen Petitionen nicht nur Zeit in Anspruch nehmen, sondern auch gezielt Emotionen provozieren:

„Weshalb also nicht den „Feind“ gleich an seinem Ausgangsherd bekämpfen und ihm das Handwerk legen, bevor er seine Fühler nach Europa ausstreckt? Und die amerikanischen Verbraucher haben – trotz jahrelanger Fehlinformationen und Dämmerzustand – ein Recht darauf zu erfahren, ob sie ihre Babies mit gentechnisch veränderter Nahrung füttern. Daher Mitzeichnung, schon aus reiner Solidarität mit den Verbrauchern, die für die Industrie als Versuchskaninchen herhalten sollen!“ (Ebd.: 340–341)

„Erschreckend, dass es noch immer Robben- und Waljagden gibt. Die „Argumente“ der Robbenjäger sind dabei haarsträubend: Sie müssten die Fischbestände vor den Robben schützen. Wie bitte? Nichts verstanden, fünf, setzen!“ (Ebd.: 349)

„Auch von Rettet den Regenwald e.V. kam wieder ein Aufruf zu einer Protestaktion zur Rettung des Belo Monte-Flusses mit dem Titel „Belo Monte: Euer Profit zerstört unser Leben“. Ich verfolge diese Geschichte schon länger und habe Mitgefühl mit den Einheimischen dort, die ihren Wald und ihren Fluss retten und beschützen wollen.“ (Ebd.: 391)

Die Newsletter und Petitionsaufrufe sind nicht nur zahlreich und beschäftigen sich mit unterschiedlichsten, teils hoch-komplexen Problemlagen, sondern zielen darauf ab, bei ihren Adressaten Emotionen hervorzurufen, um sie zum Handeln zu bringen. Auf der anderen Seite sitzt die eigentlich hoch engagierte Sarah Damm, die sich solidarisch mit Menschen, Tieren und Pflanzen auf der ganzen Welt fühlt, aber allmählich an die Grenzen ihrer Leistungsfähigkeit gebracht wird: „[...] es sind einfach zu viele Petitionen und man bräuchte Tage, um „up to date“ zu bleiben. Ist das schlechtes Gewissen? Nein, ich muss mit meiner Lebenszeit haushalten und kann nicht die ganze Welt ,retten““. (Ebd.: 331)

Feinanalyse Eingangssequenz Interview

Portrait Interview

Genau wie beim Tagebuch wurden nach der ersten Lektüre des Interviews erste Interpretationen festgehalten, um den Verlauf der Analyse möglichst transparent zu gestalten. Diese ersten Fallstrukturhypothesen werden im nächsten Abschnitt kurz wiedergegeben. Wichtig für Sarah ist in biographischer Hinsicht der DDR-Kontext, außerdem pendelt sie zwischen dem extremen, totalen Rückzug einerseits, vollem Einsatz andererseits. Interessant ist weiterhin ihre lokal-kosmopolitische Haltung, da sie zeitweilig paradoxe Züge enthält. So hat sie Freunde bei Facebook, um global etwas bewegen zu können, überlegt aber permanent, ob sie die Kontakte nicht löschen soll, da sie schon seit längerem inaktiv seien.

„Wenn man sich überlegt, das ist ja vor ein paar Jahren ohne Facebook und Twitter überhaupt nicht möglich gewesen, in so kurzer Zeit eine Nachricht in die Welt zu schicken. Das hängt natürlich von der Zusammensetzung deiner Freunde ab. Deswegen habe ich zwar manche Karteileichen bei mir, aber ich sage dann immer: Pff, na ja, der ist irgendwie aus Ecuador oder aus Amerika, ich habe zwar mit dem nicht so viel zu tun, aber vielleicht kriegt er ja auch mal was mit irgendwie dadurch. Und lass die dann halt eben immer noch drin. Ich wollte die schon tausend Mal löschen, aber dann sag ich immer: Ach, na ja.“ (Sarah Damm, Interview: 65)

Eine andere Extremhaltung ist ihre Radikalität, die sie mehrfach mit der Redewendung „*Stress machen*“ unterstreicht (ebd.: 72, 162). Diese Extremhaltung wird jedoch meist nicht konkret in Handlungen umgesetzt, sondern eher als Wunsch zu handeln formuliert („*wenn da nachts jemand gekommen wäre, da wäre ich mitgegangen- um Tiere zu befreien, es kam aber niemand*“ ebd.: 94). Des Weiteren bemerkenswert ist ihre Skepsis gegenüber der Politik aber auch der Wissenschaft, die sie in einem generalisierten „die“ zu einem abstrakten Akteur amalgamiert, dem sie zudem eine Abhängigkeit zum gesamten Wirtschaftssektor unterstellt. Aus dieser Weltsicht folgt für Sarah konsequent, dass allein die Verbraucher als Protagonisten eines Wandels in Betracht kommen. Ihre angesprochene globale Haltung schlägt sich insbesondere auch in ihrem Engagement im Internet nieder, so gehört sie zu einer regionalen Baumwatchgruppe, die sich für ihre Aktionen offline treffen, sich aber online organisieren. Ihr Anliegen ist dabei vor allem die Verbesserung der ökologischen Infrastruktur vor Ort. Das Internet spielt für sie sowohl als Instrument der Information eine Rolle wie auch als Instrument der Koordination (globaler) Protestaktionen. Ihre Haltung gegenüber Facebook ist ambivalent. Einerseits bemerkt sie, dass Facebook darauf ausgerichtet ist, Nutzer auszuspionieren und gezielt Werbung zu verbreiten, ande-

rerseits sieht sie die Vorteile dieser Art der Kommunikation für sich und andere politisch Aktive. Fröhlich stellt sie fest, dass es nicht so einfach sei, andere Nutzer bei Facebook für ein bestimmtes Thema zu begeistern, etwas, dass die Marketingstrategen bei Facebook (noch) nicht so umfassend verstanden hätten:

„Da muss es ganz schnell gehen und da nutzen diese Organisationen eigentlich auch Facebook schon sehr gut. Und wissen auch, wie sie da Leute aktivieren. Das ist wirklich schon sehr gut gelungen. Im Gegensatz zu, ich weiß nicht, reinen Marketingseiten, die, da merkt man manchmal: ok, die wollen irgendwas haben, aber wollen nichts geben. Also die wissen noch nicht so richtig, wie Facebook funktioniert oder so, aber das wird sich wahrscheinlich auch ändern und noch ein bisschen ausfeilen.“ (Ebd.: 67)

Auf diese Weise kann sie sich mit Facebook arrangieren – sie weiß, dass ihre Daten gesammelt werden, was ihr nicht gefällt, aber andererseits freut sie sich darüber, mit welchem Erfolg politische Organisationen Facebook „zweckentfremden“, um ihre Aktionen voranzubringen.

Sozialisation

Wichtig für Sarah ist ihre Sozialisation in der ehemaligen DDR. Mit zwanzig hat sie den Fall der Mauer miterlebt und hat diese Zeit als prägend für ihr Engagement und ihr Interesse empfunden:

„Die Erfahrung dann mit dem Mauerfall, das war dann auch ein sehr wichtiges Lebensereignis für uns alle, wo wir uns natürlich auch gefragt haben, was kommt denn jetzt? Was kommt jetzt? Wir hatten ja überhaupt keine Ahnung. Und schon aus dem Grunde musste man sich ja irgendwie informieren. Man hat da mehr oder weniger quasi alles aufgesaugt.“ (Ebd.: 8)

Die zukunfts offene Situation nach dem Fall der Mauer bedeutete aber nicht nur Unsicherheit, sondern auch eine Gelegenheit, die weitere Entwicklung mitzugestalten und sich einzubringen. Zu dieser Sichtweise massiv beigetragen hat der familiäre und weitere Bekanntenkreis, zu dem auch politische Gefangene gehörten, deren Anliegen und Ideen Sarahs Wahrnehmung für den politischen Gestaltungsraum, der sich nun eröffnete, schärfte:

„Da gab es auch politische Gefangene im Freundeskreis, was wir, wenn jetzt die Mauer fällt, was wir gerne hätten und was nicht, ne. Also wir wollten eigentlich keine Wiedervereinigung (lacht). Die wollten eigentlich so ein, so eine DDR, die so ganz langsam eventuell an das kapitalistische Marktsystem so rangetastet, ne? Wir wollten eigentlich auch alle mal kurz gucken gehen und dann wieder rüberkommen, ne, zurück.“ (Ebd.: 8)

Sie hat ihre gesamte Sozialisation als sehr politisch empfunden, wobei sie sich in einem linken Lager verortet, dass nicht nur durch seine politische Einstellung, sondern vor allem auch durch einen bestimmten Kleidungs- und Musikstil ge-

prägt war. *„Da kam es dann irgendwie dazu, dass wir so in dieser linken... wir haben dann alle möglichen Szenen ausprobiert, Linke und Gothic und was es da alles gab.“* (Ebd.: 12) Diese Textstelle lässt sich auch als Hinweis darauf verstehen, dass Sarah eine politische Orientierung als etwas versteht, was man „mal ausprobiert“ im Sinne sowohl von Selbsterfahrung wie auch eines bestimmten Stils. Bei ihrem damaligen Engagement sei es auch weniger um konkrete politische Ziele gegangen, als vielmehr um eine Gegenbewegung zur rechts gerichteten Radikalisierung der Gesellschaft:

„Und da war natürlich auch immer ein bisschen politisch, ne? Haben natürlich auch versucht, viele aufzufangen. Es durften nicht alle in dieses rechte Lager driften, weil alle hatten irgendwie die Schnauze voll von FDJ und Pionierorganisation. Viele sind dann auch, glaube ich, erst mal so aus Protest, erst mal so rechts geworden, ne.“ (Ebd.: 12)

Ihre DDR-Biographie nutzt sie als Erklärungsparadigma, um die von ihr wahrgenommene Passivität der meisten anderen Verbraucher zu erklären. Ihrer Ansicht nach ist gerade der Konsum dafür verantwortlich, nicht aktiv zu werden. Sich etwas Neues zu kaufen, würde die Aufmerksamkeit von Problemen ablenken, auch wenn es sich dabei nur um eine sehr kurzfristige Lösungsstrategie handele (ebd.: 125: *„Die haben zwar auch nicht am Hungertuch genagt, aber die hatten jetzt nichts, wo man sagen konnte: Ok, die sind ja irgendwie so ein bisschen lahm gelegt und ruhig gestellt. Die hatten sowieso schon wegen allem einen Hals.“*) Die Konsumgesellschaft in (West-)Deutschland steht ihrer Ansicht nach mit der fehlenden Bereitschaft, sich zu engagieren, in Verbindung. Statt politische Prozesse zu gestalten, sei es einfacher, sich etwas Neues zu kaufen und sich damit zu beschäftigen:

„Es kommt mir vor, als ob sie sich was zuführen wollen durch diesen Wahnsinns-Konsumwahn zu Weihnachten, was sie sonst nicht haben oder ob dabei ihnen irgendwas fehlt, weil sie leer sind. Und das ist glaube ich auch ein sehr hinderliches Ding, politisch zu werden.“ (Ebd.: 125)

Insofern ist aus Sarahs Sicht ein empfundener Mangel eine gute Ausgangsposition, um sich politisch zu engagieren. Das Problem ist ihrer Ansicht jedoch, dass Konsum dazu genutzt werde, die (innere) Leere zu kompensieren und damit das politische Aktionspotenzial nicht genutzt werde. Wenn es anderen nicht möglich sei – wie in der ehemaligen DDR – ihre Unzufriedenheit mittels Konsum zu kompensieren, steige die Bereitschaft sich zu engagieren. Trotzdem ist sie nicht der Ansicht, dass der Verbraucher verantwortlich ist für die aktuellen Problemlagen. Einerseits sei zu berücksichtigen, dass bei vielen, vor allem älteren (hier nennt sie ihre Mutter als Beispiel), noch immer ein Nachkriegs-Knappheits-

bewusstsein das Konsumverhalten beeinflusse. Andererseits verweist sie darauf, dass Verbraucher mittels Kampagnen (hier bezieht sie sich auf eine Kampagne in den 1970er Jahren, die die Akzeptanz für die Verwendung von chemischen Düngemitteln erhöhen sollten) in ihrem Konsumverhalten bestärkt würden (vgl. ebd.: 128). Dafür sei wiederum eine politische Klasse verantwortlich, die nicht den Willen der Wähler, sondern die Forderungen der Unternehmen umsetze. Sarah sieht eine ungesunde Verstrickung zwischen den potenziellen Akteuren eines gesamtgesellschaftlichen Wandels, auch das Wissenschaftssystem liefere keine unabhängige Forschung mehr, weshalb für sie auf der Hand liegt, dass als letzte Instanz nur der Konsument übrig bleibe, etwas zu ändern:

„Jetzt ist es natürlich schon so eingefahren, dass alle, die jetzt davon profitieren – die Politiker und vielleicht auch Hochschulen oder so, die von den Konzernen Geld kriegen – dass die natürlich alle davon profitieren und werden es wahrscheinlich nicht abgeben, weil jeder versucht zu sehen, wo er bleibt. Das heißt der einzige, der es jetzt eigentlich ändern kann, ist der Konsument, der jetzt sagt: ich kaufe diesen Scheiß nicht mehr.“ (Ebd.: 130)

Obwohl sie Wissenschaftlern wie Politikern mit einer grundlegenden Skepsis begegnet, zieht sie sich deshalb nicht zurück, im Gegenteil: Abgesehen davon, dass sie „*die nächsten Wahlen kaum abwarten*“ kann, besucht sie öffentliche Vorträge, in denen es um die Stadtentwicklung geht, um sich mit Input zu versorgen, aber auch, um zu sehen „*wie sind die Politiker hier drauf*“ (ebd.: 135). Es entspricht ihrem Bürgerleitbild, selbst aktiv zu sein, sich zu engagieren, sich ein eigenes Bild zu machen und das trotz ihrer Skepsis gegenüber den politischen Institutionen. Denn wenn sie – analog zu ihrer Sichtweise der Macht- und Interessenverteilung zwischen Unternehmen und Verbrauchern – politische Experten für vorrangig am Machterhalt interessiert einschätzt, trägt der Bürger als kontrollierende, Nachfragen stellende und im Notfall protestierende Instanz die gesellschaftliche Verantwortung. Im Kontext von Marktsteuerung liegt die Verantwortung, gesellschaftlichen Wandel voranzubringen demgegenüber beim Verbraucher, der dieser ganz konkret mittels seiner Boykott-Kraft nachkommen kann:

„wenn die das halt nicht einsehen, die sag ich jetzt mal in Anführungsstrichen, dass sich hier etwas ändern muss, dann kann nur der Konsument nachhelfen, denn wenn ein Unternehmen merkt, dieses und jenes Produkt wird einfach nicht mehr abgesetzt, wird nicht mehr gekauft, dann müssen sie sich nämlich auch hinsetzen und sich Gedanken machen: ja, warum wird es denn nicht mehr gekauft.“ (Ebd.: 141)

Sarah folgt damit der Logik, dass wenn Unternehmen und Politik gemeinschaftlich Ziele für sich definieren, der dritte Akteur in dieser Situation – der Bürger

und Verbraucher – ein Handlungsmuster finden muss, um beide zu treffen. Dieses Handlungsmuster bietet der politische Konsum:

„Wenn wir jetzt nur noch mal das Thema nehmen, wenn ich jetzt z.B. diese ganzen Produkte von Massentierhaltung ablehne und Bioobst, also diese ganzen Wachsäpfel und diesen ganzen Quark aus Neuseeland da nicht mehr kaufe, dann hat das einerseits eine Auswirkung auf den Handel, der darauf reagiert. Das wiederum hat auch politische Einflüsse. Ich höre immer viele Leute, die fordern immer irgendwelche gesetzlichen Regelungen, aber ich glaube, darauf können wir uns nicht verlassen. Wir müssen selber Entscheidungen treffen, sie selber treffen und auch dafür eintreten, für unsere Interessen.“ (Ebd.: 160)

Nichtregierungsorganisationen übernehmen für den Verbraucher eine zentrale Funktion, indem sie ihn mit Informationen versorgen. Denn Wissen, sich selbst und andere weiterbilden wie eine generelle Offenheit, für das, was gerade passiert, hält Sarah für die wichtigsten Aufgaben eines Bürgers (vgl. ebd.: 148). Gerade das Konkurrenzverhältnis verschiedener NRO zueinander sei wichtig, da nur so eine wechselseitige Validierung von Lösungsansätzen (wie Problemdefinitionen) gelingen könnte. Doch könnten NRO keine tragende Rolle als Akteure gesellschaftlichen Wandels übernehmen, dies steht im Gegensatz zu Sarahs Verbraucherleitbild: *„Aber wie gesagt, sie können eben nicht die Entscheidung, sein Konsumverhalten können sie ihm einfach nicht abnehmen. Das ist eine persönliche Entscheidung, die ich selber fällen muss.“* (Ebd.: 164)

Der Verbraucher hat das Recht, seine Entscheidungen persönlich und frei zu treffen. Er hat darüber hinaus aber auch die Pflicht, diese Entscheidungen zu treffen und vor sich selbst rechtfertigen zu müssen. Sarahs Verbraucherleitbild ist sehr stark von dem Willen zur Selbststeuerung geprägt. Deshalb lehnt sie auch politische Regulierung, zumindest für Verbraucher, ab:

„I: Und wo glaubst du, endet aber auch wiederum die Macht des Konsumenten?

P: Ich glaube nirgendwo.

I: Nirgendwo?

P: Ne. Nein, weil wenn du frei bist und selbst entscheiden kannst, dann hast du eigentlich die komplette Macht über das, was du zu dir nimmst. Mehr will man ja als Konsument auch gar nicht. Man will jetzt nicht Bundeskanzler werden oder so. Man will einfach nur sagen: ich bin ein freier Mensch. Ich möchte gern selber entscheiden und wissen, was ich zu mir nehme oder was dahinter steckt. Ich möchte die Sachen selber entscheiden. Ob ich das dann immer mache, konsumiere oder nicht. Viel wird uns ja einfach vorenthalten.“ (Ebd.: 158)

Der Konsum ist damit der Bereich des Lebens, den Sarah als den identifiziert, in dem sie frei sein kann oder zumindest könnte, würden ihr nicht wichtige Informationen vorenthalten. Dass sie in diesem Kontext von Macht spricht, deutet darauf hin, wie stark sie den Druck auf ihr Verhalten in anderen Kontexten empfindet und wie wichtig es für sie ist, Macht über das zu haben, was *„sie zu sich*

nimmt“. Letzteres beinhaltet einen starken Verweis auf den körperlichen Aspekt des Konsums und *etwas zu sich Nehmen, es in den Körper aufnehmen*, lässt nicht Assoziationen mit dem Recht auf körperliche Selbstbestimmung aufkommen, die hier – und bei politischem Konsum insgesamt – latent eine Rolle zu spielen scheinen. Daraus ließe sich zumindest die vorläufige Hypothese ableiten, dass Personen, die stärker sensibilisiert sind für oder potenziell betroffen von dem Verlust von Macht über ihren Körper – bspw. Jugendliche und Frauen – eine besondere Aufmerksamkeit dafür entwickeln, was sie freiwillig-wissentlich in ihren Körper aufnehmen. Als Bürger ist es ihre Pflicht oder Verantwortung, andere dabei zu unterstützen, sich ihrer Rechte und Macht als Verbraucher bewusst zu werden.¹⁴ Dazu bedient sie sich verschiedener Strategien; ihre Mikro-Kampagne mittels Waldtraut, dem virtuellen Baum, ist schon aus dem Tagebuch bekannt.

Entwicklung politischer Konsum

Ihr eigenes Engagement sieht sie zwar einerseits tief verwurzelt in dieser besonderen biographischen Konstellation, andererseits sei es auch ein langer Prozess gewesen, bis sie angefangen habe, ihre politischen Ziele und Überzeugungen in ihrer Alltagspraxis zu realisieren. Als Beispiel dafür nennt sie ihre mittlerweile fleischlose Ernährung, deren Vorboten sich bereits im Alter von 18, 19 andeuten¹⁵. Rückblickend empfindet Sarah ihre Entwicklung zur politischen Konsumentin als sehr langsamen Prozess. Sie erinnert sich daran, dass sie auch mit zwanzig schon emotional tief betroffen auf Berichte über Massentierhaltung oder Tiertransporte reagiert habe. Dies habe aber im besten Fall zu einem vorübergehenden Verzicht geführt. Auch als sie einige Zeit später einen vegetarischen Freund hatte, hat sie sich nicht dazu überwinden können, endgültig auf Fleisch zu verzichten. Damals hätte sie ihren Fleischkonsum so begründet, dass es letztlich nicht auf die eine Person ankomme, die kein Fleisch mehr esse, sondern es helfe nur die radikale Umkehr im Sinne einer großen Revolution („*zerschlagt*

14 „Aber wenn ich dann mal was aufschnappe, dann verbreite ich es natürlich auch in meinem Freundeskreis. Und wenn was ganz wichtig ist, was auch z.B. jetzt mal welche lesen, die zufällig auf mein Profil kommen, wenn die das lesen sollen. Weil es z.B. eine Weltsache ist, wo z.B. jetzt mit dieser Trinkwasserprivatisierung, ne. Dann können die das natürlich, dann sollen das natürlich alle lesen. Dann mache ich das öffentlich, um so viele Leute wie möglich zu aktivieren auch.“ (Ebd.: 71)

15 Angespielt wird hier auf die Sequenz in der sie sich an ihren Wunsch als Jugendliche erinnert, nachts Tiere zu befreien.

die Kuhställe“, ebd.: 92). Erst gemeinsam mit ihrem aktuellen Lebenspartner und infolge des damit verbundenen Umzugs in ein anderes Bundesland hat sie den Entschluss gefasst, vollständig auf Fleisch zu verzichten. Dem sei allerdings bereits ein sehr reduzierter Fleischkonsum vorausgegangen. Zunächst seien sie auf Biofleisch umgestiegen. Das hätte aber nicht ausgereicht, da sich die Haltung von Tieren auf Bio-Höfen nicht so von konventioneller Haltung unterscheidet, dass es für sie etwas anderes sei. Also hätten sie nach und nach immer weniger tierhaltige Lebensmittel konsumiert. Wichtig sei daran gewesen, nicht zu streng mit sich selbst zu sein. Wenn man irgendwo zu Gast sei und es seien winzige Tierbestandteile in der Nahrung vorhanden, sei es sich selbst und dem Gastgeber gegenüber feindselig, deshalb auf das Angebot zu verzichten. Sie erzählt, dass sie es sogar gut fände, von Zeit zu Zeit ein Stück Wurst oder Fleisch zu essen, um zu testen, ob es ihr noch schmecke. Dabei stelle sie immer wieder fest, dass es ihr nicht mehr schmecke, was sie darauf zurückführt, dass sich ihre Geschmacksrezeptoren an andere Kost gewöhnt hätten (vgl. ebd.: 94). Im nächsten Schritt wollten sie auch Eier und Milch weglassen. Doch als Sarah gelesen hat, dass Milch-Alternativen meist aus gentechnisch verändertem Soja gemacht seien, selbst Bio-Soja, ist sie gerne wieder auf Kuhmilch umgestiegen. Dass sie nun ausgerechnet diese Information als richtig und derart wichtig empfand, dass sie ihre alten Konsumgewohnheiten wieder re-aktiviert hat, kann so interpretiert werden, dass Informationen dann handlungsrelevant werden, wenn sie eine Bestätigung oder aber eine Begründung für die Beibehaltung von Konsumgewohnheiten beinhalten. Sie findet das legitim:

„Ich muss irgendwie versuchen, in meinem Alltag, wo es ja eigentlich fast unmöglich ist, sich noch irgendwie gesund zu ernähren, wenn man einkaufen geht, irgendwie so einen Weg finden, wie der für gut ist. Es ist natürlich für mich privat jetzt auch sehr vorteilhaft, sich gesund mit viel Gemüse zu ernähren.“ (Ebd.: 97)

Unter Umständen liegt auch daran die Schwierigkeit, auf Milchprodukte zu verzichten: Da die eigene Gesundheit auch bei Sarahs Überlegungen eine Rolle spielt, wenn sie vielleicht auch nicht immer explizit wird, kann auf Fleisch sowohl aus Gründen des Tierschutzes wie auch aus Gründen der eigenen Gesundheit verzichtet werden. Milchprodukte zu ersetzen steht in dieser Hinsicht in keinem Verhältnis zum Gewinn. In der Umkehr heißt das, dass eine Entscheidung zur Veränderung von Konsum dort am wahrscheinlichsten ist, wo unterschiedliche Motivlagen zusammen kommen. Dieser Aspekt kann auch noch einmal daran erinnern, was im Kapitel über die empirischen Daten zu politischen Konsum berichtet wurde. Zur Erinnerung: Stolle/Micheletti (2003) fanden heraus, dass der politische Konsum von Frauen sich aus mehr Motivquellen speist als der von

Männern. Insofern also, dass bei Frauen immer mehrere Motivquellen aktiviert werden können: Schutz der Umwelt, Schutz des Tieres, Sorge um die eigene Gesundheit, ist es folglich wahrscheinlich, dass ihnen eine Entscheidung für ein anderes Konsumverhalten gelingt (vgl. ebd.).

Über ihre Überlegungen, mit welcher Methode man andere am ehesten dazu motivieren kann, sein Konsumverhalten zu verändern, erinnert sie sich daran, wie schwer es ihr in der ersten Zeit gefallen sei. Wenn man ernsthaft nach ethischen Prinzipien einkaufen wolle, stelle man schnell fest, dass man mit leeren Einkaufswagen nachhause komme (vgl. ebd.: 116). Doch nach der ersten Zeit käme es zu einer Routinisierung. Es müsse gelingen, den schmerzhaften Prozess, seine (Konsum-)Gewohnheiten zu verändern „durchzustehen“, um neue Gewohnheiten zu schaffen:

„Aber mit der Zeit weiß man ja dann auch schon, hier an der Reihe kann ich gleich vorbei gehen, das schleift sich dann alles ein. Es ist sehr wohl notwendig, sehr wohl möglich. Aller Anfang ist schwer, natürlich auch beim Konsum, aber irgendwie geht das dann in Fleisch und Blut über. Das ist dann auch nicht mehr anstrengend.“ (Ebd.: 117)

Zu berücksichtigen sei, dass man von anderen nichts verlange, was für deren Alltag nicht praktikierbar sei. Als Beispiel nennt sie den Fall einer vollberufstätigen Frau, die zudem auch noch Mutter zweier Kinder sei. Die habe weder Zeit noch Gelegenheit, sich und ihre Familie mittels eines eigenen Gartens zu versorgen, sehe aber immer neidvoll auf die Bekannten, die regelmäßig auf einem De-meter-Bauernhof in der Gegend einkauften. Daraufhin habe Sarah ihr die Internet-Adresse eines Bio-Kiste-Lieferanten gegeben und nun sei die Bekannte „*stolze Bio-Kiste-Abonnentin*“. Es ist diese Art des Engagements, das Sarah so wichtig findet (und damit hat womöglich nicht unrecht, denn eine solche Form der Beratung, die an der jeweilig konkret gegebenen Lebenssituation einer anderen Person angreift, entspricht dem, was am ehesten dazu beiträgt, neue Konsumgewohnheiten zu implementieren, ist aber, wie offensichtlich sein sollte, von einer One-to-Many-Kommunikationssituation aus nicht zu leisten):

„Also die machen dann eigentlich auch schon wieder eine politische Aktion und lehnen damit indirekt diese industrielle Landwirtschaft ab und konsumieren von ökologischer Landwirtschaft Produkte, sind quasi als Konsumenten aus der anderen Geschichte raus zum Großteil. Und das sind alles solche Sachen, die man dann so erreichen kann einfach durch gegenseitiges Informieren ohne Missionieren.“ (Ebd.: 113)

Für Sarah bedeutet dieser Fall einen politischen Erfolg, da es ihr gelungen ist, durch die Weitergabe der richtigen Information – was heißt, der die Lebenssituation angemessen berücksichtigenden Information – eine weitere Verbraucherin davon zu überzeugen, abseits des Konsum-Mainstreams zu handeln. Warum Sa-

rah nun erst mit ihrem aktuellen Lebenspartner begonnen hat, selbst ihren Konsum umzustellen, wird aus dem Interview nicht ersichtlich. Zu vermuten ist auf Basis der Feldnotizen, dass der Umzug in eine, wie sie findet, zugebaute, graue Großstadt sowie die notwendige Neustrukturierung des Alltags durch das Zusammenziehen mit einer anderen Person das Gelegenheitsfenster boten, die politischen Konsumpraktiken in die Tat umzusetzen. Das Zusammenziehen mit ihrem Freund beschreibt sie als keine große Veränderung für sich selbst, sondern eher für ihren Freund. Sie charakterisiert ihn als einen Schnäppchenjäger, der gerne die Zeitungsbeilagen ausgiebig studiert oder zum Zeitvertreib in ein Einkaufscenter fährt, um Shoppen zu gehen. Diese Praktiken stoßen Sarah ab, da sie sich immer die Frage stellt, ob sie etwas braucht und wenn nicht, gibt es auch keinen Grund, in ein Werbeblatt oder ein Shopping-Center zu schauen:

„Manchmal fällt er auch noch mal, kriegt er so Rückfälle: Ah, guck mal hier gibt es hier das für nur so viel Geld. Da sag ich dann: Brauchen wir das? Ne. Na also. Toll, hier, T-Shirt für 3,99 €, wisst ihr, wie es hergestellt worden ist? Ja, stimmt, ja. Also ich musste eigentlich nicht viel ändern. Sagen wir mal so. Ich habe das alles noch ein bisschen mehr vertieft.“ (Ebd.: 194)

Da sie in ihrem Partner jemanden hat, der zumindest auf der Ebene der Alltagspraktiken eine Provokation darstellt, fühlt sie sich auf der Gegenseite dazu gezwungen, noch konsequenter zu handeln, entweder weil sie ihm keine Angriffsfläche bieten will oder weil seine konventionellen Konsumpraktiken bei ihr immer wieder zu einer Aktualisierung ihrer Perspektive auf Konsum führen.

Mediennutzung

Sarah zählt sich selbst zu den Internetpionieren. Sie erinnert sich daran, wie sie noch mit einem Modem online gegangen sei und dass die Internetnutzung damals noch ganz anders funktioniert habe:

„Ich glaube, da war das Internet vorrangig noch nicht so ein, äh, Ding, wo man sich schnell mal informiert, weil die Seiten haben sich auch nicht schnell aufgerufen. Es war eigentlich so eine Geduldssache, ne, sagen wir mal... Aber eigentlich nur, äh... wo man schon wusste, dass ich irgendwie denk, cool, da bin, da geh ich jetzt hin und da bleib ich jetzt erst mal fünf Minuten, ohne mich gleich wegklicken zu müssen.“ (Ebd.: 25)

Sarah beschreibt hier eine Zeit des WWW, wo es noch wesentlich weniger Verweise in Form von Hyperlinks gab, was dem Nutzer ein sequentielles Lesen ermöglichte. Das sich „gleich wegklicken zu müssen“ ist ein Phänomen, das erst mit der zunehmenden Vernetzung zwischen Webseiten aufgetreten ist und die Art der Nutzung verändert hat, indem Inhalte immer stärker situativ und individuell abgerufen werden, während die Rahmung des Inhalts – die Webseite – im

Grunde kaum noch eine Rolle spielt. Mittlerweile ist das Internet integraler Bestandteil von Sarahs Alltag, was, wie im Rahmen des Interviews in einem Nebensatz fällt, nicht zuletzt durch ihren Beruf als Webdesignerin begründet ist. Facebook stand sie ursprünglich sehr skeptisch gegenüber, meldete sich an, guckte sich alles kurz an und meldete sich wieder ab bzw. überließ ihr Profil zwei Jahre sich selbst, da es ihr, wie sie ärgerlich bemerkt, unmöglich war, das Profil zu löschen. Zwei Jahre später entschied sie sich, noch einmal zu schauen, ob sich mittlerweile etwas verändert hätte und stellte fest „*Guck mal, hier wären ja irgendwie ein paar Freunde*“ (ebd.: 39). Ein halbes Jahr später sei die Zahl ihrer Facebook-Freunde dann stark angewachsen und „*da habe ich mir gedacht: ,Wenn man das so nutzt, erreicht man doch eigentlich sehr viel*“ (ebd.: 41). In der Kommunikation mittels Facebook sieht sie vor allem den Vorteil, Kontakt mit Personen aufzunehmen, mit denen man normalerweise nicht in Berührung komme, mit denen aber ein wechselseitiger Informationsaustausch sehr wertvoll sei. So könne man bspw. die US-Amerikaner auf Vorbehalte gegen gentechnisch veränderte Saat aufmerksam machen, die auf Studien basieren, zu denen sie normalerweise – z.B. wegen sprachlicher Barrieren – keinen Zugriff gehabt hätten.

Über Waldtraut, den virtuellen Baum, konnte schon über das Tagebuch eine Vielzahl von Einsichten gewonnen werden. Im Interview rekonstruiert Sarah nochmals wie es zu der Schöpfung dieses Charakters kam und welche unterschiedlichen Funktionen Waldtraut nicht nur online, sondern auch offline erfüllt. Ein interessanter Aspekt ist hier außerdem, dass Waldtraut zwar inspiriert und gerahmt wurde durch eine Greenpeace Kampagne, Sarah jedoch von Beginn an darauf geachtet hat, die Profil-Seite „*Greenpeace-frei*“ zu halten.

„Und ich habe das auch von Anfang an auf dieser Facebook-Seite bewusst Greenpeace-frei gehalten. Das war natürlich für die eine schöne Ergänzung, was ich da gemacht habe, aber deswegen kann ich das jetzt auch weiterführen, auch wenn Greenpeace sagt: So, wir haben die Kampagne jetzt beendet. Da kann ich das trotzdem immer weitermachen. Das war mir von Anfang an auch wichtig, dass ich dann nicht irgendwann aufhören muss und die sagen: Nein, wir möchten nicht mehr, dass du darüber schreibst, weil wir machen jetzt ein anderes Thema. Das ist nicht so meine Sache, mich so bestimmen zu lassen.“ (Ebd.: 79)

Tatsächlich scheint Sarah schon in dem Moment als sie die Verantwortung für diese Mikro-Kampagne übernommen hat, über ein unabhängigeres Engagement nachgedacht zu haben, denn als Greenpeace die Kampagne zum Schutz der Wälder einstellt, tritt sie aus der Organisation aus. Als Begründung gibt sie an, dass die Strategie von Greenpeace, über einen begrenzten Zeitraum maximale Aufmerksamkeit für ein Thema zu generieren nicht mit ihrer Vorstellung, wie

Anliegen vertreten werden sollten, übereinstimme. Ihre Strategie besteht nun darin, weiterhin mittels Waldtraut neue Interessierte für ihre Themen zu gewinnen und parallel dazu lokal mit anderen gemeinsam aktiv zu sein. Dabei darf auch Waldtraut eine Rolle spielen, gerade wenn es um Jugendarbeit geht, hätte sich Waldtraut als sehr nützlich erwiesen, Kindern die Notwendigkeit des Erhalts von natürlichen Lebensräumen anschaulich nahezubringen:

„Da fahren die Kinder heute total darauf ab, so basteln und durch den Wald oder irgendwas. So kann man das eigentlich nur machen. Leute irgendwie aufklären. Von daher muss irgendwann dieses Online und dieses richtige, sag ich jetzt mal, dieses im realen Leben, irgendwie ein gutes Gleichgewicht haben.“ (Ebd.: 83)

Nicht zuletzt dürfte es auch für Sarahs Gefühl von Selbstwirksamkeit eine enorm wichtige Rolle spielen, konkret die Auswirkungen ihres Engagements zu sehen – die Akzeptanz von Seiten der Kinder und der Kommunalverwaltung, die wechselseitige Anerkennung in der Gruppe und schließlich auch die neu entstandenen Grünflächen, Bäume, Insektenhotels usw.

