

**Werterfahrungen beim Selbermachen.
Wie praktizierte Eigenproduktion nachhaltigen Konsum befördert**

Corinna Vosse
comonsite@hotmail.com

Juli 2011

Inhalt

Einleitung	3
1. Nachhaltiger Konsum – Einschätzungen zum Stand der wissenschaftlichen Diskussion	4
2. Nachhaltiger Konsum als politisches Handlungsfeld in Österreich	9
3. Informeller Konsum im Kontext von Nachhaltigkeitserwägungen	13
4. Konzeption und Methodik der Untersuchung	17
5. Empirische Befunde	22
5.1 Interviews mit PraktikerInnen	22
5.2. Interviews mit ExpertInnen	28
6. Schlussfolgerungen und Ausblick	32
6.1 Zusammenfassung der empirischen Ergebnisse	32
6.2 Fazit	35
Literaturverzeichnis	39

Einleitung

Diese Forschungsarbeit wirft Fragen auf nach individuellen und gesellschaftlichen Voraussetzungen einer Ausrichtung des Handlungsfeldes Konsum an nachhaltigen Prinzipien. Folgende Beobachtungen waren auslösend für die Konzeption der Untersuchung: Die Relevanz von Konsum für nachhaltige Entwicklung und die Reduzierung von nachhaltigem Konsum im politischen und wissenschaftlichen Diskurs auf marktbasierter Transaktionen.

Das Thema ‚Nachhaltiger Konsum‘ erscheint aus zwei Gründen zentral für die Bewältigung von gegenwärtigen gesellschaftlichen Herausforderungen.¹ Konsum ist ein zentraler Faktor des globalen Ressourcenverbrauchs und der damit verbundenen negativen Umweltwirkungen. Formen und Niveaus von Konsum wirken sich aus auf Arbeits- und Lebensbedingungen von Menschen in weiten Teilen der Welt, insbesondere dort, wo Arbeitsschutz, Mindestlöhne und soziale Absicherung nicht geregelt sind oder nicht eingehalten werden. Insbesondere der an bestimmte Formen von Konsum gekoppelte Verbrauch nicht erneuerbarer Rohstoffe und die damit in Beziehung gesetzten klimatischen Veränderungen haben das Thema in den letzten Jahren auf die politische Agenda gebracht. Jedoch sprechen auf dieses Handlungsfeld abzielende Maßnahmen nahezu ausschließlich auf marktbasierter Konsum an. Gehofft wird, dass die durch ein lineares, wachstumsbasiertes System von Produktion und Konsumption induzierten Probleme ohne systemischen Wandel, allein auf der Basis technologischer Effizienzsteigerung gelöst werden können. Anders gesagt, das Problem soll mit einer etwas weniger problematischen Variante desselben Typs gelöst werden. Die Sinnhaftigkeit dieser politischen Grundprämisse ziehe nicht nur ich in Zweifel.²

Ausgehend von der umrissenen Problemsicht setzt die vorliegende Studie an einer anderen Stelle, bei der Analyse von Formen informellen Konsums an. Welchen Einfluss haben nicht-marktbasierter Konsumformen auf den individuellen Konsum? Können sie dazu beitragen, Konsum als gesellschaftliches Handlungsfeld stärker an Nachhaltigkeits-Prinzipien auszurichten? Konkret, was bewirkt die Erfahrung, mich jenseits des Marktes und durch eigenes Vermögen mit Gütern zu versorgen? Welche neuen Möglichkeiten für gesellschaftlichen Wandel verbinden sich mit in diesem Prozess mobilisiertem Wissen und Können, mit neuen Erfahrungen und sich wandelnden Präferenzen? Befördern und ermöglichen sie die Entwicklung nachhaltiger Konsumstrategien? Und tragen sie zur Entstehung von darauf abgestimmten, also an nachhaltigen Prinzipien ausgerichteten Versorgungssystemen bei?

Diesen Fragen ist anhand einer qualitativen empirischen Untersuchung in Graz und Umgebung nachgegangen worden. Folgende Basisannahmen haben das Vorgehen angeleitet: Erstens wird Konsum verstanden als soziale und ökonomische Praxis, die über den geldbasierten Erwerb von Waren und Leistungen hinausgeht. Sie beinhaltet auch die (Er)Findung und Nutzung eigener produktiver Potenziale. Die Entgegensetzung zur Produktion verstellt den Blick auf wesentliche Dimensionen von Konsum. Insbesondere klammert sie aus, dass die Art der Produktionsprozesse und der Verlauf der Wertschöpfung auch für die Praxis des Konsums von Bedeutung sind. Die zweite Basisannahme geht von Wirkungen des Selbermachens aus, die ihrerseits die individuelle Konsumpraxis beeinflussen. Eine Beantwortung der formulierten Forschungsfragen erfordert demnach eine Analyse des Verhältnisses von Produktion und Konsum und eine Aufdeckung von Wirkmechanismen des Selbermachens auf die individuelle Konsumpraxis. Untersucht worden ist

¹ Vgl. u.a. Bilharz 2008; Cooper 2005; Jackson 2005; Wuppertal Institut 2008.

² Vgl. u.a. Schor 2005; Seyfang 2009; Shove 2010.

auch, wie Formen der Eigenproduktion und ihre Verbreitung durch spezifische strukturelle Einflüsse begünstigt oder gehemmt werden.

Die aufgeworfenen Fragen werden im Verlauf der folgenden sechs Kapitel zu beantworten versucht. Dazu wird zunächst ein Überblick über den wissenschaftlichen Stand der Forschung zu ‚Nachhaltigem Konsum‘ gegeben. Ausgehend davon wird die Forschungslücke dargestellt, die in der Untersuchung bearbeitet worden ist, und die wissenschaftliche und gesellschaftliche Relevanz dieser Arbeit ausgewiesen. Das anschließende Kapitel 2 bietet eine zusammenfassende Darstellung der Bedeutung von nachhaltigem Konsum als politischem Handlungsfeld in Österreich. Im Ergebnis dieser Analyse werden Standpunkte und Zugänge der nationalen Nachhaltigkeitspolitik zu Konsum ausgewiesen und Widersprüche herausgearbeitet. In Kapitel 3 werden die zentralen Begriffe der Untersuchung definiert und erläutert. Ausgeführt und begründet wird die tragende Annahme, dass informeller Konsum, konkret in der Form von Eigenproduktion, relevant ist für die Ausrichtung von Konsum als gesellschaftlichem Feld auf nachhaltige Prinzipien. Davon ausgehend werden in Kapitel 4 methodisches Konzept und Forschungsdesign dargelegt und begründet. Kapitel 5 legt die Ergebnisse der empirischen Erhebungen dar. Aussagen aus den Interviews mit PraktikerInnen und ExpertInnen werden thematisch eingeordnet und anhand von Zitaten veranschaulicht.

In Kapitel 6 schließlich werden die gesammelten Ergebnisse zusammengeführt, ausgewertet und zur Beantwortung der aufgeworfenen Fragen herangezogen. Abschließend wird ein Ausblick gegeben auf Implikationen für politisches Handeln in Bezug auf eine Beförderung nachhaltigen Konsums, auf offen gebliebene und neu aufgeworfene Fragen hingewiesen und weiterer Forschungsbedarf zum Thema benannt.

1. Nachhaltiger Konsum – Einschätzungen zum Stand der wissenschaftlichen Diskussion

Der Begriff ‚Nachhaltiger Konsum‘ bzw. ‚Sustainable Consumption‘ ist aus der gesellschaftlichen Diskussion um das Leitbild ‚Nachhaltige Entwicklung‘ hervorgegangen.³ Konsum ist mit diesem Begriff als ein Handlungsfeld von Nachhaltigkeitsbemühungen markiert, als Bereich, der einer Gestaltung nach Prinzipien nachhaltiger Entwicklung bedarf. Gleichzeitig wird damit in Übereinstimmung mit dem übergeordneten Leitbild ein normatives Bild von angemessenem oder ‚verantwortlichem‘ Konsum entworfen. Damit ist auch schon ein zentrales Merkmal der Begriffsbildung ‚Nachhaltiger Konsum‘ berührt: Das damit verbundene normative Bild steht im offenen Widerspruch zu den institutionellen Strukturen, die das Handlungsfeld Konsum beeinflussen – oder sogar maßgeblich steuern.

Konsumforschung für sich genommen ist im deutschsprachigen Raum von klassischer ökonomischer Theorie und von quantitativen Forschungsparadigmen bestimmt. Zugänge zu Konsum als kulturellem Phänomen sind weniger verbreitet und rezipiert, ein Forschungszugang wie die angelsächsischen ‚Material Culture Studies‘ nicht entwickelt.⁴ Diese Vernachlässigung birgt die Gefahr verkürzter Sichtweisen, konkret einer ausbleibenden Reflexion über die soziokulturelle Konstruiertheit von zentralen Begriffen der Konsumforschung. In der deutschsprachigen Diskussion wird Konsum verbreitet als ableitbare Größe, als Funktion von Kapital und Arbeit behandelt. In der Folge entsteht

³ Eine verbreitete und auch für diesen Forschungszusammenhang nutzbare Definition von nachhaltiger Entwicklung beschreibt Nachhaltigkeit in Anlehnung an den Brundtland-Bericht als Zustand, in dem menschliche Bedürfnisse der Gegenwart so befriedigt werden, dass dadurch zukünftige Generationen nicht in der Befriedigung ihrer Bedürfnisse eingeschränkt werden. Hauff 1987, S. 46. Vgl. auch Kap. 4.

⁴ Eisendle / Miklautz 1992, S. 14.

das Bild des Konsumenten als bloßem Träger von Konsumhandlungen, welche lediglich entlang ökonomischer Parameter variiert werden können.

Obwohl vorherrschende Konsummuster industrialisierter Gesellschaften bereits vor über 20 Jahren in der Agenda 21 als Hemmnis nachhaltiger Entwicklung beschrieben wurden, hat es noch einige Jahre gedauert, bis begonnen wurde, Konsum im Kontext von Nachhaltigkeitsforschung zu untersuchen. Ein 2001 erscheinender Sammelband „Nachhaltiger Konsum“ definiert Konsum einleitend als „Bedürfnisbefriedigung mit Hilfe marktvermittelter Produkte und Dienstleistungen“, geht also von einem auf marktbasierter Transaktionen beschränkten Konsumbegriff aus.⁵ Ein weiteres Verständnis von Konsum und damit verbunden eine Uminterpretation bisheriger Bedeutungszuweisungen an den Begriff kommen allmählich mit der wachsenden Bedeutung von Nachhaltigkeit als gesellschaftlichem Leitbild auf. In Deutschland haben spezifische, auf Nachhaltigkeitsforschung ausgerichtete Förderprogramme der letzten Jahre diese wissenschaftliche Entwicklung unterstützt. Damit verändert sich auch der Zugang zum Thema als wissenschaftliches Untersuchungsfeld. Insofern ist Forschung zu nachhaltigem Konsum nicht einfach eine spezielle Fragestellung der Konsumforschung. Sie steht vielmehr in einer gewissen Spannung zur paradigmatischen Ausrichtung des hegemonialen Diskurses über Konsum.

Wissenschaftliches Interesse am Phänomen nachhaltiger Konsum

Hansen / Schrader erklären das gewachsene Interesse an Konsum im Kontext von Nachhaltigkeitsforschung mit erzielten Fortschritten im betrieblichen Umweltschutz. Ökologische Entlastungen durch technische Innovationen in der Produktion seien zu großen Teilen durch steigende Nachfrage, also Mehrkonsum, kompensiert worden.⁶ Zwar sind durch gesetzliche Regulierungen industrieller Produktion Umweltentlastungen erzielt worden, trotzdem ist das Gesamtergebnis aufgrund dieser sogenannten Rebound-Effekte hinter den Erwartungen der Umweltpolitik zurückgeblieben. In dieser Situation gerät Konsum als Interventionsfeld von Umwelt- und Nachhaltigkeitspolitik in den Blick. Zweitens beschreiben die Autorinnen eine Sicht auf Produktion als nachfragegesteuert, was die Annahme beinhaltet, dass in letzter Konsequenz alle (Umwelt)Folgen wirtschaftlicher Aktivität konsuminduziert sind. Positiv gewendet liegen darin Handlungsspielräume nachhaltiger Entwicklung, die durch ein ‚richtiges‘ Kaufverhalten realisiert werden können. In diesen Wahlmöglichkeiten sehen die Autorinnen eine Nachfragemacht, die eine Form der Konsumentenautorität darstelle und im Sinne nachhaltiger Entwicklung gehoben werden könne.⁷

Zaccai benennt in der Einleitung eines Sammelbandes zu nachhaltigem Konsum von 2007 andere Entwicklungen, die das wissenschaftliche Interesse am Thema befördern. Er zählt dazu sich verändernde Rahmenbedingungen des globalisierten Handels, Tendenzen der Dezentralisierung im Bereich politischer Steuerung und vermehrt entstehende zivilgesellschaftliche Initiativen und Aktivitäten zum Thema ‚Nachhaltiger Konsum‘.⁸ In seinen Folgerungen für einen aktuellen Forschungsbedarf betont er die Notwendigkeit, Konsumenten in die Suche nach Innovation für nachhaltigen Konsum aktiv einzubeziehen. Gleichzeitig weist er auf besondere Schwierigkeiten hin, die sich mit dem Bezug von Nachhaltigkeitsprinzipien auf das Handlungsfeld Konsum verbinden.⁹ Diese sieht er u.a. im Widerspruch zwischen der Logik unseres Wirtschaftssystems und den ökonomischen Orientierungen, auf denen es basiert, auf der einen und dem Leitbild Nachhaltigkeit auf

⁵ Hansen / Schrader 2001, S. 21.

⁶ Hansen / Schrader 2001, S. 19f.

⁷ Hansen / Schrader 2001, S. 20f.

⁸ Zaccai 2007, S. 1f.

⁹ Zaccai 2007, S. 3ff.

der anderen Seite. Mit diesem Widerspruch verbunden sind divergierende Stakeholder-Interessen, was eine Einigung auf und Umsetzung von geeigneten Maßnahmen stark hemmt.

Die rapide Entwicklung eines Forschungszweiges über nachhaltigen Konsum spiegelt sich jüngst in einer Vielzahl an Tagungen und Veröffentlichungen zum Thema, welche wiederum Einblick geben in eine große Bandbreite an wissenschaftlichen Zugängen und dahinterstehenden Annahmen.¹⁰ Ohne hier einen vollständigen Überblick bieten zu können, ist es für das Verständnis der vorliegenden Untersuchung sinnvoll, Strömungen in der Forschung über Konsum im Kontext des gesellschaftspolitischen Leitbildes Nachhaltigkeit herauszuarbeiten. Dabei auch länderübergreifende Entwicklungen nachzuzeichnen, ist schwierig, weil der Forschungszweig so jung ist. Hinzu kommt, dass wissenschaftliches und politisches Interesse am Thema sich zeitgleich entwickelt haben, das Feld von einem starken Anwendungsbezug und somit einer immanente Einbettung in politische Institutionen geprägt ist, was eine Verlangsamung von internationalem wissenschaftlichen Austausch mit sich bringt.

Ausgewählte Zugänge der Erforschung

Ein verbreiteter Zugang zu nachhaltigem Konsum widmet sich Möglichkeiten der Beeinflussung von KonsumentInnen-Verhalten. Dazu zählt die nähere Bestimmung von Einflussgrößen, die auf Konsumententscheidungen wirken, insbesondere psychologische, ökonomische und soziokulturelle Faktoren.¹¹ Neben der Berücksichtigung von Verhalten beeinflussenden Faktoren ist die Identifizierung von Motivations- und Machbarkeitsbarrieren hierbei eine wichtige Dimension.¹² Weiterhin werden in diesem Forschungskontext Fragen nach geeigneten Politikinstrumenten behandelt und Überlegungen zu Leitbildern und Rollenmodellen sowie deren medialer Verbreitung angestellt. Mit diesem Zugang verbunden ist ein Fokus auf Kommunikationsstrategien und zielgruppenbezogene Gestaltung von Kommunikation, sowie eine Bezugnahme auf psychologische Theorien der Verhaltensmodellierung.

An diesem wachsenden Interesse an Konsum als Parameter nachhaltiger Entwicklung und damit an Individuen als KonsumentInnen wird auch Kritik geübt, namentlich von Grunwald. Ausgangspunkt seiner Kritik ist ein Verständnis von Verantwortung als politisch zugeschrieben, nicht als ontologische Größe.¹³ Vor dieser Überlegung sieht er in einer politischen Agenda ‚Nachhaltiger Konsum‘ die Gefahr einer Verantwortungszuschreibung an KonsumentInnen zur praktischen Durchsetzung von nachhaltigeren Konsumformen. Individuen werde damit eine politische Rolle zugemutet. Eine solche zwangsweise Übertragung von Verantwortung stellt er in Frage und weist auf die Verantwortung staatlicher und kommunaler Stellen zur Bearbeitung gesellschaftlicher Herausforderungen. Allerdings werfen die Grundzüge dieser Argumentation die Frage auf, warum sie ein Entweder-oder, einen Dualismus suggeriert. Das Aufspüren und Mobilisieren von zivilgesellschaftlichen Potenzialen für die Einführung nachhaltiger Konsumstrategien bedeutet nicht gleichzeitig eine Entlassung des Staates aus seiner politischen Verantwortung.