Zwischenfazit

Aus dem Interview konnten einige weiterführende Erkenntnisse abgeleitet werden, die helfen, das Verhältnis von Konsum und Politik in Sarahs Alltagspraxis in seiner Strukturierung besser zu begreifen. Erst aus dem unterschiedlichen Verbraucher- und Bürgerleitbild lassen sich die verschiedenen Praktiken-Komplexe in ihrer jeweiligen Funktion für Sarah besser verstehen. Sarahs Verbraucherleitbild und Sarahs Bürgerverständnis sind nicht dasselbe, sondern stehen in einem spezifischen Verhältnis, das sich bis auf die Ebene der Alltagspraktiken niederschlägt. Sarahs starke Betonung des Rechts und der Möglichkeit zur Selbststeuerung speist sich primär aus ihrem Verbraucherleitbild – der Verbraucher hat das Recht und die Pflicht in Bezug zu seiner eigenen Person Entscheidungen zu treffen. Warum diese Entscheidungen sich nun an Kriterien des Gemeinwohls ausrichten sollen, ist aus dem Verbraucherleitbild allein nicht abzuleiten. Zwar sei für das Treffen von Entscheidungen eine Kenntnisnahme und Bewertung von Informationen fundamental, aber daraus lässt sich ebenfalls noch keine Moralisierung des Konsums ableiten. Die Verantwortung für den Konsumenten ergibt sich aus dem Versagen der kollektiven Akteure, für Sarah insbesondere der politischen Akteure und des Wissenschaftssystems. Für einen aktiven Bürger sei ersichtlich, dass die eigentlich verantwortlichen Akteure ihren Aufgaben nicht (mehr) nachkommen würden, woraus sich die Pflicht ergibt, sich als Bürger zu engagieren. Da über das politische System jedoch kein Druck aus-

zählen sei, muss der Bürger sich wiederum dem Handlungsrepertoire des Verbrauchers bedienen, um Markt und Politik gleichermaßen unter Druck setzen zu können. Für den Verbraucher bedeutet dies, dass er seine freie und persönliche Entscheidung (paradoxaerweise) nun an Kriterien ausrichten müsste, die unter Umständen seine Entscheidungsfreiheit beschränken. Für Sarah entsteht dieses Dilemma jedoch nicht, da es ihr gelingt, ihr eigenes Interesse mit ihrer Definition von Gemeinwohl in Deckung zu bringen und zudem aus der Verantwortung, die der Verbraucher als Bürger hat, Informationsrechte abzuleiten, die der Autonomie des Verbrauchers zugutekommen. Darüber hinaus stellt die Diskrepanz zwischen Gemeinwohlorientierung und Konsumentenfreiheit einen Erfahrungs- und Reflexionsraum bereit, der es Sarah ermöglicht, auszutesten, was sie als Konsument eigentlich will und braucht. Die durch die Vermittlung zwischen Gemeinwohlorientierung und Konsumbedürfnis resultierenden Konflikte stellen weniger ein Hindernis dar, sondern sprechen Sarah als Prosumerin an, die kreativ und selbsttätig Probleme in Gelegenheiten umwandelt, um ihr Repertoire an Wissen und Fähigkeiten, als Bürgerin und als Konsumentin, zu erweitern. Das Social Web dient Sarah als eine entscheidende Ressource für Information, aber auch als Raum für Experimente und die Verarbeitung von Information durch Interaktion und Reflexion mit anderen. Das Social Web als Bildungs-Ressource, aber auch als Ressource der wechselseitigen Solidarisierung und damit der Anerkennung als Bürgerin mit legitimen Ansprüchen und Anliegen wird so zu einem entscheidenden Katalysator auf dem Weg, sich zu einem Typ autonomer Bürgerin, mit eigenen politischen Zielvorstellungen und eigenen Modi und Strategien des Aktiv-Seins, zu entwickeln. Das Prosuming betrifft hier also nicht nur den Bereich des Konsums, der Herstellung eigener Produkte, sondern auch den der Politik, da Sarah eine eigene politische Agenda entwickelt. Bei deren Bearbeitung greift sie zwar punktuell auf Angebote von NRO sowie lokaler Bürgerinitiativen, doch steht eine Mitgliedschaft und die Übernahme einer kollektiven politischen Identität dieser individualisierten politischen Identität entgegen. Beim Ausprobieren unterschiedlicher Ausprägungen und kommunikativer Stile von politischer Identität macht Sarah Gebrauch von den Möglichkeiten, die sich ihr durch das Social Web anbieten. Auf diese Weise erprobt sie nicht nur die Wirksamkeit unterschiedlicher Kommunikationsstrategien, um andere Verbraucher für ihre Anliegen zu interessieren, es stellt auch den Ausgangspunkt von zunehmend im Bereich des Offline-Alltags stattfindenden Aktionen dar. Diese Kopplung wird beispielsweise durch die Übernahme der Online-Administration einer lokalen Aktionsgruppe deutlich. Die Teilnahme an deren Aktionen verstärkt Sarahs Gefühl politischer Selbstwirksamkeit, da sie die Auswirkungen ihrer Handlungen direkt beobachten kann. Diese Bestätigung der Selbstwirk-

samkeit des eigenen Handelns speist sich aus Sarahs lokalem, politischem Engagement wie auch aus ihren Prosuming-Praktiken: Beide Engagementformen stellen sie vor Herausforderungen und Probleme, die Sarah – nicht zuletzt unter Zuhilfenahme des Social Web – zu lösen vermag, was ihr Repertoire an Kompetenzen bereichert, ihr aber auch konkrete Anerkennung durch die lokalen Interaktionspartner (Schule, Schüler, Kommunalverwaltung, Mitstreiter) einbringt. Die politische Alltagspraxis selbst stellt sich als Gelegenheit der Selbstaktualisierung dar, die körperliche Selbsterfahrung und moralische Anforderungen an einem Ort in Zusammenhang bringt, der aufgrund seiner Privatheit Schutz bietet, sich der eigenen Präferenzen und den Grenzen der eigenen Leistungsfähigkeit zu vergewissern. Die Frage, was will ich und wer bin ich, wird ergänzt durch die Fragen, warum will ich und wer kann ich sein?

Um noch einmal Bezug zu nehmen zur Vermittlung zwischen Verbraucher- und Bürgeridentität, auf deren spezifisches Verhältnis eingangs hingedeutet wurde: Sarahs Identität als Verbraucher ist insofern verhältnismäßig schwach ausgeprägt, wie es das Verständnis vom typisch weiblichen Konsumenten nahelegt. Denn Sarah war schon vor Beginn ihres verbraucherpolitischen Engagements kaum der Typ Verbraucherin, der Kaufen als eine Art von vergnüglichem Zeitvertreib, eher emotionalen Bedürfnissen als konkreten Zielen folgend, sieht. Tatsächlich stellt sich die Rollenverteilung in der Beziehung zu ihrem Lebensgefährten genau umgekehrt dar: Sie ist diejenige, die Shopping-Touren als Freizeitgestaltung ablehnt, Werbeprospekte ungelesen in der Papiertonne entsorgt und auch den wöchentlichen Lebensmittelbedarf nur mit Widerstreben durch den Gang in den Supermarkt besorgt. Insofern trifft die Politisierung des Konsums hier auf eine bestimmte Verbraucherpraxis, der die Implementierung einer moralischen Haltung des Weniger-Verbrauchens, des Ressourcen-Schonens und alternativ Produzierens bzw. Konsumierens nicht nur leicht fällt, sondern sogar einen politischen Begründungszusammenhang für ohnehin bereits angelegte Dispositionen liefert. Diese erfahren nun eine Verstärkung und können durch ihre politisch-moralisch Um- und Aufwertung gegen etwaige Vorwürfe, sich nicht angemessen zu verhalten, verteidigt werden. Demgegenüber erscheint Sarahs Identität als Bürgerin schon vor der Politisierung ihres Alltagskonsums eher stark ausgeprägt, wozu nicht zuletzt ihre Sozialisation in der DDR beigetragen hat. So hat sie eine außerordentliche Wertschätzung für das Recht auf freie Meinungsäußerung, aber auch Umweltschutz entwickelt. Hinzu kommt aber eine auffällig kritische Haltung gegenüber jeder Art von politischer oder eher staatlicher Institution, woraus sie einerseits ableitet, sich zwar nicht z.B. in Parteien zu beteiligen, deren Politik aber andererseits besonders aufmerksam zu verfolgen. Dazu nutzt sie das World Wide Web als Informationsquelle, wobei ihre Strategie

darin besteht, gerade auch Hinweise aus ihrem sozialen Online-Netzwerk und Nachrichten aus anderen Ländern aufzunehmen. Diese bieten ihr einen Kontrast, mittels dessen sie politische Prozesse in Deutschland bewertet. Auffällig dabei ist nicht nur ihre Skepsis gegenüber der Wirtschaft und dem Staat, sondern auch gegenüber der Wissenschaft. Hier vertraut sie am ehesten von NRO in Auftrag gegebenen Studien, was sich ebenfalls in ihren Recherchestrategien niederschlägt.

JANA PETERS

Jana Peters ist mit Mitte dreißig, etwas jünger als Sarah, arbeitet als Fremdsprachensekretärin und lebt allein in einer Mietwohnung in einer Großstadt in Westdeutschland. Würde man nun den Fragebogen, den die Teilnehmerinnen zu Beginn des Forschungsprojekts auszufüllen hatten, heranziehen, würde man zwischen Sarah und Jana kaum Unterschiede feststellen: Die Fragen zum politischen Konsum haben beide identisch beantwortet und auch in Bezug zu ihren Internetaktivitäten lassen sich nur wenig Unterschiede feststellen, abgesehen davon, dass Sarah angab, nur wenig im Social Web aktiv zu sein und dafür fünf andere Webseiten nannte, die sie häufig besuche, während Jana angab, sehr stark das Social Web, primär Facebook und Youtube, zu nutzen. Diese, auf den ersten Blick, eher geringfügigen Unterschiede werden aber sehr viel größer, zieht man die Tagebücher als Datenquelle hinzu und vertieft den Aspekt der Mediennutzung im Hinblick auf das Verhältnis von online und offline. Im Einführungsinterview erzählt Jana, dass sie seit 15 Monaten vegan lebt, was eine vollständige Neuausrichtung ihres Lebens- und Konsumstils nach sich gezogen hätte. Ihre beste Freundin lebe bereits seit fast zehn Jahren vegan und die Diskussionen in der Vergangenheit hätten sie immer wieder zum Nachdenken über eine mögliche Veränderung gebracht. Ausschlaggebend sei dann eine Broschüre gewesen, die sie im Anschluss an eine dieser Diskussionen gelesen habe. Ihre Gesundheit habe bei dieser Entscheidung selbstverständlich auch eine Rolle gespielt, genauso wichtig seien ihr jedoch die Rechte von Tieren sowie fairer Handel und Menschenrechte. Nebenbei erwähnt sie, dass eine Ernährungsberaterin vor zwei Jahren eine Essstörung bei ihr festgestellt habe. Die Umstellung ihrer Ernährung hätte nun nicht dazu beigetragen, dass sie sich gesundheitlich besser fühle, wichtig sei mehr das Gefühl, jetzt etwas Gutes zu tun. Einschränkungen gebe es allerdings noch insbesondere in sozialen Kontexten, weil sie sich nicht bei jedem Restaurantbesuch mit ihren nicht-veganen Freunden anlegen möchte. Ihre Umstellung auf vegan hat sie auch für weitere Ansatzpunkte eines politischen Konsums sensibilisiert,

besonders wichtig sei es ihr, außer Fairtrade, bio, vegan auch die lokale Infrastruktur zu unterstützen. Die Umsetzung dieser Kriterien fällt ihr aber nicht leicht, sie hat diesbezüglich (noch) keine Routine in ihren Konsumpraktiken offline etablieren können und kauft dann doch häufig online. Hier möchte sie vor allem kleine, neue Shops unterstützen und, um ihre Unterstützung möglichst allen zukommen zu lassen, wechselt sie die Shops häufig. Anregungen zu neuen Online-Shops bekommt sie u.a. über NRO wie PETA oder dem Vegetarierbund, durch deren Mitgliedskarten man in den Shops auch Rabatt bekäme. Auf die Frage, ob sie Prioritäten in Bezug auf die Kriterien für politischen Konsum habe, setzt sie Fairtrade auf den ersten Platz, gefolgt von Bio auf dem zweiten und Regionalität auf dem dritten. Diese Kriterien wendet sie nicht nur auf Lebensmittel, sondern auch auf Kleidung, Kosmetik und andere Alltagsgegenstände, z.B. Möbel, an. Als zentrales Thema nennt sie Gerechtigkeit, allerdings habe sie keinerlei politische Ambitionen – sie sieht keine Schnittmenge zwischen dem, was sie in ihrem privaten Konsumalltag macht und der Politik. Andererseits möchte sie ihre Konsumententscheidungen durchaus als politisches Statement verstanden wissen. Sie sieht sich im Moment noch am Anfang einer Entwicklung und ist deshalb verärgert über Kommentare ihrer Schwester, sie solle ihren Konsum und insbesondere ihren Medienkonsum doch erst einmal ein wenig mehr einschränken. Doch Jana gesteht ein, weiterhin ein Interesse an neuen und schönen Dingen zu haben, sie plant, demnächst mehr auf Tausch- und Gebrauchtwarenbörsen umzusteigen, um für sich neue Dinge zu haben, die durchaus schon gebraucht sein dürften. Aus ökologischen wie finanziellen Gründen fährt sie mit dem Bus und verzichtet auf Flugreisen. Selbstironisch bemerkt sie, dass sich ihre, als finanziell angespannt empfundene Situation, an dieser Stelle positiv auf die Umwelt auswirke. Ihre Mediennutzung ist stark auf Facebook konzentriert. Sie meint, dass, müsste sie nicht arbeiten, sie 24 Stunden online wäre. Sie sucht auf Facebook nach Informationen und Anregungen, veröffentlicht selbst Inhalte und verbreitet E-Petitionen. Sie ist (auf Facebook) Mitglied verschiedener Gruppen und Nichtregierungsorganisationen. Weil sie den Wunsch hat, sich auch in ihre Stadt mehr einzubringen, ist sie in eine entsprechende Gruppe eingetreten, hat die Hürde zu einem offline Treffen aber noch nicht nehmen können. Auf das Schreiben eines Tagebuchs freut sie sich. Im Grunde sei ihre Facebook-Seite schon so etwas wie ein Tagebuch, weshalb es ihr bestimmt nicht schwer falle, das noch auszuführen.

Tagebuch Jana Peters

Janas Mediennutzungsverhalten ist fest eingebettet in ihre tägliche Routine. So pflegt sie mindestens zweimal pro Tag ihr Facebook-Profil: Zum Frühstück und zum Mittagessen. Es ist ihr dabei wichtig, einen „schönen“ Mix zu kreieren, vermutlich, um das Interesse ihrer verschiedenen Facebook-Freunde wachzuhalten, aber auch, da ihr Facebook-Profil viele Informationen über sie selbst enthält. Insofern steht ihre Facebook-Präsenz im Wesentlichen für die Aspekte ihrer selbst, die sie gerne über sich kommunizieren möchte. Im Hinblick auf ihre Informationspraktiken bedient sie sich primär der Benachrichtigungsfunktionen des Online-Portals. Sie hat Status-Nachrichten von Personen abonniert, die sie interessant findet oder deren Lebens- und Konsumstil sie bewundert. Auf diese Weise bleibt sie auf dem Laufenden. Zudem nutzt sie die Seite *Biodeals*, um neue Webseiten und Online-Shops kennenzulernen, die sie dann wiederum über Facebook verbreitet. Sie hält die Weitergabe von Informationen für ihre Pflicht, insbesondere, wenn es um Tierschutz geht. Sie ist nicht nur in einer veganen Gruppe bei Facebook, sondern darüber hinaus auch noch bei einem Vegan-Blog aktiv. Aber nicht nur die Weitergabe von Informationen gehört zu den täglichen Medienpraktiken von Jana, auch das Unterschreiben und Weiterverbreiten von Petitionen, die sich oft mit ganz unterschiedlichen Anliegen befassen. Das Internet stellt für Jana jedoch nicht nur ein Instrument dar, sich mit anderen zu vernetzen und Informationen auszutauschen, sondern ist darüber hinaus auch ein Unterhaltungs- und Shoppingmedium. Beispielsweise nutzt sie die Möglichkeit, kostenlos an Musik heranzukommen, Fernsehsendungen über Online-Mediatheken abzurufen oder an erlebnisorientierten Shoppingumgebungen teilzuhaben. In Bezug auf ihre Mediennutzung ist zudem noch herauszustreichen, dass sie sich stark an Prominenten orientiert, also Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens, die ihre Einstellung in Bezug auf Tiere und Umwelt teilen und medial bewerben. Diese fungieren für sie sowohl als Vorbilder wie auch als Unterstützer ihrer eigenen Denkweise.

Für Jana stellt der alltägliche Konsum eine Herausforderung dar und steht in einem engen Verhältnis zu ihrem Selbstbild. Sie hat sich verschiedene Ziele gesetzt, z.B. vollständig auf FairTrade Produkte umzusteigen, Lebensmittel nur noch regional zu kaufen (vgl. ebd.: 219–225), auf Palmöl zu verzichten (vgl. ebd.: 369) und bei der Energienutzung (vgl. ebd.: 534) auf die Schädigung der Umwelt, vor allem der Tierwelt zu verzichten. Mitgefühl mit Tieren zu haben, ist für sie ein besonders starkes Motiv, so ist sie überzeugte Veganerin, Mitglied in einem Vegan-Blog und nutzt ihre Facebook-Präsenz, um andere auf das Leiden von Tieren aufmerksam zu machen (vgl. ebd.: 539–551). Dabei sind ihre Kon-

sumpraktiken im Alltag häufig mit starken Emotionen verbunden. Bei der Schilderung des Besuchs eines neuen Bio-Supermarkts beschreibt sie ein Hochgefühl, dass sie beim Kontakt mit den „schönen“ Produkten und den freundlichen Mitarbeitern empfunden habe, während sie beim Kauf von Bio-, aber nicht regionalen Pfirsichen ein Schuldgefühl feststellt. Generell neigt sie bei nicht Einhaltung ihrer Regeln, wie dem Verzicht auf nicht faire Schokolade, zu Schuldgefühlen, die sie aufzulösen versucht, indem sie sie auf ihre finanzielle Situation schiebt. Da sie ihre eingeschränkten finanziellen Möglichkeiten als vorübergehend empfindet, projiziert sie ein ihrer Ansicht nach optimales Konsumverhalten in ihre Zukunft. Der Wunsch, sich ihren Regeln entsprechend zu verhalten, wird somit Teil eines Identitätsprojekts. Sie kauft in vielen verschiedenen Läden ein, was darauf hindeutet, dass sie über keine ausgeprägte Konsumroutine verfügt. Sie schildert, dass sie ihren Kaffee sowohl bei Real, wie auch bei Aldi und Rossmann kauft, die alle Fairtrade-Kaffee anbieten, kauft dann aber „unfaire“ Schokolade, wenn sie gerade keine hat und auf das Angebot des Einkaufsmarktes zurückgreift, der gerade am nächsten ist. Das Umherstreifen durch verschiedene Geschäfte scheint ein wesentlicher Bestandteil nicht nur ihrer Konsumpraktiken, sondern ihres Alltags insgesamt, als eine Art Freizeitbeschäftigung zu sein. Das unterscheidet ihre Konsumpraxis von einigen anderen der Teilnehmerinnen, die eine enge Auswahl von Geschäften haben, die sie entweder für vertrauenswürdig halten oder die sie aus pragmatischen Gründen regelmäßig besuchen (liegt auf dem Weg, das Angebot ist bekannt, ich weiß, wo alles steht).

Feinanalyse Tagebuch

Das Tagebuch von Jana Peters unterscheidet sich inhaltlich erheblich von Sarahs. Der Fokus bei Jana liegt, wie schon die erste Sequenz zeigt, in der sie die Entdeckung eines neuen Online-Shops für Naturkosmetik mitteilt, klar auf der ökonomischen Ebene. Ihrer eigenen Priorisierung folgend werden nun zunächst die Online-Praktiken in den Blick genommen und wie im vorangehenden Fall auf Routine und Transformation untersucht. Da Jana, wie sie selbst sagt, noch am Anfang ihres Entwicklungsprojekts zu 100% fairem Konsum steht, könnten sich transformatorische Aspekte vermehrt verfolgen lassen. Ihr erster Eintrag bezieht sich auf das Entdecken eines neuen Onlineshops über die Seite Biodeals¹⁶.

16 Die Webseite ist mittlerweile umbenannt in www.greenestgreen.de und wird von der biodeals UG betrieben. Es handelt sich um eine Plattform, auf der wechselnde Unternehmen aus dem Bereich Fairtrade, Bio, vegan und Energie(-sparen) stark vergünstigt

Die Suche nach neuen Shops gehört zu Janas täglicher Internetroutine („*wieder einen neuen Online-Shop für Naturkosmetik entdeckt*“, ebd.: 186). Vermutlich angestoßen von ihrem Wunsch, ihren Konsumstil zu ändern, ist sie auf der Suche nach neuen Shops und neuen Produkten. Die alternative Lesart wäre, dass ihre Konsumpraktiken bereits vor ihrem Entschluss, ihren Lebensstil zu verändern, durch eine Orientierung auf Neues gekennzeichnet gewesen sind. Die Neuausrichtung ihres Konsumstils beträfe dann weniger die Ebene des „Wies“ als des „Was“ – das Kaufverhalten bleibt dasselbe, lediglich die Produkte ändern sich. Sie mag gerne Abwechslung beim Einkaufen und probiert gerne neue Shops aus, Naturkosmetik kauft sie zwar bei ihrem lokalen Laden, trotzdem notiert sie diesen neuen Shop sozusagen als „Beifang“: „*Wahrscheinlich werde ich da zwar überall gar nicht einkaufen...Aber ich finde es super, immer wieder neues zu entdecken.*“ (Ebd.: 188–189). Streng genommen geht es hier also nicht um Kaufen, nichtsdestotrotz spielt die Imagination des potenziellen Kaufs durchaus eine Rolle. Trotzdem ist hier der Akzent mehr auf eine Konsum bezogene Freizeitbeschäftigung zu legen, bei der sich Jana von neuen Eindrücken und Ideen stimulieren lässt, wobei die potenzielle Verfügbarkeit der Produkte zusätzlich dazu beiträgt, Phantasien über sich selbst und die eigene, nähere Zukunft anzuregen. Diese Situation ist nicht ganz ohne Risikopotenzial, kann doch eine Infragestellung von Konsumgewohnheiten und eine damit einhergehende Öffnung und Transformation des Repertoires an Praktiken zu Suchbewegungen führen, die, werden sie auf die rein ökonomischen Strukturen des Webs ausgerichtet, ins Leere laufen. Das Tagebuch behandelt noch weitere dieser Sequenzen, codiert man das Tagebuch gemäß den Praktiken lassen sich vier Komplexe unterscheiden:

- Die Suche nach neuen Shops oder Shopping relevanten Informationen
- Pflege des Facebook-Profiles

ein Produkt anbieten, um die Nutzer der Seite auf sich aufmerksam zu machen. Preisnachlässe von häufig über 50% Preisnachlässe suggerieren, hier ein echtes Schnäppchen machen zu können. Auf diese Weise bedient die Plattform das Bedürfnis einiger Konsumenten, sowohl zertifiziert und neu kaufen zu können, dabei andererseits aber auch Geld zu sparen. Wie der Fall Jana zeigt, hat diese Strategie für die Konsumenten jedoch häufig den gegenteiligen Effekt, da sie in der Aussicht auf die enormen Vergünstigungen Produkte kaufen, deren Kauf sie sonst nicht erwogen hätten. Statt dass der Verbraucher durch seine Nachfrage den Markt steuert, kommt es hier dazu, dass die Unternehmen mit ihrem Angebot das Verbraucherverhalten steuern.

- Das Zeichnen von E-Petitionen
- (Misslungene) Offline-Konsumhandlungen

Verfolgt wird zunächst weiter der erste Komplex der Suche bzw. das Surfen auf der Suche nach dem Neuen, Schönen:

„Neu gefunden bei Facebook: Kampagne für Saubere Kleidung www.saubere-kleidung.de Quasi das deutsche Äquivalent zu www.cleanclothes.org (natürlich auch bei Facebook). Habe ich beides meiner Schwester bei Facebook vorgestellt – hat sie natürlich geliked! :o)“ (Jana Peters, Tagebuch: 197–200)

Leider kann der Suchprozess von Jana nicht exakt rekonstruiert werden, so dass an dieser Stelle unklar ist, ob „*neu gefunden*“ tatsächlich das Ergebnis einer Suche darstellt oder es sich um eine Meldung (Post, Kommentar, Statusmitteilung oder Like) eines anderen Nutzers oder einer Gruppe handelt. Ersteres würde voraussetzen, dass Jana für ein bestimmtes Thema ein Interesse entwickelt hat, welches sie durch Eingabe entsprechender Suchbegriffe verfolgt. Da die Suchfunktion von Facebook aber nicht auf Inhalte, sondern primär auf Personen, Gruppen und Unternehmen (bzw. deren Webseiten) ausgerichtet ist, wäre eine Suche via Facebook eher unergiebig, zumindest wenn es darum gehen sollte, Hintergrundinformationen über bestimmte Sachverhalte einzuholen. Dass Jana ihren neuesten Fund direkt an ihre Schwester (via Facebook) weiterleitet, spricht einerseits für die Politik des Teilens von Informationen auf Facebook, Janas Stolz über das dafür erhaltene Like zeigt jedoch auch, welcher Ökonomie die Politik des Teilens folgt – nicht das reziproke Teilen steht im Vordergrund, sondern das Generieren von möglichst vielen „Gefällt-mir-Angaben“. Dass Facebook im Gegensatz zu anderen sozialen Netzwerken und Communitys den Status seiner Nutzer nicht durch ein dauerhaftes Ansammeln von Punkten (z.B. werden bei Utopia oder auch Ciao Punkte für die verfassten Beiträge vergeben, die erreichte Punktezahl zeigt dann an, wie stark oder wie effektiv sich ein Community-Mitglied einbringt) darstellt, sondern jeder unabhängig von seinem bisherigen Engagement durch ein entsprechend effektives Post die anderen Nutzer mit *Likes* übertreffen kann, dynamisiert die Suche nach besonders Publikums wirksamen Themen noch einmal. Belohnt wird weniger eine kontinuierliche Fleißarbeit, als eher das Gespür für den richtigen Post zur richtigen Zeit in der richtigen Sprache. Natürlich ist das Generieren von Likes nicht vollkommen unabhängig von dem sonstigen Engagement auf Facebook zu sehen, da eine große Anzahl von befreundeter Nutzer die Sichtbarkeit von Postings erhöht und damit die Chance, „*einen Daumen hoch*“ zu erhalten. Insofern kann als weitere Nutzer-Status relevante Kennzahl auch die Menge an Freunden herangezogen werden.

„Ich bin beim Surfen im Netz darüber gestolpert, dass ‚Rise Against‘ – eine Rockband, deren 4 Bandmitglieder alle Veganer sind – für Vans vor ein paar Jahren einen veganen Sneaker designet haben. Und yeah, ich habe einen Online-Shop gefunden, bei dem es die noch gibt! Die muss ich haben! Hoffentlich gibt es die im Juli noch, wenn das Urlaubsgeld da ist.“ (Ebd.: 230)

Auch diese Sequenz spricht mehr für ein vages Kontext-Such-Verhalten, bei dem das Netz nach Konsumoptionen im Bereich Fairtrade/Vegan/Kleidung gescannt wird. Die besondere Attraktivität der hier entdeckten Sneaker ist in der Kombination von Prominenz und vegan zu sehen. Dass eine Jana bekannte Musikgruppe Schuhe designet, die aufgrund ihres Labels „vegan“ genau zu Janas neu beschlossener Konsumpräferenz passen, geht gleichzeitig mit ihrem Wunsch nach möglichst trendigen In-Accessoires einher. Die sich daran anschließende Suche folgt dann auch einem klar umrissenen Ziel, nämlich einen Shop ausfindig zu machen, der diese Schuhe führt.¹⁷ Da Jana sich den Kauf zu diesem Zeitpunkt nicht leisten kann, muss sie ihren unbedingten Kaufwunsch noch um zwei Wochen aufschieben, woraus die Sorge folgt, dann zu spät zu sein. Neunzehn Tage später, das Urlaubsgeld ist nun vermutlich auf das Konto eingegangen, steht Neuerwerbungen nichts mehr im Weg:

„ansonsten hatte ich heute allerdings auch wieder einen ziemlichen konsumtag von dingen, die natürlich eigentlich nicht notwendig sind, aber man gönnt sich ja sonst nix ;-):
- gebrauchte bücher bei ‚booklooker.de‘“
- eine limitierte vinyl-single meiner Lieblingsband (ich habe gar keinen plattenspieler aber das artwork ist so schön und ich will die jungs damit beeindrucken, wenn ich mir die irgendwann signieren lasse ;-)
- 2 CDs, eine davon besonders teuer, weil eine Deluxe-Edition mit DVD... dafür ist die andere auch eine Doppel-CD, Limited Edition, aber zum Nice Price von nur 8,- EUR.“ (Ebd.: 389–392)

Kritik der Leser schon vorwegnehmend leitet Jana diese Sequenz gleich mit dem Eingeständnis ein, dass die Dinge, die sie da gekauft hat, eigentlich nicht notwendig sind. Unerwähnt bleibt währenddessen, wie sie die Einkäufe in finanzieller Hinsicht rechtfertigt. Mit dem Zusatz „*man gönnt sich ja sonst nix*“ will sie womöglich darauf hinweisen, dass sie ansonsten eher selten nicht notwendige Dinge kauft, doch verweist der „Zwinker-Smiley“ eher auf Selbstironie. Beson-

17 Eine kurze Web-Recherche nach diesen Sneakern zeigt, dass diese unter anderem von PETA empfohlen werden und als Kultobjekt der veganen Szene gelten. Dass NRO nicht nur Rabatte gewähren sollen wie Jana weiter oben berichtete, sondern überdies auch konkret Kaufempfehlungen im Hinblick auf modische Accessoires geben, ist eine erstaunliche Entwicklung.

ders fällt der Kauf einer Schallplatte auf, da Jana weder einen Plattenspieler hat, noch plant, sich einen zuzulegen, sondern die Schallplatte ausschließlich kauft, um die Interpreten bei einer eventuell stattfindenden Autogramm-Situation zu beeindrucken. Dass es sich um ihre Lieblingsband handelt, macht den Kauf zwar etwas nachvollziehbarer, trotzdem erscheint er vor dem Hintergrund, dass der Ausblick auf das Signieren nicht an ein konkret demnächst geplantes Konzert sondern an ein „irgendwann“ gebunden ist, erklärungsbedürftig. Auch beim Kauf von zwei CDs zeigt Jana eine zumindest bemerkenswerte Rationalisierungsstrategie, indem sie den Kauf einer besonders teuren CD in Luxus-Ausstattung mit dem Kauf einer zweiten CD rechtfertigt, die es im Sonderangebot gab, anstatt zu erklären, wo für sie der Mehrwert einer Deluxe-Version liegt. Janas Internet-Shopping-Praktiken scheinen einer stark situativen Logik zu folgen, die weder auf Wünsche/Bedürfnisse der Vergangenheit Bezug nimmt, noch die sich gegen Monatsmitte wieder einstellende finanzielle Engstelle antizipiert. Denn fünf Tage später schon muss Jana ihre Konsumansprüche wieder extrem drosseln: *„da ich leider schon so gut wie pleite bin, muss ich dann diesmal auch wieder auf „alverde“ zurückgreifen, weil ich leider die hochwertige, teurere naturkosmetik grad nicht kaufen kann.“* (Ebd.: 408) Es scheint, als hätte Jana (noch) nicht gelernt, mit ihrem Gehalt bis zum Monatsende zu kalkulieren, was entweder darauf schließen lässt, dass dieser Lernprozess bei ihr noch andauert oder sich bereits selbst-schädigende Konsumroutinen eingeschliffen haben.

Fragt man nach den Kriterien, nach denen Jana die Posts auf ihrer Facebook-Seite auswählt, stellt man fest, dass sie andere Suchergebnisse wie das Finden eines Shops für Retrospielzeug (ebd.: 237–239), eine Carsharing-Plattform (ebd.:250), ein Shop für „Natürliches Wohnen“ (ebd.: 261) und eine vegane Druckfirma (ebd.: 328–329) zwar für das Forschungsteam mit Begeisterung kommentiert (*„die sind VEGAN! ich bin begeistert :o“*, ebd.: 328), sie aber nicht auf Facebook veröffentlicht. Die Shops, die von ihr auf Facebook beworben werden, müssen über die Attribute „schön“ und „neu“ hinaus noch weiteren Kriterien entsprechen, um zu ihrem Profil zu passen:

„habe über biodeals auch heute wieder zwei neue Firmen kennengelernt, für ökologische und faire kleidung, die zusammen gehören. www.good-wear.de und www.deutscher-fairness-bund.de Habe ich natürlich direkt verbreitet – es gibt dort faire EM-T-Shirts zu kaufen.“ (Ebd.: 270–274)

„und noch eine wunderbare geschäftsidee/seite gefunden und auf meiner Pinnwand geteilt: <http://www.love-green.de/themen/Lifestyle/aus-alter-mode-neue-sachen-fertigen-id7635.html> Tolle Idee!“ (Ebd.: 351–353)

Zumindest in Bezug auf Shops hat Jana sich auf das Segment von Kleidung spezialisiert, wobei Fairtrade, vegan und nachhaltige Produktionsmethoden beliebig

miteinander kombiniert werden oder einander abwechseln. Etwas vielfältiger ist das thematische Spektrum, wenn man sich Janas nicht Shop orientierte Informationssuche anschaut, obwohl auch die Suche nach Neuigkeiten strukturelle Ähnlichkeiten aufweist. Mittels der Like-Funktion von Facebook archiviert Jana Links zu Seiten, Dokumentationen und Blogs, die sie interessant findet und sich später noch einmal ansehen möchte. Ob dieses „später“ tatsächlich irgendwann stattfindet, ist ungewiss: *„Habe mir heute selber den Link geschickt zu aktuellen Ausgabe von ‚Hart aber fair – Lügen satt – Was ist noch echt an unserem Essen?‘ Werde aber erst mal keine Zeit haben, das anzusehen.“* (Ebd.: 215–216) Trotzdem scheint sie an dem Thema, wie Verbraucher getäuscht werden, interessiert zu sein, wie auch der darauf folgende Eintrag zeigt:

„Außerdem bin ich über eine Veranstaltung nebst Videotrailer gestoßen eines US-amerikanischen Autors/Radiomoderators/ERNährungsexperten namens Gary Null. Dieser hat auch schon diverse Dokumentationen gedreht. Nur morgen, 15.06., hat man die Chance, den Online-Stream zu sehen über die Doku über die Machenschaften der FDA (Food and Drug Administration) in den USA. Das kann einem echt Angst machen und da bin ich wieder froh, dass ich nicht dort lebe!

Hier der Trailer:

<http://www.youtube.com/watch?v=H-Zz5GjUcQ0&feature=youtu.be>.“ (Ebd.: 254–256)

Andererseits mag es auch sein, dass Jana lediglich der Themenkonjunktur in den Medien folgt, die vielleicht gerade in dieser Woche des Tagebuchschreibens das Thema Verbrauchertäuschung wieder einmal auf die Sendelisten gesetzt hatten. Wie Jana die Sendungen kommentiert oder auch gerade nicht kommentiert, zeigt, dass sie keinen eigenen Standpunkt zu den verhandelten Themen hat. Sie berichtet nicht von eigenen Erfahrungen mit Verbrauchertäuschung, verweist auf kein bereits vorhandenes Wissen in dem Gebiet oder erklärt überhaupt ihre Motivation, sich näher damit zu beschäftigen. Es überwiegen auch hier emotionale Statements, denen mangels Bezug zu Janas Lebenswelt etwas Oberflächliches und Beliebiges anhaftet, was aber andererseits eine notwendige Anpassung an die Kommunikationskultur auf Facebook darstellt.

„Tierversuchsfreie Kosmetik <http://www.tierschutzbund.de/00754.html>

Ich bin allerdings etwas irritiert, weil bei Facebook jemand folgendes gepostet hat (Zitat): ‚hab erst kürzlich erfahren, dass der tierschutzbund im prinzip masterfoods ist...letztere sind nicht nur bekannt für mars, snickers, pedegree, royal canin & co, sondern eben auch für tierversuche (für mars-riegel) und menschenrechtsverletzungen (sweat shops, kinderarbeit)...ohje...‘

das hört sich nicht gut an und will ich auf jeden Fall mal recherchieren.“ (Ebd.: 395–399)

Hierbei handelt es sich ebenfalls um einen Link, den Jana via Facebook-Like für sich archiviert, wird aber verunsichert als ein anderer Nutzer darauf hinweist,

dass der Tierschutzbund nicht uneingeschränkt als Tiere schützende Organisation gelte könne. Sie nimmt sich deshalb vor, den Hintergrund der Organisation demnächst genauer zu untersuchen, wozu es aber während des Tagebuchschreibens nicht mehr kommt. Entweder ist das Interesse, die Verlässlichkeit von Informationen und Organisationen, die sie bewirbt, zu prüfen, nicht ausreichend gegeben oder sie hat (noch) keine Strategie entwickelt, derartige Hintergrundinformationen zu recherchieren und zu validieren. Vielleicht treffen auch beide Lesarten nicht zu; wenn es Jana darum geht, eine neue, schöne Konsumwelt zu schaffen, haben Betrug und Arbeit im Sinne von wissensorientierten Praktiken dort keinen Platz. Das könnte bei Jana für eine „*man on the street*“ Herangehensweise an politischen Konsum sprechen, bei der sie gemäß ihrer vorhandenen Routinen und situativer Affekte entscheidet. Für diese Sichtweise spricht, dass Jana als Hindernis eines von ihr angestrebten 100%igen Wandels zu fair, vegan, Bio nicht etwa fehlende Verbraucherinformationen oder gar Täuschung sieht, sondern das Fehlen der ökonomischen Mittel:

„Und wieder mal der große Wunsch, doch reich zu sein :-((
Dafür habe ich jedoch eine Menge im Internet gesurft.
habe viele interessante links gefunden, die ich mir selbst geschickt habe. es würde ausarten, die hier alle zu posten. denke ich?!“ (Ebd.: 419)

Insbesondere im Kontext der Offline-Praktiken wird der Bezug zu Geld bzw. zu fehlenden finanziellen Mitteln noch häufiger auftauchen. Ohne die Analyse zu weit treiben zu wollen, deutet sich in obigem Zitat doch eine Bestätigung der eingangs entwickelten Lesart an, dass Janas Internetpraktiken ein Äquivalent oder eine Ergänzung, eine Kompensation zu nicht realisierten, weil nicht realisierbaren Kaufhandlungen darstellen. Die virtuelle Shoppingwelt nutzt sie für einen imaginierten Konsum, der dank der Neuausrichtung ihres Lebensstils auf neue und vielfältige Weise stimuliert wird. Trotzdem wird diese Lesart Janas Internetpraktiken nicht voll gerecht, da sie, wie das Beispiel mit dem Tierschutzbund zeigt, über ihr neues Lebensthema auch mit Personen und Gruppen in Kontakt kommt, die sie mit nicht-ökonomischen Kontexten in Berührung bringen. Das trifft insbesondere auf den Komplex der E-Petitionen, aber auch auf ihr Facebook-Profil zu, mit dem sie über das Empfehlen von Shops hinaus auch wie sie es selbst nennt „ernsthaftere“ Anliegen verfolgt.¹⁸

18 Was spontan die Assoziation zu Sarah weckt, die auf ihrem Zweit-Profil ebenfalls versucht eine ausgewogene Mischung aus Öko-Tainment und politischer Botschaft anzubieten.

Öffentlichkeitsarbeit auf Facebook

In der Pflege ihres Profils folgt sie dem Rhythmus ihrer Mahlzeiten und postet regelmäßig zum Frühstück und zum Mittagessen. Passenderweise geht es in ihren Posts meist um das Thema Ernährung. Das erste Posting, welches im Tagebuch dokumentiert ist, befasst sich allerdings mit dem Umgang mit Straßenhunden während der Fußball-Europameisterschaft 2012 in der Ukraine. Leider hat Jana nicht den genauen Wortlaut in das Tagebuch übertragen, sondern berichtet nur davon, ein „*deutliches Bild mit meiner Meinung*“ gepostet zu haben sowie die Ankündigung, dass sie die Europameisterschaft boykottieren werde (ebd.: 193–194). Dass dieser Medienboykott für sie kein großes Opfer darstellt, da sie sich nicht für Fußball interessiere, teilt sie selbstverständlich nur uns mit, dennoch ist die Entrüstung allein schon über die Vergabepraxis der FIFA groß, die nicht nur den mangelhaften Tierschutz, sondern auch Menschenrechtsverletzungen in den Gastgeberländern ignoriere (vgl. ebd.: 196). Für sie ist es ein Rätsel, wie andere ein sportliches Event begleiten können, in dessen Hintergrund „*Straßentiere abgeschlachtet werden*“ (ebd.: 195). Das Thema Tierschutz dominiert auch die folgenden Posts der nächsten Wochen:

„Folgende schöne Dinge habe ich heute zum Posten auf meiner Wand gefunden:

-Statusmeldung von PETA, ein Zitat von Milan Kundera

„Die wahre menschliche Güte kann sich in ihrer absoluten Reinheit und Freiheit nur denen gegenüber äußern, die keine Kraft darstellen. Die wahre moralische Prüfung der Menschlichkeit, die elementarste Prüfung äußert sich in der Beziehung der Menschen zu denen, die ihnen ausgeliefert sind: Zu den Tieren.“

- Statusmeldung von Sea Shepherd zum aktuellen Stand mit der Auslieferung von Captain Paul Watson. Es ist also immer noch nicht vorbei.

- handschriftliche Notiz von Henry Rollins: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=367730353289499&set=a.225582224170980.56469.222444634484739&type=1&theater>
.“(Ebd.: 231–236)

In ihrem Engagement für Tiere zeigt sich Jana von einer neuen Seite, wobei das Attribut „schön“ weiterhin ein entscheidendes Kriterium darstellt, ob etwas veröffentlicht wird. Stehen die zwei ersten Veröffentlichungen auch zunächst – vom Tierschutz bzw. Tierrechtsbezug abgesehen – in keinem konkreten Zusammenhang mit der Fußball EM, belegt zumindest die Statusmeldung von Sea Shepherd ein anhaltendes Interesse an einem Ereignisstrang. Die Zitate von Henry Rollins und Milan Kundera zielen beide auf die derzeit breit diskutierte Frage ab, welche Rechte Tiere haben sollten und in welchem Zusammenhang Tierrecht mit Menschlichkeit stehen. Da Jana keinen eigenen Beitrag verfasst, um die Zitate zu rahmen oder eine eigene Interpretation zu liefern, drängt sich hier wiederum der Eindruck von Oberflächlichkeit oder auch Unsicherheit auf: Vielleicht braucht Jana im Moment noch eine prominente Referenz, um ihren neuen Le-

bensstil als ethisch korrekt identifizieren zu können und andere von der Richtigkeit dieser Lebensentscheidung zu überzeugen. Auch bei dem folgenden Post, bei dem es um die „*Machenschaften von Monsanto*“ und die „*Gesundheitsgefährdung durch Milch*“ geht (ebd.: 253), greift Jana auf vorhandene Medieninhalte (Bilder und Artikel) zurück, die sie in einer Art täglicher Collage auf ihrer Facebook-Seite arrangiert, wobei sie eher Kriterien der Ästhetik („*auf meiner pinnwand habe ich eine schöne mischung aus dingen gepostet, zu tierrecht, tierschutz(tierquälerei)*“, ebd.: 425) und der Themenkonjunktur folgt, als eigenen Themen. Das ist insofern nicht verwunderlich, da für Jana die (Status-) Meldungen aus den Gruppen, denen sie bei Facebook beigetreten ist, das ist, was für andere eine Tageszeitung darstellt. Und wie manche die Artikel, die sie besonders gut oder wichtig finden, ausschneiden und in ihren Büros oder Küchen an das schwarze Brett heften, so wählt Jana aus ihren Facebook-Nachrichten aus, ob den Aufruf zur Wahl des goldenen Windbeutels („*Foodwatch finde ich super!*“, ebd.: 288–291) oder ein Anomymous-Video (gefunden „*über eine tolle facebook-seite, die sich ‚exposing the truth‘ nennt*“, ebd.: 426). Die bisherige Analyse zeigt, dass eine Differenzierung zwischen Routine und Transformation bei Janas Alltagspraktiken im Moment nicht einfach ist, da sich ihr gesamter Alltag in einer Orientierungsphase befindet und kaum vorherzusagen ist, welche Praktiken sich durchsetzen und etablieren, und welche an der Widerständigkeit der Routine scheitern. Dass es in einer solchen Phase zu Unsicherheiten und Fehlversuchen kommt, lässt sich kaum vermeiden, zumal wenn es um ein derart komplexes Handlungsfeld geht. Doch es gibt auch Etappensiege, die Jana stolz machen und zunehmend zu einer Verknüpfung von politischen Konsumententscheidungen und Facebook-Profil führen. So hat sich Jana dazu entschlossen, sowohl bei Strom wie auch bei Gas den Anbieter zu wechseln: „*Beste Idee des Tages heute: Ich habe endlich meinen Wechsel zu Ökostrom und Ökogas in die Wege geleitet!!*“ (Ebd.: 520–521). Die Schwierigkeit des Anbieterwechsels von Jana liegt darin, dass sie eine Entscheidung gemäß ihres neuen, veganen Lebensstils treffen möchte und sich deshalb an der veganen Community im Netz orientiert, aber nicht durchschaut, auf welcher Grundlage hier Anbieter empfohlen oder abgelehnt werden:

„Für Veganer kommen aus insgesamt ethischen Gründen wohl nur wenige Anbieter in Frage, Naturstrom, Lichtblick und Greenpeace Energy. Die genauen Begründungen kenne ich aber nicht. Es wurde auf jeden Fall schon häufig in Foren diskutiert.“ (Ebd.: 524–525)

Um nun trotz der Ungewissheit um die Hintergründe der veganen Debatte eine Entscheidung treffen zu können, orientiert sich Jana an einer Freundin, die bereits Kundin bei einem der Anbieter ist – das suggeriert ihr vermutlich schon

einmal die Verlässlichkeit des Anbieters – und bekräftigt diese Entscheidung überdies mit dem Argument, dass der Anbieter nicht nur Strom, sondern gleichzeitig auch „*ein tolles Biogas-Angebot hat*“ (ebd.: 526). Besonders gefällt ihr hieran die Option, dass man selbst entscheiden könne, wie hoch der Anteil von Biogas im Lieferumfang sein soll (vgl. ebd.: 527). Ihren Anbieterwechsel veröffentlicht sie direkt bei Facebook, „*dazu gab es auch ein ‚Tool‘ auf der Webseite ;-)*“ (ebd.: 530). Überraschenderweise schließt sie jedoch bei diesem Anbieter nur einen neuen Vertrag über Strom ab und entscheidet sich bei Gas doch für einen anderen Anbieter, der nicht Biogas, sondern Windgas¹⁹ zu liefern verspricht. Wenn Jana sonst eine etwas oberflächliche und nicht sehr konsequente Praxis bei Konsumententscheidungen an den Tag legt, recherchiert und überlegt sie im Fall des Energie-Anbieter-Wechsels erstaunlich gründlich. So wägt sie beim Gasanbieter noch zusätzlich ab, inwiefern denn Biogas aus Tierschutzperspektive vertretbar ist und wählt eine innovative Lösung, bei der sie das Problem der sekundären Unterstützung von Massentierhaltung umgehen kann.

E-Petitionen

Es fällt nicht ganz leicht, den Aspekt der E-Petitionen ohne Einbezug von Kontext-Wissen zu untersuchen. Denn dass Jana überhaupt Petitionen zeichnet, stellt sich vor dem Hintergrund ihrer schon in den Vorgesprächen wiederholten Verweise auf ihre anti-politische Haltung als ein sehr spannendes Datum dar: Dass jemand, der sich von dem politischen System des Staates, dem er angehört, so weit wie möglich distanziert und alles, was mit dem konventionellen Politikbegriff assoziiert werden kann (Parteien, Debatten, Wahlen, Gesetze) ignoriert, jedoch Anliegen unterstützt, die letzten Endes an dieses System adressiert werden, verwundert. Es zeigen sich zwar Parallelen zu dem bereits bei Sarah aufgetretenem Phänomen, sich einerseits vom politischen System zu distanzieren und es gleichzeitig zu adressieren, doch während bei Sarah diese Distanz aus einem grundlegenden Misstrauen resultiert, ist es bei Jana mehr das „Politische“ an sich, das sie als fremd und unverständlich wahrnimmt. Janas Haltung gegenüber dem offensichtlich Politischen und seinen Institutionen erinnert wesentlich stärker an die durch Bourdieu belegte geschlechtsspezifische Erfahrung von politischer Inkompetenz durch Frauen. Jana nimmt politische Prozesse als Black-Box

19 Es handelt sich dabei um ein chemisches Verfahren (Power to Gas), bei dem überschüssiger Strom (der im Fall von Windgas aus Windkraft gewonnen wird) zu Gas umgewandelt wird: http://www.bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2011/111122_PowerToGas.html (zuletzt geprüft 29.10.2014).

wahr, bei denen man nicht weiß (und nicht wissen will), was wie vorgeht, durchaus aber, zumindest in Form von E-Petitionen, Forderungen an diesen Apparat stellt: Soll der doch dann sehen, was er damit macht. So gesehen stellt diese Perspektive eine konsequente Fortführung der gesellschaftlichen (und geschlechtlichen) Differenzierung dar, bei der Bürgerinnen allenfalls gelegentlich Wünsche formulieren, deren Bearbeitung und Umsetzung aber vollkommen an die politische Elite überantwortet wird. Wie jedoch die von ihr gezeichneten Petitionen zeigen, kann man bei der scheinbaren Willkür, mit der Jana Themen herausucht, nicht von Wünschen im Sinne politischer Anliegen sprechen, die sie als Bürgerin hat. Andererseits unterschreibt sie nicht grundsätzlich jedes Mal, wenn sie online ist irgendeine Petition, so dass schon von einem gewissen Auswahlverfahren ausgegangen werden muss. Bei den ersten zwei Petitionen, die sie im Tagebuch dokumentiert, handelt es sich um einen offenen Brief an den Bundestag „zur Aktion der Opfer sexualisierter Gewalt ‚ichhabnichtangezeigt‘“ (ebd.: 191), der weiter von Jana nicht erklärt wird.²⁰ Mit der zweiten Petition soll dem anhaltenden Töten von Straßentieren in Aserbaidschan Einhalt geboten werden (vgl. ebd.: 192). Hier weist sie darauf, dass es sich für sie um die gleiche „schreckliche Thematik“ wie in der Ukraine handele. Die nächsten Petitionen unterschreibt sie erst ein paar Tage später, bei denen konsequent das Thema Tierschutz – diesmal zielen die Initiatoren auf eine chinesische Mode ab, bei der Tiere lebendig in Schlüsselanhängern eingesperrt werden – wieder auftaucht, aber mit der Petition von Lobby-Control „Gelbe Karte für Merkel“ auch eine für Jana eher ungewöhnliche Thematik.

„und diese von LobbyControl – auch eine sehr wichtige seite finde ich, wobei ich da nicht so tief im thema bin. ist halt politik und da kann ich nicht wirklich mitreden. <http://www.lobbycontrol.de/blog/index.php/2012/06/gelbe-karte-fuer-merkel/>.“ (Ebd.: 267)

Vor allem kommt im voranstehenden Zitat zum Ausdruck, dass Jana, je näher eine Petition thematisch in Bezug zu den konventionellen Institutionen der Politik steht, umso mehr zieht sie sich zurück auf die Rolle der unpolitischen Frau. Der scheint eine Art Abwehrmechanismus vor weiteren Rückfragen darzustellen. Dennoch zeigt sich hier eine schrittweise Erweiterung des Sets von Praktiken von Jana, die aufgrund ihres anvisierten Lebensstilwandels zunächst für Anliegen der Tierschutzbewegung eine Politisierung erfahren, sie in der weiteren

20 Ihre Schwester, die eine wichtige Bezugsperson für Jana darstellt, engagiert sich für Frauenrechte und hat Jana für dieses Thema, wenn nicht mobilisiert, dann doch zumindest sensibilisiert.

Entwicklung jedoch zunehmend auch für andere Themenkomplexe sensibilisiert. Während des Tagebuchs unterschreibt Jana insgesamt elf Petitionen, von denen fünf direkt auf den Schutz und die Rechte von Tieren abzielen (vgl. ebd.: 192, 266, 286, 384–385, 440), wovon wiederum vier Tierschutz-/rechts Verletzungen im Ausland anprangern. Von den verbliebenen sechs Petitionen zielen immerhin vier auf Verbraucherrechte im weiteren Sinne ab, also gegen eine Erhöhung der GEMA-Tarife (vgl. ebd.: 287), für das Recht französischer Schüler auf vegetarische Verpflegung (vgl. ebd.: 318–320), gegen die geplante Mehrwertsteuererhöhung für Milchalternativen (vgl. ebd.: 442) und gegen die Gesetzesvorlage zum neuen Bundesmeldegesetz (vgl. ebd.: 559–561). Die allmähliche Öffnung von Janas Lebenswelt zur politischen Sphäre verläuft also einmal über ihr eigenes Thema, den Tierschutz, darüber hinaus aber auch über Themen, die sie als Konsumentin betreffen. Doch ähnlich wie im Bereich der konsumtiven Praktiken, stellt die Komplexität und Vielfältigkeit des Online-Engagements eine Herausforderung an die Praxis dar, da zunehmend die Entwicklung von Techniken des Zeitmanagements und des Selektierens notwendig werden: *„Komme gar nicht mit den Petitionen hinterher, da fehlen noch so einige, aber mir fehlt die Zeit für's Internet im Moment.“* (Ebd.: 269)

Offline

Die Erzählungen zu ihrem Offline-Alltag sind den Erzählungen zu den Online-Praktiken nachgeordnet und zeigen eine weitere Schwierigkeit bei Janas Transformationsprozess, der offline von Inkonsequenzen und darauffolgenden Schuldgefühlen bestimmt ist. *„Leider habe ich heute aus Bequemlichkeit doch wieder einen Brotaufstrich mit pflanzlichen Fetten – also Palmöl – gekauft.“* (Ebd.: 201) Warum erklärt/begründet Jana den Kauf eines Palmöl enthaltenden Produkts mit Bequemlichkeit? Wann ist der Kauf eines Produkts „bequem“? Doch nur, wenn man in einem Geschäft einkauft, das keine Palmöl freien Produkte führt und vermeiden will, noch in ein weiteres Geschäft gehen zu müssen. Dass man für einen Brotaufstrich nun nicht noch einmal einen Umweg auf sich nehmen will, kann man durchaus mit Verweis auf Umständlichkeit, lange Wege oder Zeitmangel rechtfertigen, ohne sich direkt als bequem etikettieren zu müssen. Lesart 1: Jana versucht hier (wieder) dem Gegenüber und seiner Kritik zuvorkommen, denn sie ist es gewohnt, von anderen als bequem bezeichnet zu werden. Die Bequemlichkeit könnte in einer zweiten Lesart darauf verweisen, dass sie schon vorher wusste, dass dieses Geschäft nicht führt, was sie kaufen will und sie hat es versäumt, sich frühzeitig nach einer Alternative umzusehen. In dem Fall wäre bequem gleichzusetzen damit, die eigenen Gewohnheiten nur ungerne zu verändern, zum Beispiel in anderen Geschäften einkaufen zu gehen.

Der nächste Satz stützt jedoch mehr Lesart 1, da hier die antizipierte Vorwurfs-
haltung des Gegenüber noch weiter ausgeführt wird: „*Dabei ist es schon sehr
einfach, da zumindest bei Lebensmitteln konsequent zu sein.*“ (Ebd.: 202) Jetzt
stellt sich nur die Frage, wer dieses von Jana antizipierte Gegenüber ist? Wer
sagt, dass es „*sehr einfach*“ ist, bei Lebensmitteln konsequent zu sein? Mit den
Erfahrungen der anderen Untersuchungsteilnehmer deckt sich diese Feststellung
keinesfalls; sogar Verbraucherinnen mit stark routinisierten ökonomischen Prak-
tiken berichten immer wieder von Konflikten zwischen Bio-Regional, Veganis-
mus vs. Sojaanbau usw. Die Person oder Gruppe, an der Jana ihr Konsumhan-
deln misst, scheint demgegenüber solche Konflikte nicht zu kennen und klare,
einfache Regeln zu befolgen, was zu der weiteren Frage führt, was es hier heißt,
konsequent zu sein? Bedeutet konsequent sein, nur kein Palmöl zu kaufen oder
ist der Verzicht auf tierische Zusätze da schon vorausgesetzt? Der nächste Satz
bringt da zunächst keine Klärung, sondern verweist mehr darauf, dass die Regeln
und Gebote, die Jana sich zu verfolgen verpflichtet hat, als eine moralische In-
stanz, einem Über-Ich vergleichbar, operieren und die Nichtbefolgung zu
Schuldgefühlen führt: „*Mein schlechtes Gewissen meldet sich.*“ (Ebd.: 203) Was
passiert jetzt, wie geht Jana mit ihrem schlechten Gewissen um, wird sie wo-
möglich den Brotaufstrich wieder zurückbringen? Stattdessen relativiert Jana
ihre Schuldgefühle wegen ihres regelwidrigen Kaufs, indem sie ihrer Schwester
den Kauf derartiger Produkte für Jana zu untersagt: „*Immerhin habe ich meiner
Schwester freundlich gesagt, sie braucht diese nicht mehr für mich zu kaufen,
wenn ich zu ihr komme.*“ (Ebd.: 205) Damit kann zumindest ausgeschlossen
werden, dass ihre Schwester die moralische Instanz ist, die ihr ein schlechtes
Gewissen macht, es handelt sich vermutlich doch eher um die vegane Communi-
ty auf Internet.²¹ Doch ganz so einfach stellt sich das Einkaufen doch nicht dar,
weil Jana nicht nur vegan, sondern auch fair einkaufen will. Das ist bei nicht-
tierischen Produkten wie Kaffee recht einfach, aber bei Produkten, die Tierer-
satzstoffe verwenden müssen, wie Schokolade schon: „*Nur bei Schokolade wer-
de ich manchmal noch schwach, wenn ich grad keine habe und dann doch die
,nur‘ bio-Zartbitter Schokolade für 95 cent bei dm kaufe.*“ (Ebd.: 209) Anstatt
dass Jana das Fehlen von Produkten, die sowohl vegan wie auch fair hergestellt
sind problematisiert, sucht sie den Fehler bei sich selbst und ihrer selbst unter-

21 „Vegan Einkaufen ist heutzutage wirklich überhaupt kein Problem mehr. In Bio-
Läden, Reformhäusern, aber auch in ganz normalen Supermärkten und sogar Droge-
rien bekommst Du alles was Du brauchst.“ [http://www.peta2.de/web/einkaufsguide.
401.html](http://www.peta2.de/web/einkaufsguide.401.html) (zuletzt geprüft am 30.10.2014).

stellten Schwäche. Vermutlich wäre es leichter für Jana, sich zunächst nur auf einen Aspekt – wie vegane Ernährung – zu konzentrieren, denn durch den Anspruch, sofort alles richtig zu machen, setzt sie sich den Ansprüchen unterschiedlicher Gruppen aus und verliert dabei die Orientierung. Das führt praktisch zu Umsetzungsproblemen, die Jana sich selbst anlastet und die ihr Selbstbewusstsein als ethisch korrekte Verbraucherin unterminieren:

„Obwohl ich eigentlich weiß, dass gerade die ‚Billig-Bäckereien‘ nicht unbedingt sehr hochwertiges Gebäck machen und ich eigentlich viel lieber nur Brot vom demeter-Bäcker beziehen würde (gibt es ja auch über meine IDA-Abo-Kiste). Aber das liebe Geld und die Bequemlichkeit spielen halt doch immer wieder mit in den Alltag.“ (Ebd.: 211–212)

„Super Bio-Angebote für Tomaten und Pfirsiche.
Sind allerdings nicht aus Deutschland.

Da habe ich ja trotzdem immer wieder ein bißchen schlechtes Gewissen, weil ich ja eigentlich nur noch bio und regional kaufen möchte.“ (Ebd.: 220–222)

Das „schlechte Gewissen“ zieht sich wie ein roter Faden durch Janas Offline-Konsumalltag. Sie hält sich für schwach und bequem, andererseits fehle ihr Zeit und Geld. Sogar bei Entscheidungskonflikten, die sich aus dem unzulänglichen Marktangebot ergeben, sucht sie den Fehler bei sich selbst. So könne sie Bio, regional und fair einkaufen, wenn sie nur nicht zu bequem wäre, um entsprechende Einkaufsmöglichkeiten wie Hofläden aufzusuchen. Auch ihre Kinobesuche beschreibt sie als „eine ‚Brutstätte‘ des schlechten Gewissens“ (ebd.: 276), da sie eigentlich auf Produkte der Coca-Cola-Company wie auch nicht veganem Popcorn verzichten will, andererseits der Kinobesuch vor allem mit dem Konsum von Cola und Popcorn assoziiert ist – übrigens ein gutes Beispiel nicht nur für die Beharrungstendenz persönlicher Routinen, sondern auch kollektiver, die als kulturelle Strukturen einem Ereignis wie dem Kinobesuch erst Bedeutung verleihen. Auf der anderen Seite zeigt sich auch im Bereich der Offline-Praktiken, wie Jana beginnt über Tierschutz hinaus andere konsumpolitisch relevanten Themen (wie hier die Coca-Cola-Company) in ihre Reflexionen über Konsum und Produktion einzubeziehen (ein anderes Beispiel ist der Kauf von Büchern: „Obwohl ich auch bei Büchern oft denke, ob es überhaupt ökologisch vertretbar ist, Bücher zu drucken?? Muss ich mich mal bei Gelegenheit näher mit befassen.“ (Ebd.: 298–299)

Einige Tage nach dem misslungenen Brotaufstrich-Kauf besucht Jana zum ersten Mal einen großen Supermarkt, der sich auf Bio-Produkte spezialisiert hat, was sie mit der schon aus dem Bereich der Online-Shops bekannten Formel „*Ich bin begeistert!*“ (Ebd.: 303) quittiert. Das „schöne“ und „gemütliche“ Ambiente des Geschäfts lädt Jana zum Stöbern ein, wobei sie zahlreiche Entdeckungen

macht, die zu nicht geplanten und finanziell eigentlich nicht zu rechtfertigenden Käufen führen, doch auch hier gilt „Aber man gönnt sich ja sonst nichts.“ (Ebd.: 307). Damit taucht in den Offline-Konsumpraktiken ein ebenfalls aus dem Online-Bereich bekanntes Motiv wieder auf, der nicht vorausschauende Umgang mit Geld.

„da ich leider schon so gut wie pleite bin, muss ich dann diesmal auch wieder auf „alverde“ zurückgreifen, weil ich leider die hochwertige, teurere naturkosmetik grad nicht kaufen kann. sagte ich schon mal, dass ich die marke eigentlich nicht mehr kaufen möchte? denn es wird durch den „dalli“-konzern, ein riesen chemie-konzern (bekannt vor allem durch waschmittel), hergestellt wird. und wie paradox ist es bitte, naturkosmetik zu kaufen, dabei aber einen chemie-konzern zu finanzieren, der sein hauptgeschäft macht, in dem er gift für die menschen und vor allem für die umwelt herstellt?? aber manchmal geht es eben doch nicht anders. immer das liebe geld ☹.“(Ebd.: 408–412)²²

Ist diese Sequenz zwar auch ein weiterer Beleg dafür, wie Jana sich zunehmend mit konsumpolitischen Themen und den hinter den Konzernen liegenden Strukturen auseinandersetzt, zeigt er jedoch auch, wie Janas mangelnde Voraussicht und ihr situativ-impulsives Kaufverhalten zu Problemen führen. Die Probleme sind nun nicht so gravierend, dass man von einem krankhaft selbstschädigenden Verhalten sprechen müsste, insofern Jana immer noch über ausreichend Mittel verfügt, um Ausgaben wie Miete und Nahrungsmittel bestreiten zu können, doch bringt sie sich mit ihren impulsiven Käufen zu Monatsbeginn selbst in Bedrängnis, weil ihr für die folgenden zwanzig Tage die Mittel fehlen, um den Alltagskonsum ihren Regeln gemäß auszugestalten.

Zieht man an diesem Punkt Bilanz und fragt danach, welche Praktiken bei Jana Routine und welche Transformation darstellen, so gerät gerade das impulsive Kaufverhalten als Routinepraktik, die sich sowohl online wie offline zeigt, als erstes in den Blick. Zusätzlich wird die Neigung zu Spontankäufen bzw. die mangelnde Fähigkeit, Wünsche aufzuschieben, durch Janas Neuorientierung im Bereich Konsum stimuliert, da sich nun ein neues und weites Feld von Konsumoptionen öffnet. Die Transformation ihrer Alltagspraktiken führt Jana in neue Geschäfte und sensibilisiert sie für neue Produktsegmente. Doch kann man nicht sagen, dass Janas Geldsorgen allein durch die höheren Preise im Bereich von

22 Mit dem Verweis auf fehlende finanzielle Mittel reproduziert Jana ein ihr aus der Kindheit bekanntes Erklärungsparadigma, siehe auch Jana Peters, Interview, Biographie. Wie die Kaufsuchtforschung zeigt, begünstigt eine materialistische Orientierung im Elternhaus, insbesondere die Verwendung von Geld/Geschenken zur Disziplinierung, die spätere Orientierung des Kindes auf Konsum zur Generierung/Kompensation von sozialer Anerkennung mittels Statusobjekten.

Alltagsprodukten verursacht würden, hinzukommen insbesondere die Ausgaben für Mode und Musik. Deshalb ist es auch eher unwahrscheinlich, dass eine Routinisierung von Alltagskonsum allein in der nahen Zukunft etwas an diesen Problemen ändern würde, andersherum: Im Moment besteht die Routine in einer pro-konsum Haltung, die sich in der ständigen Suche nach neuen Produkten und Kaufgelegenheiten gerade beim Online-Shopping ausdrückt. Zwar sind bereits Ansätze von selbst- und konsumkritischer Reflexion zu spüren, inwieweit sich Jana damit aber auseinandersetzen will und kann, bleibt abzuwarten. Eine Alternative zur Selbstverwirklichung mittels Kaufen könnte in einem noch weiter zu entfaltenden (konsum-)politischen Engagement liegen. Hier zeigen sich erste Tendenzen, Janas selbst- und konsumbezogenen Impetus im Sinne einer Orientierung an dem Wohl anderer zu transzendieren und ihren Praktiken auf diese Weise mehr Bedeutung zu verleihen. Das größte Potenzial ist wohl in Janas langsam erwachendem politischem Engagement zu sehen, mittels dessen es – bislang nur online – gelingt, sich schrittweise auch ohne Konsum mitzuteilen, auszudrücken und mit anderen im Sinne von Solidargemeinschaften in Verbindung zu treten.

Feinanalyse Eingangssequenz Interview

Dem Interview mit Jana kommt eine etwas gewichtigere Rolle zu als das bei Sarah der Fall war. Während bei Sarah Praktiken als Routine im Tagebuch beobachtet und analysiert werden konnten, hat die Analyse des Tagebuchs von Jana vor allem Fragen verursacht. Es war nicht schwer, Sarahs Praktiken als einen in sich konsistenten und auf ein zumindest vages Ziel ausgerichteten Komplex zu begreifen. Bei Jana fehlt es noch daran, sich eine eigene Zielperspektive zu erarbeiten, die Vorstellungen einer bestimmten Gruppe oder Organisation zu übernehmen, genügen nicht dem Anspruch an ein Identität stiftendes Lebensprojekt. Allerdings muss an dieser Stelle festgehalten werden, dass Sarahs anfängliche Konzentration auf und Engagement für eine bestimmte Organisation in der ersten Phase der Entwicklung zur politischen Konsumentin sehr hilfreich waren. Die Fixierung auf zunächst *eine* Organisation und deren Rahmenprogramm, ihre Verhaltensvorschläge und Problemdeutungen wie -lösungen, gibt zu Beginn der Neuausrichtung von Konsum, Alltag und Engagement Stabilität, hilft, zunächst ein paar Themen als prioritär einzustufen und zu bearbeiten. Zu einem späteren Zeitpunkt kann dann, wie im Fall von Sarah, ein Prozess stattfinden, bei dem eigene Präferenzen und Strategien herausgebildet werden und der Organisation der Rücken gekehrt wird. Zudem bietet Greenpeace als Organisation den Vorteil, ihre Neumitglieder sowohl online wie offline einzubinden, was eine Verknüp-

fung ist die selbständig herzustellen Jana sehr schwer fällt. Zudem bewegt sich Jana auf dem Deutungsmarkt, der durch das konkurrierende Angebot von NRO erzeugt wird, in ähnlicher Weise wie einem neuen Bio-Supermarkt – alles ist schön, alles ist interessant – und gerät so zwischen die rivalisierenden und nicht selten im Gegensatz zueinander stehenden Ansprüche an politische Konsumenten. Dennoch formen Nichtregierungsorganisationen einen wichtigen Orientierungszusammenhang, der bei den ersten Schritten in ein neues Leben hilft, weil er Unsicherheiten ausräumt, ein Regelwerk anbietet, Kontakt zu anderen herstellt, die sich wechselseitig mit Solidarität und Anerkennung versorgen. Ein entscheidender Unterschied zwischen Sarah und Jana stellt jedoch das Ausmaß der Integration von online und offline dar. Zwar wissen wir nicht, ob Sarah erst nach einer Zeit der Online-Mitgliedschaft begonnen hat, sich auch offline zu engagieren, es ist jedoch fast zu vermuten, dass dieser Prozess bei ihr eher zügig abgelaufen ist. Dafür ist vor allem Sarahs Selbstbewusstsein verantwortlich, beziehungsweise ihre Fähigkeit, Probleme auch externalisieren zu können, während Jana ihre eigene Unzulänglichkeit und damit sich selbst verantwortlich macht, weshalb sie sich offline nicht traut, ihre Überzeugungen so zu vertreten, wie sie das online in immer stärkerem Maße tut. Das Social Web stellt für Jana eine soziale Lernumgebung dar, in der sie lernt, einen eigenen politischen Standpunkt zu entwickeln und zu vertreten. Wie dieser Prozess sich weiter entwickelt, lässt sich an dem fast ein Jahr nach dem Tagebuch durchgeführten Interview ablesen, in dem Jana beschreibt, wie sie sich immer stärker auch für das politische System interessiert und wachsendes Selbstvertrauen in ihre politische Kompetenz zu entscheiden entwickelt. Ihre Konsumsozialisation beschreibt Jana als eine permanente Mangelserfahrung:

„Also wenn ich jetzt zurückdenken müsste an das Thema Konsum in der Kindheit, müsste ich, glaube ich, ist das Einzige, was mir jetzt dazu einfällt, dass wir quasi nicht so viel hatten und dass ich ganz viel neidisch war auf andere Kinder, weil die zum Beispiel mehr Spielzeug hatten oder so. Ich denke, mir war schon früh genug bewusst, dass das halt nicht geht, dass Leute unterschiedlich wohlhabend sind und dass wir jetzt halt eben nicht in so eine Familie reingeboren wurden, die total viel Geld hatte, sondern dass ich wusste, mein Vater muss schwer dafür arbeiten und dass es auch nicht immer geht, dass wir einfach nicht immer alles haben konnten. Wobei ich da natürlich auch heute trotzdem bezweifeln würde, ob das jetzt vielleicht immer gestimmt hat oder ob das natürlich nicht einfach ein Teil der Erziehung meiner Eltern war, zu sagen: ‚Nö! Kriegst du jetzt nicht!‘, weil sie das halt für richtig gehalten haben.“ (Jana Peters, Interview: 3)

Während sie bei anderen Kindern in ihrem Umfeld einen großzügigen Umgang mit Konsum registriert hat, der bei ihr Neid hervorrief, waren ihre Eltern diesbezüglich restriktiv. Dass ihre Eltern ihr ihre Wünsche in Bezug auf Konsum nicht erfüllt haben, sieht sie jedoch nur teilweise als Folge fehlender ökonomischer

Mittel. Rückblickend bewertet sie das Verhalten ihrer Eltern als eine pädagogische Maßnahme, die sich in einer für sie als Kind nicht nachvollziehbaren und deshalb als Willkür empfundenen „*nö, kriegst Du jetzt nicht*“- Mentalität äußerte. Als Konsequenz hat sich bei ihr nicht nur die Überzeugung festgesetzt, immer zu wenig bekommen zu haben, sondern auch Konsumgüter als Statussymbole und die Verweigerung von Konsumgütern als Bestrafung zu interpretieren. Zudem ist Konsum für Jana ganz klar an ökonomische Mittel gekoppelt:

„Es ist halt faktisch auch wirklich eine Sache, die mit Geld zu tun hat, sowas wie, ich wusste schon immer, dass so Dinge wie, dass Frischetheken, egal, ob das jetzt der Bäcker ist oder Fisch oder eben Fleisch- und Käsefrischetheke, dass das schon immer Luxusgüter waren für uns.“ (Ebd.: 11)

Während Sarah und, wie später noch gezeigt wird, auch Annika durch ihre Großeltern bereits in ihrer Kindheit Formen der Eigenproduktion wertzuschätzen gelernt haben, ist für Jana Konsum direkt an Geld und Status und bestimmte Orte des Kaufens gekoppelt. Janas Versuche, sich als Kind aus dem familiären Konsumstil zu lösen, sind von ihren Eltern mit unkonventionellen Maßnahmen unterbunden worden. Besonders sticht in dem Zusammenhang die Episode heraus, in der Jana schildert, wie sie als Jugendliche kein Kaninchen mehr essen wollte, da sie in der nahe gelegenen Kaninchenfarm die Tiere häufig besuchte und Empathie für sie entwickelt hat. Ihr Vater hat dies zum Anlass genommen, sich mit einem gehäuteten Kaninchen hinter der Tür zu verstecken und es Jana als Art *Spaß* ins Gesicht zu schleudern (ebd.: 13). Als sie kurze Zeit später versuchte durchzusetzen, dass sie kein Wild mehr essen möchte, hat die Mutter daraufhin ein Wildschwein wie einen gewöhnlichen Schweinebraten zubereitet, um ihrer Tochter nach dem Verzehr „*genüsslich*“ unter die Nase zu reiben, was sie gerade gegessen habe. Diese Erzählungen lassen darauf schließen, dass die Eltern Konsum benutzt haben, um ihre Tochter zu disziplinieren und zu beschämen.

Unterstützung erfährt Jana in familiärer Hinsicht von ihrer Schwester, mit der sie in engem Kontakt steht. Diese wird von Jana als politisch versiert – im Vergleich zu ihr – geschildert, was Jana auf deren Arbeit in einem Frauenhaus zurückführt. Hier sei die Schwester immer auch auf der Suche nach Unterstützern und Fördergeldern, weshalb sie ein größeres Interesse an Wahlen, aber auch grundsätzlich an öffentlichen Debatten hätte. In der Vergangenheit hätte sie deshalb bei Wahlen den Ratschlägen ihrer Schwester vertraut, da sie Politik bis vor kurzem gleichgültig gegenüber stand. Dies hätte sich nun aber verändert:

„Und jetzt, bei den letzten Wahlen war es aber dann oder jetzt, seit ich vegan bin, hat sich das schon geändert. Da wähle ich jetzt nicht mehr so wie meine Schwester und wenn es

nach dem Wahlomat geht, sind das auch ziemlich extreme Ergebnisse, die da bei mir rausgekommen sind. Was ich aber letztendlich niemals machen würde [...]“ (Ebd.: 73)

Die Politisierung ihres Konsums führt also über die Veränderung ihres Kaufverhaltens hinaus zu einem stärkeren Interesse am politischen Geschehen, zur Bildung einer eigenen politischen Meinung. Deren parteipolitisches Äquivalent hat Jana noch nicht gefunden. Sie nutzt den Wahl-o-Mat, um herauszufinden, welche Partei am ehesten ihren Wünschen nach gesellschaftlicher Veränderung entsprechen würde, folgt den Empfehlungen jedoch letzten Endes nicht, da sie die vorgeschlagenen Partei für zu extrem hält. Dass Jana Parteien mit einer radikalen Haltung vorgeschlagen werden, ist insofern nicht verwunderlich, als Jana zu diesem Zeitpunkt noch sehr wenige politische Themen interessieren – Tierschutz und Stärkung der lokalen/nationalen Infrastruktur – was bei dem Fragesystem des Wahl-o-Mat entsprechende Parteien mit begrenzter Themenvielfalt und Komplexität nahe legt. Ihre Schwester nimmt gegenüber Janas Politisierung eine ambivalente Haltung ein: Einerseits stellt sie als Interaktionspartner eine wichtige Bezugsperson dar, die Janas Bemühungen anerkennt, andererseits übt sie auch Kritik an Janas politischem Konsum, der ihrer Ansicht nach stärker durch Verzicht geprägt sein sollte.

„Klar, dann kommen wir dann auch schon mal zu einem anderen Thema, ja, aber warum sollte ich denn jetzt keine Eier essen oder [...] sie hat mir dann [...] irgendwann mal, ja, vorgeworfen, dass ich ja trotzdem inkonsequent wäre, weil ich viel zu mediengeil wäre. Und dass mein Medienkonsum viel zu hoch wäre und dann müsste ich ja auch auf sowas achten und auf die negativen ökologischen Aspekte, wenn man ein Handy kauft und solche Geschichten und also ich denke, das war dann eine Provokation, um dann einfach mal zu gucken, was sage ich denn jetzt darauf.“ (Ebd.: 104)

Erstmals erlebt es Janas Schwester, dass Jana nun an ihr Kritik übt, ihr bspw. nahelegt, auf den Verzehr von Eiern zu verzichten. Die Abwehrreaktion von Janas Schwester besteht nun darin, ihrerseits Janas Konsum zu kritisieren, in dem sie dieser Inkonsequenz vorwirft. Das ist eine auch von anderen Untersuchungsteilnehmern als typisch geschilderte Reaktion nicht-politischer Konsumenten, die von ihrer Außensicht nicht nachvollziehen können, warum ein politischer Konsument zwar aus Gründen des Tierschutz kein Fleisch ist, mit dem Verzehr von Soja aber die Zerstörung des Lebensraums von Tieren in Kauf nimmt. Hier nimmt Jana jedoch mittlerweile eine sie entlastende Haltung der pragmatischen Akzeptanz ein: Ein 100%ig korrektes Verhalten sei kaum zu realisieren, wichtig sei jedoch, die Gelegenheiten, die sich für ein besseres Konsumverhalten böten zu nutzen. Schließlich verweist sie darauf, dass die Entscheidung, für was man sich engagiere – auch im Bereich des politischen Konsums –, letztlich eine per-

sönliche Entscheidung sei, mit der man seine eigenen Präferenzen zum Ausdruck bringe. Insofern ist es nachvollziehbar, dass jemand sich gegen Massentierhaltung engagiert, ohne sich gleichzeitig gegen bspw. Nashornjagd zu engagieren. Im umgekehrten Fall würde man von jemandem, der sich für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen von Müttern einsetzt, auch nicht verlangen, sich gleichzeitig für die Übernahme der Kosten von Social Freezing zu engagieren. Aber es ist interessant, darüber nachzudenken, warum gerade bei politischem Konsum in Diskussionen von Kritikern häufig eine „ganz-oder-gar-nicht“ Umsetzung gefordert wird. Jana schildert daraufhin, wie sie sich vor kurzem einen Dosenöffner kaufen wollte und zum ersten Mal darauf achtete, wo dieser Dosenöffner hergestellt wurde. Da der Herstellername ihr ein deutsches Produkt suggerierte, war sie sehr überrascht, feststellen zu müssen, dass der Dosenöffner in Asien fabriziert wurde. Und sie entschied sich dafür, ihn nicht zu kaufen:

„Nein, ich habe gesagt, nein. Dann kaufe ich den Dosenöffner nicht von Unternehmen X. Dann muss ich mich jetzt leider mal online im Avocado Store umgucken oder so, ob ich ein ökologisch, ethisch vertretbares lokales Produkt finde oder so. Keine Ahnung. Ich habe ihn auf jeden Fall erstmal da gelassen. Das fand ich doof. Und das habe ich jetzt sicherlich früher nicht gemacht und mir ist auch bewusst, dass teilweise mehr Investition notwendig ist und da muss man halt eben ein bisschen länger sparen.“ (Ebd.: 104)

Diese Episode zeigt nicht nur, welche Herausforderung der Einkauf eines banalen Alltagsgegenstands werden kann, da permanent die kritische Wachsamkeit des Konsumenten gefordert ist, sondern auch, dass hier die Fähigkeit, Konsumwünsche aufzuschieben und gegebenenfalls längere Recherchen und ein anderer Umgang mit Geld notwendig werden: Statt alles gleich und vermeintlich billig zu kaufen, entwickelt Jana zunehmend die Überzeugung und praktische Fähigkeit zu warten und dafür das Produkt zu erwerben, das ihren Anforderungen entspricht. Diese Veränderung in Janas Einstellung zu Konsum ist wichtig, weil sie als Zugewinn von Autonomie interpretiert werden kann.