Ein anderer Strang der Forschung über nachhaltigen Konsum fokussiert die Analyse einzelner Bedarfsfelder und bemisst entstehende soziale und ökologische Auswirkungen. Wichtige Instrumente für diesen Zugang sind die Lebenszyklus-Analyse, der ökologische Rucksack und der ökologische

¹⁰ Z.B. Fachkonferenz Sustainable Consumption – Towards Action and Impact. November 6th – 8th 2011; Fachkonferenz Consumer 2011 – Consumer Behaviour for a sustainable Future. July 18th – 20th 2011.

¹¹ Vgl. Empacher / Stieß 2005; Schubert 2000.

¹² Vgl. Brand 2003, Bilharz 2008.

¹³ Grunwald 2002, S. 437.

Fußabdruck.¹⁴ Vordergründig werden quantitative Energie- und Materialströme beschrieben. Betrachtung finden außerdem Bedingungen der Nutzung von Produkten, also die Schnittstelle zwischen Produkt und Konsument. Ansätze für Interventionen zur Reduzierung von konsuminduzierten negativen Folgen stehen entsprechend in Verbindung mit dem Bereich der industriellen Produktion bzw. der Material- und Produktionstechnologie.

Konzepte und Methoden der Messung von nachhaltigkeitsrelevanten Wirkungen von verschiedenen Konsumformen und in den einzelnen Konsumfeldern, sowie die Entwicklung von aussagekräftigen Indikatorensystemen stellen einen weiteren wissenschaftlichen Ansatz. Spezielle Herausforderungen dieses Zugangs liegen in der Relativität der Nachhaltigkeit oder Nicht-Nachhaltigkeit von Konsummustern, ihrer Abhängigkeit vom Stand der technischen Entwicklung und von der Art der gesellschaftlichen Umsetzung.¹⁵ Eine systematische Begrenzung liegt in der Abhängigkeit von quantitativen Daten, was den Betrachtungshorizont methodisch bedingt auf marktbasieren Konsum reduziert.

Blinde Flecken im Diskurs

Deutlich wird, dass Formen informellen Konsums in der wissenschaftlichen Untersuchung und im politischen Diskurs über nachhaltigen Konsum bisher kaum eine Rolle spielen. Einschlägige Berichte und Empfehlungen behandeln bisher ausschließlich die Sphäre des marktbasieren Konsums, z.B. World Business Council for Sustainable Development (2008), oder Rat für Nachhaltige Entwicklung (2010). Über informelle ökonomische Aktivitäten liegen naturgemäß kaum quantitative Daten vor, ihre Untersuchung erfordert im ersten Zugang also andere methodologische Herangehensweisen. Es fehlen jedoch nicht nur empirische Daten über informellen Konsum, es mangelt auch an Aufmerksamkeit für mögliche Bedeutungen dieses Bereichs für Konsum als gesellschaftliches Handlungsfeld, insbesondere im Kontext der Herausforderungen nachhaltiger Entwicklung.

Dieser Mangel an Aufmerksamkeit für Nachhaltigkeitspotenziale im Bereich informellen Konsums kann im Zusammenhang gesehen werden mit der Verbreitung einer politischen Kultur der Zahlen und quantitativen Indikatoren. Diese Tendenz wurde von Power beschrieben als ‚Evidence-based policy making‘.¹⁶ Sie geht einher mit einem politischen Fokus auf jene gesellschaftlichen Felder und Dynamiken, die anhand quantitativer Indikatoren beschrieben werden. Power beschreibt eine folgenreiche strukturelle Dimension dieser Tendenz: „Die wirkmächtigste Dimension dieser Prüfungswelle ist die Dynamik, mit der gesellschaftliche Handlungsfelder überprüfbar gemacht werden, also gemäß den Anforderungen an ein ex-post Monitoring strukturiert werden.“¹⁷ Unter dieser Maxime bleibt jede gesellschaftliche Entwicklung politisch unsichtbar, solange sie nicht quantitativ beschreibbar ist.

Einen weiteren Grund für die geringe politische Aufmerksamkeit für informellen Konsum und mögliche ökologische Implikationen kann mit Schor beschrieben werden, die postuliert, dass „ein erfolgreicher Pfad zur Nachhaltigkeit unsere Festlegung auf Wachstum in Frage stellen muss“.¹⁸ Ökonomisches Wachstum benötigt marktbasieren Konsum, diesen in seiner kapitalistischen Prägung und globalisierten Form in Frage zu stellen oder alternative Formen der Versorgung zu denken, liegt quer zu den dominanten institutionellen Strukturen des Systems. Ökonomische Positionen legen

¹⁴ Vgl. u.a. Wackernagel / Beyers 2010; Schmidt-Bleek 2004.

¹⁵ Vgl. Weber 2001, S. 67f.

¹⁶ Power 1994.

¹⁷ Power 1994, S. 7. Eigene Übersetzung.

¹⁸ Schor 2005, S. 38. Eigene Übersetzung.

vielfach immer noch Möglichkeiten technischen Fortschritts zugrunde, die in Kombination mit Innovationskraft und Selektionswirkung des Marktes ausreichend seien, um die sich verdichtenden Folgen nicht-nachhaltigen Wirtschaftens wie Klimawandel und Energiekrise zu bewältigen. So beschränkt beispielsweise das United Nations Environmental Programme UNEP seine Politik auf eine Steigerung der Öko-Effizienz von Konsum und betont explizit, dass „nachhaltiger Konsum nicht weniger konsumieren bedeutet“.¹⁹

Seyfang beschreibt diesen Mangel an politischer Konsequenz im Hinblick auf eine Behandlung von nachhaltiger Entwicklung als systemische Herausforderung wie folgt: „(...) der Begriff ‚nachhaltiger Konsum‘ hat eine Reihe von internationalen politischen Agenden durchlaufen, und je verbreiteter er als politisches Ziel Anerkennung gefunden hat, umso enger ist seine inhaltliche Definition geworden. (...) Das Anliegen ist also von der ursprünglichen Möglichkeit, Besitz und Wohlstand neu zu definieren und Lebensstile radikal zu verändern darauf zusammengeschrumpft, Ressourcenproduktivität zu verbessern und ‚grüne‘ oder ‚ethische‘ Produkte am Markt zu befördern.“²⁰ Insgesamt zeigt sich, dass eine Reihe von institutionellen Strukturen die Verbreitung von informellem Konsum als Weg zu nachhaltigen Konsummustern behindert. Außerdem wird deutlich, dass es derzeit an empirisch fundierten und wissenschaftlich ausgewerteten Befunden mangelt, die in Bezug auf nachhaltige Prinzipien positive Wirkungen informellen Konsums veranschaulichen und belegen können.

Widersprüche und Forschungsdesiderate

Zusammenfassend können auf der Basis dieser Ausführungen zu nachhaltigem Konsum als Forschungsgegenstand folgende Feststellungen getroffen werden:

- Konsumforschung folgt in einigen Teilen Paradigmen, die im Widerspruch stehen zum normativen Begriff der Nachhaltigkeit und somit auch zu nachhaltigem Konsum.
- Konsumforschung tendiert auf Grund des ausgeprägten Anwendungsbezugs dazu, blind für die eigenen Annahmen zu sein und in einem positivistischen Wissenschaftsverständnis zu verharren.
- Wissenschaftliche Untersuchungen von Konsumhandeln tendieren zu einer Orientierung an quantitativen Forschungsparadigmen und folglich zu einer Beschränkung auf marktbasierende Interaktionen.
- Die derzeitige Aufmerksamkeit für das Handlungsfeld Konsum im Kontext von Nachhaltigkeitsforschung wirft Fragen auf nach der Verantwortlichkeit für die Beseitigung von konsuminduzierten Umweltwirkungen und bietet somit auch die Chance, neue gesellschaftliche Kräfte zu mobilisieren.

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wird angestrebt, oben ausgewiesene Defizite in der Forschung über nachhaltigen Konsum konstruktiv zu berücksichtigen und so zur methodologischen Weiterentwicklung des Forschungsfeldes beizutragen. Konzeptionell-inhaltlich deckt die Studie Lücken im Verständnis von Formen informellen Konsums für die Entwicklung nachhaltigen Konsums ab. Auf diese Weise werden gangbare Wege gesucht, um Konsum als gesellschaftliches Handlungsfeld stärker auf Prinzipien nachhaltiger Entwicklung zu beziehen. In der damit verbundenen Ausweisung von praxisrelevanten Handlungsansätzen wird die gesellschaftliche Relevanz dieser Arbeit gesehen. Im folgenden Kapitel 2 wird zunächst auf die Verankerung des Themas in der

¹⁹ Fuchs / Lorek 2005, S. 268. Eigene Übersetzung.

²⁰ Seyfang 2009, S. 43.

österreichischen Politik geschaut. Ziel dieses Überblicks ist, politisches Problembewusstsein und programmatische Ausrichtung von Vorhaben und Maßnahmen im Untersuchungsraum zu ermitteln.

2. Nachhaltiger Konsum als politisches Handlungsfeld in Österreich

In Österreich wurde 2001 mit dem von einer Expertengruppe erstellten Grünbuch ‚Österreichs Zukunft nachhaltig gestalten‘ erstmals eine nationale Nachhaltigkeitsstrategie entworfen. Die 2002 erschienene ‚Österreichische Strategie zur Nachhaltigen Entwicklung‘ (NSTRAT) ist auf der Basis dieses Grünbuchs und laut Vorwort „im Dialog mit allen relevanten gesellschaftlichen Gruppen“ erarbeitet worden.²¹ Diese Strategie soll nicht nur als Selbstverpflichtung der Bundesregierung verstanden werden, sondern auch als Aufruf an Länder, Regionen, Gemeinden, Wirtschaft und BewohnerInnen für „eine gemeinsame Ausrichtung auf wichtige ‚Hebelpunkte‘.“²²

Bedarf an einer Nachhaltigkeitspolitik wird aufgrund der wachsenden Wahrnehmung zukunftsbelastender Tendenzen gesehen. Dazu wird gezählt, dass Lebensqualität von vielen Menschen zunehmend über materiellen und energieintensiven Konsum definiert wird: „Aus dieser vorherrschenden Orientierung an materiellem Wohlstand resultieren Konsumgewohnheiten, die einen dramatischen Anstieg des Ressourcen-, Energie- und Flächenverbrauchs sowie der Abfälle und Emissionen zur Folge haben.“²³ Das Verbrauchsniveau zu senken, wird auch als Frage der Auswahl von Produkten und Dienstleistungen, ihres Gebrauchs und ihrer Entsorgung, also aus Konsumentenverantwortung thematisiert. Um eine Senkung zu erreichen, wird ein „Wandel in Werten und Lebensstilen“ als erforderlich erachtet, mit dem Qualität, geringerer Verbrauch, Regionalität, Sozialverträglichkeit, Reparaturfreundlichkeit und Nachrüstbarkeit zu Entscheidungskriterien für Anschaffungen erhoben werden sollen.²⁴

Um weniger ressourcen- und energieintensive Lebensstile zu befördern, müsse es entsprechende nachhaltig produzierte und nutzbare Dienstleistungen und Produkte geben, die fair gehandelt und ‚leistbar‘ sein müssen. Als zielführend wird zusätzlich eine strukturelle Verschiebung vom Kauf von Produkten zur Nutzung integrierter Dienstleistungen gesehen. In diesem Kontext wird nachhaltige Entwicklung als attraktive Lebensweise definiert, als „mehr Lebensqualität bei einem geringeren Ressourcenverbrauch“.²⁵ 2010 wurde mit der ‚Österreichischen Strategie Nachhaltige Entwicklung‘ (ÖSTRAT) ein weiteres Nachhaltigkeits-Papier verfasst, diesmal mit dem expliziten Ziel, „Bund und Ländern als gemeinsamer Orientierungs- und Umsetzungsrahmen auf dem Weg zu einem Nachhaltigen Österreich“ zu dienen.²⁶ Die ÖSTRAT soll im Wesentlichen dazu dienen, Zuständigkeiten von Bund und Ländern in Bezug auf Nachhaltigkeit als politisches Handlungsfeld zu vereinbaren und die Länder stärker einzubinden, bei inhaltlicher Gültigkeit der NSTRAT von 2002. Konsum als Thema nationaler Nachhaltigkeitspolitik ist gemäß Fortschrittsbericht 2006 in einem Maßnahmenfeld ‚Nachhaltiger Lebensstil‘ aufgehoben.²⁷ Unter dem Punkt ‚Fair Trade‘ werden ebenfalls Aspekte von Konsumverhalten angesprochen, auch hier wird auf einen Einfluss von Kaufentscheidung, also auf eine Verantwortung von KonsumentInnen hingewiesen.²⁸

²¹ Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft 2002, S. 5.

²² Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft 2002, S. 7.

²³ Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft 2002, S. 9.

²⁴ Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft 2002, S. 57.

²⁵ Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft 2002, S. 57.

²⁶ Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft 2010b, S. 3.

²⁷ Komitee für ein Nachhaltiges Österreich 2006, S. 11. Die Nachhaltigkeitspolitik wird vom ‚Komitee für ein Nachhaltiges Österreich‘ und ‚Forum Nachhaltiges Österreich‘ laufend evaluiert und in Fortschrittsberichten dokumentiert.

²⁸ Komitee für ein Nachhaltiges Österreich 2006, S. 26.

Ein weiterer Bezugspunkt österreichischer Nachhaltigkeitspolitik ist der alle drei Jahre erscheinende Umweltkontrollbericht des Umweltbundesamtes. Er beschreibt umweltbezogene Herausforderungen Österreichs und leitet Handlungsempfehlungen für EntscheidungsträgerInnen ab. Die 2010 veröffentlichte neunte Ausgabe weist einen Anstieg der Treibhausgas-Emissionen in Österreich von 1990 bis 2008 um 11 Prozent aus.²⁹ Dieser Anstieg wird als in hohem Maße konsuminduziert eingeordnet, als Verursacher werden an erster Stelle Industrie und produzierendes Gewerbe genannt. Einflussfaktoren sind laut Bericht Bevölkerungsentwicklung, Wirtschaftswachstum (Indikator Bruttoinlandsprodukt pro Kopf) sowie Energie-, Kohlenstoff- und Brennstoffintensitäten. Schädigungen von Klima und Umwelt werden also in einen ursächlichen Zusammenhang mit wachstumsbasierter Wirtschaftsentwicklung und vorherrschenden Konsummustern gestellt.

Aktivitäten einzelner Ministerien

Das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (Lebensministerium) betreibt einige Programme, die das Handlungsfeld ‚Nachhaltiger Konsum‘ berühren. Hier ist auch eine Abteilung II/3 ‚Nachhaltige Entwicklung und Umweltförderpolitik‘ angesiedelt. Das ‚Bio-Aktionsprogramm‘ zielt im Hinblick auf nachhaltigen Konsum darauf ab, das Angebot an regionalen und biologischen Lebensmitteln auszubauen und eine bessere Information der Konsumenten über Bio-Erzeugnisse zu erreichen. Mit der 2005 gestarteten Initiative ‚Genuss Region Österreich‘³⁰ wird insbesondere eine Stärkung der ländlichen Regionen verfolgt, mittels attraktiver Darstellung von bäuerlicher Lebensmittelproduktion und touristischen Dienstleistungen in den Regionen. Die ‚Nachhaltigen Wochen – bewusst kaufen, besser leben‘³¹ werden seit 2004 jährlich durchgeführt. Ziel ist, Produkte, die in ökologischer und/oder sozialer Hinsicht deutliche Verbesserungen zum Status quo aufweisen, über Werbeschienen des Handels und mit einer begleitenden PR-Offensive zu unterstützen. KonsumentInnen soll gezeigt werden, dass „der richtige Griff ins Einkaufsregal“ auch einen wichtigen Beitrag zum Umweltschutz leisten kann.³² Unterstützung bei der Entscheidungsfindung sollen österreichische Herkunftssiegel bieten, für regional nicht verfügbare Produkte wird auf Gütesiegel wie Fair Trade verwiesen.

Die Plattform www.bewusstkaufen.at³³ des Lebensministeriums will KonsumentInnen mittels Informationen „bei einer nachhaltigen Konsumententscheidung unterstützen“. In einer Datenbank werden ausgewählte Produkte mit Informationen zum nachhaltigen Mehrwert präsentiert. Weiter will die Seite eine Orientierungshilfe im Umgang mit der Vielzahl an Marken, Labels und Gütezeichen bieten. Insgesamt soll das Bewusstsein für nachhaltiges Einkaufen in allen Lebensbereichen angesprochen und sollen KonsumentInnen auf die vielfältigen Aspekte von nachhaltigem Konsum aufmerksam gemacht werden. Ein Veranstaltungskalender kündigt dazu thematische Veranstaltungen an. Seit Mai 2010 gibt es ergänzend die ganzjährige Initiative „Bewusst kaufen“ mit Schwerpunktaktionen zu nachhaltigen Konsumthemen. Als Erfolg der genannten Programme wird gewertet, dass sich der

²⁹ Umweltbundesamt 2010, S. 57.

³⁰ In Kooperation mit der Agrarmarkt Austria (AMA) und den Bundesländern.

³¹ In Kooperation mit der Wirtschaftskammer Österreich, dem Wirtschaftsministerium, der Entwicklungszusammenarbeit im Außenministerium, einzelnen Landesregierungen und mit Vertretern des Handels.

³² www.umwelt.lebensministerium.at/article/articleview/70795/1/7338, Zugriff am 7.4.2011.

³³ In Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftsministerium und der Österreichischen Entwicklungszusammenarbeit im Außenministerium.

Umsatz mit Bio-Lebensmitteln in Österreich von 2002 bis 2005 um 30 Prozent steigerte,³⁴ eine Tendenz, die laut Lebensmittelbericht anhält.

Ebenfalls eine Initiative des Lebensministeriums, in Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur, ist das Forum Umweltbildung. Das Forum soll als Bildungsinstitution zur bundesweiten Förderung der Bildung für nachhaltige Entwicklung etabliert werden. Primäre Ziele sind, das Paradigma der nachhaltigen Entwicklung in die Bildungslandschaft zu integrieren und Bildung für nachhaltige Entwicklung in der LehrerInnenschaft und bei MultiplikatorInnen der Erwachsenenbildung zu etablieren. Nachhaltiger Konsum und Lebensstil ist eins von 18 Themen, die auf der Seite des Forums behandelt werden.

Das Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (BMASS) behandelt das Thema ‚Nachhaltiger Konsum‘ in der Sektion III Konsumentenpolitik. Es betreibt die Seite www.konsumentenfragen.at, hier findet sich etwas versteckt eine Unterseite, die das Thema explizit macht und nachhaltigen Konsum folgendermaßen definiert: „Nachhaltiger Konsum setzt daher auch gewisse Verhaltensänderungen und einen umwelt- und sozialverträglichen Lebensstil voraus. Ziel dabei ist es, die menschlichen Bedürfnisse durch eine ressourcenschonende Lebensweise zu befriedigen und dabei Rücksicht auf die Zukunft und eine gerechte Ressourcenaufteilung zu nehmen.“³⁵ Diese Definition lässt außer Acht, dass Verhaltensänderung ohne Anpassung der Versorgungssysteme nicht möglich ist. Unter dem Stichwort Verbraucherbildung werden auf der Seite Unterrichtsmaterialien für die 8.–11. Schulstufe zum Download angeboten, allerdings nicht zum Thema nachhaltiger Konsum. In der schulischen Bildung in Österreich ist Verbraucherbildung im sogenannten Unterrichtsprinzip ‚Wirtschaftserziehung und VerbraucherInnenbildung‘ aufgehoben und soll laut aktuellem Regierungsprogramm zukünftig in allen Schulformen institutionell verankert werden.

Die Definition dieses Unterrichtsprinzips sieht auch eine Behandlung von Fragen nach Ressourcenknappheit und Konsumfolgen vor, unter den aufgeführten Bildungszielen wird auch „Bewusstsein über die Folgen des eigenen Konsum- und Wirtschaftsverhaltens und Entwicklung eines nachhaltigen Konsumhandelns“ genannt.³⁶ Allerdings ist Verbraucherbildung nach Einschätzung des Konsumentenpolitischen Forums bisher bei der Ausbildung der Lehrkräfte wenig berücksichtigt und folglich im Unterricht unzureichend vermittelt worden. Ohnehin scheinen Nachhaltigkeitsprinzipien für die programmatische Ausrichtung der Konsumentenpolitik kaum eine Rolle zu spielen. Der Aktionsplan Konsumentenschutz, den das BMASS in Zusammenarbeit mit dem Konsumentenpolitischen Forum erstellt hat, greift das Thema jedenfalls nicht auf. Leitbild der Verbraucherbildung ist die ‚mündige KonsumentIn‘, die Auflistung bisheriger Handlungsansätze verdeutlicht einen Schwerpunkt auf der Vermittlung von Kompetenzen für den Kauf.³⁷

Konsumentenschutz als Befähigung für marktbasieren Konsum

Gegenüber dieser untergeordneten Bedeutung des Themas ‚Nachhaltiger Konsum‘ hat Konsumentenschutz traditionell einen hohen Stellenwert in Österreich. Das dahinterliegende Paradigma einer Schutzbedürftigkeit des Bewohners vor Übergriffen des Marktes steht im

³⁴ Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft 2006, S. 29. Angaben ohne Bio-Brot.

³⁵ www.konsumentenfragen.at/konsumentenfragen/KonsumentInnen-Leitfaden/Themenbereiche/Nachhaltiger_Konsum, Zugriff am 18.4.2011.

³⁶ www.bmukk.gv.at/schulen/unterricht/prinz/wirtschaftserziehung.xml, Zugriff am 15.4.2011.

³⁷ Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz 2010, S. 63f.

Widerspruch zum Anspruch von Nachhaltigkeitspolitik zur Aktivierung, wie insbesondere in den Lokale-Agenda-Prozessen verankert. Konsum als Bestandteil nachhaltiger Entwicklung wird in den betrachteten Dokumenten der Verbraucherbildung kaum angesprochen, was angesichts der fachlichen Einschätzungen zur Bedeutung von Konsum für eine zukunftsfähige Entwicklung zu erwarten gewesen wäre.

Auf einen dringenden Handlungsbedarf weisen auch empirische Erkenntnisse zu Konsum als gesellschaftlichem Handlungsfeld in Österreich. So zeigt das jüngste KonsumentInnen-Barometer, dass ein Überblick über die Produktionsbedingungen der gekauften Produkte von den abgefragten Kaufentscheidungskriterien als am wenigsten wichtig eingestuft wird.³⁸ Ein wesentliches Kriterium für nachhaltigen Konsum entbehrt also der Verankerung im öffentlichen Bewusstsein. Der aktuelle Kaufsuchtbericht der Kammer für ArbeiterInnen und Angestellte Wien geht davon aus, dass insgesamt 27 Prozent der Bevölkerung ein kompensatorisches Kaufverhalten zeigen, d.h. über ein Viertel der ÖsterreicherInnen sind deutlich oder sogar stark kaufsuchtgefährdet.³⁹ Gleichzeitig kritisieren gut zwei Drittel der BewohnerInnen am bestehenden Wirtschaftssystem „ein zu großes Gewinnstreben, bei dem die Menschlichkeit unter die Räder kommt“.⁴⁰ Gut 60 Prozent sind laut Bericht der Meinung, es sollte „in der Öffentlichkeit weitaus kritischer zu Konsumfragen Stellung genommen werden.“⁴¹

Insgesamt erscheint Konsum auf Basis der quantitativen Befragungen als ökonomische, psychische und soziale Belastung und gleichzeitig als kompensatorische Aktivität, mit der die lebensweltlichen Belastungen durch Informationsflut, Druck, Ungewissheit, Beschleunigung abgemildert werden sollen – Konsum als Teil des Problems und der Lösung. Interessanterweise haben Personen mit ausgeprägtem politischen Interesse einen signifikant geringeren Kaufsuchtgefährdungs-Wert.⁴² Lediglich im Umgang mit Lebensmitteln wird ein gegenläufiges Konsummuster verzeichnet, hier verliert laut Lebensmittelbericht das alte Paradigma „billiger und mehr“ an Bedeutung und weicht allmählich einem „besser statt mehr“.⁴³ Gleichzeitig wird in diesem Bericht einmal mehr auf eine Rolle von KonsumentInnen als „wesentlicher Faktor in der Klimabilanz“ verwiesen.⁴⁴

Politische Handlungsansätze und Widersprüche

Zusammenfassend ist im Ergebnis dieser Betrachtung von politischen Zielsetzungen und Maßnahmen auf nationaler Ebene Folgendes festzuhalten:

- Konsum ist bisher kein Schwerpunkt der nationalen Nachhaltigkeitspolitik.
- Soweit das Thema aufscheint, stehen drei Zugänge im Vordergrund: Die Vermittlung von Informationen über ein nachhaltigeres Kaufverhalten, eine Stärkung der Nachfrage nach regionalen Produkten und die verbesserte Positionierung von regionalen Produkten und nachhaltigeren Produktvarianten am Markt.
- Adressaten sind also primär heutige und zukünftige KäuferInnen, regionale ErzeugerInnen und Handelsunternehmen. BewohnerInnen werden auf eine Verantwortung als KonsumentInnen angesprochen.
- Insbesondere die nationale Nachhaltigkeitsstrategie betont die partizipative Dimension nachhaltiger Entwicklung, die auf eine Beteiligung aller gesellschaftlichen Sektoren abzielt. In

³⁸ Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz 2009, S. 228.

³⁹ Kollmann / Unger 2010, S. 3.

⁴⁰ Kollmann / Unger 2010, S. 31.

⁴¹ Kollmann / Unger 2010, S. 30.

⁴² Kollmann / Unger 2010, S. 19.

⁴³ Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft 2010a, S. 98.

⁴⁴ Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft 2010a, S. 104.

den einzelnen Maßnahmen dominiert jedoch ein Zugang, der auf eine lenkende Verhaltensbeeinflussung abzielt, also ein Top-down-Politikkonzept.

- Festzustellen ist eine Diskrepanz zwischen Problemwissen und Art und Umfang der Maßnahmen. Negative Konsumfolgen auf unterschiedlichen Ebenen werden in verschiedenen Papieren benannt, diese Erkenntnisse sind jedoch kaum in politische Maßnahmen umgesetzt.
- Insgesamt erscheint nachhaltige Konsumpolitik in Österreich eng verbunden mit dem wirtschaftspolitischen Ziel einer Stärkung regionaler Produktion, insbesondere im Lebensmittelbereich. Dieser Sektor wird als „Schlüsselsektor für die nachhaltige Entwicklung unserer Gesellschaft“ betrachtet.⁴⁵

3. Informeller Konsum im Kontext von Nachhaltigkeitserwägungen

Konsum aus ökonomischer Perspektive beschreibt einen Verbrauch, dessen Art und Umfang von disponiblen Einkommen auf der einen Seite und den am Markt verfügbaren Angeboten auf der anderen Seite vorbestimmt ist. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht ist Konsum das letzte Glied in einer Kette von Vorgängen der Produktion und Distribution, Bestandteil einer Abfolge, in der Rohstoffe erschlossen und zu marktfähigen Gütern verarbeitet werden, mit dem Ziel, sie gewinnbringend zu verkaufen.⁴⁶ Beide Perspektiven, die ökonomische und die betriebswirtschaftliche, antizipieren einen Konsumenten, der zwischen verschiedenen käuflichen Waren auswählt und dessen Konsumententscheidung im Wesentlichen durch den Preis bestimmt wird.⁴⁷ In einer solchen Konzeption erscheinen Konsumenten in ihren Entscheidungs- und Handlungsmöglichkeiten auf Produktvergleiche und Kaufhandlungen beschränkt.⁴⁸

Sozialwissenschaftliche Zugänge eröffnen eine andere Perspektive auf Konsum als Aktivität, die über Kaufentscheidungen und Marktparameter hinausreicht. Entsprechend geraten bei der Betrachtung ein ganzes Spektrum von Einflussfaktoren ins Bild, wie Orientierungen, Kompetenzen, soziale Praktiken, Ideologie, kulturelle Zuschreibung.⁴⁹ Gleichzeitig wird die vereinfachende Annahme aufgegeben, es gebe vollständig über die Marktangebote informierte KonsumentInnen, die auf der Basis von individuellem Nutzenkalkül Kaufentscheidungen treffen. Konsum wird vielmehr als ein sozial und ökonomisch eingebetteter Aspekt der Lebensweise verstanden, der von einer Vielzahl interner und externer Faktoren beeinflusst wird. Diese Vielzahl der Einflussfaktoren von Konsum muss im Kontext eines spezifischen Forschungsvorhabens durch Auswahl und Auslassung jeweils handhabbar gemacht werden, sie bleibt jedoch implizit erhalten.

Die der vorliegenden Studie zugrunde liegende Definition von Konsum bezieht explizit nicht-marktbasierte Aktivitäten ein. Um zu untersuchen, welchen Einfluss Formen der Eigenproduktion auf individuelle Konsumpraxis haben, ist ein Verständnis von Konsum vonnöten, das nicht auf einer Entgegensetzung zum Begriff der Produktion basiert. Ein geeigneter Zugang, der ohne diese Abgrenzung auskommt, versteht Konsum als Beitrag zur Realisierung der angestrebten Art und Weise zu leben. Cogoy definiert den Begriff in diesem Sinne wie folgt: „Konsum wird verstanden als umfassender Prozess, der alle möglichen sozialen Aktivitäten beinhaltet, die für die gewünschte

⁴⁵ Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft 2010a, S. 12.

⁴⁶ Seitdem umweltpolitische Interventionen Aufmerksamkeit auf das Konsumgut als Abfall lenken konnten, gibt es für einzelne Produkte Nachsorge- oder Rücknahmeverpflichtungen und somit eine weitere betriebswirtschaftlich wirksame Phase im Prozess von Produktion und Konsumtion.

⁴⁷ Vgl. Cooper 2005, S. 58.

⁴⁸ Vgl. Cogoy 1999, S. 386.

⁴⁹ Vgl. Shove 2007; Miller 2006; Jackson 2005.

Lebensgestaltung der Individuen nötig sind.“⁵⁰ Diese Definition beinhaltet Aspekte des Habens und Tuns sowie des Kaufens und Machens. Kurz gesagt, Konsum wird verstanden als Aktivität, die marktbasiertere und nicht-marktbasiertere Praktiken kombiniert.⁵¹ Erstere sind die Nachfrage von Produkten und Leistungen am Markt, Letztere beinhalten Herstellung und Verfügbarmachung von Gütern und Leistungen für die unmittelbare Nutzung. So verstanden bezieht die Kategorie Konsum explizit verschiedene Formen der Bereitstellung ein. Angesprochen werden auch Möglichkeiten der Eigenproduktion und damit individuelle Kompetenzen und Kapazitäten für die unmittelbar konsumrelevante Produktion.

Handlungsfelder informellen Konsums

Dieser Ausgangspunkt eröffnet eine umfassende Perspektive auf Konsummuster und Konsumstrategien über den Bereich der marktlichen Transaktionen hinaus. Gleichzeitig verbindet sich damit die Herausforderung, empirische Daten über nicht-marktbasiertere oder informelle Konsumaktivitäten verfügbar zu machen. In dieser Schwierigkeit kann einer der Gründe für den Mangel an Untersuchungen von Konsum in einem so umfassenden Verständnis vermutet werden.⁵² Ein weiterer Grund kann darin gesehen werden, dass dieser Zugang eine Überwindung der paradigmatischen Trennung von Konsum und Produktion voraussetzt. Statt eine Trennung zu implizieren, werden in dieser Untersuchung Wechselwirkungen zwischen den beiden Bereichen fokussiert und so eine systemische Betrachtung von nachhaltigem Konsum als gesellschaftliche Herausforderung verfolgt.

Eigenproduktion lässt sich mit Begriffen und Konzepten des Diskurses über informelle Ökonomie genauer beschreiben. Informelle Ökonomie gilt gemeinhin in Abgrenzung zur formellen Ökonomie als gekennzeichnet von einem geringen Formalisierungsgrad, einem weitgehenden Fehlen von Geld als Tauschmittel sowie von statistischer Unsichtbarkeit.⁵³ Nach Teichert können drei Felder sinnvoll unterschieden werden, und zwar entlang ihrer Nähe zum „Zentrum der Haushaltstätigkeiten“:⁵⁴ Haushaltswirtschaft, Selbstversorgungswirtschaft und Selbsthilfeökonomie. Haushaltswirtschaft beinhaltet tägliche Routinen der Haushaltsführung sowie Pflege, Erziehung und Beziehungsarbeit, insgesamt vor allem reproduktive Arbeiten. Selbsthilfeökonomie umfasst Tätigkeiten, die außerhalb des eigenen Haushalts stattfinden, in Interaktion mit sozialen Netzwerken. Beispiele sind Nachbarschaftshilfe und Vereinsarbeit, Arbeiten, die unmittelbar zu einem größeren Ganzen beitragen.