Wenn Jana mit ihrer Haltung auf Facebook auch sehr offen umgeht und aktiv, mitunter auch provokativ, ihre Anliegen unter ihren Bekannten verbreitet, mag es überraschen, dass sie offline eher zurückhaltend gegenüber ihren Freunden ist. Um Rückfragen und Diskussionen zu vermeiden, passt sie sich den Präferenzen ihrer Freunde an, was gerade bei gemeinsamen Restaurantbesuchen Kompromisse erfordert. Während sie diese Kompromisse durchaus vor sich selbst rechtfertigen kann, antizipiert sie gleichzeitig wie Bekannte aus anderen (Online-)Kontexten auf ein solches Verhalten reagieren würden; sie nämlich „fertig machen würden“ (Jana Peters, Tagebuch: 99). Jana steht zwischen zwei unterschiedlichen Bezugsgruppen, ihrem alten Freundeskreis offline und ihrem neuen Freundeskreis online. Trotz ihrer Zurückhaltung, mit ihren Freunden über

die Ideen zu sprechen, die sie in letzter Zeit bewegen, hat es hier schon erste Reaktionen gegeben:

„Aber ich habe natürlich auch schon von einer meiner engeren Freundinnen gehört: „Mit dir kann man ja gar nichts mehr machen!“ oder „Du bist ja nur am rummotzen!“ oder halt solche Sprüche. Natürlich muss ich mir das schon anhören und ja, dann kann ich ja nirgendwo mehr einkaufen gehen. Das ist ja auch so ein Standardspruch.“ (Jana Peters, Interview: 106)

Janas alte Freunde können mit ihrer Neuorientierung wenig anfangen und fühlen sich in ihren (konsumorientierten) Freizeitaktivitäten gestört, denn mit Jana ist, ob sie es ausspricht oder nicht, nun immer eine Person dabei, die nicht mitmacht, nicht kauft, kein Fleisch isst, und so das Verhalten der anderen infrage stellt. Zudem gibt es eine Überschneidung der Freundes- und Bekanntenkreise bei Facebook. Jana erzählt, dass einer ihrer alten Freunde sich durch ihre Posts persönlich angegriffen gefühlt habe und ihr eine entsprechende Nachricht geschickt habe. Doch beim nächsten Treffen hat es keiner von beiden mehr erwähnt. Jana fühlt sich unsicher, wenn es darum geht, ihre Ansichten in Situationen physischer Kopräsenz zu vertreten:

„[...] weil ich dann wieder nicht weiß, wie ich das anpacken soll. Ich habe definitiv feste Ansichten. Ich habe auch kein Problem, die im Internet öffentlich zu verbreiten, also öffentlich für meine Freundesliste, aber es sind ja genug Leute drin und ich kommuniziere auch hauptsächlich auf Englisch, von daher kann das jeder auch von meinen Facebook-Freunden aus der ganzen Welt lesen. Und ich habe mich auch ausgelassen über die amerikanischen Wahlen und so Sachen [...]“ (Ebd.: 120)

Hier sind also zwei sehr spannende Aspekte enthalten: Erstens eine nochmalige Bestätigung für den Umstand, dass das Social Web für Jana einen Kommunikationsraum darstellt, in dem sie sich so sicher und geschützt fühlt, dass sie sich traut, ihre Ansichten öffentlich zu verbreiten. Zweitens ist es bemerkenswert, dass Jana trotz ihrer, vor allem zu Beginn des Tagebuchschreibens, schon beinahe radikalen Fixierung auf das Lokal-Regionale ihre Facebook-Seite hauptsächlich in Englisch führt, Freunde aus der ganzen Welt hat und zudem über das politische Geschehen in anderen Staaten schreibt. Wie schon in Bezug auf das Wählen, das sie nun in Eigenregie und -verantwortung durchführt, scheint die Politisierung ihres Konsums in Verbindung mit der Social-Web-Nutzung zu einer allmählichen Öffnung und Erweiterung von Janas Politikverständnis, vor allem aber auch zu einer Stärkung ihres Vertrauens in die eigene Politik-Kompetenz zu führen. Die Frage ist nur, ob und wann sich dieses neue Selbstvertrauen auch in Offline-Kontexte niederschlagen wird. Es scheint, als würden ihr dort die entsprechenden Kontakte noch fehlen, die sie an der Hand und mitnehmen:

„Mit einem befreundeten Ehepaar bin ich da mitgegangen, wo ich mir dann auch immer denke, es ist natürlich auch sehr einfach, da mitzugehen, aber deswegen bin ich, glaube ich, noch lange nicht so aktiv, wie bestimmt diverse andere Leute, die zum Beispiel dann zum veganen Stammtisch gehen und irgendwie in der Tierrechtsinitiative X-Stadt sind und solche Geschichten. [...] Ich weiß auch nicht, ob ich mich da irgendwo sehe, weil das natürlich auch sehr zeitintensiv ist und ich auch ganz gerne meinen anderen faulen Hobbies fröne.“ (Ebd.: 126)

Tatsächlich hat Jana vor Jahren schon einmal den Versuch übernommen, sich in einer Gewerkschaft zu engagieren, ist dort jedoch recht schnell wieder ausgeschieden, weil ihr die intensive Beschäftigung mit den inhaltlichen Aspekten zu anstrengend wurde (vgl. ebd.: 45). Jana begründet ein von ihr als zu gering eingestuftes politisches Engagement wiederholt mit dem Verweis auf ihre Bequemlichkeit, wobei sich die Überlegung aufdrängt, ob es sich dabei womöglich um eine vorgeschobene Begründung handelt. Denn sie engagiert sich zeitintensiv im Kontext ihrer Online-Praktiken und sie ist bereit auch an Demonstrationen teilzunehmen, wenn sie mitgenommen wird. Der Grund für ihre, wieder von ihr selbst als unzureichend eingestufte Beteiligung offline, mag deshalb womöglich eher in einer Kombination aus fehlendem politischen Selbstbewusstsein und damit einhergehender Angst vor Beschämung begründet sein.

„Natürlich, wenn man jetzt bedenkt, wie viel es da noch zu lesen gibt auch für mich, weil ich ja einfach noch ganz viel lernen muss und es gibt so viele Bücher da draußen, die ich gerne lesen möchte und die jetzt nicht unbedingt auch was mit Veganismus zu tun haben, sondern eben auch über Fair Trade oder wie kann man ökologisch wirtschaften, keine Ahnung, das nimmt natürlich Zeit in Anspruch, weil Internetrecherche, da gibt es einfach so viel da draußen, wo ich denke, da stolperst ja immer wieder über irgendwas. Jetzt gerade, wenn ich sehe, wie viel tatsächlich im Fernsehen kommt, das wäre mir ja früher nie aufgefallen, dass es genug Sendungen gibt, die man sich eigentlich angucken sollte.“ (Ebd.: 73)

Gerade in der letzten Äußerung wird deutlich, wie sich Janas Erkenntnisstil, ihre Wahrnehmung bestimmter Themen, durch ihre neuen Relevanzen, ihre Betroffenheit verändert. In der biographischen Erzählung tauchen diese angeblich schon immer dagewesenen Ansprüche nicht auf, es ist aber wichtig für sie, sie jetzt als immer schon mit ihr verwachsen darzustellen, um ihrem biographischen Projekt der Selbst-Identität Kontinuität zu verleihen:

„ich glaube, dass die Entscheidung auch, vegan zu werden, dass das schon irgendwo lange in meinem Unterbewusstsein war. Es ist ja nicht so, als hätte ich den Begriff vorher nicht gekannt. [...] Dass jetzt einfach die Zeit war, das hat, glaube ich, einfach – ich glaube irgendwo, dass mein Leben oder meine persönliche Einstellung einfach dahin geführt hat, weil ich sehr hohe moralische Ansprüche habe, schon immer hatte und ich glaube, das ist einfach irgendwas, was mich persönlich jetzt vervollständigt hat, zu sagen, ja, das ist jetzt genau das – die Ansprüche habe ich an mich selber“ (Ebd.: 69)

Nur aus einer beiläufigen Bemerkung während des Interviews lässt sich rekonstruieren, dass Jana, obwohl Mitte dreißig, erst vor kurzem aus dem elterlichen Haushalt ausgezogen ist. Der Umzug in die erste eigene Wohnung fällt zudem zusammen mit dem Besuch bei der Ernährungsberaterin, der zu Beginn erwähnt wurde. Was sich bei Jana hier vollzieht, ist also nicht nur ein Entwicklungsprozess zur selbständigen Bürgerin, sondern er geht zusammen mit einem Ablöseprozess von der elterlichen Vorstellungen der Lebensführung. Es ist von entscheidender Bedeutung, dass für Jana, die sich, zumindest zu Beginn des Untersuchungszeitraums, als politisch vollkommen inkompetent eingeschätzt hat, über den Prozess der Entwicklung konsumbezogener Autonomiekompetenzen (zunächst Distanz zum elterlichen Konsum, Phase eines eher unkontrolliert-hedonistischen Konsums, dann zunehmend Entwicklung eigener Präferenzen und deren Ausrichtung an einer zu ihrem Selbst in einem Passungsverhältnis stehenden Weltanschauung) erst die Entwicklung bürgerschaftlicher Handlungsfähigkeit (selbst Wahlentscheidungen treffen zu können und von dieser Kompetenz überzeugt zu sein) initiiert und gerahmt wurde.

Jana sieht ihre Engagement als etwas, das ihr eigenes Leben in eine weit entfernte Zukunft verlängert: *„Aber das soll sich ja, aber das sollte ja über mein Leben hinausgehen und das wird, das wirst auch du nicht erleben.“* (Ebd.: 61). Damit deutet sie an, dass ihr Leben und ihre Entscheidungen über ihren Tod hinaus Bedeutung haben werden, weshalb es wichtig sei, sich zu engagieren, auch wenn die Auswirkungen der eigenen Handlungen weder heute noch morgen zu beobachten seien. Wichtig sei es, bei den kleinen Dingen anzufangen, bspw. eine Petition zu unterschreiben nach dem Motto *„jeden Tag eine gute Tat“* (ebd.: 61). Dahinter liegt die Vorstellung einer individuellen Kollektivität, die sowohl bei Kaufakten wie auch beim Zeichnen von Petitionen Wirksamkeit entfalte:

„[...] hier, guckt euch das mal an, Unterschrift druntersetzen, ist doch eine gute Sache und dann hat man aber schon was bewirkt. Und dann hunderttausende andere machen das auch, ja und, so kriegt dann irgendein Politiker so einen Wisch in die Hand gedrückt.“ (Jana Peters, Tagebuch: 61)

Nur müsse irgendjemand anfangen, um andere zu motivieren: *„Ja, wenn die das kann, dann kann ich das ja auch!“* (Ebd.: 59) Um den Markt zu beeinflussen dreht Jana die Markt-Instrumente zur Manipulation und Ausspähung der Verbraucher einfach um:

„Und, also ich bin jetzt zum Beispiel auch, ich benutze meine Payback-Karte. Es gibt ja ganz viele Leute, die da was gegen haben, weil die Daten ja dann irgendwo gespeichert sind. Das ist mir persönlich total egal, wo meine Daten herum schwirren. Wenn einer mein Konto hacken will, kann er das auch, ohne dass ich eine Payback-Karte habe. Aber da

denke ich mir dann auch immer, irgendwo werde ich auf jeden Fall statistisch erfasst werden müssen, also bin ich ja irgendwo eine Zahl und wenn das mehr wird, ich meine, gerade wenn man das Thema Veganismus betrachtet, was in den letzten Jahren statistisch sich da verändert hat – also es ist jetzt nicht so, als wüsste ich da irgendwelche Details, ich kriege das natürlich am Rande dann so mit im Internet – und ich weiß ganz genau, ich bin ja auch ein Teil dieser Zahl.“ (Jana Peters, Interview: 59)

Mit der Nutzung ihrer Payback-Karte will sie im Gegensatz zu anderen Verbrauchern keine Punkte sammeln, wofür das Sammeln von Kundendaten in Kauf genommen wird, ihr geht es gerade darum, dass ihre Daten gesammelt werden. Wenn sie als Verbraucher ihre Konsumpräferenzen für Produzenten transparent macht, führe das dazu, dass die entsprechend ihrer Präferenzen produzieren, also mehr vegan, regional, biologisch. Dabei ist sie sich darüber im Klaren, dass die Praxis des Sammelns von Kundendaten umstritten ist, doch sieht sie darin eine Art der Kommunikation mit Produzenten, die sich in Zahlen ausdrückt. Und sie ist Bestandteil dieser Zahlen. Die Problematik einer nur auf Buykott basierenden Strategie ist lediglich, dass der Kauf notwendige Voraussetzung jedes politischen Statements wird.

Janas Probleme, ihre neuen Konsumpraktiken auch in Gegenwart ihrer alten Freunden zu vollziehen bzw. die Irritation der alten Freunde gegenüber Janas Online-Posts zeigt ganz deutlich, wie die Mediatisierung von Alltagshandeln für den Akteur konfliktreich werden kann, wenn sich plötzlich zwei unterschiedliche Referenzgruppe begegnen. Um weder ihre neue Bezugsgruppe, die vegane Gemeinschaft noch ihre alten Freunde vor den Kopf zu stoßen und vor allem – sich selbst nicht unter Rechtfertigungsdruck zu bringen, muss Jana eine Strategie entwickeln. Ihre bisherige Strategie, sich in ihrem Alltag offline nach den alten Freunden zu richten und online nach der neuen Referenzgruppe, stößt an Grenzen, da sie es online nicht bewerkstelligen kann, ihre Kommunikation Bezugsgruppen gemäß zu kanalisieren. Mögliche Lösungen wären, online auf die Vernetzung mit ihren Freunden zu verzichten oder von der Veröffentlichung ihrer konsumpolitischen Statements zu abzusehen.

Zwischenfazit

Bei Jana bleibt folgendes festzuhalten: Im Gegensatz zu Sarah stellen sich die ökonomischen Praktiken bei Jana sehr viel weniger routinisiert dar. Dies ist mitunter problematisch, da Jana insgesamt stärker auf das ökonomische Handlungsfeld konzentriert ist als Sarah, gleichzeitig aber die fehlende Routine zusammen mit einer Neuorientierung der Lebensweise zu Spontankäufen führen, die Jana in finanziell angespannte Situationen bringen. Der Grund für die Unterschiede im

Bereich der ökonomischen Praktiken ist sowohl biographisch wie auch durch die konkrete Situation bestimmt: Jana ist nicht nur umgezogen, sondern lebt auch das erste Mal in ihrem Leben in einem eigenen Haushalt. Dies beinhaltet für sich genommen schon eine Übergangs- und Orientierungsphase, die durch Janas beginnendes Interesse für politischen Konsum, ihre zunehmend vegane, öko-faire Lebensweise zusätzlich durch einander gebracht wird und ihre Offenheit gegenüber gezieltem Marketing erhöht. Durch ihr Elternhaus ist Jana stark materialistisch orientiert – da die Eltern Konsum eingesetzt haben, um Jana zu erziehen, setzt bei Jana jetzt zunächst ein Prozess ein, bei dem sie sich etwas gönnen und endlich der ver- und entsagenden Haltung der Eltern entkommen möchte. Diese hedonistische Konsumphase wandelt sich mit dem Umsteigen auf eine vegane Lebensweise jedoch allmählich zu einem Konsum, bei dem die eigenen Motive für einen Kauf und die mit dem Kauf für andere verbundenen Konsequenzen mit wachsender Aufmerksamkeit in den Blick genommen werden. Durch den Kontakt zu Personen mit ähnlichen Interessen und ähnlicher Weltanschauung wird Jana in diesem Prozess bestätigt, sie sammelt Informationen und integriert diese – insbesondere dort, wo sie in direktem Bezug zu ihrem Alltagskonsum stehen – in ihre Wissenspraktiken. Umso mehr sich ihre Handlungsfähigkeit als Konsumentin stabilisiert, wozu deren Politisierung als Begründungs- und Legitimationszusammenhang beiträgt, umso mehr Kompetenz gesteht Jana sich auch in verbraucherpolitischen Fragen zu. Dennoch bleibt bei ihr eine Trennung zwischen Alltagspolitik, bei der sie sich sicher und wichtig und bedeutsam fühlt, und einer abstrakten Sphäre der institutionellen Politik, die ihr fremd ist und die sie nicht versteht, bestehen.

Im Gegensatz zu Sarah stellt sich Jana eher als die in der konsumsoziologischen Literatur beschriebene sprunghafte, irrationale Shopperin dar. Das Zusammenspiel von Konsum und ihrer Identität als Frau wird dabei einerseits durch die häufige Verwendung des Attributs „schön“ deutlich, andererseits durch ihren Fokus auf die als „klassische“ Frauendomänen bezeichneten Konsumbereiche wie Kleidung und Kosmetik. Die Kopplung von Selbst-Identität und Verbraucher-Identität ist entsprechend bei Jana besonders stark. Aus diesem Grund ist die Vermittlungsleistung, die sie im Kontext der Politisierung ihres Konsums leistet anspruchsvoll. Ihre biographischen Dispositionen stehen einer auf bspw. Subsistenz ausgerichteten Konsumpraxis geradezu entgegen. Entsprechend führen ihre ersten Versuche, ihre ursprüngliche Konsumpraxis beizubehalten und sich mit neuen und schönen Dingen zu umgeben, sich dabei aber an einen moralisch anspruchsvollen Kriterienkatalog zu halten, zu nicht zu unterschätzenden finanziellen Krisen. Die wiederholte Erfahrung, bereits zu Beginn des Monats ihr Konto überzogen zu haben, machen eine Entscheidung notwen-

dig. Diese besteht entweder darin, wieder auf konventionelle Produkte umzusteigen oder die Quantität der Neukäufe einzuschränken. Ihre ersten Erfahrungen, letzteres umzusetzen, beschreibt sie als einen großen persönlichen Erfolg. Sie beginnt zu realisieren, dass der von ihr als defizitär wahrgenommene Konsumstil weniger mit ihrer eigenen, womöglich auch als defizitär wahrgenommen Persönlichkeit zu tun hat, als mit einem mangelhaften und häufig intransparenten Marktangebot. Dies markiert die von Agnes Heller beschriebene wichtige Voraussetzung für politisches Handeln: Das Wahrnehmen der Diskrepanz zwischen „sein“ und „sollen“. Es ist ein entscheidender Schritt in Janas Politisierungsprozess, dass sie diese Diskrepanz nun nicht mehr (nur) in sich selbst verortet, sondern beginnt, Ansprüche gegenüber anderen Akteuren – Unternehmen und politischen Institutionen – zu artikulieren. Denn gegenüber ihrer Identität als Verbraucherin ist ihre Identität als Bürgerin nur sehr schwach ausgebildet und entspricht viel stärker dem Mythos der „unpolitischen Frau“ als das bei Sarah der Fall war. Dies wird nicht nur daran deutlich, dass sie ihre Wahlentscheidung entlang der Empfehlung ihrer älteren Schwester trifft, sondern auch an ihrer Art, von „der Politik“ als einem, von ihr selbst abgetrennten und abstraktem Thema zu sprechen. Die Politisierung ihrer Verbraucheridentität, die bei ihr auch Selbst-Identität ist, verknüpft nun diesen für sie wichtigen Bereich alltäglicher Praktiken mit verbraucherpolitischen Anliegen, die sich dadurch auszeichnen, nicht nur für sie selbst, sondern auch für andere Verbraucher relevant zu sein.

Das Social Web ist in diesem Prozess weniger als Informationsquelle, denn als Kommunikations- und Interaktionsraum von Bedeutung, in dem Jana erste Versuche macht, ihre neugewonnen Einsichten kommunikativ zu testen, also ihre politische Meinung zu artikulieren, sich darüber auszutauschen und dabei politisches Selbstvertrauen zu entwickeln. In diesem Kontext übernehmen Nicht-regierungsorganisationen – wie bei Sarah – eine wichtige Funktion, indem sie Deutungsangebote und Verhaltensregeln anbieten. Da Jana sich jedoch, anders als Sarah, nicht für die Mitgliedschaft in nur einer bestimmten Gruppe entscheidet, sondern versucht, die teils widersprüchlichen Anforderungen verschiedener zu integrieren, ist dieser Prozess auch von Enttäuschungen und Schuldgefühlen geprägt. Es zeichnet sich jedoch auch hier eine Entwicklung an, die Diskrepanz zwischen Verhaltensanforderungen und den faktisch gegebenen Möglichkeiten derer Umsetzung zunehmend weniger der eigenen Unzulänglichkeit als den Strukturen des Marktes zuzuschreiben.

Janas anfängliche Lesart von politischem Konsum als primär politisches Kaufen, um den Markt zu beeinflussen, führt dazu, dass sie ihr ökonomisches Handeln anderen, insbesondere auch Unternehmen gegenüber transparent macht. Sie liefert bereitwillig Daten über ihr Kaufverhalten ab (Payback-Karte), in der

Hoffnung, damit alternativen Konsumstilen zu einer stärkeren Sichtbarkeit zu verhelfen. Der Denkfehler, der ihr dabei unterläuft, ist, dass Systeme wie die Payback-Karte weniger der Erhebung von Kaufverhalten und einer daran angepassten Produktion dienen, sondern es um eine Personalisierung von Verkaufsdaten geht, um zielgerichtet Produkte vermarkten zu können. In gleicher Weise ist ihre Praxis, ihre Online-Einkäufe und besonders beliebte Online-Shops auf ihrem Facebook-Profil zu veröffentlichen, kritisch zu sehen. Zwar verfolgt Jana damit das Ziel, anderen neue Möglichkeiten aufzuzeigen, ethisch vertretbare, aber trotzdem ästhetisch ansprechende Produkte zu erwerben. Doch liefert sie damit wie im Fall der Payback-Karte anderen unbegrenzten Zugriff auf ihre Daten. Alternativ könnte sie sich an entsprechenden Link-Sammlungen beteiligen, wie sie verschiedene Online-Projekte im Sinne politisch-korrekturer Einkaufsratgeber zur Verfügung stellen. Dies böte ihr aber nicht die Möglichkeit, ihren politischen Konsum mit ihrem (Online-)Selbst zu verbinden. Offensichtlich ist aber genau das eine wesentliche Motivquelle, aus der sich ihre Web-Praktiken speisen. Diese Kombination aus Engagement und reflexivem Selbstbezug, tauchte schon, wenngleich in einer anderen Ausprägung, bei Sarah als konsumpolitischem Prosuming auf. Bei Jana ist der Aspekt der Kopplung von Konsum und Produktion nun weniger auf den Bereich des Alltags offline gerichtet, als auf die Kreation einer verbraucherpolitischen Web-Identität, bei der wesentlich stärker als bei Sarah eine Betonung des Selbst stattfindet.

ANNIKA SEIFERT

Annika bewohnt gemeinsam mit ihrem Lebensgefährten eine Eigentumswohnung im Einzugsgebiet einer Großstadt. Besitzer ist die Familie des Lebensgefährten, der in dem familieneigenen Unternehmen eine leitende Position innehat. Annika ist Anfang dreißig und arbeitet in einem Unternehmen zur Weiterbildung von Lehrkräften im Bereich von Nachhaltigkeit. Studiert hat sie Politikwissenschaften mit dem Schwerpunkt Ernährungsgerechtigkeit. Ihren nachhaltigen Konsum beschreibt Annika als sehr umfassend: Es beginne bei Nahrung, gehe von dort weiter über Konsumverzicht, Tauschbörsen für Kleidung, bis hin zum Bezug von Ökostrom, den sie gegen ihren Lebensgefährten durchsetzen konnte (sein Engagement in Bezug auf politischen Konsum sei vor allem ihr zuliebe und erstrecke sich ausschließlich auf den privaten Bereich, während der elterliche Betrieb zu ihrem Bedauern noch immer auf Nachhaltigkeitsstrategien verzichte). Die Gartenarbeit kenne sie noch von Zuhause und sei hier sehr engagiert, was sich nicht zuletzt auch in nachhaltigen und teils sozial gerecht hergestellten Gar-

teninstrumenten zeigt. Eine ausgeprägte Wertschätzung von Bodenschätzen scheint bildungsbiographisch angelegt, der eigentliche Punkt des Umdenkens sei bei ihr insbesondere durch das Studium und dort vor allem im Rahmen ihrer Tätigkeit für Entwicklungszusammenarbeit in B-Land motiviert. Das Internet spiele in Bezug auf politischen Konsum bei ihr dann eine große Rolle, wenn es darum geht, Informationen zu recherchieren. Soziale Netzwerke nutze sie, diese spielen aber für ihren nachhaltigen Konsum keine Rolle, allenfalls weise sie Freunde, bei denen sie wisse, dass es sie interessiert, auf Neuigkeiten hin. An Online-Diskussionen beteilige sie sich nicht, sie sieht weder, dass diese Diskussionen im Ergebnis etwas bringen, noch dass die virtuellen Gegenüber über ein *Wissen* verfügen, dass eine Auseinandersetzung mit ihnen lohnenswert machen würde. Da sie in knapp sechs Wochen heiratet, müssen sehr viele Vorbereitungen und damit zusammenhängende Themen – vom fair produzierten Trauring bis zur nachhaltigen Hochzeitsreise – recherchiert, Händler kontaktiert, Preisanfragen gestellt werden u.v.m. So konstatiert sie etwas betrübt, dass es keine vollständige „*Green Wedding*“ werden könne, da zum Beispiel ein Öko-Catering unbezahlbar sei. Auch seien die Angebote für Green Wedding noch sehr gering. Sehr ausführlich und gerne berichtet sie von der geplanten Reise nach C-Land, bei der eine CO²-neutrale Fluggesellschaft ausgewählt worden sei und ausschließlich Hotels mit fairem Personal gebucht worden seien. Auf die Nachfrage nach ihren sonstigen politischen Aktivitäten berichtet sie nicht viel, sie interessierte sich einmal für zwei Parteien, aber die passen nicht so richtig für sie, gerade bei der einen gefalle ihr auch der Ortsverband nicht. Gemeinsam mit ihrem Lebensgefährten hat sie sich nun den Naturschutzbund angesehen, ist aber auch davon nicht so angetan, als dass sie sich zu einer Mitgliedschaft durchringen könnte. Ihre sonstigen politischen Aktivitäten und Interessen außerhalb des Konsumbereichs sind eher unspezifisch, wenn überhaupt interessiere sie sich für soziale Gerechtigkeit, Integration und eben globale Themen. Das würde auch erklären, warum das Engagement in Ortsvereinen für sie wenig reizvoll ist, da deren Tätigkeitsbereich sich auf lokale oder regionale Problemstellungen erstreckt und der Zusammenhang mit den großen Fragen der Konsumgesellschaft – wie Weltenernährung – sich nicht unmittelbar herstellen lässt. Sie selbst erlebt sich als politisch stark engagiert, in ihrem Bürgerverständnis ist ein politischer Konsument klassischen Partizipationsmodellen gleichzusetzen oder sogar noch vorzuziehen, da der gesamte Lebensstil einbezogen werde. Auf ein Auto verzichtet sie ganz bewusst, sie hatte auch noch nie ein Auto, allerdings hat ihr Freund eines. Sie nutzt Ebay um gebrauchte Dinge zu versteigern. Darüber hinaus hat sie erst kürzlich einen privaten Flohmarkt veranstaltet und organisiert in unbekanntem Abstand Klamottentauschpartys.

Hinsichtlich ihrer Ernährung konsumiere sie strikt nach sozial verträglichen Gesichtspunkten, auch bei Reisen, Mobilität und der Gestaltung ihrer Hochzeit lege sie auf soziale und ökologische Verträglichkeit größten Wert. Dies führe nicht selten zu Konflikten in ihrem sozialen Umfeld, auch mit den Schwiegereltern. Mit zwei Einkommen und ohne Belastung durch Miete ist das Paar finanziell sehr gut ausgestattet. Das Internet nutzt sie zumeist für Recherchezwecke, wo welches Produkt zu finden ist und wie es hergestellt wurde. Auch gibt es ein paar Online-Zeitschriften die sie regelmäßig liest. Im Zusammenhang mit ihrer Gartenarbeit engagiert sie sich für die Erhaltung von altem Saatgut. Außerdem kennt sie das Ziehen von eigenem Gemüse noch aus ihrer Kindheit, die sie in einem ostdeutschen-Bundesland in ländlicher Gegend verbracht hat. Bislang konnte sie nur den Balkon dafür verwenden, demnächst stellen ihr die Schwiegereltern auch noch einen Garten in der näheren Umgebung zur Verfügung. Im Gespräch erscheint Annika aufgrund ihres Fachwissens und ihrer mit entsprechender Kompetenz vorgetragenen Überzeugungen als Idealtypus einer gut informierten politischen Konsumentin, die dadurch bei ihrem Gegenüber nicht selten das Gefühl von Unzulänglichkeit erzeugt, beispielsweise wenn sie die Frage-situation umkehrt und ihrerseits kritische Nachfragen zum Konsumverhalten der Interviewerin stellt. In Konsumbereichen, in denen sie ihre wissenschaftlich fundierten Regeln nicht befolgt – der Bereich Kleidung kommt hier mehrfach zur Sprache – begründet sie das mit ihrer starken ästhetischen Orientierung. Das Segment fair und ökologisch hergestellter Kleidung sei zu klein, zu teuer und folge einer, sie ästhetisch nicht ansprechenden, Stilrichtung. Bei ihrem Brautkleid habe sie zwar einige Versuche unternommen, sich aber dann für ein „*Kleid von der Stange*“ entschieden, da sie Kompromisse ablehne und sich von diesem konventionellen angesprochen gefühlt habe.

Sowohl in der Partnerschaft wie auch im Freundeskreis gibt es immer wieder Auseinandersetzungen um ihren Lebensstil. Im Freundeskreis artikuliert sie eine Trennung zwischen universitärem Freundeskreis und schulischem Freundeskreis (hier kommen die Freunde überwiegend aus dem heimatlichen, ostdeutschen Bundesland). Mit ersterem gebe es kaum Konflikte, vielleicht, so ihre Überlegung, weil es sich größtenteils gleichfalls um Geisteswissenschaftler handelte. Im schulischen Freundeskreis wäre es zum Teil sehr anstrengend, hier wären überwiegend „handfeste“ Berufe wie Jurist und Architekt vertreten, die nur wenig Verständnis für Annikas politischen Konsumstil aufbrächten.

Tagebuch Annika Seifert

Annika Seifert hat ihr Tagebuch nicht als Tagebuch im engeren Sinne geschrieben, insofern als sie nicht in täglichem Rhythmus ihre Einträge verfasst hat, sondern ein außeralltägliches Ereignis, nämlich die Vorbereitungen zu ihrer Hochzeit zum Ausgangspunkt genommen hat, um ausgehend davon ihre Überlegungen und deren Umsetzung rückblickend zusammenzufassen. Das führt zu einem in sich schon stärker reflektierten Text, bei welchem Annika eine größere Distanz zu ihren Praktiken einnimmt, was sich beispielsweise auch daran zeigt, dass sie Bewertungen und Rationalisierungen vornimmt und in den Bericht einfließen lässt. Im Vergleich zu Sarah und Jana fällt zudem auf, dass Annikas Tagebuch keine Original-Textstellen ihres Social-Web-Engagements enthält, da Annika das Social Web nicht politisch bzw. nicht öffentlich nutzt. Die nicht öffentliche Nutzung des Social Webs wie des Internets insgesamt ist so zu verstehen, dass Annika die Sichtbarkeit ihres Profils auf einen engen Freundeskreis beschränkt hat und nicht außerhalb dieses Freunde-Netzwerks auftritt. Bei diesen Social-Web-Verbindungen handelt es sich außerdem ausschließlich um Personen, die Annika aus Offline-Kontexten kennt. D.h. Annika nutzt das Internet nur, um bestehende Kontakte zu pflegen, Verabredungen zu treffen und Nachrichten zu schreiben, aber nicht, um neue Kontakte aufzubauen, sich mit anderen über (politische) Themen auseinanderzusetzen oder als Unterstützerin politischer Anliegen sichtbar zu werden. Die Metapher des unsichtbaren Internetnutzers trifft auf Annika zu: Sie gehört zur Gruppe derer, die zwar gelegentlich auf den Content anderer Nutzer zugreifen, aber selbst keine Autoren von Content sein wollen. Das Internet nutzt sie rein privat und nur als Äquivalent oder Erweiterung bereits offline bestehender Routinen, insbesondere dann, wenn Probleme des offline Alltags durch die Nutzung des Internets besser lösbar sind. Dies trifft u.a. auf das Aufrechterhalten von Freundschaften über weite Distanzen zu, wobei hier die Kommunikation mit Facebook eine einfachere Lösung darstellt als das Schreiben von Briefen. Auch im ökonomischen Bereich kauft Annika nur dann online, wenn sie ein Produkt erwerben möchte, das in den Geschäften in ihrem Nahbereich nicht angeboten wird. In Bezug auf Informationen kann man sagen, dass Annika hier insofern einen Vorteil gegenüber Sarah und Jana hat, da sie sich bereits im Rahmen ihres Studiums mit Aspekten politischen Konsums eingehend auseinandergesetzt hat und nun auch in diesem Bereich arbeitet. Entsprechend verfügt sie über ein Expertenwissen und darüber hinaus über den Zugang zu Experten, z.B. ihren Arbeitskollegen, mit denen sie Fragen und Probleme der Alltagsökonomie besprechen kann. Nur wenn diese Ressourcen zur Klärung bestimmter Fragen nicht ausreichen, greift sie auf Web-Inhalte zu, um sich orien-

tieren zu können. Warum sie jedoch – gerade im Hinblick auf ihre akademische Ausbildung – nicht selbst Inhalte einspeist oder zumindest den Inhalt anderer kommentiert, bleibt offen. Ihre im Eingangsgespräch gelieferte Begründung, dass sie Auseinandersetzungen mit Personen ohne entsprechendes Fachwissen für sinnlos hält, erklärt nicht, warum sie als jemand, der über Fachwissen verfügt, die Diskussionen online nicht entsprechend bereichern möchte.

Als Kontrast zu Sarah und Jana eignet sich der Fall Annika hervorragend, da in biographischer Hinsicht Parallelen zwischen ihr und Sarah bestehen, sie sind in der DDR aufgewachsen und nach der Wende mit ihren Familien in den Westen übergesiedelt, wenngleich hier der Altersunterschied von über zehn Jahren zu berücksichtigen ist. Beide haben ein Studium absolviert und leben heute zusammen mit einem Partner in einer deutschen Großstadt. In Bezug auf Jana und Annika – wie auch in Bezug auf Jana und Sarah – sind die Kontraste dagegen größer: Der biographische Kontext ist im Hinblick auf die DDR-Sozialisation ein anderer, zudem hat Jana im Gegensatz zu Annika und Sarah keine akademische Ausbildung, lebt erst seit kurzer Zeit nicht mehr im Elternhaus und ist Single. Der Kontrast zwischen Annika und Sarah besteht, neben dem Altersunterschied, vor allem darin, dass Annika als Expertin im Kontext von politischen Konsum arbeitet, während Sarah als Web-Designerin weniger über Experten- als Insiderwissen verfügt, da sie im Kontext ihrer Arbeit ständig mit Unternehmen und deren Werbestrategien (die sie umsetzt) konfrontiert ist. Während sowohl Jana wie auch Sarah schon einmal Mitglied in einer zivilgesellschaftlichen Organisation waren, zeigt Annika dafür zwar Interesse, kann sich aber letztlich nicht dazu entscheiden. Wie Sarah und Jana ist Annika vor nicht allzu langer Zeit umgezogen – zu ihrem Freund – es deutet sich hier jedoch mit der anstehenden Hochzeit ein weiterer Umbruch in ihrer aktuellen Lebenssituation an.

Feinanalyse Tagebuch

Ihr mit „Forschungstagebuch“ überschriebener Rückblick gliedert Annika in zwei Abschnitte, „*Meine grüne Hochzeit*“ und „*Anderer nachhaltigkeitsrelevanter Themen*“. Die beiden Abschnitte sind in sich noch einmal in kleine Kapitel unterteilt, in denen jeweils zu einem Konsum- oder besser Produktbereich Stellung genommen wird. Auf diese Weise handelt sie entsprechend der Logik einer Einkaufsliste (Einladung, Kleidung, Dekoration, Veranstaltung, Ringe, Transport, Polterabend, Reise) die für sie im Hinblick auf politischen Konsum relevanten Themen ab.