Selbstversorgerwirtschaft schließlich ist zwischen diesen beiden Feldern einzuordnen, im Hinblick auf den Output eher der Haushaltswirtschaft zuzurechnen, aber nicht Teil der reproduktiven Hausarbeit. Im Rahmen von Selbstversorgerwirtschaft werden Güter hergestellt und Möglichkeiten geschaffen, die zur Versorgung von Haushaltsmitgliedern beitragen. Sie trägt also bei zur gewünschten Lebensqualität. Dieses Feld der informellen Ökonomie entspricht somit dem oben entwickelten Verständnis von Eigenproduktion als Bestandteil von Konsumhandeln. Beispiele solcher Praktiken sind Marmelade kochen, Fahrrad reparieren, Pilze sammeln und trocknen, einen offenen Internetzugang einrichten. Eigenproduktion kann also verstanden werden als Kennzeichnung eines Feldes für die empirische Untersuchung von nicht-marktbasiertere Konsumhandeln.

⁵⁰ Cogoy 1999, S. 386.

⁵¹ Cogoy 1995, S. 170.

⁵² Warde 2005, S. 132.

⁵³ Vgl. Teichert 2000.

⁵⁴ Teichert 2000, S. 24f.

Wissenschaftlich wird Eigenproduktion häufig im Kontext von Arbeit betrachtet. Je nach theoretischem Bezug und Fragestellung werden solche Formen unbezahlter Arbeit gesehen als Raum für selbstbestimmte Betätigung und sozialen Austausch, als ungenutzte Arbeitskraftreserve, als Strategie zur Ausgabenreduzierung oder als Alternative zur Bereitstellung sozialer Dienste durch kommunale Stellen.⁵⁵ Unter Bezugnahme auf den Begriff der Arbeit ist es vonnöten, Formen unbezahlter Arbeit von Freizeit abzugrenzen. Folglich sind sie charakterisiert als Aktivitäten, die auch von jemand anderem ausgeübt werden könnten.⁵⁶ Damit einher geht ein Fokus auf Ergebnisse, bei Vernachlässigung von Prozessen und deren personenbezogenen Wirkungen. Genau die sind jedoch im Rahmen dieser Untersuchung von Wirkungen des Selbermachens auf Konsumhandeln relevant.

Im Kontext von Konsum sind Formen des Selbermachens in Beziehung zur Nachfrage nach für diesen Bereich angebotenen Produkten und Werkzeugen untersucht worden, wie Heimwerkerbedarf und Handarbeitsbedarf.⁵⁷ Auch Einflüsse durch die umfassende technische Weiterentwicklung von für den privaten Haushalt verfügbaren Materialien und Werkzeugen auf die Praxis sind untersucht worden.⁵⁸ Mit dem erstgenannten Zugang kann jedoch nicht erfasst werden, was eigentlich mit den gekauften Dingen gemacht wird. Der zweite Zugang wiederum vernachlässigt solche Praktiken, die nicht auf die Nutzung von käuflichen Materialien und Werkzeugen angewiesen sind.

Zum Verhältnis von Selbermachen / Eigenproduktion und marktbasierem Konsum

Insgesamt zeigt sich, dass trotz der Verbreitung und Relevanz als soziales Phänomen noch nicht umfassend erforscht ist, warum Eigenproduktion stattfindet und welche Effekte sie freisetzt, sowohl individueller als auch struktureller Art. Insbesondere fehlen wissenschaftliche Arbeiten, die das Selbermachen als Form informellen Konsums untersuchen. Bezug nehmend auf diesen Überblick über wissenschaftliche Zugänge zum Phänomen Eigenproduktion / Selbermachen wird es im Kontext dieser Untersuchung folgendermaßen charakterisiert: Erstens wird der spezifische ökonomische Charakter als nicht-marktbasierte oder informelle produktive Praxis berücksichtigt. Zweitens werden interpersonelle Effekte durch das Selbermachen, insbesondere die Aneignung von Wissen und Können, als bedeutend eingestuft. Drittens werden die Natur des Selbermachens als Aktivität und die damit verbundenen sozialen Interaktionen und emotionalen Erlebnisse als kennzeichnend betrachtet.

Die praktische Bedeutung des Selbermachens für den Konsum hat sich seit dem letzten Jahrhundert stark verändert. Der Konsum privater Haushalte ist in wachsendem Maße durch individuelle Kaufkraft bestimmt, und zwar sowohl im Hinblick auf das Niveau als auch bezüglich der Art und Weise. Das Konsumniveau steht heute in der Regel im unmittelbaren Zusammenhang mit dem verfügbaren Budget.⁵⁹ Um das gewünschte Konsumniveau zu erreichen, stellen Menschen ihre Arbeitskraft im Rahmen von Erwerbsarbeit zur Verfügung. Durchschnittliche Einkommen sind in den letzten Jahrzehnten gestiegen und damit in der Regel auch Konsumbudgets.⁶⁰ Der Anteil der Eigenproduktion am Konsum, also die Art und Weise, hat sich seit der Industrialisierung zugunsten von marktbasierem Konsum stark verschoben. Steigende Verkaufszahlen belegen einen Anstieg marktbasierem Konsums.⁶¹ Individuelle Konsumniveaus sind demnach heute im Wesentlichen durch Konsumbudgets begrenzt. Steigende Einkommen gehen folglich mit einem Anwachsen von Konsumniveaus einher.

⁵⁵ Vgl. Williams 2004b.

⁵⁶ Teichert 2000, S. 24.

⁵⁷ Campbell 2005.

⁵⁸ Shove et.al. 2007.

⁵⁹ Vgl. Schubert 2000, S. 85.

⁶⁰ Vgl. Wuppertal Institut 2008, S. 168.

⁶¹ Cooper 2005, S. 54.

Konsum via Eigenproduktion ist demgegenüber von Zeit, Können und Wissen abhängig, also nicht in der Weise wie marktbasierter Konsum individuell ausdehnbar. Ausgehend von diesen Zusammenhängen wird hier die These vertreten, dass eine Beschäftigung mit Formen von Eigenproduktion weitergehende Auswirkungen auf Konsum hat. Folgend wird theoretisch ausgeführt und begründet, wie die mit dem Selbermachen verbundenen Erfahrungen und dadurch gewonnenes Wissen und Können individuelle Konsumpraxis im Sinne nachhaltiger Prinzipien idealtypisch beeinflussen.

Als maßgeblich dafür wird der mit dem Selbermachen verbundene Umgang mit Materialien und Verarbeitungsprozessen angesehen. Diese Beschäftigung beeinflusst die individuelle Beziehung zur Welt der Objekte und somit auch der Produkte.⁶² Sie erscheinen durch die eigene Erfahrung des Machens in ihrer Gemachtheit. Auf diesem Wege entsteht Aufmerksamkeit für materielle Zusammensetzung und Herstellungsweise als Eigenschaften von Produkten. Das Selbermachen vermittelt auch Einblicke in mit der Herstellung verbundene Arbeitsprozesse, also in Zeitaufwendungen, Wissen und Können. Dadurch geraten zunächst unsichtbare soziale und ökologische Wirkungen eines Produkts in den Blick und ins Bewusstsein. Kurz gesagt wird davon ausgegangen, dass SelbermacherInnen aufgrund der genannten Erfahrungen eher geneigt sind, in Lebenszyklen zu denken, auch bezogen auf Produkte der Marktwirtschaft.⁶³

Diese Wahrnehmung wiederum, so kann geschlossen werden, befördert die Ausbildung von zusätzlichen Kriterien für Konsumententscheidungen. Üblicherweise gilt in der Konsumforschung der Preis als ausschlaggebender Entscheidungsfaktor beim Kauf,⁶⁴ oft sogar als einzig denkbare.⁶⁵ Erst auf der Basis zusätzlichen Wissens und erweiterter Wertschätzung können andere Kriterien in Erwägung gezogen werden, wie Haltbarkeit, soziale Standards in der Produktion, Energieeffizienz, ökologischer Fußabdruck, um in einem nächsten Schritt auch entscheidungsrelevant zu werden. Eine derartige Ausdifferenzierung der Kriterien für Konsumententscheidungen trägt dazu bei, individuellen Konsum in Richtung nachhaltiger Prinzipien zu beeinflussen. Sie beeinflusst, was konsumiert wird.

Eine zweite angenommene Wirkung des Selbermachens betrifft das Konsumniveau, wie viel wird konsumiert. Ein solcher Effekt wird in den intrinsischen Befriedigungen durch die Erfahrung der eigenen Produktivität vermutet. Das Selbermachen bringt PraktikerInnen in einen Austausch über Wissen, Erfahrungen, Materialien, Techniken und bietet so vielfältige Möglichkeiten für soziale Interaktionen, die der marktbasierter Konsum nicht ermöglicht.⁶⁶ Es liegen bereits Hinweise vor, dass herrschende Konsumformen nicht nur aufgrund ihrer physikalischen Umweltwirkungen schädlich sind, sondern auch, weil sie nicht-materielle menschliche Bedürfnisse nicht abdecken können.⁶⁷ Die Trennung von Konsum und Produktion bedingt eine nachgeordnete Beziehung, ‚a secondary relation‘ zu Gütern, verursacht durch den fehlenden Bezug zu ihrer Erschaffung. In der Folge, so Miller, erscheint Konsum als letztverbleibende Schnittstelle zur materiellen Welt.⁶⁸ Die Ausübung von Formen der Eigenproduktion bietet demgegenüber ein selbstbestimmtes Betätigungsfeld jenseits von Konsum. Manuelles Herstellen und handwerkliche Betätigung gelten als Selbstbestätigung vermittelnd

⁶² Vgl. Miklautz 2005, S. 43; Sennett 2008, S. 125.

⁶³ Vgl. Cooper 2005, S. 55.

⁶⁴ Cooper 2005, S. 58.

⁶⁵ Jackson 2005, S. 21.

⁶⁶ Vgl. Schubert 2000, S. 85; Fuchs / Lorek 2005, S. 278f.

⁶⁷ Jackson 2005, S. 25.

⁶⁸ Miller 1995, S. 16.

und als ermächtigend.⁶⁹ Die damit verbundene Aufmerksamkeit für das, was uns unmittelbar umgibt, wird ebenfalls als günstig für das Wohlbefinden angesehen.⁷⁰ Insgesamt liegt eine Vielfalt an Hinweisen vor, die dem Selbermachen positive psychologische Wirkungen zusprechen. Bezogen auf das Handlungsfeld Konsum wird hier geschlossen, dass die vielfältigen intrinsischen Befriedigungen durch das Selbermachen die vorherrschende Fixierung auf materielle Befriedigung aufweichen, Konsumakte obsolet werden und das Konsumniveau sinkt.

Nicht behauptet wird hier, dass die häusliche Produktion per se ökologischer oder nachhaltiger ist als die industrielle Güterproduktion. Vielmehr liegt dieser Untersuchung die Annahme zugrunde, dass die Praxis des Selbermachens wie oben dargestellt Auswirkungen auf der Ebene individueller Präferenzen und Werte hat. Auf dieser Basis kann eine Verbreitung von an nachhaltigen Prinzipien orientierten Konsumstrategien angenommen werden, die sowohl die Art und Weise des Konsums als auch das Niveau beeinflussen. Vor diesen theoretischen Überlegungen zur Relevanz des Selbermachens für die Entfaltung nachhaltiger Konsumstrategien wird im anschließenden Kapitel 4 das theoretisch-konzeptionelle Design der Untersuchung entfaltet.

4. Konzeption und Methodik der Untersuchung

In den folgenden Abschnitten werden konzeptioneller Zugang, theoretische Bezüge und methodisches Vorgehen der Untersuchung dargestellt. Zentrales Anliegen der empirischen Erhebungen ist eine Bestimmung von individuellen Einstellungen, Erfahrungen und Kompetenzen sowie von strukturellen Rahmenbedingungen, die dazu beitragen können, Konsum als gesellschaftliches Handlungsfeld an nachhaltigen Prinzipien auszurichten. Konzeptionell-inhaltlicher Ausgangspunkt ist die Annahme, dass Erfahrungen des Selbermachens und der Eigenproduktion relevant sind für die Ausbildung und Verbreitung von nachhaltigen Konsumpraktiken und somit für die Beförderung von nachhaltigem Konsum. Leitfragen der Untersuchung lauten somit: Verbinden sich mit Eigenproduktion und Selbermachen Lernprozesse, Erfahrungen und Einstellungen, die eine Ausrichtung von Konsum an nachhaltigen Prinzipien befördern? Welche Rahmenbedingungen unterstützen oder behindern diesen Prozess? Befördert praktizierte Eigenproduktion Voraussetzungen, die zur Entstehung und Verbreitung von nachhaltigeren Versorgungssystemen beitragen?

Theoretischer Hintergrund der Kernthese ist ein Verständnis von Konsum aus der Perspektive von Praxistheorie. Konsum wird hier nicht als Funktion von Marktmechanismen betrachtet, sondern im Kontext von sozialen Bedeutungen und individuellen Ressourcen. Entsprechend werden Konsumpraktiken in ihrer Relation zu Handlungsressourcen und zu kognitiven und emotionalen Erfahrungen untersucht. Zweitens wird dieses Feld verstanden als Bündel von Aktivitäten, die zur Gestaltung der gewünschten Lebensqualität beitragen. Formeller oder marktbasierter Konsum, also der Kauf von Waren und Dienstleistungen, machen nur einen Bereich aus. Ein zweiter Bereich ist der informelle Konsum, dazu zählt die Selbstversorgung mit gewünschten Gütern und Leistungen sowie Formen des Tauschen und Teilens.

Definition zentraler Begriffe

Nachhaltigkeit als normatives Konzept und Leitbild wird hier in Anlehnung an den Bericht der Brundtland-Kommission verstanden als gesellschaftlicher Zustand, in dem menschliche Bedürfnisse in einer Weise abgedeckt werden, dass zukünftige Generationen dadurch nicht in der Deckung ihrer

⁶⁹ Sennett 2008, S. 294; Manning / Mayer 2004, S. 8f.

⁷⁰ Cooper 2005, S. 53.

Bedürfnisse eingeschränkt werden.⁷¹ Der Begriff bezeichnet also zunächst einen qualitativen Systemzustand und kann als solcher nicht anhand von quantitativen Messgrößen beschrieben werden. Entsprechend wird nachhaltiger Konsum in dieser Untersuchung als qualitative Dimension verstanden. Der Begriff wird definiert als Ausbildung und Stärkung von Werten und Strukturen, die geeignet sind, Formen und Niveaus von Konsum zu etablieren, die an einem langfristigen Erhalt der Biosphäre ausgerichtet sind.

Demgegenüber ist nachhaltige Entwicklung ein Prozess, dessen Verlauf anhand von Vergleichsmessungen auch quantitativ beschrieben werden kann.⁷² Ebenso ist die Ausrichtung des Handlungsfeldes Konsum am Leitbild Nachhaltigkeit ein Prozess. In dieser Perspektive liegt jedoch die Gefahr, über einer Fokussierung auf Messungen von relativen Verbesserungen in einem positivistischen Zugang zu verharren. Im Zuge der Suche nach Vergleichsgrößen und Messverfahren gerät schnell die soziale Konstruiertheit der strukturellen Wirkfaktoren aus dem Blick, ihre Bedingtheit und relative Gültigkeit. Konkret sind das z.B. Fragen danach, welchen impliziten, nicht unmittelbar ersichtlichen Einfluss institutionelle Strukturen im Handlungsfeld Konsum haben, welche Pfadabhängigkeiten wirken, welche Interessenkonstellationen konkurrieren und mit welchen Ressourcen Akteurgruppen ausgestattet sind. Eine ähnliche perspektivische Verkürzung wohnt der Fokussierung auf ‚Konsumverhalten‘ inne. Dahinter liegt die Annahme, dass Individuen ihr Verhalten ändern müssen, damit das gesellschaftspolitische Ziel ‚nachhaltiger Konsum‘ erreicht werden kann. Diese Setzung lenkt von der Tatsache ab oder verschleiern sogar, dass in ganz wesentlichem Umfang strukturelle Faktoren eine gesellschaftliche Konsumpraxis determinieren und diese Strukturen oftmals nicht nachhaltige Konsumformen hervorrufen. Die Suche nach Möglichkeiten der Verhaltensbeeinflussung verharrt in dem vorgefundenen strukturellen Rahmen und kann folglich nicht den erforderlichen systemischen Wandel befördern.⁷³

Diesen Fallstricken versucht die vorliegende Untersuchung aus dem Weg zu gehen. Dazu setzt sie konzeptionell an zwei Punkten an: der Analyse von Akteurshandeln und der Erforschung von institutionellen Strukturen und ihrer Wirkung. Sie bewegt sich somit im methodologischen Rahmen der qualitativen Sozialforschung. Methodisch wird dieser Ansatz unter Bezug auf den ‚akteurzentrierten Institutionalismus‘ nach Mayntz / Scharpf umgesetzt.⁷⁴ Der akteurzentrierte Institutionalismus ist eine auf die Untersuchung von gesellschaftlichen Struktur dynamiken zugeschnittene Forschungsheuristik, die einen analytischen Rahmen für die fallbezogene Modellierung von Untersuchungsvariablen bietet.⁷⁵ Gesellschaftliche Struktur dynamiken werden als das Zusammenspiel zwischen institutionellen Bedingungen und dem strategischen Handeln sozialer Akteure gefasst. Als ein wesentlicher Einflussfaktor für das Handeln dieser Akteure werden institutionelle Strukturen angesehen, wobei Institutionen als Normen und Regeln des angemessenen Verhaltens definiert werden. Zentrales Instrument der Gewinnung von Daten für diese Studie sind qualitative Tiefeninterviews mit zwei Zielgruppen: PraktikerInnen und VertreterInnen von thematisch relevanten Organisationen. Die Interviews dienen zur Rekonstruktion latenter Bedeutungsgehalte über Einflussfaktoren nachhaltigen Konsums und zur Gewinnung von Informationen über Strukturen, die nachhaltige Konsumpraktiken begünstigen oder hemmen.