Außeralltäglicher Konsum: Hochzeit

Die Überschrift „*meine grüne Hochzeit*“ suggeriert, dass die Planung dieses biographisch wichtigen Ereignisses für Annika nicht nur Ausdruck und Institutionalisierung ihrer romantischen Beziehung sein soll, sondern darüber hinaus auch „Projektcharakter“ hat: Wie „grün“ lässt sich eine Hochzeit mit den derzeit zur Verfügung stehenden Mitteln gestalten. Unter Umständen möchte sie den Start in den neuen Lebensabschnitt Ehe moralisch möglichst unbelastet gestalten, es geht vor dem Hintergrund der unterschiedlichen Einstellungen von Annika und ihrem Freund wohl aber insbesondere auch darum einen grundlegenden Kompromiss auszuhandeln, der ihr weiteres Zusammenleben fortan mitbedingen wird. Sie beginnt ihre Ausführungen direkt mit einer Begründung, warum sie überhaupt „grün“ heiraten möchte und verweist in dem Zusammenhang darauf, dass sie in dem Bereich „Nachhaltigkeit“ arbeitet und Interesse an grünen Themen hat (vgl. Annika Seifert, Tagebuch: 66). Dass eine Tätigkeit im Bereich Nachhaltigkeit und ein Interesse an grünen Themen für Annika als Erklärung für eine grüne Hochzeit hinreichend ist, lässt den Schluss zu, dass sie davon ausgeht, dass jemand der sich für grüne Themen interessiert und sogar in einem grünen Bereich tätig ist, auch in sein Privatleben die Umsetzung von Nachhaltigkeit integriert²³. Dies legt nahe, dass sie mit ihrer Berufstätigkeit ein starkes Ethos verbindet, diesen vielleicht sogar als eine Voraussetzung zur Tätigkeit im Bereich von politischem Konsum sieht. Die Formulierung „*habe ich versucht auch unsere Hochzeit so nachhaltig wie möglich zu gestalten*“ (ebd.) verweist darauf, dass sie auch in anderen Bereichen versucht, nach Möglichkeit nachhaltig zu handeln. Unklar ist allerdings, worauf sie genau mit „*wie möglich*“ abzielt, ob sie hier die Widerstände ihres sozialen Umfeldes oder eher die mit einer nachhaltigen Hochzeitsplanung verbundenen finanziellen Aufwendungen antizipiert. Da sie im Gegensatz zu Sarah und Annika ihr Tagebuch in Retrospektive geschrieben hat, richtet sich der Hinweis vor allem aber auch an den Leser, dem verdeutlicht werden soll, dass sie versucht hat, *ihre* Möglichkeiten der Gestaltung voll auszuschöpfen. Mit ihrem Verlobten konnte sie sich darauf verständigen, Nachhaltigkeit als Kriterium in den Planungen zu berücksichtigen, wobei er ihr „*mehr oder weniger, freie Hand bei zu treffenden Entscheidungen*“ (ebd.) ließ, was noch einmal verdeutlicht, dass der Verlobte Annikas konsumpolitische Orientierung nicht teilt, ihr aber zumindest auf einer theoretischen Ebene einen gewissen

23 Die Verwendung des Attributs „grün“ gehört zu Annikas Sprache über politischen Konsum, ebenso wie der Begriff „in Bioqualität“, was insofern auffällt, als Sarah und Jana beide Begrifflichkeiten überhaupt nicht verwenden.

Handlungsspielraum zugesteht. Schwierigkeiten könnten sich aus dieser Konstellation dann ergeben, wenn Annika Nachhaltigkeit als biographisches Projekt/Bewährungsprobe für die Ich-Identität interpretiert, aber durch ihre Sozialbeziehungen an deren Verwirklichung gehindert wird oder ihr die Anerkennung für ihre Leistungen verwehrt bleibt. Es bleibt festzuhalten, dass für Annika ihr Engagement im Rahmen ihrer Berufstätigkeit sehr wichtig ist, da sie es schon im ersten Satz erwähnt.

Das erste, womit sie sich im Rückblick auf ihre Hochzeitsplanungen beschäftigt (hat), sind die Einladungen. Hier war die Frage zu klären, welche Form der Einladung ökologisch am ehesten zu vertreten sei. Interessanterweise wird hier der Verzicht auf eine große Feier gar nicht erst erwogen. Die Idee scheint stattdessen zu sein, das Prozedere einer konventionellen Hochzeitsfeier zu übernehmen und dabei auf möglichst umweltfreundliche Lösungen zu setzen. Das stellt eine Parallele zwischen Janas (anfänglichem) politischem Konsum dar, bei dem sie zunächst auch versuchte, konventionelle Produkte durch ethisch vertretbare zu ersetzen. Für Annika bedeutet es hier zunächst, eine Entscheidung zwischen elektronischer und papierener Einladung zu treffen. Dass diese Entscheidung keine leichte ist, untermauert sie mit Verweis auf die „*Nachhaltigkeitscommunity*“ (ebd.: 68), womit Annika einerseits ihre Kollegen, andererseits bestimmte Web-Projekte wie www.utopia.de meint, die beide keine eindeutigen Antworten auf die oben genannte Frage liefern. Im zweiten Anlauf versucht Annika auf Basis ihres Wissens und ihrer Logik zu einer Antwort zu kommen. Dabei kommt sie zu dem Schluss, dass eine Einladung per Email am umweltfreundlichsten sein müsste. Diese ausführlichen und viel Zeit und Gespräche in Anspruch nehmenden Überlegungen zur Ersparnis von Transportwegen mit der Post werden dann aber von dem Verhalten ihres Verlobten geradezu konterkariert, da er mit dem PKW mehrere Druckereien anfährt, um eine Pappe zu finden, die er für angemessen hält. In dem Aushandlungsprozess um nachhaltige Einladungen lässt sich Annikas Verlobter zunächst auf Nachhaltigkeit als Kriterium ein und versucht, seinen Standpunkt, konventionelle Einladungen zu verwenden, mit dem Verweis auf das Ausdrucken an privaten, veralteten Druckern zu rechtfertigen. Um dieses Argument noch weiter zu bekräftigen, greift er auf kulturelle Formen der Legitimation zurück, indem er sowohl den ästhetischen wie den sozialen Aspekt gedruckter Einladungen betont. Letzterer liefert ihm dann den entscheidenden Argumentationsvorteil, als er auf die Bedürfnisse seiner älteren Verwandten hinweist, die eine gedruckte Einladung gerne aufstellen würden, also als unverzichtbaren rituellen Bestandteil einer Hochzeit betrachten würden. In der Konsequenz muss Annika ihren Wunsch nach nachhaltiger Gestaltung der Feier der Konvention und der Ästhetik nachordnen. Als Kompromiss einigen sie sich auf

ein klimaneutral druckendes Unternehmen, die recycelten Briefumschläge bestellt sie online. In ihrem Tagebuch verweist Annika an dieser Stelle noch einmal darauf, dass es auch innerhalb ihres Unternehmens nach zahlreichen Diskussionen immer noch nicht geklärt ist, ob Papier oder Email die bessere Lösung sei als müsse sie sich dem Forschungsteam gegenüber rechtfertigen.

Das nächste Thema betrifft den Kauf ihres Hochzeitskleids, über welches bereits im Eingangsgespräch kurz gesprochen wurde. Sie gibt an, sich mit dem Thema bereits sehr früh auseinandergesetzt zu haben und zusätzlich zur Lektüre ihres ökologischen Einkaufsratgebers, den sie abonniert hat, auch online recherchiert zu haben. Hier stelle sich jedoch das Problem, dass es keine ökologischen Brautkleider „von der Stange gebe“ und man nur über den Umweg einer Schneiderei ein entsprechendes Kleid anfertigen lassen könne. Dies sei ihr aber zu kompliziert (vgl. ebd.: 71), da sie hierfür extra eine entsprechende Schneiderei aufsuchen und selbst im Produktionsprozess integriert sei. Auch die dritte ökologische Variante, ein Kleid auszuleihen, wurde schließlich nicht realisiert, da sie „auf Drängen meiner Freundinnen“ (ebd.) ein Geschäft für Brautmoden besuchte und dort sofort fündig wurde. Dies ist besonders bemerkenswert, da Annika bei dem Brautkleid die Möglichkeit gehabt hätte, ganz gemäß ihrer eigenen Vorstellungen zu agieren, doch sie gerät mit den eigenen Präferenzen in Konflikt. Im Hinblick auf nachhaltigen Konsum liegt bei ihr die Präferenz (bei Kleidern), wenn, dann auf deren ökologischer Verträglichkeit. Da ökologisch verträgliche Kleider jedoch schwer erhältlich sind und sie ein individuell für sich angefertigtes Kleides für zu aufwendig hält – vor allem in Bezug auf den eigenen Anteil an dieser Arbeit – folgt sie dem Drängen ihrer Freundinnen und besucht ein Brautmodengeschäft. Hier findet sie ein Kleid, das ästhetisch-authentisch passt, mit dem sie sich wohl fühlt. Den anschließenden Kauf rechtfertigt sie mit dem Verweis darauf, dass ein Kompromiss sie nur unzufrieden gemacht hätte. In diesem Fall entscheidet sie sich also gegen Nachhaltigkeit und für Bequemlichkeit/Ästhetik/Wohlfühlen. Ein weiteres interessantes Datum ist, dass es diesmal nicht ihr Verlobter gewesen ist, der die Durchsetzung nachhaltig-ökologischer Prinzipien behinderte, sondern sie selbst die Entscheidung immer weiter aufschob, bis ihre Freundinnen als Katalysatoren den entscheidenden Impuls zu dem Kauf in einem konventionellen Brautmodengeschäft gaben. Ihre Entscheidung für ein konventionelles Kleid, passendem Hut, Schuhen und Schmuck rechtfertigt sie mit Verweis darauf, dass die Ästhetik von Kleidung für sie eine herausragende Rolle spiele:

„Vielleicht sollte ich grundsätzlich erwähnen, dass die Optik für mich eine große Rolle spielt und ich es für sinnlos halte ein nachhaltiges, aber in meiner Wahrnehmung hässliches Produkt zu kaufen, das für mich dann nur ein (schlechter) Kompromiss ist. Vor allem

langfristig gedacht weiß ich, dass ich einen Kompromiss mit großer Wahrscheinlichkeit nicht bzw. nur unter großen inneren Widerständen weiter nutze. Daher versuche ich Kompromisse möglichst zu meiden. Ich wäge also meine Optionen ab und entscheide dann ob es sinnvoll ist weiter nach einer nachhaltigen Alternative zu suchen, vorhandene (nicht-nachhaltige) Produkt zu kaufen oder auf den Kauf ganz grundsätzlich zu verzichten.“ (Ebd.: 73)

Nachdem die erste Episode gezeigt hat, dass Annika in anderen Kontexten sehr wohl zu Kompromissen bereit ist, bezieht sich die Kompromisslosigkeit bei Entscheidungen wohl insbesondere auf solche Produkte, nämlich Kleidung, deren Ästhetik direkt mit ihrem Selbstbild zusammenhängen. Nimmt man auch in diesem Fall eine Reihung der Kriterien vor, die ihre Wahl begleitet haben, stehen wiederum Konvention (überhaupt ein klassisches Brautkleid zu tragen) und Ästhetik in der Werthierarchie über Nachhaltigkeit als Kriterium. Dies lässt als vorläufige These zu, dass Annikas Wunsch nach einer nachhaltigen Lebensführung und -gestaltung immer dann nachgeordnet wird, wenn er in Konflikt zu sozio-kulturellen Konventionen und Vorstellungen gerät. Zudem scheint Kleidung für Annika ein Produktbereich zu sein, der sich mit ihren Vorstellungen einer Nachhaltigkeitsästhetik – ganz im Gegensatz zu Jana – nicht verknüpfen lässt. Als verlängertes Identitätsmerkmal bedeutet Kleidung Annika sehr viel, so dass hier Kompromisse nicht möglich sind. Doch andererseits sieht sie ihren Konsum als starkes politisches Statement, da es ihre ganze Lebensweise umfasst. Kleidung als nach außen sichtbares Zeichen eines bestimmten Konsumstils wäre (eigentlich) als Mittel, dies anderen gegenüber zum Ausdruck zu bringen geeignet. Oder ist es gerade das, was Annika an der spezifischen Nachhaltigkeitsästhetik abstößt? Dass es sie für andere als öko-grün-nachhaltig identifizierbar machen würde? Möchte sie also die von Jana angestrebte Kopplung von verbraucher-politischer und Selbst-Identität gerade vermeiden? Eine weitere Überlegung wäre, dass politischer Konsum für Annika nur da reizvoll ist, wo er für sie konkret mit Vorteilen verbunden ist: Indem sie durch Fahrrad fahren etwas für ihre Fitness tut oder wenn politischer Konsum als vorteilhaft für ihre Gesundheit empfunden wird, wie bei schadstoffarmer Kosmetik und Lebensmitteln in „Bioqualität“.

Der nächste Punkt auf der Liste der nachhaltigen Hochzeitsgestaltung ist die Dekoration, die „aus Zeitgründen und Mangel an Begabung“ (ebd.: 76) an ein Deko-Unternehmen ausgelagert wurde. Es ist hier wichtig, explizit zu formulieren, was Annika nicht reflektiert: Ein Dekorationsunternehmen wird nicht zuletzt deshalb engagiert, weil das Paar es sich leisten kann. Während andere, die über weniger finanzielle Mittel verfügen, auf Dekoration verzichten oder sie – trotz eines Mangels an Begabung – selbst gestalten würden, darin sogar die Chance zu

einer individuelleren oder authentischeren Veranstaltung sehen würden, führt hier das Vorhandensein ökonomischen Kapitals zu einem wenig in Bezug auf Nachhaltigkeitskriterien wenig reflektierten Verhalten.²⁴ Diese Beobachtung sagt nun weniger etwas über Annika aus als über den Nachteil einer ökonomischen Lesart von politischem Konsum generell. Demgegenüber erzwingen prekäre Lebensverhältnisse die Entwicklung kreativer Alternativen, die aufgrund des Politisierungsdiskurses nicht mehr als Ausdruck von Prekarität, sondern von moralischem Empfinden gedeutet werden können.

Nach diesen ersten drei Episoden ist Annikas spezifisches Handlungsproblem klarer geworden. Sie möchte gerne ihre eigene Expertise und ihre Vorstellungen von ethisch richtigem Handeln umsetzen, stößt aber nicht zuletzt aufgrund ihrer Position gegenüber der Familie, in die sie einheiratet (der Kontakt zu ihrer eigenen Familie besteht kaum noch), an Grenzen. Dies bringt sie in eine Situation, in der sie den Eindruck hat, sich dem unbeteiligten Beobachter gegenüber rechtfertigen zu müssen. Bei jedem Planungsschritt dokumentiert sie akribisch, wie sie die Möglichkeiten einer nachhaltigen Gestaltung mitgedacht hat, ohne sie aber innerhalb der ihr gesetzten Grenzen umsetzen zu können. Auffällig dabei ist, dass Fragen wie – muss ich überhaupt ein Hochzeitskleid tragen? Brauchen wir Dekoration? Ist es wichtig, dass andere die Gestaltung unserer Hochzeit angemessen finden und legen wir selbst die Gütekriterien fest? – nicht gestellt werden. Im Sinne von Meyers böte die Politisierung von Konsum eine Reflexionsgelegenheit, die konservative Haltung der Familie und eventuell auch Annikas Bedürfnis, sich gemäß deren Vorstellungen zu verhalten, kritisch zu überdenken.

Die rein theoretische Berücksichtigung des Nachhaltigkeitskriteriums lässt sich im weiteren Verlauf der Hochzeitsplanung weiter verfolgen. Das Restaurant, welches als Veranstaltungsort gewählt wird, hat keine Möglichkeiten, Bio-Lebensmittel zu verwenden, weshalb sich auf regionale und saisonale Gerichte geeinigt wird. Auf Annikas Wunsch werden Innereien als ein Hauptgericht angeboten, *„da ich sie erstens gerne esse und zweitens problematisch finde, dass Tiere zumeist nur partiell verzehrt werden. In meinem sozialen Umfeld gibt es viele Menschen die Fleisch, aber keine Innereien essen. Das finde ich inkonse-*

24 Zu dieser Überlegung trägt der Fall von Inka Weiß bei, einer Arbeitslosengeld II beziehenden politischen Konsumentin aus dem Untersuchungssample des DFG-Projekts, die gerade aus ihrer ökonomischen Zwangslage Verhaltensregeln ableitet, die als marktalternative Praktiken nicht weniger effektiv, in jedem Fall aber kreativer sind als Buykott.

quent“ (ebd.: 80). Für Annika – im Gegensatz zu Sarah und Jana – ist der Verzehr tierischer Produkte legitim ist, sofern alle Bestandteile des Tiers einer Verwendung zugeführt werden. Wichtig für sie ist, dass man sich konsequent verhält. Diese Haltung kam bereits in ihrer Ausführung zu Kompromissen zum Ausdruck. Doch auf der konkreten Handlungsebene scheint sie sich der eigenen Inkonsequenz bzw. der Nicht-Praktikabilität einer Ganz- oder-Gar-Nicht-Haltung, nicht bewusst zu sein. Eine Episode, die diese Haltung auf der Deutungsebene und deren Umsetzung auf der Handlungsebene ebenfalls beinhaltet, ist der Kauf der Ringe. Hier kann Annika auf ihr Fachwissen über den Abbau von Edelmetallen zurückgreifen, welcher „*zumeist unter sozial (geringe Löhne, Kinderarbeit) wie ökologisch fragwürdigen Bedingungen statt[finde]*“ (ebd.: 83). Ästhetik könne zudem kaum als Argument für Eheringe herhalten:

„Außerdem hält sich der ästhetische Wert von Eheringen meines Erachtens in Grenzen – die Ringe sind meist eher Symbol für Verbundenheit als ausdrucksstarker Schmuck und schon aus dem Grund, dass es sich um einen Kompromiss zweier Personen handelt kein wirklicher Ausdruck von Individualität oder Persönlichkeit.“ (Ebd.: 82)

Der ästhetische Wert eines Produkts lässt sich dieser Lesart zufolge daran ablesen, inwieweit er die Individualität, also die (Art der) Einzigartigkeit einer Person zum Ausdruck bringt. D.h., dass eine Sache für sich durchaus schön sein kann, ästhetisch wertvoll wird sie jedoch erst, wenn sie als externer (materialer) Repräsentant einer inneren Authentizität angesehen werden kann. Indem aber die Eheringe die Authentizität nicht einer Person, sondern einer Beziehung symbolisieren sollen, verlieren sie an Wert. Ästhetik ist damit für Annika direkt an die eigene Authentizität gebunden. Konsequenterweise ist ihr „*erster Gedanke auf Eheringe vollständig zu verzichten*“ (ebd.: 82). Da bei den Einladungen, der Dekoration usw. die konservative Haltung des Verlobten deutlich wurde, ist es unwahrscheinlich, dass er diese Haltung akzeptieren wird. Allerdings verfügt Annika in diesem Gebiet durch ihr Praktikum bei einer entsprechenden Organisation über ein Expertenwissen; sie schildert im Tagebuch den Zusammenhang von Kinderarbeit und Edelmetallen und den von Diamanten und Kriegsfinanzierung u.v.a. so dass es auf dieser Ebene schwer wird, sich gegen Annika durchzusetzen. Ihr Verlobter kommt aber in dieser Angelegenheit ohne den Austausch von Argumenten aus, da er „*unbedingt Eheringe haben*“ wollte. Das bestätigt die Vorannahme, dass Eheringe aus der Perspektive des Mannes einen unverzichtbaren Bestandteil des Eherituals darstellen, der als solcher keine Rechtfertigung benötigt. Nachdem der Besuch einer Hochzeitsmesse und die Suche dort nach Ringen aus fair produziertem Metall kein Ergebnis brachte, „*hat mein Mann dann die Initiative ergriffen und im Internet gesucht*“ (ebd.: 84). Via

Internet konnte Annikas Mann einen Goldschmied ausfindig machen, der auf faire Eheringe spezialisiert ist und mit der Anfertigung der Ringe beauftragt wurde. Insofern hat er Annikas erstem Argument gegen unfaire Eheringe Rechnung getragen. Blicke noch zu klären, auf welche Weise Annika sich hinsichtlich der ästhetischen Dimension überzeugen ließ. Sie bezieht sich in hier auf eine Freundin, die ihr sagte, „*dass ich den Ehering nicht tragen muss, es aber schön sei ihn tragen zu können, wenn man mal möchte*“ (ebd.: 85). Offensichtlich geht für Annika das Tragen eines Eheringes, der nicht Symbol ihrer Einzigartigkeit ist, die Befürchtung eines Verlusts von Authentizität einher. Umso überraschender ist es – oder eben folgerichtig – dass Annika in den Ring einen Diamanten einsetzen lässt.

„Ich habe auch einen Stein einsetzen lassen und mit mir gerungen, ob ich einen aus konventioneller Erzeugung nehmen kann. Der Goldschmied konnte leider keinen adäquaten, öko-fairen Stein in der benötigten Größe auftreiben und hat angeboten, einen konventionellen zu besorgen. Dem habe ich aus Zeitgründen schließlich zugestimmt.“ (Ebd.: 86)

Nachdem Annika aufgrund der Arbeitsbedingungen beim Abbau von Edelmetallen und Diamanten zunächst vollständig auf Eheringe verzichten wollte, lässt sie sich von ihrem Verlobten und dessen Bereitschaft, ihrem Bedürfnis nach fairem Edelmetall zu entsprechen, auf die Produktion der Ringe ein. Dass sie nun bei einem Detail, das nur sie selbst betrifft (wie beim Hochzeitskleid) ihre öko-fairen Bedenken wiederum nicht berücksichtigt, erscheint erklärungsbedürftig. Es ist aber, wie angedeutet, nur folgerichtig, wenn man in der Deutung die authentisch-ästhetische Dimension berücksichtigt. Folgerichtig ist es, weil es ihr durch das Einsetzen eines durch sie ausgewählten Steins gelingt, sich selbst wieder in den Ring einzubringen. Durch das Einsetzen eines Steins kann sie ihn als ihren Schmuck und Ausdruck ihrer Persönlichkeit ansehen. Die Ästhetik des Authentischen ist hier – wieder – das primäre Kriterium, welches Annika als Entscheidungsgrundlage heranzieht und gegen ihr konsumpolitisches Handlungsziel einsetzt. Bei Annikas Konflikt zwischen diesen zwei Werteorientierungen muss berücksichtigt werden, dass es sich sowohl bei Schmuck wie auch bei Kleidern um Konsumartikel handelt, die in höherem Maße mit der Identität einer Person (insbesondere einer Frau) in Verbindung gebracht werden und deshalb über eine höhere Ausdruckskraft – insbesondere in Bezug auf die geschlechtliche Identität – verfügen als andere. Dem kann man entsprechen, in dem man die Haltung, Kleidung als Ausdruck von Persönlichkeit zu sehen, übernimmt, oder man kann eine solche Haltung kritisch hinterfragen. Überlegungen zu Nachhaltigkeit wären eine Gelegenheit, an der entsprechende Reflexionen ihren Ausgangspunkt nehmen könnten.

Bevor nun der zweite Teil von Annikas Tagebuch, der stärker ihre Alltagspraktiken beschreibt, betrachtet wird, soll als Abschluss der Hochzeitsplanung noch kurz die Reise erwähnt werden. Die Reise stellt wohl den einzigen Bereich dar, indem Annika sich gegen die Vorbehalte ihres Mannes durchsetzen konnte. Als Reiseziel hat Annika ein Land ausgewählt, das sie bereits während ihrer Studienzeit besucht hat und über entsprechende Vorkenntnisse verfügt. Um ihren Kriterien für nachhaltiges Reisen zu entsprechen, hat Annika sich für ein Tourismus-Unternehmen mit CSR (Corporate Social Responsibility) Zertifikat entschieden. Bei der Wahl des Reiseanbieters wurde sie jedoch insofern getäuscht, da die *„Durchführung der Reise an Subunternehmer ausgelagert wurde. Diesen war das Thema Nachhaltigkeit auf meine Nachfrage hin nicht bekannt.“* (Ebd.: 93). Annikas Ärger war vor allem angesichts der Preise, die das Tourismus-Unternehmen für die Reise verlangte, erheblich. Da das Paar in den vier Wochen das ganze Land bereisen wollte, waren sie beinahe täglich auf den Gebrauch von Verkehrsmitteln wie Autos, Busse und Flugzeugen angewiesen:

„Natürlich haben wir unseren ökologischen Fußabdruck dadurch enorm vergrößert und ökologisch vorteilhaft war das bestimmt nicht. Für mich ist es dennoch okay, weil wir große Distanzen (über 300–400 km) mit dem Flugzeug, Bahn oder Bus zurückgelegt haben und zumindest die Flüge ausgleichen konnten (atmosfair) (Bahn und Bus sind Ökobilanztechnisch ja sowieso ganz gut).“ (Ebd.: 94)

Nicht nur Annikas eigene Öko-Logik, sondern auch die der öko-fairen Tourismus-Branche wird hier deutlich. Umweltschädigende Fernreisen sind dann legitim, wenn man bereit ist, für die Wiedergutmachung von Schäden zu zahlen. Gerade in Bezug auf Atmosfair wird der Rebound-Effekt deutlich, wonach die Zahlung eines höheren Betrags das Gewissen in dem Maße entlastet, dass umweltschädigendes Verhalten nicht etwa eingeschränkt, sondern legitimiert wird. Annika selbst verweist noch darauf, dass eine Fernreise für sie ökologisch dann zu rechtfertigen sei, wenn man einen längeren Zeitraum verreist, wobei vier Wochen akzeptabel seien, nicht jedoch zwei (vgl. ebd.: 94).

Alltagspraktiken

Den zweiten Abschnitt *„Andere nachhaltigkeitsrelevante Themen“* beginnt Annika mit *„Ernährung“*. Das Thema wird mit einer abstrakt-wissenschaftlichen Einleitung eröffnet, bei der Annika auf die Emission von Treibhausgasen, den Ressourcenverbrauch landwirtschaftlicher Produktion und die Energiebilanz bei Transport, Lagerung und Zubereitung von Lebensmitteln eingeht. Damit leitet sie über zu dem Thema *„Ernährungssouveränität“*, das schon in ihrer Abschlussarbeit eine Rolle gespielt habe. Dabei geht es um die Folgen marktwirtschaftli-

cher Produktion auf das Saatgut, welches nach Kriterien des Profits nachgezogen würde. Profitmaximierung sei jedoch als Kriterium nicht ausreichend, wenn es um die richtige Auswahl und damit den Erhalt von Pflanzenvielfalt ginge:

„Wer darüber entscheiden kann welches Saat- und Pflanzgut vermehrt und in Verkehr gebracht und was im Gegenzug vernachlässigt wird, entscheidet darüber was auf den Tellern von Millionen von Menschen landet. Diese Entscheidung ist fatalerweise eine rein unternehmerische obwohl sie meines Erachtens eine politische sein müsste, da sie zum einen öffentliche pflanzliche Güter betrifft und Fehlentscheidungen gravierende Auswirkungen auf die Ernährungssicherheit haben können.“ (Ebd.: 93)

Es ist überhaupt die erste Textstelle, in der Annika ein Thema „politisch“ fasst und Unzufriedenheit am Status quo äußert. Ihrer Ansicht nach sollten alle Bürger bzw. deren gewählte Repräsentanten darüber entscheiden, welche Pflanzen erhalten bleiben und angebaut werden sollen. Die Konsequenz besteht für Annika nun jedoch nicht darin, andere über diesen wenig im öffentlichen Bewusstsein präsenten Zusammenhang zu informieren, sondern *„im Sinne der Förderung meiner Ernährungssouveränität und um alte landwirtschaftliche Pflanzensorten zu erhalten“* (ebd.) einen eigenen Nutzgarten anzulegen. In Bezug auf ihr Gartenprojekt, bei dem es Annika darum geht *„private und berufliche Interessen auch mal praktisch umzusetzen“* achtet sie nicht nur bei dem Erhalt alter Sorten auf Nachhaltigkeit, sondern auch auf Mischkultur, biologische Dünger, Fruchtfolgen sowie langlebige Gartengeräte. Als Ziel nennt sie schließlich die Versorgung ihres Haushalts mit frischem Gemüse, das sie so mit ihrem politischen Anliegen, die Sortenvielfalt zu erhalten, verknüpft. Was sie ansonsten an Nahrungsmitteln braucht, kauft sie in „Bio-Qualität“ dazu. Wasser wird in Glasflaschen gekauft, da das Leitungswasser zu hart ist. Für den Einkauf in den nur sieben Minuten Fußweg entfernten Supermarkt nutzt sie ihr Fahrrad, allerdings nur, wenn sie alleine einkaufen geht, da ihr Mann wie seine gesamte Familie es gewohnt ist, alle Strecken mit dem Auto zurückzulegen. Weitere relevante Themen sind für sie Kosmetik, wobei hier wie auch bei Ernährung der Schutz des eigenen Körpers vor schädigenden Zusatzstoffen im Vordergrund steht. Etwas anders sieht es im Bereich von Geschenken aus, wo sie bemüht ist, die Vorlieben anderer genauso zu berücksichtigen wie die Umweltfreundlichkeit der verschenkten Produkte. Umweltfreundlich sind Produkte für Annika, wenn sie Bio sind, wobei sie *„gerne auch fair“* kauft, wenn vorhanden. Sie selbst wünscht sich zu Weihnachten ein nicht nachhaltiges Parfum *„der Geruch gefällt mir einfach gut“*. Beim Thema Geschenkpapier und Dekoration werden wiederum ästhetische Bedenken geäußert, wobei sie hier vor allem auf die mangelnde Akzeptanz beispielsweise von in Zeitungspapier eingepackter Geschenke verweist.

Informationspraktiken

Es lassen sich zwei Formen von Informationspraktiken unterscheiden, die alltäglichen und die außeralltäglichen. Wie die Ausführungen zur Hochzeitsplanung gezeigt haben, sind für Fragestellungen, die außeralltägliche Anschaffungen und Vorhaben betreffen, für Annika vor allem ihre Arbeitskollegen, der Besuch von Messen und internetgestützte Recherche die gängigsten Strategien, um sich einen Überblick zu verschaffen und sich zu orientieren, wobei bislang das Internet nur randständig Erwähnung fand. Es gibt jedoch auch eine Passage, indem das Internet zur Recherche genutzt wurde und die dort gefundenen Informationen zu einer Transformation des Alltagskonsums geführt haben bzw. eine solche Transformation einleiteten. Annika wurde über einen von ihr abonnierten Newsletter auf das Thema „Damenhygiene“ aufmerksam. Laut des Newsletters seien mit der Verwendung konventioneller Menstruationsprodukte nicht nur gesundheitliche Risiken, sondern ebenfalls die Erzeugung großer Mengen Abfall verbunden:

„Was für eine schöne Vorstellung: in 100 Jahren werden die Erdoberfläche und natürlich auch die Weltmeere vollgestopft sein mit nur mäßig verrotteten Binden und Tampons ☹. Meine persönliche Wahrnehmung/Erfahrung deckt sich mit der wissenschaftlichen Erkenntnis, dass Binden und Tampons einen Großteil des Mülls an Stränden und Gewässerrändern ausmachen.“ (Ebd.: 109)

Die Information weckt zunächst deshalb ihr Interesse, da sie sich vorher niemals mit den Auswirkungen der Verwendung von Binden und Tampons auseinandergesetzt hat. Trotzdem kann sie die wissenschaftliche Erkenntnis durch persönliche Erfahrung stützen. Dieser Artikel sensibilisierte sie für das Thema und führte dazu, dass sie bei ihren Recherchen im Vorfeld ihrer Hochzeitsreise auf alternative Produkte aufmerksam wurde. Auf einem Online-Reise-Führer-Portal wurde die Menstruationstasse empfohlen, deren Alltags-Tauglichkeit Annika mittels einer Online-Recherche einschätzte. Die überwiegend positiven Bewertungen anderer Nutzerinnen gaben den Ausschlag für die Anschaffung. Seitdem nutzt Annika dieses alternative Produkt, was an sich noch keine Transformation wäre. Doch die Überlegungen zur Müllvermeidung und die Erfahrung der Praktikabilität haben bei Annika dazu geführt, sich auch mit anderen Formen von Einwegprodukten stärker auseinanderzusetzen und damit zu beginnen, sie allmählich durch andere zu ersetzen (z.B. Stofftaschentücher). Dies führt sowohl zu einem anderen Umgang mit den Produkten selbst, aber auch zu einer anderen Form der Haushaltplanung. Dies zeigt, wie eine Veränderung in einem bestimmten Bereich alltäglicher Praktiken Reflexions- und Transformationsprozesse in anderen Segmenten einleiten kann.

Konsumpraktiken

Über die Art und Weise, wie Annika Entscheidungen in außeralltäglichen Konsumkontexten trifft, wurde im ersten Abschnitt schon einiges gesagt. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass für Annika der soziale Kontext ihrer Entscheidung einen größeren Einfluss hat als beispielsweise bei Sarah. Für Annika haben politische Erwägungen, zumindest bei außeralltäglichen Konsumententscheidungen, keine Priorität. Wichtig ist ihr, sich mit ihrem Mann und dessen Familie abzustimmen, deren konservative Vorstellungen sie auch dann nicht infrage stellt, wenn sie in Konflikt mit ihrer nachhaltigen Orientierung stehen. Sie ist eher bereit sich durchzusetzen, wenn ihre Vorstellungen von Ästhetik betroffen sind. Dies gilt auch dann, wenn sie alleine eine Entscheidung zu treffen hat, und ästhetische gegen nachhaltige Überlegungen abzuwägen sind. Insbesondere bei Kleidung wird die Überzeugung deutlich, dass sich Ästhetik und Nachhaltigkeit nicht miteinander vereinbaren lassen. Welche Ziele Annika mit ihrer nachhaltigen Orientierung verfolgt, konnte bislang nicht eindeutig geklärt werden, anders als bei Jana, so kann zumindest konstatiert werden, spielt der Schutz von Tieren keine Rolle in ihren Überlegungen. Bezugnehmend auf ihre Überlegungen zu den Hochzeitseinladungen, scheint der Wunsch, nicht unnötig Ressourcen zu verbrauchen, stärker zu sein.

Die alltäglichen Konsumpraktiken von Annika lassen sich in zwei Bereiche aufgliedern, bei allem, was ihren Körper oder ihre Haut betrifft, muss die Produktionsweise biologisch sein. Bei allem, was in irgendeiner Art und Weise ihren Ansprüchen an Ästhetik gerecht werden soll, spielen Nachhaltigkeitsüberlegungen keine Rolle. Annika ist aufgrund ihrer beruflichen Tätigkeit häufig in Kontakt mit Nachhaltigkeit, doch hat sie in ihrem sozialen Umfeld offensichtlich niemanden, der ihr Interesse und ihr privates Engagement teilt. Politischer Konsum ist für sie eine Art zu kaufen, bei der es in erster Linie um den Schutz der eigenen Gesundheit und in zweiter Linie dem der Umwelt oder der Vermeidung unfairer Arbeitsbedingungen geht. Letztere, gemeinwohlorientierte Motive finden jedoch nur Eingang in Annikas Alltagspraktiken, wenn sie nicht in Konflikt zur sozialen Akzeptanz in ihrem eher konservativen Umfeld oder ihren eigenen, ästhetischen Präferenzen stehen. Insofern unterscheidet sich Annikas politischer Konsum sowohl von Janas wie auch Sarahs, da er sich bei Annika nur auf bestimmte, ausgewählte Produktbereiche bezieht. Die Handlungsebene ist hier vorwiegend die ökonomische, diskursiver politischer Konsum, symbolischer oder eine Form von Kollektivierung (jedenfalls außerhalb des beruflichen Engagements) deuten sich in Annikas Praktiken nicht an.

Bezugsgruppen

Die abschließende Episode von Annikas Tagebuch ist dem Thema „Geschenke“ gewidmet. An ihren Überlegungen, wem sie was nach welchen Kriterien schenken kann, wird deutlich, welche Personen Annika und ihr Engagement unterstützen bzw. diesem nicht feindselig gegenüberstehen und bei welchen anderen Personen Annika zu Kompromissen gezwungen ist. Als Kriterien für Geschenke sind für sie sowohl die Präferenzen der Beschenkten als auch ihre eigenen wichtig, diese gilt es miteinander zu vereinbaren. Vollkommen problemlos gelingt das bei ihrer jüngeren Schwester und ihrer besten Freundin, denen sie ganz in ihrem Sinne Gutscheine für einen öko-fairen Kleidersandhandel geschenkt hat. Ihr Mann hat sich eine Jahresmitgliedschaft in einem Naturschutzbund gewünscht, was angesichts der andauernden Verhandlungen im Zuge der Hochzeit überrascht und als Konzession an seine Frau gewertet werden kann. Doch außerhalb dieses Mikrokosmos sozialer Beziehungen wird es für Annika schwer, das richtige auszuwählen:

„Trotzdem ist es für mich ein Spagat zwischen den Wünschen der Anderen und meinen Ansprüchen an die Geschenke zu bestehen. Geschenke sollen ja nicht nur gefallen oder nachhaltig sein, sondern auch bezahlbar, angemessen/vertretbar und persönlich. Grundsätzlich würde ich nichts verschenken, bei dem ich persönlich Bedenken habe oder von dem ich Negatives weiß und bei keinem Unternehmen kaufen das ich für fragwürdig oder hochgradig problematisch halte.“ (Ebd.: 115)

Als Beispiel führt sie das Weihnachtsgeschenk für ihren Neffen an, der ihrer Ansicht nach mit Plastikspielzeug überhäuft wird, was sie auch im Hinblick auf dessen Entwicklung unter pädagogischen Gesichtspunkten für problematisch hält. Am Beispiel eines Geschenks für ein Kind verdeutlicht Annika die Komplexität einer solchen Wahl: Zu berücksichtigen sei, dass die individuellen Fähigkeiten des Kindes gefördert werden, das Produkt nicht gesundheitsgefährlich sei und die Produktionsbedingungen annehmbar seien. Entsprechend verärgert ist sie, dass ihr Mann sich von seiner Schwester ohne vorherige Absprache mit ihr *„ein bereits besorgtes Spielzeug aufschwätzen lassen“* (ebd.: 115) hat. Um beim nächsten Mal eine solche Fehlinvestition zu vermeiden, resümiert sie resigniert, dass sie sich wohl in Zukunft um Geschenke für das Kind kümmern müsse.

Abgesehen von ihrer Schwester und ihrer besten Freundin, die jedoch außerhalb dieser Passage keine Erwähnung fanden, kann Annika im Alltag lediglich auf ihren Mann als Unterstützung zählen. Diese Unterstützung wird jedoch weniger durch eine tatsächliche Anerkennung von Annikas Wertorientierung genährt, sondern ist eher als Zugeständnis in die persönlichen Vorlieben und Eigenarten des Partners zu sehen. Besonders offen treten die unterschiedlichen

Werthaltungen dann zutage, wenn die Familie des Mannes involviert ist, da ihr Mann in familiären Kontexten deren Konventionen folgt. Umso wichtiger ist für Annika die Bestätigung ihrer Haltung im beruflichen Kontext, bei dem sie mit anderen Personen in Kontakt steht, die sich zumindest in professioneller Hinsicht, vermutlich jedoch auch privat, mit ähnlichen Fragestellungen und Problemen auseinandersetzen. Die Orientierung an Expertenwissen stellt deshalb für Annika die maßgebliche Ressource ihres konsumpolitischen Alltagsengagements dar, gibt ihr die notwendige Sicherheit, sich in Konflikten innerhalb ihres sozialen Umfelds zu behaupten oder zumindest ihre Meinung zu artikulieren.