⁷¹ Vgl. Hauff 1987, S. 46.

⁷² Vgl. Bilharz 2008, S. 42ff.

⁷³ Ausführlich zu dem unterliegenden ‚ABC-Paradigm‘ vgl. Shove 2010.

⁷⁴ Vgl. Mayntz / Scharpf 1995.

⁷⁵ Vgl. Schimank 2004.

Ablauf der empirischen Untersuchung

Die Untersuchung erfolgte in vier ineinandergreifenden Phasen: Studium von Fachliteratur und Sekundärquellen, empirische Datenerhebung, Datenanalyse, Synthese. Im ersten Schritt wurde Literatur zum Thema gesichtet. Wie bereits ausgeführt liegen kaum Studien zu informellem Konsum vor, das Selbermachen als Konsumpraxis im oben definierten Sinne ist bisher meines Wissens nicht untersucht worden. Herangezogen wurden insbesondere wissenschaftliche Arbeiten zum weiteren Themenfeld ‚Nachhaltiger Konsum‘, Arbeiten aus dem Feld der Konsumsoziologie sowie zum Thema informelle Ökonomie und Ecological Economics. Außerdem wurden relevante Gutachten, Stellungnahmen und politische Erklärungen ausgewertet, die sich auf Österreich als Untersuchungsraum beziehen. Im Anschluss an diese Bestandsaufnahme und Auswertung wurde das Forschungsdesign spezifiziert sowie darauf bezogen die Instrumente für die empirische Untersuchung entwickelt. Die Untersuchungsdimensionen und ihre Variablen sowie die angenommenen Beziehungen zwischen diesen Faktoren sind in folgender Grafik veranschaulicht:

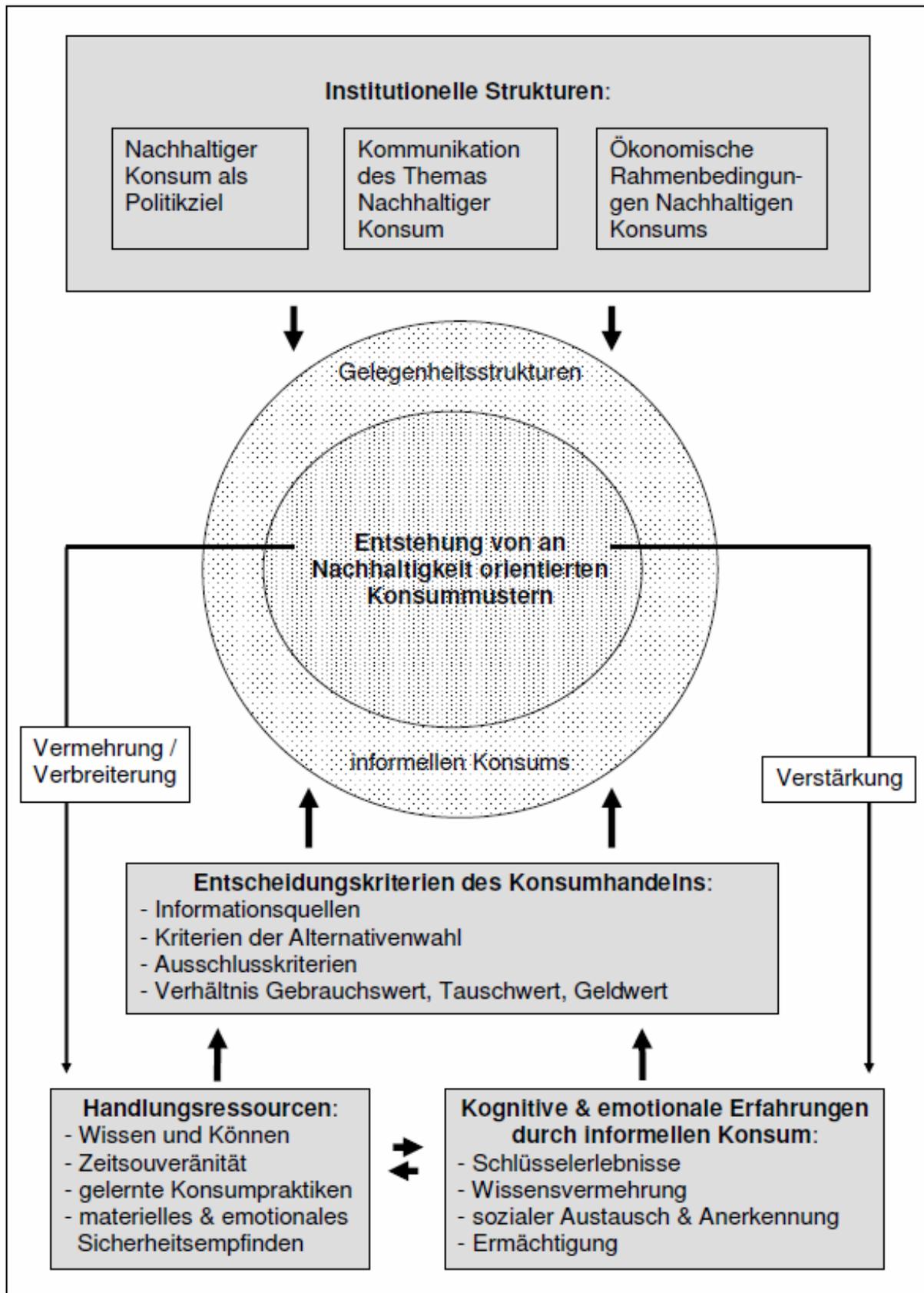


Abb. 1: Untersuchungsdesign: Wirkungen des Selbermachens zur Beförderung nachhaltiger Konsummuster

Parallel zu den Literaturstudien wurden erste Zugänge zum Feld gesucht. Um in Kontakt mit Praktikern zu kommen, wurden verschiedene Ansätze verfolgt. Ein thematischer Facebook-Account ist eingerichtet worden, um darüber gezielt Kontakte zu potenziellen InterviewpartnerInnen herzustellen. In Foren und Blogs von einschlägigen Internetplattformen wurden Nachrichten eingestellt, z.B. konnten über Dawanda zwei auf Österreich begrenzte Foren angesprochen werden. Genutzt wurden außerdem Mailinglisten von thematisch verwandten lokalen Interessengruppen, wie der Transition-Gruppe in Graz, der Grazer Regionalgruppe des Vereins SOL – Menschen für Solidarität, Ökologie und Lebensstil und des Grazer Freifunker-Netztes Funkfeuer. Außerdem habe ich persönlich auf einer Reihe von Treffen lokaler Initiativen vorgesprochen und den Kontakt zu Menschen gesucht, die Formen der Selbstversorgung nachgehen, u.a. beim Tauschkreis, beim Fair-Trade-Stammtisch, beim Weltmarkt der Grünen Akademie. Schließlich sind Aushänge verbreitet worden an Orten, wo Selbstermacher vermutet werden können, nämlich Vertriebsstellen für Verbrauchsmaterialien wie Baumarkt, Stoffladen, Bastelbedarf. PraktikerInnen dienen im Kontext dieser Untersuchung als TrägerInnen impliziter Wissensbestände über Beweggründe für die Anwendung und auch Erfindung nachhaltiger Konsumpraktiken. Auswahlkriterium ist somit die Selbsteinschätzung als SelbstermacherIn oder EigenproduzentIn.

Die Kontaktabbauung mit VertreterInnen von Organisationen als zweiter Zielgruppe der Datenerhebung erfolgte auf der Basis von Internetrecherchen und mithilfe der Reputationsmethode. Aufgrund ihrer Position als RollenträgerInnen waren Auffindung und Herstellung von Gesprächsbereitschaft bei dieser Zielgruppe insgesamt unaufwendiger. Die Gespräche mit Angehörigen dieser Gruppe sind im Kontext der Untersuchungskonzeption methodisch als Experteninterviews angelegt. Als Experte gilt gemeinhin jemand mit institutionalisierter Kompetenz zur Konstruktion von Wirklichkeit, welche im Allgemeinen im Kontext der Berufsrolle erlangt wird.⁷⁶ In dieser Studie wird der Begriff des Experten weiter gefasst und auf Träger von Rollen in Organisationen bezogen, unabhängig vom Grad der Formalisierung. Angesprochen wurden also Menschen, die durch ihre Tätigkeit, und zwar nicht per se Berufstätigkeit, ein Sonderwissen erlangt haben. Gleichzeitig ist dieses Wissen im Rahmen ihrer Rolle in einer Organisation institutionalisiert und an einen bestimmten Funktionskontext gebunden, ähnlich wie beim Experten im konventionellen Sinne.⁷⁷ Relevant für die Auswahl war die Involviertheit der Organisation bzw. einer Abteilung in Diskurse und Praktiken nachhaltigen Konsums. Ein weiteres Auswahlkriterium war die Berücksichtigung von unterschiedlichen gesellschaftlichen Sphären und somit Sphären der Wissensproduktion. Interviewt wurden VertreterInnen aus Verwaltungen, NGO's, sozialen Unternehmen, Interessenvertretungen und Politik.

Die Erhebungen erfolgten in Form leitfadengestützter Interviews. Entsprechend der unterschiedlichen theoretischen Bedeutung der beiden Zielgruppen wurden für die Datengewinnung jeweils eigene Leitfäden entwickelt. Einer wurde für Gespräche mit PraktikerInnen im Feld des Selbermachens konzipiert, in Ableitung aus oben dargestellten Variablen und Indikatoren. Dieser Leitfaden fokussiert Erfahrungen der InterviewpartnerInnen, die zum Selbermachen geführt haben und aus diesem hervorgehen, sowie Präferenzen, die sich daraus entwickeln. Zweitens fragt er nach dem Handlungskontext, den Ressourcen im weiteren Sinne. Neben materiellen Ressourcen und Sicherheiten werden dazu auch Fähigkeiten und Wissen gezählt. Drittens wird nach Kriterien für Konsumententscheidungen gefragt, also nach Normalitätskonzepten, nach ökonomischen Konzepten und nach Produktwissen.

⁷⁶ Meuser / Nagel 2009, S. 38.

⁷⁷ Meuser / Nagel 2009, S. 44.

Der zweite Leitfaden diente für Interviews mit RepräsentantInnen von Organisationen, die auf den Diskurs um nachhaltigen Konsum Einfluss nehmen, Rahmenbedingungen mitgestalten und Praktiken entwickeln. Im Vordergrund dieser Interviews stand die Erhebung der spezifischen Wissensbestände über begünstigende und hemmende Rahmenbedingungen nachhaltigen Konsums, wie sie aus der praktischen Tätigkeit der Expertin gewonnen worden sind. Damit handelt es sich hierbei primär um Deutungswissen.⁷⁸ Das ist Wissen, das sich auf hinter dem Sachwissen liegende Zusammenhänge bezieht und dazu beiträgt, Bedingtheiten in dem betreffenden Untersuchungsfeld verständlich zu machen. In Anlehnung an oben dargestelltes Untersuchungsdesign werden drei Oberthemen abgedeckt, nämlich Auffassungen von nachhaltigem Konsum als Politikziel, Ausrichtung und Verbreitung von Diskursen um nachhaltigen Konsum und schließlich ökonomische Rahmenbedingungen eines an nachhaltigen Prinzipien orientierten Konsums.

Nach der Durchführung von Pre-Tests und einer Optimierung der Instrumente wurden insgesamt 24 Interviews geführt, dreizehn mit PraktikerInnen und elf mit RepräsentantInnen. Alle Gespräche wurden aufgezeichnet. Für die Auswertung wurde auf die Methode der qualitativen Inhaltsanalyse Bezug genommen.⁷⁹ Zunächst wurden die teiltranskribierten Aussagen mithilfe eines Codierungsverfahrens strukturiert. In einem vertiefenden Analyseschritt wurden diese Codes zu Themen zusammengefasst. Diese Kategorien sind im Weiteren in Beziehung zu den theoretischen Überlegungen der Arbeit gesetzt worden. Eine Darstellung der so aufbereiteten empirischen Ergebnisse erfolgt im anschließenden Kapitel 5.

5. Empirische Befunde

In den vorangegangenen Kapiteln sind das Erkenntnisinteresse der Studie und der theoretisch-methodische Zugang zur Beantwortung der aufgeworfenen Fragen dargestellt worden. In den folgenden Abschnitten werden nun empirische Befunde aus den zwei qualitativen Erhebungsreihen aufbereitet. Entsprechend der Reihenfolge der Erhebung werden zuerst Ergebnisse aus den Leitfadeninterviews mit PraktikerInnen präsentiert, in denen interpersonelle Aspekte nachhaltigen Konsums im Vordergrund standen. Im Anschluss gehe ich auf Resultate aus den Interviews mit ExpertInnen ein, die sich stärker auf strukturelle Faktoren bezogen haben. Die Zitate sind mittels Verschlüsselung anonymisiert worden. Im folgenden Kapitel 6 werden die empirischen Datenbestände zusammenfassend auf die zentrale Fragestellung hin ausgewertet.

5.1 Interviews mit PraktikerInnen

Wie in Kapitel 4 dargestellt wurden über verschiedene Kommunikationswege Menschen daraufhin angesprochen, ob sie sich als SelbermacherInnen verstehen und über ihre Praxis Auskunft zu geben bereit wären. Die insgesamt dreizehn Gespräche wurden mittels eines Interviewleitfadens strukturiert, dessen Themenblöcke in Anlehnung an das Forschungsdesign gesetzt wurden. Die Gespräche dauerten meist circa 45 Minuten. Im ersten Auswertungsschritt ließen sich aus den Aussagen zwölf relevante Codes extrahieren. Diese sind in einem nächsten Analyseschritt in vier Themengruppen zusammengefasst worden. Folgend wird der Informationsgehalt der Themengruppen und der enthaltenen Codes beschrieben, beispielhaft belegt und im Hinblick auf das Erkenntnisinteresse eingeordnet.

⁷⁸ Vgl. Bogner / Menz 2009, S. 71f.

⁷⁹ Vgl. Mayring 1983.

Wohlstandskonzepte / Bilder vom guten Leben

Dieses Cluster enthält Aussagen der InterviewpartnerInnen, die Einblicke geben in das hinter dem Selbermachen als Teil der Konsumpraxis liegende Konzept von Wohlstand und das damit angesprochene Bild vom guten Leben. Dabei werden drei Ebenen der Beschreibung unterschieden: Die GesprächspartnerInnen haben zum einen ihre Bedürfnisstruktur angesprochen bzw. Bedeutungen und Wirkungen des Selbermachens in Relation zu ihren Bedürfnissen beschrieben. Zweitens wurde mehrfach ausgeführt, welchen Einfluss das Selbermachen auf die zeitliche Disposition hat, mit welchen Strategien Zeit für die Eigenproduktion eingeräumt wird und wie sich das auswirkt. Ein dritter Komplex sind Ausführungen zum Mehrwert des Selbermachens, der aus der Praxis gezogen wird, und der besonderen Lebensqualität, die sich daraus entwickelt.

Ein sich häufig wiederholendes Bild in der Beschreibung von Bedürfnissen ist das der Reduzierung. Das verdeutlichen Aussagen wie „Das, was da ist, genügt.“ (AIP) oder „Ich bin unglücklich, wenn zu viel da ist, das tut mir innerlich nicht gut.“ (JFP). Zufriedenheit in Bezug auf materielle Güter wird erklärt als Umgang mit ausgewählten Dingen. Evoziert wird ein Bild von leerem Raum zwischen den wenigen Dingen. Zu diesen besteht eine starke Bindung, es entstehen also selten Kaufanlässe, was sich in Aussagen ausdrückt wie „Ich hab meine Klamotten relativ lange.“ (CGP) und „Ich gehe einfach nicht mehr shoppen.“ (ANP). Die damit verbundene Komplexitätsreduktion und die erzielbare Zeitsouveränität erscheinen als dahinterliegende Motive, als Gewinn an Lebensqualität. Andere Aussagen beschreiben eine Qualität von Reduktion, die durch bestimmte Regeln erreicht wird, wie in den Aussagen „Ich habe gelernt, keine Bananen zu wollen.“ (RDP) oder „nicht alles zu jeder x-beliebigen Zeit“ (CAP). Als Leitidee für dieses Verhalten ziehen die GesprächspartnerInnen insbesondere eines der noch näher zu erläuternden nachhaltigen Konsumprinzipien heran, die Ausrichtung auf regionale Konsumoptionen. Die beschriebenen Präferenzen zeugen von einem ausgeprägten Bewusstsein für globale Produktionszusammenhänge und Energieströme und deren Berücksichtigung im Alltagshandeln. Auch hier wird der Verzicht als Steigerung von Lebensqualität erlebt, weil Genuss durch Einschränkung gesteigert wird oder weil man die eigene Entscheidung als richtig und konsequent empfindet.

In den auf zeitliche Aspekte bezogenen Statements drückt sich mehrfach eine Grundüberzeugung aus, dass das Selbermachen nicht nur Zeit in Anspruch nimmt, sondern auch Zeit freisetzt: „Ich verschwende keine Zeit mit Einkaufen.“ (RDP) und „Ich spare Zeit, weil ich nicht einkaufen muss.“ (AYP). Es entsteht sogar der Eindruck, dass aus Sicht der PraktikerInnen sich unterm Strich die Zeitsouveränität erhöht, denn das Selbermachen wird als souverän gestaltete Zeit erlebt, was weiter unten näher belegt wird. Explizit sind die Einschätzungen, dass es jedem freisteht, sich Zeit für Eigenproduktion zu nehmen, was sich an Zitaten verdeutlicht wie „Es ist eine Einstellungssache, ob man Zeit hat, wofür verwende ich meine Lebenszeit.“ (JFP) oder „Ich hab’ die Zeit und nehm’ sie mir auch, das hat was mit Prioritäten zu tun.“ (CGP). Allerdings müssen diese Einschätzungen auch im Kontext der strukturellen Zeitsouveränität der GesprächspartnerInnen gesehen werden. Zeitwohlstand, so lässt sich diesen Statements zusammenfassend entnehmen, wird hoch geschätzt.

Der dritte Komplex bezieht sich auf Beschreibungen von Vorgang und Ergebnissen des Selbermachens als Qualität und Bereicherung. Mehrfach wird hervorgehoben, dass es zu freudvollen Interaktionen mit Menschen führt, dass es „mit Leuten passiert“ (AIP) und dass man es „zusammen macht“ (AYP) bzw. auch dadurch Leute kennenlernt (CNP, JFP). Betont werden außerdem häufig Gewinne aus dem Machen an sich. Im Selbermachen könnten eigene Vorstellungen verwirklicht werden, die damit verbundenen manuellen Tätigkeiten bieten einen Ausgleich zu anderen

Belastungen, man lernt etwas dabei, die Entstehung des Ergebnisses wird als Erfolg erlebt. Dieser schöpferische, produktive Aspekt wird von einem Interviewpartner beschrieben als etwas, was aus den Händen geschieht: „Und das ist ja in uns Menschen natürlich ganz stark drinnen, dass wir irgendwas Handgreifliches schaffen möchten.“ (JFP). Jemand anderes beschreibt es als befriedigend, wenn man etwas selber machen kann, anstatt es kaufen zu müssen, erlebt es als „schöne Beschäftigung“ und genießt die Ergebnisse (CAP). Auch die Selbstbestimmtheit über den Prozess und der eigene Ausdruck, der dem Ergebnis innewohnt, werden angeführt (CKP). In einigen Aussagen drückt sich ein weiterer Mehrwert aus, eine besondere Produktqualität der Ergebnisse. Sie liegt in der genauen Abstimmung auf eigene Wünsche und Bedürfnisse, wodurch ein Produkt entsteht „das eine Qualität hat, von der ich weiß, wie sie zustande kommt“ (CAP). Die spezifische Qualität wird aber auch auf einer immateriellen Ebene verortet, z.B. als „andere Energie“ (CGP), die auf den manuellen Herstellungsprozess zurückgeführt wird.

Potenziale für die Gestaltung einer nachhaltigeren Versorgungsstruktur

In diesem Themencluster sind Aussagen zusammengeführt, die Wirkungen des Selbermachens auf die Wahrnehmung von Konsumformen und die Gestaltung von Konsumpraxis beschreiben. Dargestellt werden Erfahrungen der Ermächtigung im weiteren Sinne sowie damit verbunden ein Zuwachs an Gestaltungspotenzial und Handlungskompetenz. Ein dazugehöriger zweiter Komplex beschreibt im Zusammenhang mit den Erfahrungen der Eigenproduktion sich formende ökonomische Konzepte und Werte. Drittens werden aus den genannten Kompetenzen und Werten abgeleitete Entscheidungskriterien für Konsumhandeln dargestellt.

Im Kontext Lernen durch Selbermachen weisen die InterviewpartnerInnen wiederholt auf die Beobachtung hin, dass viele Menschen die Übernahme von Produktionsfunktionen scheuen. Gleichzeitig betonen die befragten PraktikerInnen, dass dies nicht an objektiven Schwierigkeiten liege. Deutlich machen die Formulierungen wie dass es „keine Hexerei“ sei, aber die meisten Menschen sich nicht trauen (RRP), oder dass man den Leuten zuerst sagen müsse, „das ist nicht so kompliziert, das ist nicht so schwierig.“ (CNP). Beschrieben wird eine psychologische Barriere, die Menschen davon abhält, bestehende Produkte zu bearbeiten oder gar selber etwas herzustellen. Ausgeführt wird weiterhin, dass diese Barriere durch die Heranführung an Formen der Eigenproduktion überwunden werden kann. Dann können sich Wirkungen entfalten, die wiederum das Konsumhandeln beeinflussen, wie die Stärkung des Selbstvertrauens und ein Gefühl der Unabhängigkeit. Es entstehen Gestaltungs- und Innovationspotenziale, z.B. für die Hinterfragung von vorgegebenen Konsumoptionen. Diese wahrgenommenen Wirkungen werden z.B. beschrieben als „größere Unabhängigkeit vom Kaufen“ (QOP) oder mit „Ich kann mich gut durchschlagen.“ (MNP).

Ein weitergehender Einfluss auf die persönliche Entwicklung wird in Prozessen der Selbsterkenntnis durch die selbstständige Befriedigung von Bedürfnissen gesehen. Eine Interviewpartnerin sieht das Selbermachen, speziell in der Arbeit mit Kindern, als „ein Werkzeug, wie sie zu dem kommen, was sie wollen. (...) Eigentlich wird man damit, mit so einem Selbstwert, mündig, um zu sagen, ja oder nein.“ (CKP). Hier wird beschrieben, dass die Fähigkeit zur Befriedigung eigener Bedürfnisse auf die Bedürfnisstruktur zurückwirkt. Wieder werden erweiternde Wirkungen auf den individuellen Handlungsrahmen dargestellt. Angeführt wird in Interviews auch, dass durch das Selbermachen gewonnenes praktisches Wissen und Fertigkeiten vielfältige Anknüpfungspunkte bieten: „Wenn man so spezielle Eigenschaften oder spezielle Fähigkeiten hat, ist man meistens total überlastet.“ (CNP). Man werde oft um Hilfe angefragt (JFP). In diesen Äußerungen klingt an, dass in diesen Fertigkeiten

auch Ressourcen für den Tausch liegen und somit auch für die Bildung von sozialem und von ökonomischem Kapital.

Konkrete Bezüge zwischen Selbermachen und Ökonomie werden mehrfach und aus verschiedenen Perspektiven beschrieben. Entstehende Produkte werden als Tauschware benutzt, teils im Rahmen des sozialen Gabentausches, also z.B. anstelle eines gekauften Geschenks, teils im Rahmen geldloser Ökonomie. Einige InterviewpartnerInnen beschreiben über den Tausch von Selbstgemachtem hinaus weitere Formen nicht marktbasierter Versorgung, wie Gemeinschaftsnutzung, Mitgliedschaft im Tauschkreis, Nutzung von Open Source, Durchführung von Tauschbörsen. Die eigene Ökonomie wird jedoch nicht im Hinblick auf eine Minimierung von Ausgaben bei möglichst hohen Einnahmen beschrieben. Vielmehr wird deutlich, dass aufgrund der insgesamt geringen Konsumausgaben finanzielle Spielräume bestehen, die dafür genutzt werden, regionale Produkte aus transparenten Wertschöpfungsketten zu beziehen. Das belegen Aussagen wie: „Ich weiß genau, dass wir einen günstigen Lebensstil haben, und da ist es dann wurscht, ob das jetzt 20 Euro mehr kostet, wenn ich mir einmal in drei Jahren einen Pullover kaufe.“ (AIP) und „Wenn mir das das wert ist, ja, dann glaub ich schon, dass man sich faire Nahrung jetzt zum Beispiel leisten kann. (...) Man muss irgendwo zurückstecken, das ist ganz klar, es ist einfach eine Frage der Verteilung.“ (CKP). Ähnlich wie bei den Einschätzungen zum Zeitaufwand wird die Möglichkeit fairen Konsums als Frage der Einstellung und der Schaffung von geeigneten Rahmenbedingungen eingeordnet.

Diese Bereitschaft, höhere Preise zu zahlen bzw. den Preis nicht zum dominanten Entscheidungskriterium für den Kauf zu machen, steht im Zusammenhang mit Erfahrungen durch das Selbermachen. Eine Praktikerin beschreibt ein steigendes Bewusstsein für den Wert eines Guts, ausgedrückt als der darin enthaltene Aufwand: „Es hat schon eine andere Wertigkeit, als wenn ich jetzt zum Beispiel was kaufe, weil ich ja weiß, was da für Arbeit drinsteckt.“ (CKP). Eine andere schildert in Bezug auf Menschen, die Sachen selber machen, „die Wertschätzung ist da einfach eine besondere“ (ANP). In einigen Gesprächen wird beschrieben, dass das Selbermachen dem Verkauf der eigenen Arbeitskraft vorgezogen wird, entgangene Einnahmen werden bewusst gegen eine größere Handlungsautonomie getauscht: „So gesehen ist es auch eine Art von Unabhängigkeit, weil das (Geld) müsst ich mir natürlich auch wieder verdienen.“ (AAP). Eine Gesprächspartnerin bezeichnet das Selbermachen sogar als Weg aus dem System heraus, da es die eigenen Produktionsmöglichkeiten erschließe und damit ein Stück Unabhängigkeit biete (CAP).

Aspekte einer nachhaltigen Konsumstrategie

Dieses Cluster enthält vier Unterthemen. Zusammengeführt wurden hier Aussagen zur Bedeutung der Herkunft eines Produkts für den Konsum. Dokumentiert wird folgend auch, wie die PraktikerInnen ihren Umgang mit Ressourcen wahrnehmen. Die letzten beiden Codes greifen Konsumbegriffe der Befragten auf und beschreiben, welche praktischen Konsequenzen aus den dargestellten Einschätzungen und Überzeugungen für die Konsumpraxis gezogen werden.

Nahezu alle InterviewpartnerInnen haben ausgedrückt, dass Regionalität, insbesondere bei Lebensmitteln, das zentrale Entscheidungskriterium bei der Auswahl ist, mehrfach explizit vor dem biologischen Anbau. Erklärt wurde diese Präferenz mit den hohen Energieaufwendungen für Transporte. Regional in Bezug auf Konsum wurde definiert als räumliche Nähe zum Erzeuger und manchmal auch als kurze Wertschöpfungskette. Aus diesen Einordnungen und Begründungen sprechen Aufmerksamkeit und Interesse der GesprächspartnerInnen für Produktionsbedingungen und Mechanismen der Distribution. In diesem Zusammenhang wurde die Direktvermarktung als

bevorzugte Vertriebsform genannt, als Strategie oder Gegenbewegung „gegen den Trend, alles von überall zu holen“ (CAP). Ebenfalls auf eine ökologische Motivation schließen lässt das ausgeprägte Bewusstsein für die Ressourcen, die in Konsum einfließen. Mehrfach werden verschiedene Strategien der Nachnutzung als Teil des Alltagsverhaltens beschrieben, z.B. „Ich greife auch auf Müll zu.“ (CGP) oder „Ich versuche den Überfluss weiterzuverwenden.“ (CKP). Dem, was andere aussortieren, wird mit sachlichem Interesse begegnet, seine Möglichkeiten als Material gesucht. Teils sind Nachnutzungsstrategien direkt mit den Praktiken der Eigenproduktion verbunden, wie sich in folgender Aussage verdeutlicht: „Ich schau, wovon gibt’s ’nen Haufen, was kann ich damit machen.“ (ANP). Ein anderer Praktiker beschreibt, dass er aus Entsorgungen Ersatzteile für Reparaturen (RRP) gewinnt.

Einkäufe von Lebensmitteln und Gebrauchsgütern, also marktbasierter Konsum, werden ebenso wie das Selbermachen als sozial eingebettet erlebt. Wert gelegt wird auf persönlichen Kontakt zur Produzentin oder zumindest zum Fachhändler: „Wenn ich’s vom Bauernmarkt kauf’, kann ich einfach direkt mit den Produzenten reden.“ (CAP). Ein anderer Gesprächspartner drückt seine Präferenzen beim Kauf so aus: „Ich kaufe auch sehr gern in kleinen Geschäften dann ein, also nichts, was Großmarkt und so ist. (...) Schon auch vielleicht das Schätzen der Qualität dahinter, des Handwerks dahinter, und das kriegt man im Kleinen eben viel besser.“ (RRP). In Bezug auf die Entscheidung für bestimmte Herstellungs- und Vertriebsstrukturen – und damit gegen andere, als unfair eingeschätzte – zeigt sich, dass der individuelle monetäre Vorteil nicht maßgeblich für die Entscheidungsfindung ist. Wie bereits oben bezüglich der Beschreibungen von ökonomischen Orientierungen dargestellt, begründen die Interviewten ihre Wahl nicht primär ökonomisch. Wenn sie es tun, machen sie eine Rechnung, die nicht nur eigene und nicht nur monetäre Kosten berücksichtigt. Das wird an folgenden Zitaten sichtbar: „Ich kauf’ ausschließlich in der Innenstadt (...) Ich fahr’ nicht in Einkaufszentren, um etwas um fünf Euro billiger zu kriegen.“ (AIP) und „Also Fair Trade ist ganz klar, (...) also bei allem, was man längerfristig nutzt, Kaffee, Tee, Gewürze und solche Sachen, da ist der Mehraufwand pro Monat so vernachlässigbar.“ (RRP).

Einige der befragten PraktikerInnen beschreiben ein abstrahiertes Verständnis von Konsum, wonach der Begriff aus der Entgegensetzung zu Produktion definiert und eher negativ als Übermaß oder Abhängigkeit konnotiert wird. Mehrfach wird Konsum als in reziproken Tauschsystemen verankert dargestellt, er erfordere „Gegenleistungen“ (AAP). Entsprechend sehen die Befragten sich nicht als ‚bloße‘ oder passive KonsumentInnen, sondern auch aktiv die Eigenversorgung mitgestaltend. Das Selbermachen erscheint als Erweiterung von Konsumstrategien, als zusätzliche Handlungsoption: „Wenn man reiner Konsument ist, ist man viel abhängiger, als wenn man auch selbst Produzent ist.“ (AAP). Gleichzeitig wird Konsum auch als Möglichkeit zur Einflussnahme auf Produktion verstanden, und zwar in Form von „bewusstem Konsum“. (CAP). Angesprochen wird, dass es die Bereitschaft braucht, nachhaltige Produkte nachzufragen, trotz eventuell höherer Kosten oder größeren Zeitaufwandes. Betont wird außerdem, dass die Preise für nicht-nachhaltige Produkte zu niedrig seien und dies natürlich den Absatz begünstige. Nachhaltiger Konsum erfordere andere Rahmenbedingungen: „Zum einen müssten sich die Energiepreise einfach mal drastisch ändern, dass einfach alles mal wieder ein Preisniveau erreicht, wo die Leute wirklich wieder überlegen müssen (...)“ (RDP). Eine andere Gesprächspartnerin befürwortet, Transporte so zu besteuern, dass für Importwaren reale Kosten entstehen (CAP). Konsum wird auch als Macht thematisiert, als Möglichkeit der Einflussnahme auf Produktion, sowohl durch Konsumententscheidungen als auch durch Nichtkonsum. Ein Gesprächspartner betont ausdrücklich, dass „der Konsument bestimmt“, er schiebe nur die Verantwortung auf die Produktion (JFP), ein anderer hebt hervor, dass Konsum an einem

„sinnvollen und verantwortlichen Maß“ ausgerichtet werden solle (RRP). Insgesamt beschreiben die PraktikerInnen ein Spektrum an Möglichkeiten zur Mit-Gestaltung von nachhaltigeren Konsumstrategien.

Strukturelle Kontextfaktoren

Das letzte Themencluster der Interviews mit PraktikerInnen fokussiert Aussagen zu strukturellen Rahmenbedingungen nachhaltigen Konsums. Hier werden Voraussetzungen für die Entwicklung von Kompetenzen und Motivationen für eine aktive Gestaltung nachhaltiger Konsumstrategien angesprochen. Zunächst werden hemmende Einflüsse benannt, strukturelle Faktoren, die dies erschweren. Der zweite Teil enthält Aussagen zu günstigen Voraussetzungen und motivierend wirkenden Faktoren.