Feinanalyse Eingangssequenz Interview

Wie schon bei Sarah und Jana fällt es Annika schwer, in Bezug auf ihr konsumpolitisches Engagement einen biographischen Kontext herzustellen (*„Insofern fällt es mir eher schwer, dass jetzt in dem Sinne biografisch irgendwie zu verankern“*, Annika Seifert, Interview: 17). Wenn überhaupt sei ihre Familie an ihrer jetzigen Haltung insofern beteiligt, als Ernährung mit Genuss assoziiert gewesen sei, während andere Erwägungen in Bezug auf Konsum zu der Zeit noch keine Rolle gespielt hätten. Da sie in Ostdeutschland sozialisiert sei, stelle der Garten der Eltern und damit die Möglichkeit, eigene Nahrungsmittel zu produzieren, eine Gelegenheit dar, das ansonsten reduzierte Angebot durch eigene Produktion zu erweitern:

„Und das meine Eltern früher selber einen Garten hatten und Nahrungsmittel angebaut haben, ist sicherlich was, was auch irgendwie bei mir dazu geführt hat, dass ich das in irgendeiner Form schätzen kann. Aber also bin ich in Ostdeutschland geboren worden und da war ja eben auch so ein Garten bis zum gewissen Grad ja eine Notwendigkeit um sich eben gut versorgen zu können mit Nahrungsmitteln, aber so mit Obst und Gemüse und so weiter. Wenn man da eine gewisse, eine Auswahl haben wollte oder dann [...] war das irgendwie eine gute Möglichkeit so.“ (Ebd.: 17)

Der entscheidende Wendepunkt in ihrer Biographie sei jedoch ein Seminar im Rahmen ihres Studiums gewesen, innerhalb dessen sich aus politikwissenschaftlicher Sicht mit Gerechtigkeit bei der Erzeugung und Distribution von Lebensmitteln auseinander gesetzt wurde. Das Thema Gerechtigkeit bilde seitdem das Hauptmotiv ihres Engagements, sowohl in beruflicher wie auch privater Hinsicht (vgl. ebd.: 18). Für ihre Schwester spiele Nachhaltigkeit beim Konsum keine große Rolle, was Annika einerseits mit deren geringeren finanziellen Möglichkeiten erklärt, aber auch damit, dass die Schwester, da sie einige Jahre jünger sei, kaum etwas von der DDR-Sozialisation, insbesondere in Bezug auf Garten und Eigenproduktion mitbekommen hätte. Direkt nach der Wende sei ihre Familie in

den Westen übergesiedelt, zu diesem Zeitpunkt sei ihre Schwester maximal vier Jahre alt gewesen. Als Annika zwanzig war, seien dann ihre Mutter und ihre Schwester in eine andere, weit entfernte deutsche Großstadt gezogen, so dass der Kontakt aufgrund der Distanz nicht sehr intensiv sei.²⁵

Bei der Schilderung ihrer Computer-Sozialisation bleibt Annika sehr vage und kann nur wenig erzählen.²⁶ Zwar habe es schon sehr früh einen Computer in dem elterlichen Haushalt gegeben, den sie jedoch kaum genutzt habe. Erst als sie mit 16 ein Jahr in die USA ging und dort für Hausarbeiten die Verwendung eines Computers für die Recherche erwartet wurde, begann sie, das Internet in diesem Rahmen zu nutzen wie auch um Emails nach Hause zu senden. Sie fügt jedoch einschränkend hinzu, dass das eher selten gewesen sei.

Auf die Frage nach dem biographischen Hintergrund ihres politischen Interesses antwortet Annika ähnlich zurückhaltend. Ihre Eltern habe sie nie als politisch interessiert oder aktiv erlebt. Sie selbst habe ein grundlegendes Interesse an gesellschaftlichen Zusammenhängen vor allem in der schulischen Auseinandersetzung mit Geschichte entwickelt. Außerdem sei sie in die Schülervertretung „reingerutscht“ (ebd.: 63): *„Und als ich meine da gehört das dazu, das an Dinge diskutiert und das war so eine Form vom politischen Engagement.“* (Ebd.) Gefragt nach ihrer Vorstellung von einer guten Gesellschaft, betont sie die Wichtigkeit von partizipativen Strukturen in einer Demokratie, da die Zustimmung für Gesetze höher ausfallen würde, wenn die Bürger an Entscheidungen (mehr) beteiligt würden:

„Ich glaube auch, was die Langfristigkeit anbetrifft und so weiter von Dingen, dass Menschen da wesentlich da wesentlich eher bereit sind, also gegebenenfalls auch die Kosten mitzutragen, wenn sie auch am Entstehungsprozess beteiligt waren sozusagen.“ (Ebd.)

Diese Überlegungen bringen Annika zu einem Vortrag, den sie am Vortrag besucht hatte, bei dem eine neue Produktionsweise vorgestellt wurde. Zwar fand sie das Prinzip, Produkte so herzustellen, dass sie nach Verwendung wieder zu natürlichen Ressourcen umgenutzt werden könnten, sehr interessant. Aber ihrer Ansicht nach fehlte dem Vortrag die Einbettung in den größeren Kontext, wirtschaftliche Produktionsweisen und ihren gesellschaftlichen Stellenwert generell zu überdenken:

25 Es zeigen sich auch bei Annika (parallel zu Jana) Tendenzen, den politischen Konsum in Abgrenzung zu anderen Familienmitgliedern zu entwickeln.

26 Hier zeigt sich ein deutlicher Unterschied zu Sarah, die ihre Computer- und insbesondere Internetsozialisation mit großer Begeisterung und ausführlich erzählte.

„Aber den Konsumismus zum Beispiel an sich oder so dieses Entwicklungs-Paradigma, das ja eben in Deutschland und auch in vielen anderen Ländern vorherrscht, dass er das nicht so grundsätzlich thematisiert oder in Frage gestellt hat. Also das wäre so was, was ich mir glaube ich näher angucken würde, als es dieser Begriff von Fortschritt – Dinge haben und dieser Begriff, diese Vorstellung von Entwicklung und so weiter. Ist die tatsächlich zeitgemäß und wünschenswert?“ (Ebd.: 75)

Annika übt so vorsichtig Kritik an der geltenden Wirtschaftsmaxime der Entwicklung mittels Produktivitätssteigerung, wobei sie ihre Äußerung im Nachsatz wieder abschwächt und von etwas spricht, was sie „*sich näher angucken würde*“. Im Rahmen der Tagebuchanalyse wurde an einer Stelle die Vermutung geäußert, dass Annika bei Personen, die in einem ähnlichen Feld arbeiten wie sie auch von einer ähnlichen „guten“ Gesinnung ausgeht. Dass also Personen, die im Bereich „Nachhaltigkeit umsetzen“ arbeiten, sich mit Nachhaltigkeit auf eine ähnliche Weise auseinandersetzen, wie sie das tut, die ihr berufliches Engagement nicht primär auf bspw. das Gehalt, sondern die Gestaltung des gesellschaftlichen Wandels ausrichten. Diese Vermutung wird später bekräftigt, als sie auf die Frage, wie man sich für den gesellschaftlichen Wandel engagieren könne, die Wissenschaft nennt:

„Ich glaube zum Beispiel, dass die Wissenschaft ein Bereich ist, auf dem man Einfluss nehmen kann. Also nicht Einfluss auf die Wissenschaft, sondern in dem man in dem Bereich aktiv ist sozusagen, dass man da auch Ergebnisse produziert die irgendwie weiter genutzt werden können.“ (Ebd.: 93)

Etwas schwer fällt es ihr daraufhin zwischen verschiedenen Formen politischen Handelns zu unterscheiden bzw. diese zu verorten. Da sie ihr Engagement zuvor im Sinne eines „politischen Handelns als Beruf“ dargestellt hat, muss sie Berufspolitikern noch ein zusätzliches Adverb zuschreiben: „tatsächlich“. D.h. es gibt einen Unterschied zwischen Personen, die ihren Beruf politisch interpretieren oder zu nutzen versuchen und solchen, bei denen der Beruf schon formal politisch ist.

„Ich glaube auch, dass man politisch aktiv sein kann, in dem man tatsächlich dann eben politisch arbeitet. Also nicht nur im Bereich Wissenschaft, sondern, also es geht um zwei Bereiche, den beruflichen und den ehrenamtlichen sozusagen, in dem man sich dann engagieren kann“ (Ebd.).

Schließlich kommt sie dazu, zwischen beruflichem und ehrenamtlichem Engagement zu unterscheiden, wobei zu beruflichem, politischem Engagement insbesondere Wissenschaftler zählen können. Doch nach welchen Kriterien funktioniert ein berufspolitisches Engagement, wenn man nicht Berufspolitiker ist? Dies

wurde an ihrer Kritik an dem Materialwissenschaftler deutlich, der es neben seinen rein wissenschaftlichen Leistungen versäumt hatte, diese in Bezug zum gesellschaftlichen Wandel darzustellen. Der Experte wird zum Aktiv-Bürger, wenn er sein wissenschaftliches Erkenntnisinteresse in den Dienst des Gemeinwohls stellt. Angesichts dieser Lesart von Engagement ist es aber bemerkenswert, dass sie beim Schreiben des Tagebuchs nicht weiter ausgeführt hat, in welcher Art und Weise sie beruflich dazu beiträgt, den gesellschaftlichen Wandel voranzubringen. Zu dieser Trennung zwischen privatem, ehrenamtlichem Engagement und beruflichem, passt jedoch ihre Definition bürgerschaftlicher Verantwortung, in der vor allem die negativen Freiheitsrechte der Bürger, sich mit bestimmten Fragen nicht befassen zu müssen, betont werden:

„Also ich würde jetzt sagen – wählen gehen. Wo man natürlich auch sagen muss, in einer Demokratie muss man den Leuten natürlich auch zugestehen sich damit nicht auseinanderzusetzen. Aber grundsätzlich würde ich sagen, dass es auf jedem Fall so eine Geschichte. Also grundsätzliche Prozesse die für den Erhalt einer Demokratie notwendig sind oder so unterstützen. So was würde ich vielleicht sagen, wo man das auch nicht vom jedem verlangen kann.“ (Ebd.: 97)

Die Pflicht des Bürgers besteht laut Annika darin, an Wahlen teilzunehmen, wobei sie einschränkt, dass man auch das nicht immer von jedem verlangen könnte. Demokratie funktioniert als Expertensystem, in dem wissenschaftliche und politische Eliten gleichermaßen beteiligt sind, deren Macht sich formal auf einem eher symbolischen Wahlakt gründet. Annika stützt mit dieser Auffassung von politischer Verantwortung die Trennung zwischen Experten (Berufspolitikern) und Laien (Bürgern), wobei letztere nur so viel beteiligt sein sollten, wie für den Erhalt der Demokratie notwendig. Konsum als politisches Instrument bewertet sie demgegenüber eher als untauglich. Sie orientiere sich beim Konsum weniger deshalb an ethischen Kriterien, um konkret auf gesellschaftlichen Wandel hin zu wirken, als um ihr Gewissen nicht zu belasten. Das Problem von Konsumentensouveränität ist ihrer Ansicht nach darin zu sehen, dass nur aus einer bestehenden Produktpalette ausgewählt werden könne, man aber nicht schon vorher, beispielsweise auf die Auswahl der Rohstoffe, Einfluss nehmen könne. Dies spiegelt ihre enge Definition von ethischem Konsum als Kaufen unter ethischen Gesichtspunkten wieder. Die einzige, ihr bewusst verfügbare Strategie als Konsument ist die Kauf-Option im Sinne von Boykott. Hier gelte es dann nur, die Wahl- und Einflussmöglichkeiten der Verbraucher zu erhören. Damit Kaufen in diesem Sinne eine erfolgreiche Strategie zur Steuerung werden könne, müssten zunächst die Verantwortlichen in Politik und Wirtschaft die entsprechenden Voraussetzungen schaffen.

„Ich finde auch wichtig, dass man die Initiativen, die es in der Hinsicht gibt dann eben fördert, aber es ist natürlich ganz klar so, dass man auch die Verantwortung sozusagen, was das Thema Nachhaltigkeit anbetrifft nicht vollständig externalisieren kann und sagen kann, das hängt jetzt alles am Verbraucher. Sondern, dass natürlich genauso jemand im Unternehmen und genauso auch die Politik eine Verantwortung haben, da im Grunde genommen im Vorfeld Rahmenbedingungen zu setzen.“ (Ebd.: 116)

Doch welche Rahmenbedingungen sollen das sein? Zuvor hatte sie darauf verwiesen, dass die Verbraucher vor allem deshalb in ihrem Einfluss begrenzt seien, weil sie auf den Produktionsprozess keinen Einfluss nehmen könnten. Dieses Argument hätte zu einer Forderung nach einer stärkeren Demokratisierung wirtschaftlicher Produktionsweisen führen können. Nun geht es ihr jedoch um Rahmenbedingungen, die einen Kaufakt als unkomplizierten und womöglich ebenfalls eher symbolisch zu verstehenden Wahlakt ermöglichen sollen. Demgegenüber ist auf der praktischen Ebene spannend, dass sie ein Unternehmen boykottiert, das Subventionen dazu verwendet hat, Personal einzusparen.

„Aber auf jeden Fall hat es dazu geführt, dass sie in der neuen Firma wesentlich weniger Personal benötigt haben als in der anderen und so weiter. Und da also wirklich enorme Subventionen geflossen sind von dem Bundesland. Und das fand ich so was von daneben, dass ich gesagt habe, nein das geht für mich gar nicht. Das ist inakzeptabel. Ja.“ (Ebd.: 127).

Spannend ist diese Episode deshalb, weil Annika es hier nicht mit einem, sondern mit zwei Akteuren zu tun hat, nämlich sowohl dem Geber wie dem Empfänger von Subventionen. Ihre Wut entlädt sich nun nicht auf die politischen Entscheider, die die Vergabe der Gelder zu verantworten haben – was z.B. in einen Boykott der entsprechenden Partei bei der nächsten Wahl oder einen Brief an den Abgeordneten münden könnte – stattdessen wird allein das Unternehmen zur Zielscheibe ihres Protests. Der Boykott zeigt sich als ein für den Verbraucher extrem praktikables Instrument, aber nicht, um Einfluss auf das Unternehmen zu nehmen, sondern es dient hier in erster Hinsicht dem Verbraucher, der seinem Unmut so ein Ventil verschaffen kann. Die Angelegenheit ist, wie Annika berichtet, schon einige Jahre her, weshalb sie sich nicht mehr an die genauen Zusammenhänge erinnern kann. Den Boykott des Unternehmens hält sie jedoch weiter aufrecht, ohne ihre Gründe jemals kommuniziert zu haben.

Als am Ende des Interviews noch einmal das Social Web thematisiert wird, berichtet sie davon, schon insofern auf Facebook aktiv zu sein, dass sie viele Themen abonniert habe und, wenn ihr ein Artikel interessant vorkomme, diesen auch teilen würde. Selten oder kaum kommentiert sie die Artikel jedoch. Auch sonst hält sie sich bei Diskussionen online sehr zurück, was häufig daran liege, dass sie entweder keine oder keine fundierte Meinung zu den diskutierten The-

men habe. Annika sieht sich anderen gegenüber in einem Konflikt, da sie sich einerseits wünscht, dass mehr Personen ihren Konsum- und Lebensstil kritisch reflektieren, sie aber andererseits die Erfahrung gemacht hat, dass Personen, die darauf angesprochen werden, mit Abwehr reagierten. Eine mögliche Strategie könne es ihrer Ansicht nach sein, generell die gesellschaftliche Akzeptanz für andere Lebensmodelle zu erhöhen, damit der Status einer Person sich nicht mehr von seinem Besitz ableiten ließe. Andererseits sieht sie gerade das Fehlen finanzieller Ressourcen (wie sie es am Beispiel einer Freundin veranschaulicht) für die mangelnde Vermögen anderer, zu einem ökologisch nachhaltigeren Lebensstil zu kommen, verantwortlich. Sie selbst benutzt „bio“ immer zusammen mit dem Begriff der Qualität (das kaufe ich in Bio-Qualität), so dass ihr eigener Konsum von Produkten in „Bio-Qualität“ gleichfalls einen Distinktionsmechanismus ausmacht. Die Distinktion ist in ihrem Fall eher an konsumrelevante Kriterien – wie eben Qualität und authentische Ästhetik gebunden – und nicht wie im Fall von Jana an eine ethische Ästhetik.

Zwischenfazit

Annikas Fall stellt zu den beiden vorangehenden besonders dadurch einen Kontrast dar, dass sich hier das alltagspolitische Engagement mit dem beruflichen Interesse überschneidet. So verfügt Annika über ein Expertenwissen, welches sie im Rahmen ihrer akademischen Ausbildung erworben hat und das durch ihre berufliche Tätigkeit ständig aktualisiert und erweitert wird. In ihrem Tagebuch geht sie auf ihre Arbeit aber nur insofern ein, als dass sie ihre Arbeitskollegen als wichtige Orientierungsquelle in Momenten der Unsicherheit anführt. Ihre Schilderungen sind ansonsten ausschließlich auf ihr Engagement als private Konsumentin beschränkt. Dabei ergibt sich aus der gegenwärtigen Organisation ihres Konsumalltags im Kontrast zu den beiden anderen Fällen ein spezifisches Handlungsproblem, da die anstehende Hochzeit zu andauernden Aushandlungsprozessen bei dem Paar führt. Wo Jana und Sarah also primär zwischen ihrem ethischen Anspruch und ihren individuellen Bedürfnissen vermitteln müssen, stellt sich für Annika das Problem, dabei auch die Bedürfnisse und Ansprüche ihres Partners berücksichtigen zu müssen. Während diese doppelte Vermittlungsarbeit im Bereich der Alltagsorganisation zu einem Ergebnis geführt hat, mit dem sich beide gut arrangieren können, erzeugt die Repräsentativität des Hochzeitsrituals einen besonderen Druck, sich entsprechend der sozialen Normen zu verhalten. Dies impliziert die Beibehaltung bestimmter konventioneller Bestandteile, die sich nur bedingt nachhaltig gestalten lassen. Annika kann das akzeptieren, auch weil bei ihr die Kopplung von Konsum und Selbst-Identität weniger stark an ihre

Selbstwahrnehmung als Bürgerin gebunden ist. Dies zeigt sich insbesondere im Bereich der Kleidung, wo das authentische Passungsverhältnis zwischen Objekt und Subjekt gesucht wird, wobei Verweise auf eine konsumpolitische Haltung, z.B. durch das Tragen spezifischer Öko-Labels deutlich vermieden werden. Ihre Selbstwahrnehmung als Verbraucherin speist sich demgegenüber vor allem durch diejenigen Konsumpraktiken, bei denen es um die Auswahl und die Verarbeitung von Lebensmitteln geht. Durch die Verbindung von Qualität, Genuss und Nachhaltigkeit hat sie für diese Praxis auch eine Rechtfertigungslogik entwickelt, mit der sich ihr Mann arrangieren kann. Als Verantwortliche für den Wocheneinkauf und die Zubereitung der Mahlzeiten ist sie sowohl für Genuss wie auch für die Gesundheit zuständig. Ihre doppelte Rolle als einerseits professionell-rationale Versorgerin des Haushalts und ästhetisch-anspruchsvolle Shopperin deuten auf eine Reproduktion etablierter Geschlechterstereotype hin. Dadurch, dass die gewohnten Konsumpraktiken beibehalten werden und nur dort, wo es der eigenen Gesundheit nützt oder Distinktionsgewinne bringt, auf gleich- oder höherwertige Produkte ausgewichen wird, kann die Politisierung des Konsums kaum Transformationsdruck auf die Alltagspraxis entwickeln, so dass neue, kreative Anpassungsleistungen der eigenen Konsumpraktiken notwendig würden. Durch die eher an globalen, also außerhalb der Alltagspraxis lokalisierten Themen ausgerichtete Problemdefinition von Konsum, fehlen zudem konkrete Anschlussstellen, um Vorort aktiv zu werden.

In Bezug auf das Social Web lässt sich festhalten, dass Annika durch ihre starke Expertensorientierung bzw. ihrem eigenen Status als Expertin gar nicht an einem Austausch mit Nicht-Experten im Social Web teilnehmen darf, will sie ihren Status als Expertin nicht gefährden. Denn um die Grenzen des Feldes aufrecht zu erhalten, muss die Trennung zwischen Experten und Laien bestehen bleiben. Aus ihrer Sicht sind demnach auch weniger die Verbraucher als die professionellen Akteure – Politiker und Wissenschaftler – diejenigen, die für eine nachhaltigere Wirtschaftsgestaltung verantwortlich sind. Insofern ist Annikas Engagement vor allem im Sinne eines Berufsethos zu verstehen, bei dem die Probleme der Konsumgesellschaft rational bearbeitet werden. Gefühle der Scham, der Empörung oder der Freude verbieten sich aus dieser Perspektive. Hieran lässt sich recht deutlich erkennen, dass ohne eine emotionale Involviertheit in konsumpolitische Themen – und der globale Saatguthandel eignet sich schlecht, um alltagspolitische Gefühle der Wut oder Schuld zu verursachen – das Social Web als spontan-kommunikatives Ventil nicht gebraucht und folglich auch nicht verwendet wird. Erst als Annika als Verbraucherin durch ein Reiseunternehmen bei einer kostspieligen Fernreise getäuscht wird, plant sie eine entsprechende Bewertung in Form eines Reiseberichts in einem Online-Forum, um

andere zu warnen. Dass aber dieser Bericht nicht zeitnah erfolgt, sondern immer weiter hinausgeschoben wird, zeigt, dass auch die diskursive Nutzung des Social Web erst der Etablierung entsprechender Praktiken bedarf. Ein wichtiger Kontrast zu den beiden anderen Fällen muss noch berücksichtigt werden: Während das Motiv der Solidarität mit am Produktionsprozess beteiligten Arbeitern zumindest im Kontext des Abbaus von Edelmetallen wie auch bei der Reiseplanung auftritt, fehlt ein anderes, bei Jana und Sarah stark ausgeprägtes Motiv bei Annika völlig: das des Tierschutzes. Während Jana und Sarah beide auf Fleisch verzichten und das Mitgefühl mit Tieren einen erheblichen Raum in ihrer Auseinandersetzung mit dem gegenwärtigen Zustand der Konsumgesellschaft ausmacht, steht Annika der Haltung von Tieren unkritisch gegenüber. Aus ihrer Sicht ist hier lediglich das Problem der Verwertung gegeben, dass sich aus der nur teilweisen Nutzung von Tieren ergibt. Zu vermuten ist, dass diese Überlegung Annikas an ihre Kenntnis über die Folgen des Handels mit Tierrestbestandteilen resultiert, deren Export in Dritte-Welt-Länder dortige Wirtschaftszweige empfindlich bedroht. Was aber nicht infrage gestellt wird, ist die Einstellung gegenüber Tieren als Produkten generell. Zu überlegen wäre, ob sich dieses Ausbleiben genereller Reflexionsprozesse über neue Werte und Wertigkeiten aus der fehlenden kommunikativen Einbettung in die emergierende verbraucherpolitischen Kultur online ergibt.

KOMPARATIVE ANALYSE

Die komparative Analyse nimmt ihren Ausgangspunkt in einem Vergleich der konsumpolitischen Alltagspraktiken der drei Untersuchungsteilnehmerinnen, um auf diese Weise zunächst deren praktische Identität als Verbraucherbürgerinnen herauszuarbeiten. Mit Blick auf die narrativ-diskursive Ebene der Identität werden dann die gegenwärtigen Problemstellungen in der Vermittlung von Verbraucher-, Selbst- und Bürgeridentität verdeutlicht und die unterschiedlichen Vermittlungsstrategien beleuchtet. Dabei wird auf die zwei von Bruns in Anlehnung an Toffler entwickelten Begriffe des produzierenden und des professionellen Prosumers zurückgegriffen.

Biographische Dispositionen

In Bezug auf die biographischen Dispositionen lassen sich nur eingeschränkt Aussagen machen; wurde noch bei Sarah Damm die Vermutung formuliert, dass die DDR-Sozialisation einen Einfluss auf ihre Einstellung zu politischen Organi-

sationen gehabt habe, stellt sich das im Fall der zehn Jahre jüngeren Annika Seifert anders dar. Hier macht sich weniger die konkrete Erfahrung des Heranwachsens in der DDR als vielmehr der Umgang des sozialen Umfelds mit dieser Art von Herrschaft bemerkbar. Berücksichtigt man also eher die politische (Nicht-)Orientierung des Elternhauses, sind die Ähnlichkeiten von Annika und Jana größer, die ihren elterlichen Haushalt beide als politikfern beschreiben. Eine biographische Parallele zwischen Annika und Sarah, die sich jedoch tiefgreifend auswirkt, ist die Erfahrung mit den Großeltern, die in ihrem eigenen Garten Gemüse und Obst gezogen haben. Beide Frauen verbinden mit dieser Erfahrung eine Wertschätzung der Kompetenzen der Großelterngeneration, die sich noch zusätzlich aus der knappen Versorgungssituation in der DDR speist. Demgegenüber beschreibt Jana, die in Westdeutschland aufgewachsen ist, ihre Sozialisation als eine Erfahrung des permanenten Mangels, welche sie mit der fehlenden Bereitschaft ihrer Eltern, ihr etwas zu ermöglichen, begründet. Sie konnte einen freizügigeren Konsumstil bei anderen Familien in ihrem sozialen Umfeld beobachten, was ihr den restriktiven Umgang ihrer Eltern mit Konsum verdeutlicht hat. Hinzu kommt, dass sie die Weigerung ihrer Eltern, auf ihre Wünsche als Kind einzugehen, als erzieherische Maßregelung empfunden, aber nicht verstanden hat. In der Folge hat sie den elterlichen Umgang mit Konsum als bevormundend, willkürlich und strafend erlebt. Bei Sarah und Annika fehlen derartige Erzählungen, zwar erinnern sie beide ihre Kindheit als nicht bemerkenswert konsumintensiv, doch keinesfalls als entbehrensreich. Bei Jana jedoch hat sich sehr früh die Annahme gebildet, dass Konsum ein Gradmesser für die gesellschaftliche Stellung, aber auch die Wertschätzung einer Person ist. Zwar kann damit festgehalten werden, dass der familiäre Umgang mit Konsum bzw. Geld einen Einfluss auf die Einstellung des Kindes zu Konsum hat, doch kann man in dem Fall Jana kaum davon sprechen, dass sich der Kontext „Westdeutschland“ förderlich ausgewirkt hat. Anders sieht es bei dem Lernen von Wertschätzung für Eigenproduktion aus, da die großelterliche Identifikation sich sowohl bei Sarah als auch bei Annika als eine Disposition darstellt, die im Zuge der Politisierung ihres Alltagskonsums (re-)aktiviert wird und sich in der alltäglichen Konsumarbeit als hilfreich erweist. Bei Jana fällt es schwer zu beantworten, wie genau das Verhältnis von konsumbiographischer Disposition und alltagspolitischer Praxis ist. Einerseits sind bei Jana Anzeichen für eine Kompensation mittels Konsum zu finden, die mit unkontrollierten Kaufakten, die Schuldgefühle nach sich ziehen, einhergeht. Andererseits ist bemerkenswert, dass die Politisierung ihres Konsums zeitlich mit ihrem recht späten Auszug aus dem Elternhaus stattfindet. Den ersten eigenen Haushalt unabhängig von den Eltern führen zu können, führt zu einer (beginnenden) Neudefinition ihrer Identität. Erstmals macht sie sich eigene

Regeln und orientiert sich dabei an ihren eigenen wie an den Bedürfnissen schwächerer. In dieser Lesart, dies bleibt festzuhalten, stellt jedoch nicht eine biographische Disposition die Voraussetzung für die Politisierung dar, sondern die Möglichkeit, selbst über den eigenen Konsum zu entscheiden. Wenn überhaupt ist in der familiären Prägung bei Jana eine Voraussetzung in Form eines Bewältigungs- und Autonomieproblems gegeben, das sie nun mittels politischem Konsum und Social Web bearbeitet. Vor diesem Hintergrund lässt sich resümieren, dass es womöglich allgemein keine allzu enge Beziehung zwischen biographischen Dispositionen und politischem Konsum gibt. Insofern stellt die Schwierigkeit der meisten Untersuchungsteilnehmerinnen, ihren Weg zum politischen Konsum in Form einer biographischen Erzählung einzubetten (mit Ausnahme von Annika, die auf eine bildungsbiographische Erzählung zurückgreifen kann), kein methodisches Problem, sondern ein empirisches dar. Dieses ergibt sich durch die Vermittlung von Selbst-Narration und der Selbst-Identität, die in den Praktiken des Alltags zum Ausdruck gebracht wird.

Konsumpolitische Praxis

Ökonomische Handlungsdimension

Der Blick auf die politischen Konsumpraktiken offline zeigt zunächst, dass in der ökonomischen Handlungsdimension, bei der konkret über den Boy- oder Buykott von Produkten Einfluss genommen wird, nur sehr geringfügige Unterschiede zu bestehen scheinen. Alle drei Untersuchungsteilnehmerinnen haben Praktiken des Buykotts fest in ihrem Konsumalltag integriert, wobei Sarah zusätzlich Fleisch und Plastik enthaltenden Lebensmittel boykottiert, Jana dagegen vollständig tierische Produkte sowie Palmöl und nicht fair produzierte Waren vermeidet. Diese unterschiedliche Umsetzung von politischem Konsum auf der praktischen Ebene führt nicht nur zu teils paradoxen Effekten – wie im Fall vom Plastikverzicht von Sarah und Janas veganem Konsumstil, da Sarah stärker auf Umweltschutz, Jana dagegen stärker auf Tierschutz abzielt, sondern auch zu erheblichen Unterschieden, was die Praktikabilität des politischen Konsums angeht. Anders als Sarah und Annika kann Jana nicht auf das Angebot eines Supermarktes zurückgreifen, sondern ist durch die Komplexität ihres Kriterienkatalogs zum Besuch unterschiedlicher Märkte gezwungen, in denen sie ihre jeweiligen Produkte findet. Janas Probleme, eine Konsumroutine zu entwickeln, zeigen sich neben dem häufigen Wechsel von Einkaufsgelegenheiten auch in dem von Herstellern und Produkten, die sie ausprobiert, überprüft und auf Alltagsstauglichkeit testet. Infolge dessen ist für Jana das Einkaufen als Buykott zwar ein Bestandteil ihrer täglichen Praktiken, erfordert aber ein hohes Maß von

Aufmerksamkeit und Disziplin, um nicht in alte Gewohnheiten zurückzufallen, wozu auch gehört, sich nicht auf jedes neue Angebot einzulassen. Der Auswahlprozess beginnt so immer wieder von neuem, insbesondere auch dann, wenn Jana durch Werbung in Zeitschriften oder in sozialen Netzwerken auf Produktneuheiten aufmerksam wird. Leichter fällt Jana die Routinisierung von Boykott-Praktiken, da diese den Ausschluss bestimmter Produktsegmente ermöglichen und die Aufmerksamkeit auf die verbliebenen, z.B. veganen Produkte, kanalisieren.²⁷ Für Sarah hat mit dem Vorsatz, auf Plastik in Produkten zu verzichten, ein neuer Transformationsprozess begonnen, dessen Umsetzung ihr aber aufgrund der weitgehenden Routinisierung der sonstigen Konsumpraktiken weniger Schwierigkeiten bereitet.²⁸ Die Unterschiede ergeben sich zusammenfassend also erstens hinsichtlich des Routinisierungsgrads des Einkaufens an sich, der sich bei Sarah und Annika ähnelt. Sie haben bereits einen sehr hohen Grad an Routinisierung beim Einkauf entwickelt, d.h. sie sind bereits auf bestimmte Märkte festgelegt, die sie regelmäßig besuchen und dort bestimmte Produkte kaufen, ohne dass sie diesen Kaufprozess reflektierend begleiten müssten. Zweitens ergeben sich erhebliche Unterschiede aus den Kriterien, die dem Einkauf jeweils zugrunde gelegt werden. Während Annika in erster Linie an Produkten mit sehr guter Qualität und möglichst geringen schädlichen Auswirkungen für ihre Gesundheit interessiert ist, was sich überwiegend im Kauf von Bio-Produkten niederschlägt, spielt für Sarah der Verzicht auf Gentechnik und Fleisch, für Jana der Verzicht auf tierische Inhaltsstoffe generell sowie faire Produktionsbedingungen die entscheidende Rolle. In dem erweiterten Rahmen des täglichen Konsums ähneln sich die drei, alle verzichten auf einen eigenen PKW, wenn auch wiederum aus unterschiedlichen Motivlagen,²⁹ sie sind alle drei Bezieherinnen von Öko-Strom und Annika und Sarah geben an, auf Plastikflaschen zu verzichten. Was den Boy-

27 In Anbetracht von Giddens Überlegungen zu neuen Autoritäten (vgl. Kapitel Identität und Autonomie) macht vielleicht das für viele den eigentlichen Reiz eines veganen Lebensstils aus: Das straffe Reglement an Verhaltensvorschriften, was umfassend in allen Produkt- und Lebensbereichen Verhalten vorschreibt und so das Subjekt von Entscheidungsdruck entlastet.

28 Zudem kann man bei Sarah auch von einer Routinisierung der Transformation sprechen, da sie eine alltagstaugliche Strategie der Umsetzung von Veränderung und der Etablierung neuer Konsumgewohnheiten entwickelt hat.

29 Jana würde Auto fahren, wenn sie es sich leisten könnte, während für Sarah die Reduktion von CO₂-Emissionen relevant ist und Annika letztlich nur bei Kurzstrecken und wenn sie ohne ihren Mann unterwegs ist, auf das Auto verzichtet.

kott angeht, ist es etwas schwieriger von einer täglichen Praktik zu sprechen, beispielsweise kauft Annika seit Jahren die Produkte eines bestimmten Unternehmens nicht mehr, ohne sich indes genau erinnern zu können, was eigentlich der Grund für den Boykott gewesen war. Ansonsten spielt Boykott aber in ihrem Alltagskonsum keine Rolle.

Im Gegensatz zu Jana greifen Annika und Sarah auf Markt-alternative Praktiken des Prosumings zurück, werden also selbst zu Produzenten ihrer Lebensmittel. Doch auch bei der Gartenarbeit zeigen sich Unterschiede: Annika geht es bei dem Anbau alter Saatsorten primär um die Aufrechterhaltung oder Wiederherstellung ihrer Ernährungssouveränität, während Sarah damit das Ziel eines eigenen, kleinen Ökosystems verfolgt, indem Igel, Insekten und Mikroorganismen ein Zuhause finden. Am Markt vorbei bzw. Markt alternativ können all jene Konsumpraktiken genannt werden, die zwar dem Konsum dienen, jedoch ohne die Vermittlungsstruktur des Marktes auskommen: Tauschzirkel, Eigenproduktion, Repair-Cafés. Für die hier untersuchten Fälle spielt im Bereich der Offline-Praktiken Prosuming sowohl bei Annika wie auch bei Sarah eine enorm wichtige Rolle. Von beiden wird der Garten als Mittel zu mehr Unabhängigkeit vom Marktangebot genutzt. Während der Garten bei Annika darüber hinaus aber überwiegend im Hinblick auf seine gesundheitlichen Vorteile und seinen Mehrwert für ihre Rekreatiionszeit bewertet wird, ist der Garten bei Sarah in stärkerem Maße als eine Art Versuchslabor oder Experimentierwerkstatt aufzufassen. Der wirtschaftliche Ertrag des Gartens ist für Sarah zweitrangig, wichtig ist es ihr, konkret zu erproben und zu erfahren, wie sich ihre Ideen für eine umwelt- und tierfreundliche Landschaftsbearbeitung umsetzen und weiterentwickeln lassen. Aus dieser praktischen Erfahrung speist sich bei ihr ein Gefühl der Kompetenz, bspw. auch agrar-politische Überlegungen in größerem Maßstab eher nachvollziehen zu können. Bei Jana gibt es vergleichsweise Ansätze für Prosuming nicht, was sowohl in der fehlende Sozialisationserfahrung, stärker jedoch in der Markt-orientierung begründet sein kann (nicht zuletzt stellt sich für Jana die Frage nicht, da sie weder über einen Garten, noch über die Mittel, einen zu pachten, verfügt). Sozialer Status ist für Jana mit Markt vermitteltem Konsum verbunden, während der Verzicht auf Statusobjekte, wie sie ihn in ihrer Kindheit als erzieherische Maßnahme erfahren hat, für sie gleichbedeutend mit gesellschaftlichem Ausschluss ist. Die ungleiche Bewertung von Prosuming als Markt alternativer Konsumstrategie kann so über individuell-biographische Dispositionen heraus als Besonderheit des jeweiligen Herkunftsmilieus gedeutet werden. Die DDR-Sozialisation von Annika und Sarah spielt in diesem Kontext eine wichtige Rolle. Wenn die biographische Erklärung ihres politischen Konsums sonst kaum Anschlussstellen findet, betonen beide die Wertschätzung für Eigenproduktion,

die sie durch ihre Eltern und Großeltern kennen gelernt haben. Wie diese biographische Disposition aktuell umgesetzt wird, ergibt sich nicht zuletzt aus der jeweils spezifischen Lebenssituation. Hier steht Annika zweifelsohne unter besonderem Druck. Ihr berufsmäßiges Engagement stellt für sie zwar ein anregendes und zur Selbstverwirklichung einladendes Umfeld dar, bringt sie jedoch durch die unsicheren Beschäftigungsaussichten ihrer Projekt-basierten Tätigkeit in eine unterlegene Position gegenüber der ökonomisch gut ausgestatteten Familie ihres Mannes. Zwar gelingt es ihr, diese Ausgangssituation zu einer Win-Win-Situation zu machen, doch ist mit dieser Kompromisslösung eine weiterreichende Politisierung vorerst ins Stocken geraten.

Gemeinsamkeiten in Bezug auf Online-Shopping-Praktiken zeigen sich ebenfalls eher bei Annika und Sarah, die beide dazu tendieren, eher offline einzukaufen. Janas ausgeprägter Enthusiasmus für Online-Shopping kann zwar mitunter durch Verweis auf ihre spezifischen Produktanforderungen bspw. bei fair hergestellter Kleidung erklärt werden, doch stellt sich die Suche nach neuen Online-Shops und schönen, neuen Dingen bei ihr auch als eine Form der Freizeitbeschäftigung dar. Annika und insbesondere Sarah haben diesbezüglich eine vollkommen andere Haltung, Einkäufe stellen eine Notwendigkeit und keinen Spaß dar.