Als Hemmnis wird mehrfach benannt, dass der Markt verschleiert, welche Umweltwirkungen von einem Produkt ausgehen: „In dem einen (Fall = marktbasierendem Konsum) konsumiere ich das Endprodukt, und verschweige mir sozusagen das, was dahintersteht, sprich die ganzen Produktionsprozesse.“ (RDP). Es gehört demnach viel extra angeeignetes Wissen dazu, um nachhaltig zu konsumieren. Aufgeworfen wird in diesem Zusammenhang auch die Schwierigkeit, Menschen mit Informationen über die (Nicht-)Nachhaltigkeit von Produkten zu erreichen und, noch schwieriger, zum „Mitmachen“ zu bewegen, denn: „Die meisten Leute, glaub’ ich, haben halt das Gefühl, sie können eh nichts tun, es ist halt so.“ (CKP). Eigenproduktion wird auch dadurch als erschwert gesehen, dass manchmal das bloße Material schon teurer ist als ein schlechtes Produkt (QOP). Damit wird, wie schon weiter oben im Hinblick auf Warentransporte, auf das Fehlen von staatlichen Regulierungsmaßnahmen zur Stärkung nachhaltigen Konsums verwiesen. Eine andere Praktikerin beschreibt Probleme mit der Herstellung von rechtlichen Rahmenbedingungen für die Kleinproduktion (ANP). Auch werden für nicht-marktbasierten Konsum Grenzen der Praktikabilität gesehen, die insbesondere mit der mangelnden Verbreitung zu tun haben und insofern auf ein Dilemma verweisen. So sagt ein Gesprächspartner aus: „Was über den kleinen Kreis rausgeht, wird dann zum Problem, wenn man was austauschen will.“ (QOP). Gleichzeitig wird Geld in seinen verschleiernenden Wirkungen wie oben bereits angedeutet als Teil des Problems beschrieben, als struktureller Rahmen nicht-nachhaltigen Konsums.

Neben der Benennung hemmender Einflüsse gehen aus den Aussagen vielfältige Erklärungen hervor, warum die InterviewpartnerInnen sich, teils implizit, teils explizit, mit nachhaltigem Konsum beschäftigen. Zu diesen begünstigenden Voraussetzungen zählt, wie oben angesprochen, der Zugang zu Wissen. Als bedeutsam erscheint auch die Möglichkeit, Können zu erlangen, um Handlungskompetenzen zu erweitern. Betont wird, dass bezogen auf den Wissens- und Könnenszuwachs beim Selbermachen eine selbstverstärkende Wirkung einsetzt, beschrieben als „Man lernt beim Tun.“ (CAP) und „Das (Wissen) verdoppelt sich nicht, das multipliziert sich schlussendlich, und vor allem dann, man schafft irgendwie Selbstwert herzustellen.“ (QOP). Die Aneignung von Wissen und Können wird häufig als sozial eingebettet beschrieben, sie erfolge im gemeinsamen Machen, durch das Zuschauen oder als „Learning by living“ (AIP). Wissen wird dabei wiederholt als Gemeingut konzipiert, das frei zugänglich sein soll und das die PraktikerInnen auch gezielt weitergeben, über das Internet, in Workshops, mit Tipps.

Die oben beschriebenen Einstellungen und Konsumstrategien werden mehrfach als Teil einer gewählten Lebensweise gesehen, die als gut und glücklich machend wahrgenommen wird: „Es kommt auch die Überzeugung dazu, dass das Leben so gut verläuft, dass es ein gutes Leben ist.“ (AIP).

Solche Einschätzungen weisen auf ein Umfeld hin, welches diese Lebensweise als gelungen reflektiert. Zufriedenheit wird aber auch als Erlebnis beschrieben, einzelne Konsumakte werden als qualitativvoller erlebt als konventionelle Optionen, z.B. in Bezug auf Lebensmittel oder auf Einzelstücke vom Hersteller. Insgesamt wird in dieser Ausrichtung oder diesem Lebensstil ein Trend gesehen, eine Bewegung: „Also ich finde ein Trend ist auch irgendwie erkennbar im Moment. Es ist so, dass viele Leute sich Gedanken machen um die Zukunft (...)“ (CGP). „Es gibt da wohl so 'ne ganz große Skepsis, was man da eigentlich konsumiert, oder wie die Wirtschaft funktioniert, und dann gibt's diese neuere Idee, dass man sich eben entkoppeln kann (...)“ (MNP). Einige GesprächspartnerInnen schöpfen ausdrücklich aus dem Bewusstsein, dass ihr Handeln in Bezug auf Konsum wirksam ist, eine regt an, „dass man sich einfach bewusst wird, dass man das schon beeinflussen kann.“ (CKP). Diese Überzeugung wird wiederum auch durch den Austausch mit anderen genährt: „Also es ist auch das von Freunden her relativ interessant, wie wir uns da gegenseitig irgendwie so ergänzen und gegenseitig motivieren und neue Ideen zuwerfen, was man eigentlich selber machen kann.“ (RDP). Nicht zuletzt basiere die Überzeugung, Konsum an nachhaltigen Prinzipien auszurichten, auf einem Gefühl der Verantwortung für die Mitwelt (CKP).

5.2. Interviews mit ExpertInnen

Die elf Interviews mit ExpertInnen wurden mithilfe eines zweiten Interviewleitfadens geführt, der stärker auf die Bestimmung von strukturellen Faktoren und deren Einflüsse auf nachhaltigen Konsum ausgerichtet ist. Wie in Kapitel 4 dargestellt, gelten hier als ExpertInnen Menschen, die durch ihre berufliche oder außerberufliche Tätigkeit im Kontext einer Organisation, die sich mit Diskurs und Praxis nachhaltigen Konsums beschäftigt, Sonderwissen erlangt haben. Die Auswertung der aufgezeichneten Gespräche hat zunächst die Definition von acht Codes ergeben. Diese sind im nächsten Schritt zu vier thematischen Einheiten zusammengefasst worden. Folgend werden die für die aufgeworfene Frage wesentlichen Aussagen dieser Erhebung dargestellt.

Konzeptionen nachhaltigen Konsums

In diesem ersten Themenblock sind Aussagen zusammengefasst, die sich auf die Beschreibung von Grundprinzipien nachhaltigen Konsums beziehen und aus denen Überlegungen für den politischen Umgang mit dem Thema ableitbar sind. Nachhaltiger Konsum wird von den GesprächspartnerInnen wiederholt in Zusammenhang gebracht mit einer besonderen Wertschätzung. Wertschätzung erscheint als ein Ausgangspunkt, als Voraussetzung für die Gestaltung nachhaltiger Produktions- und Konsumptionsstrukturen. Sie wird als respektvolle Haltung gegenüber der Mitwelt beschrieben, als Einstellung, „dass man nicht nur auf das Beherrschen und Benutzen aus ist.“ (EXE). An anderer Stelle erscheint sie als anerkennende Aufmerksamkeit für das Vorhandene: „Auf das zu schauen, was man braucht, heißt, ich schau auf das, was fehlt. Und wir schauen prinzipiell auf das, was vorhanden ist.“ (LWE). Aus dieser Haltung könne sich die Freiheit entwickeln, „nicht von Dingen abhängig zu sein“ (LWE). Wertschätzung wird auch als Einstellung gegenüber anderen Menschen beschrieben, durch die sie in ihrer Einmaligkeit erkannt werden und die sie so aus der Konkurrenz entlastet. Sie erscheint als Voraussetzung, um Empathie zu wecken, für Lebensbedingungen und damit auch für Arbeitsbedingungen anderer Menschen. Angesprochen wird auch, dass die Wertschätzung gegenüber einem materiellen Produkt mit dem Erlangen von Einblicken in Abläufe, Arbeitszeit und Materialien wächst (LKE). Damit sind implizit Voraussetzungen für den Absatz nachhaltig produzierter Waren angesprochen.

Eine zweite Dimension, die mehrfach herangezogen wird, um zu erklären, wie nachhaltiger Konsum zustande kommt, ist das ‚Bewusstsein‘ und seine Formung, die ‚Bewusstseinsbildung‘. Ein

Gesprächspartner nennt als eine wichtige Funktion des Bewusstseins die Fähigkeit, auch das wahrnehmen zu können, was unsichtbar bleibt (KBE). Hierin liegt der Bezug auf ein Kernproblem der Umsetzung nachhaltigen Konsums, die Unsichtbarkeit von Produktions- und Konsumfolgen und darüber hinaus ihre Verschleierung durch ökonomische Strukturen. Sich über eigene Bedürfnisse bewusst zu sein, wird als eine weitere Dimension nachhaltigen Konsums beschrieben, prägnant formuliert als „was brauche ich, was schadet mir“ (ABE). Auch die eigene Bedeutung als Ursache gehöre in diesem Kontext bewusst gemacht (EXE; KBE). Als wichtig für den Prozess der Bewusstseinsbildung in seinen verschiedenen Facetten werden „Gemeinschaftserlebnisse“ benannt (EXE). Einhelligkeit besteht darüber, dass eine solche Entwicklung des Bewusstseins am besten bereits in der Kindheit angestoßen wird, um Wirkung entfalten zu können. Es wird aber auch mehrfach deutlich gemacht, dass solche Prozesse langwierig sind und durch das Leben hindurch unterschiedlicher Inputs, Erlebnisse und Anstöße bedürfen: „Unsere Arbeit ist ein Zahnrad in dem ganzen Getriebe.“ (EXE)

Wie schon die PraktikerInnen beziehen sich auch die als ExpertInnen befragten wiederholt auf Bedeutungen von Wissen und somit auch auf Fragen des Zugangs zu Wissen für die Gestaltung von Konsum. Inhaltliche Information müsse mit sinnlicher Erfahrung oder mit der Möglichkeit, selbst aktiv zu werden und etwas haptisch zu erfahren, verbunden sein, um als Wissen wirksam werden zu können (LWE; KBE; EXE). Wissen wird von mehreren GesprächspartnerInnen als Gemeingut verstanden, als eine Ressource, die allen Menschen bedingungslos zugänglich sein sollte. Betont wird, dass es für nachhaltigen Konsum bestimmter Wissensbestände bedarf, damit nachhaltigere Alternativen erkannt werden können. Solches Wissen sei insbesondere an MultiplikatorInnen zu vermitteln, damit es in den Bildungskanon einfließen kann (VSE; LBE). Ausgesagt wird aber auch, dass Faktenwissen für sich genommen nicht wirksam sei, also in Bezug auf nachhaltigen Konsum eher als notwendige, aber nicht hinreichende Bedingung fungiere. Ein Gesprächspartner hebt hervor, dass Informationen über Umweltwirkungen einzelner Konsumformen bereits verbreitet zugänglich sind, es aber trotzdem an einem entsprechenden „gesellschaftlichen Informationsstand“ fehle (KBE). Es scheint also an Informationsbereitschaft und Betroffenheit zu mangeln.

Kommunikation und Diskurse

In dieses Cluster sind Aussagen eingeflossen, die die Produktion und Zirkulation von Bildern nachhaltigen Konsums beschreiben. Hervorgehoben wird die Bedeutung von alltagsnahen Modellen, von sichtbar wirkenden Menschen und Organisationen, die einen an nachhaltigen Prinzipien orientierten Weg verfolgen und damit sichtbar machen. Dieses ‚Andersmachen‘, so eine Interviewpartnerin, sollte nicht in Abgrenzung wurzeln, sondern in Zugewandtheit: „Wir kämpfen nicht, sondern machen es liebevoll anders.“ (LWE). Erst dadurch erscheinen die entstehenden Bilder nachhaltigen Konsums auch anschlussfähig und können auf breiter Basis gesellschaftlich wirksam werden. Ein anderer Gesprächspartner betont die qualitative Dimension von Diskurs und Vorbildern, ein nachhaltiger Konsumstil müsse als besseres Leben erscheinen, nicht wie Verzicht wirken (ABE). Dieser Aspekt kommt in folgendem Zitat prägnant zum Ausdruck: „Man muss zeigen, dass Nachhaltigkeit und Lebensqualität vereinbar sind.“ (KBE).

In anderen Aussagen verdeutlicht sich die Bedeutung des direkten, persönlichen Austauschs für eine Zirkulation der Idee von nachhaltigen Lebensweisen. Einer der befragten Experten beschreibt einen „Graswurzelprozess im Freundeskreis“ (EXE). Im Kreise wohlwollender Menschen sei es einfacher, zu suchen, auszuprobieren und etwas von der Norm Abweichendes zu tun. Eine andere Möglichkeit, positiv besetzte und glaubwürdige Bilder nachhaltigen Konsums zu verbreiten, liege in der Nutzung

der Definitionsmacht von Personen des öffentlichen Lebens oder von Organisationen (LME). Eine solche Wirkung nach außen könne aber auch jeder in seinem Umfeld entfalten, insbesondere unterstützt von der „Wirkung des Erfolges“ (ABE). Erfolg meint hier das wahrnehmbar glückliche Leben, der gelebte Einklang von Selbst und Mitwelt auf der Basis von Nachhaltigkeitsprinzipien. Darin entfalte sich ein wirkmächtiges Bild und Vorbild.

Ansatzpunkte der Veränderung

Unter dieser Überschrift werden Aussagen aus den ExpertInnen-Interviews zusammengeführt, die praktische Handlungsansätze zur Beförderung nachhaltigen Konsums beschreiben. Unterschieden werden können zwei konzeptionelle Zugänge zu gesellschaftlicher Veränderung als Prozess: Einige der Aussagen beschreiben Vorschläge aus einer Top-down-Perspektive und benennen Handlungsbedarfe und Versäumnisse des politisch-administrativen Apparats. Andere hingegen verweisen aus einer Bottom-up-Perspektive auf zivilgesellschaftliche Formen politischer Gestaltung und somit auf die Handlungs- und Mitwirkungsmöglichkeiten von NGO's und eines jeden Einzelnen.

Einige InterviewpartnerInnen benennen Vorschläge für politisch-administrative Maßnahmen, wie in folgendem Zitat: „Die Politik sollte mehr in soziale Unternehmen investieren.“ (BAE). Auf diesem Wege können nachhaltige Konsumoptionen vorgehalten werden, die unter den herrschenden Bedingungen nicht marktfähig sind, wie Reparaturen. Im Rahmen dieser Aussage wurde auch Kritik an der derzeitigen politischen Ausrichtung geäußert, in deren Folge zunehmend öffentliche Ausgaben gekürzt werden. Diese Entwicklung kritisiert auch eine andere Gesprächspartnerin und führt als Beispiel an, dass der Öffentliche Nahverkehr immer weiter zurückgebaut werde (VSE). Sie schlägt stattdessen als Stoßrichtung vor, politische Maßnahmen zur Beförderung von nachhaltigem Konsum auf die Regulierung von Unternehmenspraktiken zu richten. In diesem Zuge kritisiert sie, dass Maßnahmen derzeit fast ausschließlich auf KonsumentInnen orientiert sind und betont, dass Einflussnahmen auf Unternehmen und somit ein Ansetzen vor der Konsumtion größere Effekte erzielen würde. Darüber hinaus vertritt sie auf der Basis ihrer Erfahrungen folgende Position: „Nur auf Basis von Freiwilligkeit ist keine Verbesserung erreichbar.“ (VSE). Eine andere Expertin beschreibt den Handel als „wesentliche Drehscheibe des nachhaltigen Konsums“ (LME). Praktikable Möglichkeiten zur Beförderung nachhaltigen Konsums lägen darin, Aufmerksamkeit auf nachhaltige Produkte zu lenken. Gleichzeitig räumt sie ein, dass über diesen Ansatz Einkommensschwache nicht erreicht werden können. In einem anderen Gespräch wird thematisiert, dass weitreichende Maßnahmen mit konkreten Auswirkungen auf den Einzelnen nicht umsetzbar seien: „Das mitzutragen, auch nur irgendetwas umzustellen, einzuschränken, das ist dann wieder mit solchen Widerständen verbunden und solchen, ja, Protestbekundungen, dass es wirklich äußerst schwierig ist, tatsächlich etwas umzusetzen.“ (LBE). Demnach muss zunächst das Bewusstsein für Handlungsbedarfe geschärft und so Akzeptanz für politische Regelungen hergestellt werden.

In anderen Einschätzungen und Vorschlägen artikuliert sich gegenüber den oben beschriebenen Aussagen ein Bottom-up orientierter Zugang. Als eine Grundvoraussetzung für die Beförderung nachhaltigen Konsums beschreibt eine Gesprächspartnerin das Bewusstsein einer Mitverantwortung „für die gesamte Welt“ und ein Erkennen und Wahrnehmen eigener Gestaltungsmöglichkeiten (LBE). Möglichkeiten der Einflussnahme werden auch im marktbasieren Konsum gesehen, denn dieser verantwortete „Entscheidungen über Produktion“ (KBE). Kaufentscheidungen und ebenso die Entscheidung nicht zu kaufen werden als wirksame Möglichkeiten eingeschätzt, nachhaltigen Konsum zu stärken (VSE). Als wesentlich wahrgenommen wird auch die Schaffung von Begegnungs- und Vernetzungsmöglichkeiten, um Erfahrungen auszutauschen, Synergien herzustellen, Unterstützung zu

gewinnen und die Motivation zu unterstützen (MBE, LWE). Um im lokalen Zusammenschluss handlungsfähig für Veränderungsprozesse zu sein, sei es außerdem vonnöten, zunächst in die Festigung der Struktur zu investieren: „Die ersten Jahre sind notwendig, um die Gruppe wachsen zu lassen, zu festigen, zu stabilisieren, und das erfordert unwahrscheinliche Prozesse.“ (LWE).