Politische Handlungsdimension

Als politische Handlungsdimension werden solche Praktiken verstanden, die primär auf soziale Beziehungen als Mittel zur Verfolgung politischer Ziele zurückgreifen, worunter insbesondere gemeinschaftliche oder kollektive Praktiken politischen Engagements gefasst werden. Wie sich in der vergleichenden Betrachtung zeigt, gibt es auffällige Unterschiede in dieser Dimension nur zwischen Sarah und den anderen Fällen. Zwar ist Sarah im Laufe des Untersuchungszeitraums aus einer politischen Organisation ausgeschieden, hat sich aber parallel dazu bereits einer anderen, lokal verankerten Aktionsgruppe angeschlossen bzw. diese mitgegründet. Bei den anderen Untersuchungsteilnehmerinnen erschöpft sich ihr gemeinschaftliches Engagement mit anderen in der Teilnahme an Land- und Bundestagswahlen. Inwieweit dieser Wahlakt in Verbindung mit ihren konsumpolitischen Praktiken steht, muss zumindest für Annika offen bleiben. Bei Jana ist die Teilnahme an Wahlen mittlerweile eindeutig Folge ihres konsumpolitischen Engagements, das sie überhaupt erst zu einer Entwicklung eines eigenen politischen Standpunkts gebracht hat. Annika besucht immer wieder Veranstaltungen sowohl politischer Parteien wie anderer politischer Organisationen, ohne sich jedoch entscheiden zu können. Ihre Ansichten werden aber

von keiner vorhandenen Gruppe in dem Maß vertreten, dass sie eine Mitgliedschaft für sinnvoll erachtet.

Emotionen

Gefühle spielen eine entscheidende Rolle dabei, ob eine politische Konsumentin aktiv wird oder nicht. Dabei ist bemerkenswert, dass diese Gefühle – zum Beispiel das Mitleid gegenüber Tieren – nicht erst im Zuge der Entwicklung zur politischen Konsumentin entstehen, sondern narrativ mit einer bestimmten biographischen Disposition verknüpft werden. Dies zeigen die biographischen Erzählungen sowohl von Jana M. („Kaninchen“) wie Sarah Damm („nachts Tiere befreien“) deutlich. Damit ist zunächst einmal der Wunsch verbunden, Kontinuität in der Ich-Entwicklung durch eine emotional stabile Disposition herzustellen. Wie ist nun zu erklären, dass ein Gefühl politisch wird? Eine sehr einfache Begründung liegt darin, dass sich der Bereich politischer Aktion durch die Digitalisierung von Beteiligung ein ganzes Stück näher in die Wohnzimmer, Küchen und Gärten verlagert hat, an private Orte, die durch die Digitalisierung immer auch über einen unmittelbaren Zugang zu einer Öffentlichkeit verfügen. Dieser hybride, privat-öffentliche Ort erzeugt nun zweierlei: Zum einen schafft er einen neuen Möglichkeitsraum, der Gefühle der Trauer, des Mitleids und der Wut aus dem Privaten herauslösen und ihnen unmittelbaren Ausdruck verleihen kann. Zum anderen bleibt der Körper am Ort lokal situiert, was der politischen Konsumentin das Gefühl vermittelt, sicher und geschützt zu sein – und im Zweifelsfall jederzeit den Stecker ziehen bzw. den Laptop zuklappen zu können. Doch ist die Digitalisierung des Alltags allein nicht ausreichend, um zu erklären, wie hier, um bei dem Begriff von Kaufmann zu bleiben, eine neue UKO-Identität geschaffen wird – während Sarah früher nachts weinend im Bett gelegen hat, wenn sie an das Leid der Tiere dachte, weint sie jetzt nicht mehr, sondern schreibt einen Beschwerdebrief oder lässt ihr virtuelles Alter Ego „Waldtraut“ eine entsprechende Geschichte erzählen. Man hat es hier also mit einer Re- oder Neucodierung von Emotionen zu tun, die eine neue Verknüpfung zwischen Selbstbild und Praktik generiert. Gefühle werden auf diese Weise für die Konsumentin interpretierbar als – nicht mehr Ausdruck z.B. ihrer Sentimentalität – sondern als legitime Gefühle politischer Entrüstung, Solidarität und Verantwortlichkeit. Doch wie lassen sich politische Emotionen theoretisch einordnen und wie sind Emotionen im Kontext politischer Handlungsfähigkeit zu bewerten? Als hilfreich erweisen sich hier die Überlegungen von Sighard Neckel zu „*emotionalem Kapital*“. In seiner Lesart von Emotionen sind Gefühlsregungen nicht als Gegensatz zu rationalen Problemlösungsstrategien zu interpretieren, sondern als „*affektive ‚Signale‘ [...] die einen Akteur über seinen inneren Zustand und darüber informieren,*

welche Bedeutung Menschen, Ereignisse und Objekte für ihn besitzen“ (Neckel 2014: 125). Grundlage von Affekten seien zunächst einmal neurobiologische Prozesse, die dann vom Akteur mit Bedeutung versehen werden (vgl. ebd.). Bei der Interpretation der eigenen Affekte kommen jedoch soziale und kulturelle Deutungsmuster zum Tragen, die entscheidend dafür sind, welche Emotion der Akteur empfindet und welche Handlungskonsequenz er daraus ableitet. In der Politikwissenschaft ist Verantwortung ein zentraler Begriff, ohne dass dabei jedoch dessen emotionale Basis als Verantwortungsgefühl konzeptionell mitberücksichtigt würde. Doch erfordert das Gesamtkonzept eines politischen Gefühls der Verantwortung genau jene kulturellen Deutungsmuster von Affekten in den Blick zu nehmen, die bestimmte Themen in einen Bezug zur jeweils eigenen Handlungssphäre: hier, des Konsumalltags bringen. Aus der Genderperspektive gleichwohl stellt sich die Frage, warum Emotionen von zwei der Frauen, der integrativen Prosumerin und der expressiven Ästhetin, mit dem verbraucherpolitischen Engagement in Verbindung gebracht werden, nicht aber von der pragmatischen Expertin. Deren konsumpolitische Haltung ist von einer stark rationalwissenschaftlichen Orientierung geprägt. Demgegenüber ist das politische Handeln der zwei anderen Typen direkt an ihren Alltag und an ihre Identität gebunden. Politische Statements sind hier nicht allgemein-abstrakt, sondern individuell-konkret: *„Ich habe meine Bank gewechselt – ich unterstütze nicht mehr die Atomindustrie – und Du?!“*

Themen und Motive

Für die Implementierung von politischem Konsum in der Alltagspraxis ist es von Bedeutung, dass unterschiedliche Motivlagen zusammentreffen. Ein abstrakt-medialer Impuls reicht häufig nicht aus, sondern muss, wie eben im Abschnitt über Emotionen dargelegt, beispielsweise mit einer entsprechenden Empfindung einhergehen. Dies verdeutlicht bspw. die Episode, in der Sarah den Film „Plastic Planet“ sieht, der einerseits das Problem von Plastikmüll problematisiert, andererseits aber mit der auf die Hervorbringung von Gefühlen abzielende Darstellung von leidenden Tieren genau diese zusätzliche Motivation erzeugt, die für einen Handlungsimpuls notwendig ist. Als sie nachhause kommt, entsorgt sie umgehend sämtliche Plastikgegenstände. Am nächsten Morgen holt sie sie jedoch wieder aus der Mülltonne heraus – hier zeigt sich auch sehr gut der Unterschied zwischen einer emotionalen und einer affektuellen Handlung: während erste auf eine eher langfristige Bindung oder eine Verpflichtung angelegt ist, er-

folgt eine affektuelle Handlung spontan.³⁰ Dies bedeutet jedoch nicht, dass Sarah das Vorhaben auf Plastik zu verzichten aufgibt, sondern dass sie die Plastik-Gegenstände weaternutzt und gelegentlich ersetzen wird. Nicht zuletzt aus einer dritten, kombinierten Motivlage heraus („kann die ganze Plaste nicht mehr ertragen“) setzt sie nun bei den alltäglichsten Konsumgütern an: Zahnpasta, Duschgel usw.

Bei Annika stellt sich das Verhältnis von Motivlagen häufig gegensätzlich dar – so muss sie zwischen ihren eigenen Kriterien – ästhetischen wie verbraucherpolitischen – sowie denen ihrer sozialen Bezugsgruppe vermitteln. Doch stellt auch bei ihr der Bereich des Körperlichen eine entscheidende Dimension dar, bei der sie zu keinen Kompromissen, in der einen oder anderen Hinsicht bereit ist. Im Hinblick auf politischen Konsum stehen diejenigen Praktiken, die konkret auf den Umgang mit dem Körper abzielen, im Zentrum. Dabei geht es zwar auch um gesundheitliche Bedenken, aber zwei andere Aspekte sind darüber hinaus zu betonen: Körperpraktiken sind besonders stark mit dem Selbstbild und der Selbst-Identität der drei Frauen verbunden, ob das den Bereich der sensorischen Erfahrung bei Sarah betrifft oder mehr den ästhetischen wie bei Annika und Jana, die Frage, was man an sich (er-)trägt, wird damit zunehmend eine politische Frage. Diese Frage, das ist nun der zweite Aspekt, steht in direktem Bezug zur Erfahrung des Frau-Seins. Der Wunsch, über den eigenen Körper verfügen zu dürfen, wird verlängert in den politischen Anspruch darauf, ein Recht über Inhaltsstoffe, Produktions- und Arbeitsbedingungen von Produkten zu haben, die auf oder unter die Haut gehen.

Kulturelle Handlungsdimension: Wissen und Informationspraktiken

Als kulturelle konsumpolitische Praktiken werden Praktiken verstanden, die der Aneignung und Weitergabe von Wissen dienen, wobei diese Einordnung idealtypisch erfolgt und empirisch nicht immer klar von der sozialen Dimension ab-

30 Eine Emotion ist Ausdruck der Identität, ein Affekt ist spontan. Eine anfänglich auch hormonell mitbedingte Affektbindung kann die später sich entwickelnde emotionale Beziehung initiieren. Doch umfasst die Entwicklung und das Erlernen einer Emotion einen sich allmählich vollziehenden Lernprozess, indem die Emotion, z.B. Liebe zu einem anderen, in ein Verhältnis mit dem wahrgenommenen Selbst gebracht wird. Deshalb ist es unter anderem auch so schmerzhaft, sich zu trennen – es bedeutet immer Anteile seiner selbst zu verlieren, die in diesem Emotionsprozess bearbeitet wurden.

gegrenzt werden kann. Betrachtet man zunächst die Informationspraktiken offline, zeigen sich wiederum Parallelen zwischen Sarah und Annika, die sich beide durch das Abonnement entsprechender Zeitschriften und der Lektüre von Büchern über aktuelle Überlegungen und Entwicklungen den Alltagskonsum betreffender Themen auf dem Laufenden halten. Derartig routinisierte Informationspraktiken offline finden bei Jana nicht statt, wo digitale Informationspraktiken dominieren. Was die Weitergabe von Informationen an andere in Offline-Kontexten angeht, kann nur bei Sarah von einer Routine gesprochen werden, da sie aktiv nach Möglichkeiten sucht, ihr Wissen an andere weiter zu geben. Hier zeigt sich eine erste Querverbindung zum Bereich der sozialen Dimension, da Sarah über ihr konsumpolitisches Engagement Beziehungen zu anderen Verbrauchern, Bürgern sowie kommunalen Institutionen knüpft, um gemeinsam mit ihnen Informationsstände oder Aktionen zu planen, um weitere Personen auf ihre Anliegen aufmerksam zu machen und über mögliche Handlungsstrategien zu informieren.³¹ Demgegenüber gestaltet sich die Weitergabe von Informationen bei Annika und Jana als diskursiver politischer Konsum zurückhaltend. Bei Annika findet eine Auseinandersetzung mit anderen über Konsum primär im Kontext ihrer beruflichen Tätigkeit statt oder aber mit ihrem Partner, wenn es um Aushandlungsprozesse bei außeralltäglichen Konsumententscheidungen geht. Für Jana stellen hier ihre Schwester und eine langjährige Freundin wichtige Bezugspersonen dar, mit denen sie sich über ihre Ansichten und Probleme austauschen kann. Im erweiterten Freundeskreis agieren sowohl Annika wie auch Jana sehr behutsam, da beide sich des Konfliktpotenzials bewusst sind, den ein zu offensiver Umgang mit ihren konsumpolitischen Ansichten mit sich bringt. Deshalb haben die beiden sich darauf verlegt, ihre Erfahrungen nur bei konkreten Frage- und Problemstellungen anderen mitzuteilen.

Dies mag mit einer der Gründe sein, warum mit Ausnahme von Sarah die anderen eher zurückhaltend sind, da jede noch so informativ-gut gemeinte Äußerung den Anstoß für eine grundsätzliche Diskussion über die Effektivität einer Politik mit dem Einkaufswagen geben kann. Auf die Ebene nonverbaler Kommunikation greift indes nur Jana zurück, die durch das von außen sichtbare Tragen bestimmter Labels ihre konsumpolitische Haltung kommuniziert. Dies korrespondiert online mit den Verweisen auf neue, schöne und ethische Shops und Produkte, die durch die Verlinkung mit ihrem Profil in einen direkten Zusam-

31 Eine Ausnahme – und damit genau der Gegensatz zu Annika – stellt Sarahs berufliche Tätigkeit dar. Denn gerade ihre Tätigkeit in der Werbebranche erfordert es, gegenüber potenziellen Kunden sensibel zu sein.

menhang mit ihrem Online-Selbst gebracht werden. Da Sarah im Gegensatz zu Jana eher den Verzicht als den Kauf von bestimmten Marken als wirksames Mittel einstuft, spielen für sie Labels eine untergeordnete Rolle. Bei Annika wird eine symbolische Kommunikationsebene allenfalls im Bereich von Geschenken relevant, wenn sie Bekannten hochwertige Bio- und Fair-Trade-Lebensmittel, eingepackt in Zeitungspapier, schenkt. Es ist jedoch fraglich, inwieweit damit nur der Wunsch verbunden ist, Bio- und fair hergestellte Produkte zu bewerben, als vielmehr entsprechende Labels als Distinktionsmittel einzusetzen, worum es wohl auch Jana geht. Denn beispielsweise ihre Vans verfügen nicht nur über das Attribut „vegan“, sondern stellen gleichzeitig auch In-Produkte einer bestimmten (Pop-)Kultur dar.

In Bezug auf Bildung verfügt Annika mit dem Abschluss eines Hochschulstudiums im Bereich Welternährungspolitik formal über die beste Voraussetzung für ein konsumpolitisches Engagement. Das ist auch insofern richtig, als sie über umfangreiches Wissen verfügt, welches es ihr erleichtert, daraus grundlegende Prinzipien für ihren Alltagskonsum abzuleiten. Wichtig ist, dass ihre Entwicklung zur politischen Konsumentin direkt an einen berufsbiographischen Kontext geknüpft ist. Diese professionelle Orientierung führt zu einer fast ausschließlichen Beschäftigung mit Fachliteratur, welche sie gemäß ihrer eigenen wissenschaftlichen Vorkenntnisse selektiert. Entsprechend gering fällt bei ihr das Bedürfnis aus, sich mit Laien über konsumpolitische Problemlagen auszutauschen. Ihr starkes Vertrauen in das wissenschaftliche System korrespondiert auf der anderen Seite mit einem starken Vertrauen in das politische System, das ihrer Ansicht nach für die Lösung anstehender Problemlagen, auch für verbraucherpolitische, verantwortlich ist. Politische Handlungsfähigkeit gestaltet sich in dieser Lesart also als spezifische Kompetenz einer akademisch-politischen Elite. Als Wissens- und Verbrauchertyp entspricht sie damit am ehesten dem Bild einer professionellen Prosumentin. Dabei deutet sich eine Tendenz zur zunehmenden Professionalisierung von Verbraucherwissen an, die in der Etablierung und Ausdifferenzierung eines weiteren Wissenschaftsfeldes – der Verbraucherwissenschaft – gesehen werden kann. Mit diesem Prozess geht die Entwicklung von Grenzen einher, die von der Differenz zwischen und der Identifikation von Experten und Laien kennzeichnet ist. Dazu stehen sowohl Janas wie auch Sarahs Informationspraktiken in einem scharfen Kontrast, da sie den gegenläufigen Trend einer zunehmenden Aufhebung von Experten- und Laien-Beziehungen im Kontext von Wissensproduktion markieren. Die Infrastruktur, die diese neuen Informationspraktiken ermöglicht, ist zwar digital, kommt aber kaum ohne Bezug zum Bereich des Offline-Alltags aus. Die Erfahrungs- und Identitätsbezogene Einspeisung von Wissen in digitale Kommunikationsräume kann in

Anlehnung an Bruns als produzierendes Prosuming bezeichnet werden. Die Bewertungskriterien folgen hier weniger einer formalen als einer pragmatischen Logik, insofern Erfahrung und Alltagsexperiment die wesentlichen Validierungsstrategien darstellen. Der Kontext der Vermittlung von Erfahrungswissen ist dabei die eigene Social-Web-Präsenz, eine Besonderheit, auf die Davies (2012) in ihrem Aufsatz zu „*Prosuming Identity*“ hingewiesen hat. In ihrer Lesart stellt das Besondere der digitalen Wissensproduktion in sozialen Netzwerken die Kopplung von Wissen und Selbst dar. Das mittels eines persönlichen Profils kommunizierte Wissen wie die Gesamtkreation einer Facebook-Seite müsste als ein identitäres Prosuming verstanden werden. Während prosumierte Produkte im Offline-Kontext nur geringfügige Bedeutung für die Kommunikation von Identität hätten, sei die auf Interaktion angelegte Selbstdarstellung im Social Web dazu in besonderer Weise geeignet. Da es im Fall von Sarah, mehr aber noch von Jana nicht nur um die Produktion von Webinhalten in Verbindung mit ihrem Online-Profil geht, sondern darüber hinaus diese Praktiken auf die Kommunikation politischer Anliegen abzielen, wird dafür im Folgenden der Begriff des politischen Prosumings verwendet.

Die Bedeutung von Prosuming als Denkfigur für politischen Konsum wird auch daran deutlich, wie wenig überzeugend die Zuordnung dieser Praktiken zur ökonomischen Handlungsdimension auf den zweiten Blick ist. Sogar als Marktalternative Praktik der Eigenproduktion offline ist es insofern eher der kulturellen Handlungsdimension zuzuordnen, da weniger auf ökonomische Mittel, denn auf bestimmte Fertigkeiten und Kompetenzen zurückgegriffen wird oder diese dafür angeeignet werden. Im Bereich der politischen Handlungsdimension gewinnt Prosuming dagegen erst online an Bedeutung. Denn, wie Davies betont, ist Interaktion eine notwendige Bedingung für identitäres Prosuming. Ziel eines politischen Prosumings ist deshalb immer die Kommunikation und Aushandlung der individuellen politischen Identität mit anderen.

Vermittlung von politischer, Selbst- und Verbraucher-Identität

In der fallbezogenen Analyse hat sich gezeigt, dass die jeweilige Problemdefinition von politischem Konsum und die diesbezüglich als relevant erachteten Themen Einfluss darauf nehmen, ob und wie stark politischer Konsum in die Alltagspraktiken integriert wird. Bei Annika wird der Alltag durch ihren politischen Konsum nur geringfügig verändert, da bestehende Routinen lediglich angepasst werden, indem vor allem Bioprodukte gekauft werden. Das Thema „Welternährungspolitik“ ist zu diffus, um weitere Folgen für den individuellen Konsumalltag zu haben. Annika versteht politischen Konsum nicht als etwas,

was nur oder primär im Alltag der Verbraucher stattfinden sollte, sondern als ein von Experten zu bearbeitendes Problem. Dass eine Verknüpfung von konkreter Erfahrung und Umsetzung von politischem Konsum von grundlegender Bedeutung ist, zeigt im Fall Annika, dass sie nur dann auf ihre konsumpolitischen Vorstellungen und deren Berücksichtigung auch gegenüber Widerständen besteht (Eheringe aus fairem Metall), wenn sie sie mit den Erfahrungen aus ihrer Studienzeit (Auslandsaufenthalt in C-Land) in Verbindung bringt. Zudem zeigt der Fall Annika, dass bei der Umsetzung von eher abstrakten Verhaltensansprüchen wie sie im Nachhaltigkeitsdiskurs oder als Welternährungsproblem artikuliert werden, zusätzliche, soziale Anreize vorhanden sein müssen. Bei Annika konkret ist die Implementierung politischer Konsumpraktiken in hohem Maße davon abhängig, inwieweit damit entweder authentisch-ästhetische oder distinktive Ansprüche verknüpft werden können.

Buykott als die dominante politische Alltagspraktik von Annika speist sich aus einer eher abstrakt-akademischen Wahrnehmung der problematischen Auswirkungen von Konsum. Die Implementierung in die Alltagspraxis erfolgt gemäß des Passungsverhältnisses zu den drei anderen, im Konsumbereich dominanten Referenzen, nämlich Gesundheit, Ästhetik und Distinktion. Anknüpfungspunkte für ein Social-Web-Engagement ergeben sich hier nicht, da es sich aufgrund des authentischen Ästhetikanspruchs geradezu verbietet, anderen die eigenen Konsumpraktiken nahe zu legen. Hinzu kommt, dass Nachhaltigkeit als generalisierter Themenkomplex kaum Anschlussstellen für ein konkretes in der Alltagspraxis on- oder offline situiertes Engagement bietet. Im Gegensatz dazu erzeugt Sarahs Problemdefinition von politischem Konsum mit ihrer Empathie für andere Lebewesen zahlreiche Anschlussstellen in ihren (Konsum-)Alltag.

Sarah gelingt es in nahezu allen Bereichen ihres ökonomischen Konsumalltags, Bezüge zu den (konsum-)politischen Themen herzustellen, die sie für sich als relevant empfindet. Politischer Konsum dient ihr auf diese Weise als eine Strategie, ihre politischen Anliegen individuell und selbstbestimmt zu verfolgen. Ihre Identität als Bürgerin bildet dabei den Ausgangspunkt und greift das Handlungsrepertoire des Verbrauchers auf. Besonders stark kann sich ihr Engagement für Lebewesen ohne Schutz, Recht und Stimme entfalten, das sie in ihren Körperpraktiken (dem Verzicht auf Plastik und Fleisch, Entwicklung einer neuer Sensibilität für Geschmack und des „Sich-Anfühlers“), ihren konkreten Nicht-Kaufpraktiken, ihren Social-Web-Praktiken (E-Petitionen, Facebook-Posts sowie Mikro-Kampagne Waldtraut) und schließlich in ihrer lokalen Aktionsgruppe realisiert. Demgegenüber lässt sich bei Jana Peters ein allmählicher Prozess der Öffnung für immer mehr Themen, aber auch neue Handlungsbereiche feststellen. Während ihr politischer Konsum anfangs als persönliches Entwicklungsprojekt

beginnt, kann sie sich zunehmend auch mit anderen Themen – Rechte von Tieren, Rechte von Arbeitnehmern – identifizieren. Während Sarah politischen Konsum eher als Problemskizze für ihre politischen Anliegen verwendet, stellt es sich bei Jana so dar, dass eine starke Konsumorientierung zunehmend politisiert wird. Daraus ergibt sich einerseits eine veränderte Selbst-Wahrnehmung als Konsumentin wie andererseits als Bürgerin. Die durch den starken Fokus auf (Marken-)Konsum naheliegende Verengung auf Markt vermittelte Praktiken der Einflussnahme wird durch den Ausbau ihres sozialen Netzwerks online zunehmend ergänzt durch die Teilnahme an Onlinepetitionen und einem diskursiven politischen Konsum mittels ihres Social-Web-Profiles. Auch plant sie, sich künftig stärker an lokalen Initiativen in ihrer Heimatstadt zu beteiligen. Inwieweit sie das umsetzen wird, muss hier allerdings offen bleiben.

Ein wichtiger Bezugspunkt für Jana, das unterscheidet sie sowohl von Annika wie von Sarah, stellt darüber hinaus die Popkultur dar. Hierbei sind es insbesondere Personen des öffentlichen Lebens, Schauspieler und Musiker, die Jana als Vorbilder eines ethischen Konsums dienen und mit ihren stark emotionalisierenden Botschaften Janas Sensibilität für politische Fragen erhöhen. Entgegen Janas sonstiger Distanz gegenüber politischen Institutionen beteiligt sie sich, ebenso wie Sarah, rege an E-Petitionen. Da sie eine grundsätzlich konsumliberale Einstellung vertritt, bewertet sie rechtliche Regulierungen kritisch. Eine Transformation von Konsumpraktiken ist in ihrer Lesart eine individuelle Entscheidung, aber gleichzeitig auch eine, bei der sich der Betreffende der kollektiven Verantwortung bewusst werden muss, die mit ihr einhergeht. Entsprechend kann Jana gar nicht – wie Annika – wahlweise politisch konsumieren oder nicht, ihre Vorstellung von der Verantwortung des Bürgers als Konsument verpflichtet sie moralisch dazu, dieser Vorstellung einer individualisierten kollektiven Verantwortung in ihrem Konsumalltag gerecht zu werden. Eine dritte und vermittelnde Position nimmt hier Sarah ein, die zwar aufgrund ihrer Skepsis gegenüber Experten eine gewisse (ideologische) Distanz zum politischen System aufrechterhält, es aber gerade deshalb als wichtigen Bestandteil ihrer Bürger- und Konsumentenverantwortung sieht, politische Entscheidungen kritisch zu begleiten und zu reflektieren. Dasselbe gilt für Marktprozesse. Konkret spiegelt sich das in ihren konsumpolitischen Praktiken wieder, die einerseits die Integration in bestehende kommunal-politische Strukturen suchen, andererseits über den Markt wie am Markt vorbei auf neue, alternative Formen der Einflussnahme und der Mobilisierung anderer ausgerichtet sind.

Die pragmatische Alltagsexpertin, die expressive Ästhetin und die integrative Prosumentin sind drei Typen politischer Verbraucherinnen, die sich jede auf ihre Art daran beteiligen, die Folgen und Auswirkungen moderner Konsumgesell-

schaften abzumildern, zu begrenzen oder sogar rückgängig zu machen. Für jede von ihnen bedeutet das die tägliche intensive Beschäftigung mit ihren verbraucherpolitischen Themen, das Suchen nach neuen Möglichkeiten eines guten Konsums und das Prüfen ihrer alltäglichen Routinen auf Angemessenheit. Die Unterschiede bei den Konsumpraktiken zeigen sich sehr deutlich in der zugrunde liegenden Motivation und in der Bewertung der Praktiken als politisch. Während bei Sarah und Jana der Schutz oder die Unterstützung anderer; Tiere, deren Lebensräume, Kinder, Arbeitnehmer, die Rahmenbedingungen ihrer Konsumpraktiken stellen, überwiegen bei Annika zunächst Gesundheit, Ästhetik und Überlegungen zu Genuss und Qualität. Wo sich diese Kriterien mit ihren Überlegungen zu nachhaltigen Konsumhandeln treffen, wenn z.B. mit dem Kauf von Bio-Produkten die Vorstellung einer besseren Qualität korrespondiert, werden die entsprechenden, besseren Produkte ausgewählt. Wo aber ästhetische oder konservative Wertorientierungen mit Nachhaltigkeit in Konflikt geraten, geht Annika keine Kompromisse ein: Gewählt wird das Produkt, das ihren Anforderungen als Konsumentin entspricht. Die Bürgerrolle ist bei Annika im Alltag dagegen kaum präsent, ihr Bürgerverständnis entspricht eher dem „dutiful citizen“, dessen Verantwortung darin besteht, sich über das politische Geschehen zu informieren und an Wahlen teilzunehmen, wobei auch das, wie sie im Interview herausstellt, nicht von jedem erwartet werden könne. Ihre Professionalisierung als Konsumentin führt nun nicht nur dazu, dass sie ihr verbraucherpolitisches Engagement eher als Berufsethos interpretiert, sondern dient auch dazu, ihre Rolle als Hausfrau optimal auszufüllen. Indem sie sich die Lesart von nachhaltigem Konsum als eine Form von besserem, überlegenem Konsum zu eigen macht – zu dem nicht jeder, weder finanziell noch im Hinblick auf sein Verbraucherwissen in der Lage ist, kann sie ihn als Distinktionsstrategie und entsprechend den Statusansprüchen ihres Mannes und seiner Familie einbringen.

Jana vertritt eine entgegengesetzte Haltung: Für sie ist der Markt der zentrale Mechanismus, um gesellschaftliche Veränderung im Feld des Konsums zu bewirken, wobei sie strategisch auf die Wahl auf dem Markt setzt. Zwar befasst sie sich zunehmend auch mit Möglichkeiten der Einflussnahme auf das politische System, doch empfindet sie das als umständlich und wenig wirksam. Sie entspricht damit am ehesten dem Bild der „unpolitischen Frau“, die sich selbst als inkompetent in und uninteressiert an politischen Fragen wahrnimmt. Auch im Hinblick auf ihre Verbraucherpraktiken entspricht sie am ehesten der irrationalen, emotionalen Shopperin, mit ihrer Begeisterung für neue Shops und ihrer Freude daran, Neuentdeckungen und -käufe mit anderen zu teilen. Dass sie diese Haltung zunehmend kritisch wahrnimmt und reflektiert, zeigen auch die Hinweise auf entsprechende Gespräche mit ihrer Schwester. Diese hat nicht zuletzt

durch ihre Arbeit in einem Frauenhaus eine sensibilisierte Perspektive auf Weiblichkeit. Als wichtige Interaktionspartnerin unterstützt sie Jana einerseits, kritisiert sie andererseits jedoch auch dafür, sich im Kontext ihres beginnenden politischen Engagements wieder so stark auf Konsum zu konzentrieren. Doch für Jana stellt ihr politischer Konsum auch ein Emanzipationsprojekt dar, mittels dessen sie sich von ihrer Familie, auch von ihrer Schwester distanziert. Nachdem diese ihr über einen langen Zeitraum sogar die Wahlentscheidung abgenommen hat, entwickelt Jana nun eigene Präferenzen und lässt sich, das gilt auch im Kontext der Facebook-Gruppen, immer weniger bevormunden. Da Jana im Untersuchungszeitraum alleine wohnt, hat sie hier im Vergleich zu Annika wesentlich mehr Gestaltungsspielraum.

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 hochsensibel 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, Beraters 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: Prodisage). 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. Grundlegerend 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/Akremiti 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 – wengleich 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 Ästheten, 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 Untersuchungsteilnehmerinnen 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 Ästheten 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 vormalig 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.

Literaturverzeichnis

- Baringhorst, Sigrid (2016): Nachhaltigkeit durch politischen Konsum und Internetaktivismus – Neue Engagementformen zwischen postdemokratischer Partizipation und demokratischem Experimentalismus. In: Diendorfer, Gertraud (Hg.): *Demokratie als Beitrag zu einer nachhaltigen Gesellschaft. Herausforderungen, Potenziale und Reformansätze*. 1. Aufl. 3 Bände. Innsbruck – Wien – Bozen: Studienverlag. S. 43–60.
- Baringhorst, Sigrid/Witterhold, Katharina (2015): Verbraucherinformation – Top down oder bottom up? Neue Formen netzbasierter Generierung einer kritischen Verbraucheröffentlichkeit. In: Bala, Christian (Hg.): *Abschied vom Otto Normalverbraucher*. 1. Aufl. Düsseldorf: Klartext u. Landeszentrale für politische Bildung, S. 145–165.
- Baringhorst, Sigrid (2012a): Bürgerkompetenzen der Zukunft. Politische Bildung in der digitalen Demokratie. In: *PÄDAGOGIK*, 64. Jg., H. 7–8/Juli–August, S. 66–69.
- Baringhorst, Sigrid (2012b): Der Bürger als „Produser“. Politische Beteiligung von Konsumentenbürgern im Social Web. In: Lutz, Claus/Seitz, Daniel/Rösch/Eike Rösch (Hg.): *Partizipation und Engagement im Netz: neue Chancen für Demokratie und Medienpädagogik*. München: kopaed, S. 63–77.
- Baringhorst, Sigrid/Kneip, Veronika/März, Annegret/Niesyto, Johanna (2010) (Hg.): *Unternehmenskritische Kampagnen. Politischer Protest im Zeichen digitaler Kommunikation*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag.
- Baringhorst, Sigrid (2010): Anti-Corporate Campaigning – neue mediale Gelegenheitsstrukturen unternehmenskritischen Protests. In: Baringhorst, Sigrid/Kneip, Veronika/März, Annegret/Niesyto, Johanna (2010) (Hg.): *Unternehmenskritische Kampagnen. Politischer Protest im Zeichen digitaler Kommunikation*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag, S. 9–31.
- Bates, Laura (2013): Frauenbilder im Internet. Herausforderung und Chance für Veränderung. In: *Television* 26/2013/2, S. 54–55.
- Bateson, Gregory (1987): Form, Substance, and Difference. In: ders. (1987): *Steps to an ecology of mind. Collected essays in anthropology, psychiatry, evolution, and epistemology*. Reprint [d. Ausg.] San Francisco, Chandler Pub., 1972. Northvale, NJ: Aronson, S. 455–471.

- Bauman, Zygmunt (2012): *Leben als Konsum*. 3. Aufl. Hamburg: Hamburger Ed (zuerst 2007).
- Baur, Nina (2013): *Der Ernährer und die Hausfrau*. Online verfügbar unter <http://soziologie.de/blog/?p=1032>, zuletzt geprüft am 10.04.2014.
- Baur, Nina/Akremiti, Leila (2011): Lebensstile und Geschlecht. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 51 (Sonderheft), S. 269–294.
- Baur, Nina/Luedtke, Jens (2008): Konstruktionsbereiche von Männlichkeit. In: Baur, Nina/Luedtke, Jens (Hg.): *Die soziale Konstruktion von Männlichkeit*. Opladen/Farmington Hills: Barbara Budrich, S. 8–26.
- Beck, Ulrich (1996): Der clevere Bürger. Bemerkungen zu Anthony Giddens Konzeption der „reflexiven Modernisierung“. In: *Soziologische Revue* 19 (1), S. 3–9.
- Beck, Ulrich (1993): Subpolitik. Der Machtzerfall der Institutionen. In: Joachim Hohl und Heiner Keupp (Hg.): *Individuum, Lebenswelt, Gesellschaft. Texte zu Sozialpsychologie und Soziologie : Heiner Keupp zum 50. Geburtstag*. 1. Aufl. München u.a: Profil, S. 11–26.
- Benkler, Yochai (2006): *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*. 1. Aufl. New Haven, CT/London: Yale University Press.
- Bennett, W. Lance/Seegerberg, Alexandra (2013): *The logic of connective action. Digital media and the personalization of contentious politics*. 1. Aufl. New York, NY: Cambridge Univ. Press.
- Bennett, W. Lance (Hg.) (2008): *Civic life online. Learning how digital media can engage youth*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Bennett, W. Lance (2003): Communicating Global Activism. In: *Journal of Information, Communication and Society*, Volume 6 (2), S. 143–168.
- Berger, Peter L./Luckmann, Thomas/Plessner, Helmuth/Plessner, Monika (2008): *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*. 22. Aufl. Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verl (Fischer, 6623).
- Blatter, Joachim/Janning, Frank/Wagemann, Claudius (Hg.) (2007): *Qualitative Politikanalyse. Eine Einführung in Forschungsansätze und Methoden*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag.
- Bohnsack, Ralf/Marotzki, Winfried/Meuser, Michael (Hg.) (2011): *Hauptbegriffe qualitativer Sozialforschung*. 3. Aufl. Opladen: Budrich (UTB).
- Boler, Megan/Macdonald, Averie/Nitsou, Christina/Harris, Anne (2014): Connective labor and social media: Women’s roles in the ‚leaderless‘ Occupy movement. In: *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, S. 1–23.
- Boltanski, Luc/Chiapello, Ève (2003): *Der neue Geist des Kapitalismus*. 1. Aufl. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Bourdieu, Pierre (2013): *Politik. Schriften zur Politischen Ökonomie* 2. Unter Mitarbeit von Roswitha Schmid. 1. Aufl. Berlin: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre/Bolder, Jürgen (1998): *Die männliche Herrschaft*. 1. Aufl., [Nachdr.]. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Bourdieu, Pierre (1987): *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. 1. Aufl. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre (1976): *Entwurf einer Theorie der Praxis auf der ethnologischen Grundlage der kabyllischen Gesellschaft*. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Boyd, Danah (2006): Friends, Friendsters, and Top 8: Writing community into being on social network sites. In: *First Petersay*, 11/12. Online unter: <http://www.danah.org/papers/FriendsFriendsterTop8.pdf>, zuletzt geprüft am 07.01.2016.
- Bruns, Axel (2008): *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond. From production to produsage*. 1. Aufl. New York NY; Vienna u.a.: Lang.
- Bruns, Axel (2010): Vom Prosumenten zum Produzter. In: Birgit Blättel-Mink und Kai-Uwe Hellmann (Hg.): *Prosumer Revisited: Zur Aktualität einer Debatte*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag, S. 191–205.
- Buchstein, Hubertus (2012): Divergierende Konzepte Politischen Handelns in der Politikwissenschaft. In: Weißeno, Georg/Buchstein, Hubertus (Hg.): *Politisch handeln. Modelle, Möglichkeiten, Kompetenzen*. Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung (Schriftenreihe / Bundeszentrale für Politische Bildung, 1191), S. 18–38.
- Campbell, Colin, (2000): Shopaholics, Spendaholics, and the Question of Gender. In: Benson, April Lane: *I Shop Therefore I am: Compulsive Buying and the Search for Self*. 1. Aufl. Northvale NJ: Jason Aronson Inc., S. 57–75.
- Carter, Erica (©1996): Deviant Pleasures? Women, Melodrama, and Consumer Nationalism in West Germany. In: Victoria de Grazia und Ellen Furlough (Hg.): *The sex of things. Gender and consumption in historical perspective*. 1. Aufl. Berkeley: University of California Press, S. 359–380.
- Castells, Manuel (2005): *Die Internet-Galaxie. Internet, Wirtschaft und Gesellschaft*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag.
- Castells, Manuel (2001): *Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Das Informationszeitalter I*. Wirtschaft; Gesellschaft; Kultur. Unveränd. Studienausg. Opladen: Leske + Budrich (UTB).
- Coleman, Stephen (2008): Doing IT for themselves: Management versus autonomy in youth e-citizenship. In: Bennett, W. Lance (Hg.): *Civic life online. Learning how digital media can engage youth*. Cambridge, Mass.: MIT Press, S. 189–206.
- Copeland, Lauren. (2014): Value Change and Political Action: Postmaterialism, Political Consumerism, and Political Participation. In: *American Politics Research* 42 (2), S. 257–282.
- Cornelißen, Waltraud (1993): Politische Partizipation von Frauen in der alten Bundesrepublik und im vereinten Deutschland. In: Helwig, Gisela /Nickel, Hildegard Maria (Hg.): *Frauen in Deutschland 1945–1992*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, S. 321–349.
- Couldry, Nick/Livingstone, Sonia/Markham, Tim (2007): *Media consumption and public engagement. Beyond the presumption of attention*. 1. Aufl. New York: Palgrave.

- Dahlgren, Peter (2006): Doing citizenship: The cultural origins of civic agency in the public sphere. In: *European Journal of Cultural Studies* 9 (3), S. 267–286.
- Davies, Jenny (2001): Prosuming Identity: The Production and Consumption of Transableism on Transabled.org. In: *American Behavioral Scientist*, 56(4), S. 596–617.
- Delitz, Heike (2005): Gebaute Begehrlichkeit. Zur Architektursoziologie der Konsumgesellschaft. In: Hellmann, Kai-Uwe (Hg.): *Das Management der Kunden. Studien zur Soziologie des Shopping*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag, S. 39–66.
- Dimitrova, Daniela/Shehate, Adam/Strömbäck, Jesper/Nord, Lars (2014): The Effects of Digital Media on Political Knowledge and Participation in Election Campaigns: Evidence From Panel Data. In: *Communication Research* 41(zuerst erschienen 2011), S. 95–118.
- Donk, Wim van de/Loader, Brian D./Nixon, Paul G./Rucht, Dieter (Hg.) (2004): *Cyberprotest. New Media, Citizens and Social Movements*. 1. Aufl. London/New York: Routledge.
- Drüeke, Ricarda/Klaus, Elisabeth (2014): Öffentlichkeiten im Internet: Zwischen Feminismus und Antifeminismus. In: *Femina Politica* 23 (2), S. 59–71.
- Drüeke, Ricarda/Zobl, Elke (2012): Introduction: Feminist Media: participatory Spaces, Networks and Cultural Citizenship. In: Zobl, Elke/Drüeke, Ricarda (Hg.): *Feminist media. Participatory spaces, networks and cultural citizenship*. 1. Aufl. Bielefeld: Transcript, S. 11–20.
- Ehrenberg, Alain (2004): *Das erschöpfte Selbst. Depression und Gesellschaft in der Gegenwart*. Frankfurt/Main u.a.: Campus-Verl.
- Faber, Ronald J./O'Guinn, Thomas C./Krych, Raymond (1987): Compulsive Consumption. In: *Advances in Consumer Research* (14), S. 132–135.
- Femina Politica Redaktion (2014): Editorial. In: Digitalisierung zwischen Utopie und Kontrolle, *Femina Politica*, Jg. 23, Heft 2, S. 7–8.
- Fitzgerald, Jennifer (2013): What does „Political“ Mean to You? In: *Polit Behav* 35 (3), S. 453–479.
- Freudenschuss, Magdalena (2014): Digitalisierung. Eine feministische Baustelle. In: *Femina Politica* 23 (2), S. 9–20.
- Gallego, Aina (2007): Unequal Political Participation in Europe. In: *International Journal of Sociology* 37 (4), S. 10–25.
- Geißel, Brigitte/Penrose, Virginia (2003): *Dynamiken der politischen Partizipation und Partizipationsforschung*. Hg. v. FU Berlin. Online verfügbar unter http://www.fu-berlin.de/sites/gpo/pol_sys/partizipation/Dynamiken_der_Politischen_Partizipation/index.html, zuletzt geprüft am 20.11.2014.
- Genz, Stéphanie (2006): Third Way/ve. The politics of postfeminism. In: *Feminist Theory* 7 (3), S. 333–353.
- Gerhard, Ute (2008): Frauenbewegung. In: Roland Roth und Dieter Rucht (Hg.): *Die sozialen Bewegungen in Deutschland seit 1945. Ein Handbuch*. 1. Aufl. Frankfurt a. M.: Campus-Verl, S. 187–217.
- Giddens, Anthony (1995): *Konsequenzen der Moderne*. 2. Aufl. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

- Giddens, Anthony (1991): *Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age. The Emergence of Life-Politics*. 1. Aufl. Cambridge: Polity Press.
- Glaser, Barney/Strauss, Anselm (1998) [1967]: *Grounded Theory. Strategien qualitative Forschung*. 1. Aufl. Göttingen: Huber.
- Göttlich, Udo (2010): Der Alltag der Mediatisierung: Eine Skizze zu den praxistheoretischen Herausforderungen der Mediatisierung des kommunikativen Handelns. In: Hartmann, Maren/Hepp (Hg.): *Die Mediatisierung der Alltagswelt*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag, S. 23–34.
- Grazia, Victoria de (2000): Empowering Women as Citizen Consumer. Introduction. In: de Grazia, Victoria/Furlough, Ellen (Hg.): *The sex of things. Gender and consumption in historical perspective*. 1. Aufl. Berkeley: University of California Press, S. 275–286 (zuerst erschienen 1996).
- Grazia, Victoria de (2000): Nationalizing Women: The Competition between Fascist and Commercial Cultural Models in Mussolini's Italy. In: de Grazia, Victoria/Furlough, Ellen (Hg.): *The sex of things. Gender and consumption in historical perspective*. 1. Aufl. Berkeley: University of California Press, S. 337–358 (zuerst erschienen 1996).
- Gscheidle, Christoph/Fisch, Martin (2007): Onliner 2007: Das „Mitmach-Netz“ im Breitbandzeitalter. In: *Media Perspektiven* (8), S. 393–405.
- Guenther, Tina/Schmidt, Jan (2008): Wissenstypen im „Web 2.0“ – eine wissenssoziologische Deutung von Prodnutzung im Internet. In: Willems, Herbert (Hg.): *Weltweite Welten. Internet-Figurationen aus wissenssoziologischer Perspektive*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag, S. 167–187.
- Habermas, Jürgen (2008): *Ach, Europa. Kleine politische Schriften XI*. 1. Aufl. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Haraway, Donna (1985): Manifesto for Cyborgs: Science, Technology, and Socialist Feminism in the 1980's. In: *Socialist Review* 80, S. 65–107.
- Haupt, Heinz-Gerhard (1997): Konsum und Geschlechterverhältnisse. Einführende Bemerkungen. In: Siegrist, Hannes (Hg.): *Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert)*. 1. Aufl. Frankfurt a. M.: Campus-Verl, S. 395–410.
- Heidbrink, Ludger/Schmidt, Imke/Ahaus, Björn (Hg.) (2011): *Die Verantwortung des Konsumenten. Über das Verhältnis von Markt, Moral und Konsum*. 1. Aufl. Frankfurt a. M.: Campus-Verl.
- Heins, Volker (1999): Demokratie als Nervensache. Zum Verhältnis von Politik und Emotion bei Max Weber. In: Nullmeier, Frank/Klein, Ansgar: *Masse – Macht – Emotionen. Zu einer politischen Soziologie der Emotionen*. Opladen, Wiesbaden, Westdeutscher Verlag, S. 89–101.
- Hellmann, Kai-Uwe (2013): *Der Konsum der Gesellschaft. Studien zur Soziologie des Konsums*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag.
- Hellmann, Kai-Uwe (Hg.) (2011): *Fetische des Konsums. Studien zur Soziologie der Marke*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag.
- Hellmann, Kai-Uwe (Hg.) (2005): *Das Management der Kunden. Studien zur Soziologie des Shopping*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag.

- Hepp, Andreas (2011): *Medienkultur. Die Kultur mediatisierter Welten*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag.
- Hepp, Andreas/Höhn, Marco/Wimmer, Jeffrey (2010): Medienkultur im Wandel. In: Hepp, Andreas/Höhn, Marco/Wimmer, Jeffrey (Hg.): *Medienkultur im Wandel*. 1. Aufl. Konstanz: UVK, S. 7–37.
- Heß-Meining, Ulrike: Politisches Partizipation und bürgerschaftliches Engagement. In: Cornelißen, Waltraut (Hg.): *1. Datenreport zur Gleichstellung von Frauen und Männern. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend 2005* (2. Fassung), S. 357–405.
- Hewson, Martin (2010): Agency. In: Mills, Albert J. (Hg.): *Encyclopedia of case study research*. Thousand Oaks, Calif: SAGE, S. 12–16. Online verfügbar unter <https://archive.org/stream/2.encyclopediaOfCaseStudyResearch#page/n43/mode/2up>, zuletzt geprüft am 03.06.2014.
- Hine, Christine (2007): Connective Ethnography for the Exploration of e-Science. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12. Jg., Heft 2. Online verfügbar unter <http://www.cirst.uqam.ca/pcst3/pdf/Communications/hine.pdf>, zuletzt geprüft am 15.03.2013.
- Hirschman, Albert O. (1974): *Abwanderung und Widerspruch. Reaktionen auf Leistungsabfall bei Unternehmungen, Organisationen und Staaten*. 1. Aufl. Tübingen: Mohr.
- Hirschman, E. C. (1993): Ideology in consumer research, 1980–1990: A Marxist and feminist critique. In: *Journal of Consumer Research*, 19, March, S. 537–555.
- Hitzler, Ronald/Pfadenhauer, Michaela (2006): Diesseits von Manipulation und Souveränität. In: Jörn Lamla und Sighard Neckel (Hg.): *Politisierter Konsum – konsumierte Politik*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag, S. 67–89.
- Hoecker, Beate (2009): *Frauen in der Politik. Dossier Frauen in Deutschland. Bundeszentrale für politische Bildung*. Online verfügbar unter <http://www.bpb.de/gesellschaft/gender/frauen-in-deutschland/49362/frauen-in-der-politik>, zuletzt geprüft am 28.02.2015.
- Honneth, Axel (2000): *Das Andere der Gerechtigkeit. Aufsätze zur praktischen Philosophie*. 5. Aufl. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W. (1969): *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*. Frankfurt a. M: Fischer Verlag.
- Initiative D21 e.V. (Hg.): *(N)Online Atlas 2013*, Online verfügbar unter <http://www.initiaved21.de/portfolio/nonliner-atlas/>, zuletzt nicht verfügbar am 6.6.2015.
- Jäger-Erben, Melanie/Offenberger, Ursula (2014): A Practice Theory Approach to Sustainable Consumption. In: *GAIA* 23 (1), S. 166–174.
- Jenkins, Henry (2006): *Convergence culture: Where old and new media collide*. 1. Aufl. New York, NY/London: New York University Press.
- Kannengießer, Sigrid (2014): *Translokale Ermächtigungskommunikation. Medien, Globalisierung, Frauenorganisationen*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag.
- Kaufmann, Jean-Claude (2005): *Die Erfindung des Ich. Eine Theorie der Identität*. 1. Aufl. Konstanz: UVK.

- Kaufmann, Jean-Claude (1994): *Schmutzige Wäsche. Zur ehelichen Konstruktion von Alltag*. Konstanz: Univ.-Verl. Konstanz (Edition discours, 2).
- Keupp, Heiner (2006): Patchworkidentität. Riskante Chancen bei prekären Ressourcen. In: Hartmut Neuendorff und Bernd Ott (Hg.): *Neue Erwerbsbiografien und berufsbiografische Diskontinuität: Identitäts- und Kompetenzentwicklung in entgrenzten Arbeitsformen*. 1. Aufl. Baltmannsweiler: Schneider-Verl. Hohengehren, S. 24–51.
- Klaus, Elisabeth/Lünenborg, Margreth (2012): Cultural Citizenship. Participation by and through Media. In: Elke Zobl und Ricarda Drüeke (Hg.): *Feminist media. Participatory spaces, networks and cultural citizenship*. 1. Aufl. Bielefeld: Transcript, S. 197–212.
- Klaus, Elisabeth (1998): *Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus*. Opladen, Westdeutscher Verlag.
- Klintman, Mikael (2013): *Citizen-Consumers and Evolution. Reducing Environmental Harm through Our Social Motivation*. 1. Aufl. London: Palgrave Pivot.
- Knapp, Gudrun-Axeli (2012): *Im Widerstreit. Feministische Theorie in Bewegung*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag.
- Knoblauch, Hubert (2001): Fokussierte Ethnographie. In: *Sozialer Sinn*, 2. Jg., Heft 1, S. 123–141.
- Koch, Achim/Wasmer, Martina/Schmidt, Peter (Hg.) (2001): *Politische Partizipation in der Bundesrepublik Deutschland. Empirische Befunde und theoretische Erklärungen*. 1. Aufl. Opladen: Leske + Budrich.
- Kraepelin, Emil (1909–15): *Psychiatrie; ein Lehrbuch für Studierende und Ärzte*. 8. Aufl. Leipzig: Barth.
- Krotz, Friedrich (2007): *Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag.
- Küchenhoff, Erich/Boßmann, Wilhelm (1975): *Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen*. Eine empirische Untersuchung einer Forschungsgruppe der Universität Münster. Stuttgart: Kohlhammer (Schriftenreihe des Bundesministers für Jugend, Familie und Gesundheit, 34).
- Lamla, Jörn (2013): *Verbraucherdemokratie. Politische Soziologie der Konsumgesellschaft*. 1. Aufl. Berlin: Suhrkamp.
- Lamla, Jörn/Kenning, Peter/Liedtke, Christa/Oehler, Andreas/Strünck, Christoph (2013): *Verbraucheröffentlichkeit im Netz – Möglichkeiten und Grenzen politischer Gestaltung Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats Verbraucher- und Ernährungspolitik beim BMELV*. Hg. v. Landwirtschaft und Verbraucherschutz Bundesministerium für Ernährung.
- Lamla, Jörn (2010a): Zugänge zur virtuellen Konsumwelt. Abgrenzungsprobleme und Revisionsstufen der Ethnographie. In: Friederike Heinzl, Werner Thole, Peter Cloos und Stefan Köngeter (Hg.): *Zugänge zur virtuellen Konsumwelt*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag, S. 127–139.
- Lamla, Jörn (2010b): Kultureller Kapitalismus im Web 2.0. Zur Analyse von Segmentations-, Intersektions- und Aushandlungsprozessen in den sozialen

- Welten des Internets. In: *Zeitschrift Qualitative Sozialforschung* (1), S. 11–36.
- Lamla, Jörn (2008c): Varianten konsumzentrierter Kritik. Wie sollen Verbraucher an der Institutionalisierung einer ökologisch und sozial verantwortungsvollen Wirtschaft mitwirken? In: Backhaus-Maul, H. et al. (Hg.): *Corporate Citizenship in Deutschland. Bilanz und Perspektiven*. Wiesbaden: VS-Verlag, S. 201–218.
- Lamla, Jörn (2008b): Surfen – Kaufen – Anerkennung suchen: Problemzonen der Handlungsträgerschaft in der virtuellen Alltagsökonomie. In: Rehberg, Karl-Siebert (Hg.); Deutsche Gesellschaft für Soziologie (DGS) (Hg.): *Die Natur der Gesellschaft: Verhandlungen des 33. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Kassel 2006*. Teilbd. 1 u. 2. Frankfurt am Main: Campus Verl., S. 3103–3113.
- Lamla, Jörn (2008a): Der digitale Basar. In: Imbusch, P./ Sutterlüty, F. (Hg.): *Abenteuer Feldforschung. Soziologen erzählen*. Frankfurt/New York: Campus, S. 149–161.
- Lamla, Jörn/Neckel, Sighard (Hg.) (2006): *Politisierter Konsum – konsumierte Politik*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag.
- Lamla, Jörn/ Jacob, Sven (2005): Shopping im Internet. Anstöße für die kulturtheoretische Dimensionierung der Konsumsoziologie. In: Hellmann, Kai-Uwe/ Schrage, Dominik (Hg.): *Das Management der Kunden. Studien zur Soziologie des Shopping*. Wiesbaden: VS-Verlag, S. 196–217.
- Leggewie, Claus (2009): Die Medien der Demokratie. Eine realistische Theorie der Wechselwirkung von Demokratisierung und Medialisierung. In: Marcinkowski, Frank (Hg.): *Politik in der Mediendemokratie*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag, S. 70–83.
- Lenz, Thomas (2007): Konsum und Großstadt. Anmerkungen zu den antimodernen Wurzeln der Konsumkritik. In: Jäckel, Michael (Hg.): *Ambivalenzen des Konsums und der werblichen Kommunikation*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag, S. 41–52.
- Mackenzie, Catriona/Stoljar, Natalie (Hg.) (2000): *Relational Autonomy: Feminist Perspectives on Autonomy, Agency and the Social Self*. 1. Aufl. New York: Oxford University Press.
- Marchart, Oliver (2011): *Die politische Differenz. Zum Denken des Politischen bei Nancy, Lefort, Badiou, Laclau und Agamben*. 1. Aufl., [Nachdr.]. Berlin: Suhrkamp.
- Marcus, George E. (1995): Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography. In: *Annual Reviews Anthropology*, 24. Jg., S. 95–117.
- Marotzki, Winfried (2003): Online-Ethnographie. Wege und Ergebnisse zur Forschung im Kulturraum Internet. In: Bachmair, Ben/Diepold, Peter/De Witt, Claudia (Hg.): *Jahrbuch Medienpädagogik* 3. Opladen: Leske + Budrich, S. 149–167.
- Meckel, Miriam (2008): Aus Vielen wird das Eins gefunden – wie Web 2.0 unsere Kommunikation verändert. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 55/39, S. 17–23.

- Meyers, Diana Tietjens (2000): Intersectional Identity and the Authentic Self: Opposites Attract! In: Stoljar, Natalie/Mackenzie, Catriona (Hg.): *Relational autonomy. Feminist essays on autonomy, agency, and the social self*. 1. Aufl. New York, Oxford: Oxford University Press, S. 151–180.
- Micheletti, Michele/Stolle, Dietlind (2012): Sustainable citizenship and the new politics of consumption. In: *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 644 (1), S. 88–120.
- Micheletti, Michele/Follesdal, Andreas/Stolle, Dietlind (Hg.) (2004): *Politics, products and markets. Exploring political consumerism past and present*. 1. Aufl. New Brunswick/London: Transaction Press.
- Micheletti, Michele (2003): *Political virtue and shopping. Individuals, consumerism, and collective action*. 1. Aufl. New York NY u.a.: Palgrave Macmillan.
- Michels, Robert (1911): *Zur Soziologie des Parteiwesens in der modernen Demokratie. Untersuchungen über die oligarchischen Tendenzen des Gruppenlebens*. Leipzig: Klinkhardt.
- Miller, Daniel (1998): *A theory of shopping*. 1. Aufl. Ithaca NY u.a.: Cornell Univ. Press.
- Mitchell, Vincent-Wayne/Walsh, Gianfranco (2004): Gender differences in German consumer decision-making styles. In: *Journal of Consumer Behavior* 3 (4), S. 331–346.
- Moor, Joost de (2014): Lifestyle Politics and the Concept of Political Participation. Paper prepared for the PARTIREP Workshop “*Conceptualizing Political Participation*“, Mannheim, September 25–26, 2014. Center for Citizenship and Democracy, KU Leuven. Mannheim.
- Morozov, Evgeny (2013): *Smarte neue Welt. Digitale Technik und die Freiheit des Menschen*. 1. Aufl. München: Karl Blessing Verlag.
- Moser, Heinz (2014): Die Veränderung der politischen Teilnahme und Partizipation im Zeitalter der digitalen Netze. In: Biermann, Ralf/Fromme, Johannes/Verständig, Dan (Hg.): *Partizipative Medienkulturen. Positionen und Untersuchungen zu veränderten Formen öffentlicher Teilhabe*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag, S. 21–48.
- Müller, Astrid/Norré, J./Claes, Laurence/Assche, L./Wonderlich, S./Mitchell, James. E. (2012): The relationship among compulsive buying, compulsive internet use and temperament in a sample of female patients with eating disorders. *European Eating Disorders Review*, 20(2), 126–131.
- Müller, Astrid/Reinecker, Hans/Jacobi, Corinna/Reisch, Lucia/de Zwaan, Martina (2005): Pathologisches Kaufen – Eine Literaturübersicht. In: *Psychiatrische Praxis* 32, S. 3–12.
- Neckel, Sighard (2014): Emotionale Reflexivität – Paradoxien der Emotionalisierung. In: Fehmel, Thilo/Lessenich, Stephan/Preunkert, Jenny (Hg.): *Systemzwang und Akteurswissen. Theorie und Empirie von Autonomiegewinnen*. Frankfurt/M., New York: Campus, S. 117–129.
- Offe, Claus (1985): New Social Movements. Challenging the Boundaries of Institutional Politics. In: *Social Research*, Jg. 52, S. 817–868.

- Ölander, Folke (2005): Folke Ölander: Die verbraucherpolitisch orientierte Forschung allerorts ein Stiefkind. In: Verbraucherzentrale-Bundesverbandes (Hg.): *Verbraucherforschung in Deutschland*. Berlin: BWV Berliner Wiss.-Verl, S. 21–29.
- vom Orde, Heike (2008): Geschlechterbilder in den Medien. Eine Zusammenfassung ausgewählter Forschungsergebnisse. In: *Television* 26/2013/2, 11–15.
- Papacharissi, Zizi/Easton, Emily (2013): In the Habitus of the New. In: Hartley, John/Burgess, Jean/Bruns, Axel (Hg.): *A Companion to New Media Dynamics*. Wiley-Blackwell, Oxford, UK, doi: 10.1002/9781118321607.ch9.
- Papacharissi, Zizi (2009): The virtual Sphere 2.0. The internet, the public sphere, and beyond. In: Andrew Chadwick und Philip N. Howard (Hg.): *Routledge handbook of Internet politics*. 1. Aufl. London, New York: Routledge, S. 230–245.
- Pfadenhauer, Michaela (2009): Markengemeinschaften. Das Brand als ‚Totem‘ einer post-traditionalen Gemeinschaft. In: Ronald Hitzler, Anne Honer und Michaela Pfadenhauer (Hg.): *Posttraditionale Gemeinschaften*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag, S. 214–227.
- Poferl, Angelika (2004): *Die Kosmopolitik des Alltags. Zur ökologischen Frage als Handlungsproblem*. Berlin: Edition Sigma.
- Poferl, Angelika (2012): ‚Gender‘ und die Soziologie der Kosmopolitisierung. In: Kahlert, Heike (Hg.): *Zeitgenössische Gesellschaftstheorien und Genderforschung. Einladung zum Dialog*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag, S. 125–147.
- Reckwitz, Andreas (2003): Grundelemente einer Theorie sozialer Praktiken. Eine sozial-theoretische Perspektive. In: *Zeitschrift für Soziologie* 32 (4), S. 282–301.
- Reckwitz, Andreas (2005): Kulturelle Differenzen aus praxeologischer Perspektive: Kulturelle Globalisierung jenseits von Modernisierungstheorie und Kulturessentialismus. In: Srubar, Ilja (Hg.): *Kulturen vergleichen. Sozial- und kulturwissenschaftliche Grundlagen und Kontroversen*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss, S. 92–111. Online verfügbar unter http://www.kuwi.europa-uni.de/de/lehrstuhl/vs/kulsoz/professurinhaber/buecher_artikel/reckwitz_2005b_.pdf, zuletzt geprüft am 02.07.2014.
- Reichert, Ramón (2008): *Amateurs im Netz. Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0. Youtube – MySpace – Second Life*. 1. Aufl. Bielefeld: Transcript.
- Reisch, Lucia (2011): Kann der Konsumwandel gelingen? Chancen und Grenzen einer verhaltensökonomisch basierten sozialen Regulierung. Unter Mitarbeit von Kornelia Hagen. In: Heidbrink, Ludger/Schmidt, Imke/Ahaus, Björn (Hg.): *Die Verantwortung des Konsumenten. Über das Verhältnis von Markt, Moral und Konsum*. 1. Aufl. Frankfurt a. M.: Campus-Verl, S. 212–243.
- Reisch, Lucia/Scherhorn, Gerhard (1996): *Women and Addictive Buying. Theory and Research*. Universität Hohenheim, Lehrstuhl für Konsumtheorie und Verbraucherpolitik, Arbeitspapier 70.

- Riesman, David (1966): *Die einsame Masse. Eine Untersuchung der Wandlungen des amerikanischen Charakters*. 1. Aufl. München: Rowohlt. (amerikanische Originalausgabe: 1950).
- Rosa, Hartmut (2012): Politisch handeln und die Entstehung des Neuen in der Politik. In: Weißeno, Georg/Buchstein, Hubertus (Hg.): *Politisch handeln. Modelle, Möglichkeiten, Kompetenzen*. Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung (Schriftenreihe / Bundeszentrale für Politische Bildung, 1191), S. 133–154.
- Rosa, Hartmut (2011): Über die Verwechslung von Kauf und Konsum. In: Heidbrink, Ludger/Schmidt, Imke/Ahaus, Björn (Hg.): *Die Verantwortung des Konsumenten. Über das Verhältnis von Markt, Moral und Konsum*. 1. Aufl. Frankfurt a. M.: Campus-Verl., S. 115–132.
- Rosa, Hartmut (2005): *Beschleunigung. Die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne*. 1. Aufl. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Rubart, Frauke. (1988). Partizipation von Frauen in neuen sozialen Bewegungen.. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 1988, Nr. B 42/88.
- Sahakian, Marlyne/Wilhite, Harold (2014): Making practice theory practicable: Towards more sustainable forms of consumption. In: *Journal of Consumer Culture* 14 (1), S. 25–44.
- Sassatelli, Roberta (2010): *Fitness culture. Gyms and the commercialisation of discipline and fun*. 1. Aufl. Basingstoke u.a: Palgrave Macmillan.
- Scammell, Margaret (2003): Citizen consumers: towards a new marketing of politics? In: John Corner und Dick Pels (Hg.): *Media and the restyling of politics. Consumerism, celebrity, cynicism*. London: Sage, S. 117–137.
- Scammell, Margaret (2000): The Internet and Civic Engagement: The Age of the Citizen-Consumer. In: *Political Communication* 17 (4), S. 351–355.
- Sauer, Birgit (1994): Was heißt und zu welchem Zwecke partizipieren wir? In: Biester, Elke/Holland-Cunz, Barbara/Sauer, Birgit (Hg.): *Demokratie oder Androkratie? Theorie und Praxis demokratischer Herrschaft in der feministischen Diskussion*. Frankfurt a. M./New York: Campus, 99–130.
- Schachtner, Christine/Winkler, Gabriele (Hg.) (2005): *Virtuelle Räume – neue Öffentlichkeiten. Frauennetze im Internet*. 1. Aufl. Frankfurt a. M., New York: Campus-Verl.
- Scherhorn, Gerhard/Reisch, Lucia A./Raab, Gerhard (1990): *Kaufsucht. Bericht über eine empirische Untersuchung*. Lehrstuhl für Konsumtheorie und Verbraucherpolitik Universität Hohenheim. Köln. Online verfügbar unter <http://www.gbv.de/dms/hbz/toc/ht003519458.pdf>, zuletzt geprüft am 7.4. 2015.
- Schimank, Uwe (2011): So viel zu Akteuren! Ein Minimalkonzept zur Beantwortung einer Vorfrage soziologischer Erklärungen. In: Nico Lütke und Hironori Matsuzaki (Hg.): *Akteur – Individuum – Subjekt. Fragen zu ‚Personalität‘ und ‚Sozialität‘*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag, S. 23–43.
- Schlozman, Kay L./Verba, Sidney/Brad, Henry E. (2010): Perspectives on politics. In: *Cambridge Journals Online* (8), S. 487–509.
- Schmidt, Deborah (2011): *Feministische Öffentlichkeiten im Web 2.0. Möglichkeiten und Grenzen feministischer Partizipation im Internet*. Feministisches

- Institut Hamburg. Online verfügbar unter <http://www.feministischesinstitut.de/feministische-oeffentlichkeiten/#more-1227>, zuletzt aktualisiert am 01.08.2011, zuletzt geprüft am 22.05.2014.
- Schmidt, Steffen/Röser, Sabrina (2011): *Politische Partizipation von Frauen*. Bundeszentrale Politische Bildung (Dossier. Lange Wege der Deutschen Einheit.). Online verfügbar unter <http://www.bpb.de/geschichte/deutsche-einheit/lange-wege-der-deutschen-einheit/47471/politische-partizipation-von-frauen>, zuletzt geprüft am 20.11.2014.
- Schütz, Alfred (1946): The well-informed citizen. An essay on the social distribution of knowledge. In: *Social Research* 13 (4), S. 463–478.
- Schütz, Alfred/Luckmann, Thomas (2003): *Strukturen der Lebenswelt*. Konstanz UVK Verlagsgesellschaft.
- Schütze, Fritz (2002): Das Konzept der sozialen Welt im symbolischen Interaktionismus und die Wissensorganisation in modernen Komplexgesellschaften. In: Inken Keim und Wilfried Schütte, (Hg.): *Soziale Welten und kommunikative Stile. Festschrift für Werner Kallmeyer zum 60. Geburtstag*. 1. Aufl. Tübingen: Narr, S. 57–84.
- Segal, Brenda/Podoshen, Jeffrey S. (2013): An examination of materialism, conspicuous consumption and gender differences. In: *International Journal of Consumer Studies* 37 (2), S. 189–198.
- Seubert, Sandra (2012): Politisches Handeln in der Bürgergesellschaft. In: Weißeno, Georg/Buchstein, Hubertus (Hg.): *Politisch handeln. Modelle, Möglichkeiten, Kompetenzen*. Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung (Schriftenreihe / Bundeszentrale für Politische Bildung, 1191), S. 105–118.
- Simmel, Georg (1911): Die Mode. In: *Philosophische Kultur*: 29–64.
- Slater, Don (2005): *Consumer culture and modernity*. Repr. Cambridge: Polity Press (zuerst 1997).
- Stiegler, Barbara (2008): Wie Gender die Partizipation bestimmt oder: Die Mitarbeit von Bürger/innen ist immer noch nicht gleich. In: *Newsletter Wegweiser Bürgergesellschaft* (Stiftung Mitarbeit) 19/2008 vom 26.09.2008.
- Stolle, Dietlind/ Micheletti, Michele (2003): *The Gender Gap Reversed: Political Consumerism as a Women-Friendly Form of Civic and Political Engagement*. Prepared for the Gender and Social Capital Conference May 2–3, 2003. St. John's College University of Manitoba. Online verfügbar unter http://umanitoba.ca/outreach/conferences/gender_socialcapital/StolleMichele_ttpaper.pdf, zuletzt geprüft am 13.09.2013.
- Stolle, Dietlind/Micheletti, Michele/Hooghe, Marc (2005): Politics in the Supermarket: Political Consumerism as a Form of Political Participation. In: *International Political Science Review* 26 (3), S. 245–269.
- Strauss, Anselm (1991): A Social World Perspective. In: ders. (Hg.): *Creating Sociological Awareness. Collective Images and Social Representations*. New Brunswick/London, S. 233–268.
- Strübing, Jan (2006): Webnografie? Zu den methodischen Voraussetzungen einer ethnografischen Erforschung des Internets. In: Rammert, Werner/Schubert, Cornelius (Hg.): *Technografie. Zur Mikrosoziologie der Technik*. 1. Aufl. Frankfurt a. M. u. New York: Campus-Verl., S. 249–274.

- Sullivan, Oriel/Gershuny, Jonathan (2004): Inconspicuous consumption. Work-rich, time-poor in the liberal market economy. In: *Journal of Consumer Culture* 4 (1), S. 79–100.
- Sunstein, Cass R. (2009): *Republic.com 2.0*. 1. Aufl. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Teorell, Jan LU/Torcal, Mariano/Montero, José Ramón (2007): Political Participation: Mapping the Terrain. In: van Deth, Jan/Montero, Ramón J./Westholm, Anders (Hg.): *Citizenship and involvement in European democracies. A comparative analysis*. 1. Aufl. London/New York: Routledge, S. 334–357.
- Toffler, Alvin (1983): *Die dritte Welle, Zukunftschance. Perspektiven für d. Gesellschaft d. 21. Jh.* 1. Aufl. München: Goldmann.
- Turkle, Sherry (1998): *Leben im Netz. Identität in Zeiten des Internet*. 1. Aufl. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt.
- Underhill, Paco (2010): *What women want. The global marketplace turns female friendly*. 1. Aufl. New York: Simon & Schuster.
- van Eimeren, Birgit/Frees, Beate (2014): *Rasanter Anstieg des Internetkonsums – Onliner fast drei Stunden täglich im Netz*. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2013. Online verfügbar unter <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=439>, zuletzt geprüft am 6.6.2015.
- Veblen, Thorstein (2007): *Die Theorie der feinen Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen*. Frankfurt a. M., Fischer Verlag (zuerst 1899).
- Vetter, Angelika (1997). Political Efficacy: Alte und neue Maßmodelle im Vergleich. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 49, 53–73.
- Vowe, Gerhard/Dohle, Marco (2008). Welche Macht wird den Medien zugeschrieben? Das Verhältnis von Medien und Politik im Spiegel der Mediatisierungsdebatte. In: Jäckel, Michael/Mai, Manfred (Hg.): *Medienmacht und Gesellschaft. Zum Wandel öffentlicher Kommunikation*. 1. Aufl. Frankfurt, New York: Campus Verl., S. 11–36.
- Waldschmidt, Jana/Klein, Jana/Korte, Miguel/Dalman-Eken, Sibel (Hg.) (2009): *Das Wissen der Leute. Bioethik, Alltag und Macht im Internet*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag.
- Westle, Bettina (2001): Politische Partizipation und Geschlecht. In: Koch, Achim/Wasmer, Martina/Schmidt, Peter (Hg.): *Politische Partizipation in der Bundesrepublik Deutschland. Empirische Befunde und theoretische Erklärungen*. Opladen: Leske + Budrich, S. 131–168. Online verfügbar unter http://www.genderkompetenz.info/w/files/gkompzpdf/literaturliste_beteiligu ng.pdf, zuletzt geprüft am 22.05.2014.
- Winnicott, Donald. W. (1984): *Reifungsprozesse und fördernde Umwelt*. Frankfurt am Main: Fischer.
- Witterhold, Katharina (2015): Politik des Lebensstils als eher weiblicher Partizipationsstil? Beteiligungspraktiken politischer Konsumentinnen und Konsumenten on/offline. In: *Forschungsjournal Soziale Bewegungen*, Heft 2, S. 46–56.

Yang, Mundo/Baringhorst, Sigrid (2014): Social Web Projekte zu politischem Konsum – mehr Vielfalt im politischen Engagement. In: Oehmer, Francisca (Hg.) *Politische Interessenvermittlung und Medien. Funktionen, Formen und Folgen medialer Kommunikation von Parteien, Verbänden und sozialen Bewegungen*. Baden-Baden: Nomos, S. 399–423.

Zukin, Sharon (2005): *Point of purchase. How shopping changed American culture*. 1. Aufl. New York NY: Routledge.

INTERNETQUELLEN

<http://www.frauenbewegung-online.de/empowermentStart.htm> (zuletzt geprüft am 6.12.2014).

<http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=433> (zuletzt geprüft am 22.09.2015).

<http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=434> (zuletzt geprüft am 22.09.2015).

<http://stopchildlabor.org/?p=615> (zuletzt geprüft am 5.8.2014).

<http://www.montgomeryboycott.com/> (zuletzt geprüft am 5.8.2014).

<http://ibfan.org/our-history> (zuletzt geprüft am 5.8.2014).

<http://www.parentdish.com/2005/11/07/abercrombie-and-fitch-to-pull-offensive-shirts-after/> (zuletzt geprüft am 5.8.2014).

http://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen_beschluesse/2013/2013_09_12-Verbraucherbildung.pdf (zuletzt geprüft am 5.1.2016).

<http://de.wiki-products.org/Hauptseite> (zuletzt geprüft am 5.1.2016).

<http://www.dailymail.co.uk/femail/index.html> (zuletzt geprüft am 25.03.2015).

<http://www.initiatived21.de/portfolio/nonliner-atlas/> (zuletzt geprüft am 25.3.2015).

https://www.ts.tu-berlin.de/fileadmin/fg226/TUTS/TUTS_WP_2_2003.pdf (zuletzt geprüft am 30.03.2015).

<http://www.spiegel.de/panorama/gesellschaft/strassenhunde-in-der-ukraine-em-hat-tierschutz-verbessert-a-856980.html> (zuletzt geprüft am 6.1.2015).

<https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/BildungForschungKultur/Bildungsstand/Tabellen/Bildungsabschluss.html> (zuletzt geprüft am 28.07.2014).

http://www.bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2011/111122_PowerToGas.html (zuletzt geprüft 29.10.2014).

<http://www.peta2.de/web/einkaufsguide.401.html> (zuletzt geprüft am 30.10.2014).

Soziologie



Uwe Becker

Die Inklusionslücke

Behinderung im flexiblen Kapitalismus

2015, 216 S., kart., 19,99 € (DE),

ISBN 978-3-8376-3056-5

E-Book: 17,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-3056-9

EPUB: 17,99 € (DE), ISBN 978-3-7328-3056-5



Gabriele Winker

Care Revolution

Schritte in eine solidarische Gesellschaft

2015, 208 S., kart., 11,99 € (DE),

ISBN 978-3-8376-3040-4

E-Book: 10,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-3040-8

EPUB: 10,99 € (DE), ISBN 978-3-7328-3040-4



*Johannes Angermüller, Martin Nonhoff,
Eva Herschinger, Felicitas Macgilchrist,
Martin Reisigl, Juliette Wedl,
Daniel Wrana, Alexander Ziem (Hg.)*

Diskursforschung

Ein interdisziplinäres Handbuch (2 Bde.)

2014, 1264 S., kart., 2 Bde. im Schuber, zahlr. Abb.

44,99 € (DE), ISBN 978-3-8376-2722-0

E-Book: 44,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-2722-4

**Leseproben, weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten
finden Sie unter www.transcript-verlag.de**

Soziologie

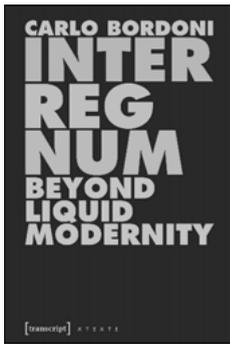


Silke Helfrich, Heinrich-Böll-Stiftung (Hg.)

Commons

Für eine neue Politik
jenseits von Markt und Staat

2014, 528 S., kart., 24,80 € (DE),
ISBN 978-3-8376-2835-7
als Open-Access-Publikation kostenlos erhältlich
E-Book: ISBN 978-3-8394-2835-1



Carlo Bordoni

Interregnum

Beyond Liquid Modernity

März 2016, 136 p., 19,99 € (DE),
ISBN 978-3-8376-3515-7
E-Book: 17,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-3515-1
EPUB: 17,99 € (DE), ISBN 978-3-7328-3515-7



*Kijan Espahangizi, Sabine Hess, Juliane Karakayali,
Bernd Kasperek, Simona Pagano, Mathias Rodatz,
Vassilis S. Tsianos (Hg.)*

movements. Journal für kritische Migrations- und Grenzregimeforschung

Jg. 2, Heft 1/2016:

Rassismus in der postmigrantischen Gesellschaft

September 2016, 272 S., kart.
24,99 € (DE), ISBN 978-3-8376-3570-6
als Open-Access-Publikation kostenlos erhältlich:
www.movements-journal.org

**Leseproben, weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten
finden Sie unter www.transcript-verlag.de**