Dieses Bild, dass eine Veränderung von Konsum als gesellschaftlichem Handlungsfeld in Gruppen oder „Keimzellen“ angestoßen werden könne, wird mehrfach vorgebracht, so auch im folgenden Zitat: „Ich glaub’, dass wir in kleinen Strukturen, so wie wir es machen, doch einiges bewegen werden.“ (MBE). Auf diesem Wege könnten funktionierende Gelegenheitsstrukturen für Menschen mit Veränderungsbereitschaft geschaffen werden: „Dann ist wichtig, dass was da ist, dass man eben umsteigen kann, dass das erforscht ist oder praktisch ausprobiert ist.“ (EXE). Dies könne nur „außerhalb des trägen Systems“ gelingen, da diese Veränderung nicht unterstütze. Einmal etabliert, könnten solche von nicht-staatlichen Organisationen entwickelten Strukturen als Modelle dienen und Wandel im großen Umfang eingeleitet werden (KBE). Ein anderer Gesprächspartner betont ebenfalls die Notwendigkeit, funktionierende lokale Strukturen aufzubauen, denn es gebe eine verbreitete aber latente Unzufriedenheit mit den Gegebenheiten: „Leute suchen unbewusst Lösungen und nehmen etwas an, das passt.“ (ABE). Eher als danach zu fragen, wie Menschen verändert werden können, sollten auf lokaler Ebene geeignete Strukturen für nachhaltigen Konsum geschaffen werden.

Ökonomie

In diesem Abschnitt sind Aussagen zusammengeführt, in denen die Befragten explizit oder implizit thematisieren, wie sowohl ökonomische Denkweisen als auch ökonomische Strukturen auf eine Verbreitung nachhaltigen Konsums Einfluss nehmen. Allgemeiner gesagt wird hier dargestellt, in welcher Beziehung Ökonomie und nachhaltiger Konsum von den ExpertInnen beschrieben werden. Ein grundsätzliches Problem wird darin gesehen, dass es in einer globalisierten kapitalistischen Wirtschaft für viele Produkte und Leistungen keine „wahren Preise“ gebe (BAE; LBE). Vieles sei „zu leicht zu haben“ (LBE), darunter würden Wertschätzung und effizienter Umgang mit Ressourcen leiden. Die herrschenden ökonomischen Strukturen erschweren es für den Einzelnen, Wissen und Verständnis von Wertschöpfungsketten zu erlangen, insbesondere Einblick zu nehmen, wohin die Wertschöpfung jeweils geht (LBE). Ein solches Verständnis ist jedoch eine wichtige Voraussetzung dafür, um soziale und ökologische Aspekte von Konsum in Konsumententscheidungen einbeziehen zu können.

Einige GesprächspartnerInnen grenzen ihre Praktik explizit von den herrschenden ökonomischen Mechanismen ab. Mehrfach wird Ablehnung gegenüber der Prämisse andauernden Wachstums geäußert: „Das, was ich selber mit diesen zwei Händen machen kann, das wird gemacht, und mehr eben nicht.“ (ABE). Eine andere Expertin beschreibt das so: „Es ist ein flexibles System, das wir an die Notwendigkeiten Schritt für Schritt anpassen können.“ (LWE). Monetäre Aspekte werden im Zusammenhang mit der Beförderung von nachhaltigem Konsum mehrfach als von untergeordneter Bedeutung beschrieben. Benötigt würden Visionäre, nicht Geschäftsleute, das Geschäftliche sei nachrangig (MBE). Die Aktivitäten werden nicht davon abhängig gemacht, ob sie sich als finanziell tragfähig erweisen. Vielmehr wird mehrfach dargestellt, dass unbezahlte Arbeit und private Gelder in die Umsetzung einfließen. Voraussetzung dafür ist, dass derartige Ressourcen disponibel verfügbar sind bzw. mobilisiert werden können. Eine Gesprächspartnerin beschreibt die ökonomische Struktur der Organisation, in der sie tätig ist, so: „Das (die Finanzierung) funktioniert immer irgendwie.“ (LWE).

Im weiteren Verlauf des Gesprächs weist sie Geld als Tauschmittel grundsätzlich zurück und definiert es als Teil des Problems, da es ein hierarchisches Wertsystem impliziere. „Das Geld ist dem Leben an und für sich im Weg. (...) Das Wertsystem des Geldes ist das Problem.“ (LWE). Statt des herrschenden Systems der geldbasierten Allokation von Gütern sei eine „liebevoller Verteilung“ nötig. Ein anderer Experte spricht ebenfalls die Herausforderung der Allokation an. Er führt an, dass eine an nachhaltigen Prinzipien orientierte Allokation von Gütern tendenziell ein Downscaling von existierenden sozioökonomischen Strukturen erfordert. Demgegenüber setzen Strategien effizienter Nutzung wie Fahrgemeinschaften eher eine Vergrößerung der durchschnittlichen Bezugseinheit, d.h. des Zwei-Personen-Haushaltes, voraus (KBE). Beschrieben wird auch, dass die Errichtung lokaler Güterkreisläufe teilweise durch geltende Gesetzgebung erschwert ist. So sei der Vertrieb von Kleinstauflagen, z.B. Marmeladen aus eigenen Früchten oder Pullover aus eigener Wolle, nur im Rahmen eines sogenannten Freibriefs möglich, der wiederum nur gemeinnützigen Vereinen ausgestellt werde (LWE). Andere ökonomisch induzierte Barrieren nachhaltigen Konsums werden in den geringen Preisen für Neuwaren gesehen, die nur auf der Basis einer Externalisierung ökologischer und sozialer Kosten möglich seien. Unter diesen Umständen können sich Gebrauchsgütermarkt und Reparaturdienstleistungen nicht entwickeln (BAE).

6. Schlussfolgerungen und Ausblick

Um anhand der dargestellten Untersuchungsergebnisse Antworten auf die Fragen zu geben, welche individuellen Erfahrungen, Kompetenzen, Präferenzen und Orientierungen und welche institutionellen Rahmenbedingungen zur Beförderung nachhaltigen Konsums beitragen, werden zunächst die aus den empirischen Analysen gewonnenen Einsichten zusammenfassend dargestellt.

6.1 Zusammenfassung der empirischen Ergebnisse

Die Interviews mit PraktikerInnen haben Hinweise darauf gegeben, welche positiven Bilder von einem guten Leben hinter dem Selbermachen und der damit einhergehenden Konsumpraxis stehen. Die Auswertung verdeutlicht auch, welche Wohlstandskonzepte sich mit diesen Bildern und demnach mit der Praxis des Selbermachens verbinden. Hervorgehoben wurde Einfachheit als Ideal, und zwar in zwei Dimensionen: Nach innen, um Raum zu lassen für die Produktion und Zuweisung von symbolischen Bedeutungen, also für immaterielle Produktion. Nach außen, um einen Bezug zu regionalen Vorkommnissen und Ressourcen herzustellen. Ein zweiter wichtiger Aspekt zeigte sich in der Präferenz für Zeitsouveränität bzw. in der Wahl von Zeitwohlstand über Güterwohlstand. Darin drückt sich ein auf immaterielle Werte bezogenes Konzept von Wohlstand aus. Drittens legen die befragten PraktikerInnen Wert darauf, ihre Produktivität zu erleben, und zwar ebenfalls in zweierlei Hinsicht: Der Prozess der Produktion als eigener Ausdruck und als Handeln nach eigenen Maßstäben. Die eigene Produktivität als Anlass für Anerkennung und für soziale Interaktionen. Demnach ist ein Aspekt des Selbermachens dessen Funktion als Medium, durch das Praktizierende sich selbst als Wirkung erleben können und als solche nach außen sichtbar werden.

Weiterhin belegen die Aussagen, dass in der Beschäftigung mit Eigenproduktion Potenziale für die Gestaltung einer nachhaltigeren Versorgungsstruktur liegen. Die Erfahrung, etwas für den eigenen Bedarf herzustellen, also eigene Bedürfnisse befriedigen zu können, trägt zur Klärung eigener Bedürfnisse bei und somit zu reflektiertem Konsumhandeln. Gleichzeitig schärfen sich mit dem Tun Handlungskompetenzen, was wiederum neue Handlungsoptionen eröffnet. Deutlich wurde auch, dass die Praxis des Selbermachens die Aufmerksamkeit auf unmittelbar verfügbare, regionale Ressourcen lenkt und somit zu einer Regionalisierung und Dezentralisierung von Austausch oder allgemeiner von ökonomischen Beziehungen beiträgt. Drittens zeichnet sich unter den Befragten eine explizite

Anerkennung für mit der Warenproduktion verbundene Arbeitsprozesse ab, also eine ganzheitliche Sicht auf Konsumwaren, unter Berücksichtigung von Entstehung und damit verbundenen ökologischen und sozialen Effekten.

Anhand der Ergebnisse lassen sich Aspekte einer nachhaltigen Konsumstrategie beschreiben. Individuelle Konsumpraktiken sind darauf ausgerichtet, die (Nicht-)Nachhaltigkeit von Produktionsprozess und Distributionsweise bei der Auswahl zu berücksichtigen, also die angesprochene ganzheitliche Sicht in Konsumhandeln zu übersetzen. In diesem Sinne werden auch Nachnutzungsstrategien von Gebrauchsgütern und Abfällen verfolgt, das heißt materielle Werte aktiv in den Nutzungskreislauf zurückgeführt. Anhand dieser und anderer Strategien zeigt sich, dass Konsumpraktiken vielfach sozial eingebettet sind und im Rahmen persönlicher Beziehungen stattfinden. Dies gilt nicht nur für Formen geldlosen Tauschs, wie Kleiderbörsen, sondern auch für marktförmige Transaktionen. Konsequenter Nichtkonsum bestimmter Produkte oder Leistungen, die nicht den eigenen Nachhaltigkeitskriterien genügen, wird explizit als Teil der individuellen Konsumstrategie verstanden, als Möglichkeit, langfristig auf die Gestaltung von Versorgungsstrukturen Einfluss zu nehmen.

Abschließendes Ergebnis aus dieser Interviewreihe ist die Identifizierung von strukturellen Faktoren, die eine Ausrichtung von Konsumpraktiken an nachhaltigen Prinzipien beeinflussen. Eine positive Wirkung wird dem Zugang zu Wissen und Können zugesprochen. Für die Praxis des Selbermachens impliziert dies einen selbstverstärkenden positiven Effekt, da diese Ressourcen durch die Ausübung vermehrt werden. Maßgeblich ist auch die individuelle Überzeugung, auf Basis der verfolgten Konsumstrategie ein gutes Leben zu führen, was wiederum zu Teilen von Anerkennung durch ein soziales Umfeld abhängt. Daraus leitet sich ein dritter positiv wirkender Faktor ab, der Zugang zu einem Praxisfeld und damit zu Gelegenheiten für das Sammeln und Austauschen von an Nachhaltigkeitsprinzipien orientierten Konsumerfahrungen. Darüber erhaltene Bestätigung, Inspiration und Motivation stärken die Überzeugung für die gesellschaftliche Wirksamkeit des eigenen Handelns.

Herausgestellt werden konnten auch Faktoren, die Ausbildung und Verbreitung von Formen nachhaltigen Konsums strukturell hemmen. Zentral erscheint, dass es im Rahmen marktbasierter Konsums i.d.R. nicht möglich ist, Einsichtnahme in unbeabsichtigte Folgen von konsumbezogener Produktion und Distribution zu nehmen. Negativ wirkt auch der Umstand, dass Konsumoptionen, die den oben genannten Nachhaltigkeitsaspekten genügen, noch nicht verbreitet sind. Der Zugang ist folglich gegenüber nicht-nachhaltigen Konsumoptionen erschwert und der Aufwand höher, es liegt ein typisches Dilemma strukturellen Wandels vor. Dieses Hemmnis gewinnt dadurch an Gewicht, dass nach Aussage von InterviewpartnerInnen das eigene Konsumhandeln, oder Handeln überhaupt, verbreitet als nicht gesellschaftlich wirksam eingeschätzt wird. Auch dieser Zusammenhang lässt sich als Dilemma beschreiben. Schließlich wurde anhand der Aussagen deutlich, dass es aus Sicht der Befragten an staatlicher Regulierung mangelt, um nicht-nachhaltige Konsumoptionen vom Markt zu verdrängen bzw. zu transformieren.

Anhand der Aussagen der befragten ExpertInnen lassen sich elementare Voraussetzungen einer gesellschaftlichen Verbreitung nachhaltigen Konsums benennen. Als solche wird eine gesellschaftliche Kultur der Wertschätzung beschrieben, für sich selbst und für die Mitwelt. Als eine ebenso grundlegende Voraussetzung erscheint die individuelle Fähigkeit zur Bewusstmachung eigener Bedürfnisse, zu wissen, was will ich von der Welt. Ebenso gilt es, sich eigener Wirkungen bewusst zu werden, zu verstehen, was mache ich in der Welt. Drittens wurde die Notwendigkeit betont, sachliche

Informationen über Konsumoptionen und damit verbundene Nebeneffekte mit sinnlicher Erfahrung und alltagsrelevanten Bezügen zu verbinden, um sie als Wissen vermittelbar zu machen.

Aus der Analyse der Interviews ergeben sich auch Hinweise auf spezifische Mechanismen der Kommunikation über nachhaltigen Konsum, wie Diskurse über nachhaltigen Konsum als gesellschaftliches Leitbild entstehen und zirkulieren. Wichtig für die Entstehung von prägenden Diskursen scheinen anschauliche, alltagsnahe Vorbilder und sichtbare, anerkannte Best-Practice-Beispiele. Wichtig ist demnach auch die Anschlussfähigkeit von auf nachhaltigen Konsum bezogenen strategischen Standpunkten und Praktiken, moralisierende Positionen werden abgelehnt. Der individuelle Zugang zu einem Praxisumfeld begünstigt, eigene Erfahrungen mit dem Thema zu sammeln, sie austauschen zu können und so am Diskurs aktiv teilzuhaben.

Des Weiteren werden vielfältige praktische Ansätze angeführt, um nachhaltigen Konsum zu befördern und zu verbreiten. Vorschläge aus einer Top-down-Perspektive setzen darauf, Ansätze nachhaltigen Wirtschaftens konsequenter zu fördern, durch Zuwendungen oder Erleichterungen. Analog dazu wird vertreten, nicht-nachhaltige Unternehmenspraktiken stärker zu reglementieren und ihren Marktzugang zu erschweren. Schließlich wird auch hervorgehoben, dass dahin gehende Maßnahmen zunächst erfordern, gesellschaftliche Akzeptanz für politische Regelungen zur Förderung nachhaltigen Konsums herzustellen. Damit ist ein grundlegendes Problem angesprochen, da in der bisherigen politischen Praxis und in der öffentlichen Meinung der Schutz der ‚Konsumentenfreiheit‘ einen hohen Stellenwert hat. Erfolgreiche politische Interventionen erfordern also zunächst einen Paradigmenwechsel das gesellschaftliche Verständnis von Konsum betreffend.

Aus einer Bottom-up-Perspektive wird die Notwendigkeit artikuliert, auf individuelle Gestaltungsmöglichkeiten von Konsum aufmerksam zu machen. Als zentral für die Verbreitung von nachhaltigem Konsum wird der Aufbau von Keimzellen beschrieben, die als anschauliche, funktionierende Modelle für die Idee werben. Sie können Gelegenheitsstrukturen bieten für Menschen mit Veränderungsbereitschaft. Voraussetzung ist, dass sie sichtbar sind und den Bedürfnissen dieser Menschen ausreichend gerecht werden können. Sie können auch Versuchsstationen und Ausgangspunkte sein für eine schrittweise Ausdehnung der erprobten Versorgungsstrukturen und Konsumformen auf alle gesellschaftlichen Bereiche.

Schließlich sind ökonomische Rahmenbedingungen bedeutsam für die Entwicklung des gesellschaftlichen Handlungsfeldes Konsum in Richtung Nachhaltigkeit. Ein zentrales Erfordernis wird in der Schaffung von Transparenz in Bezug auf Wertschöpfungsketten gesehen, dass heißt im Bezug auf die Verteilung von Kosten und Mehrwerten. Insbesondere soziale Kosten und Umweltkosten von Produktion können unter den herrschenden ökonomischen Bedingungen externalisiert werden, sind im Produktpreis nicht enthalten und im Rahmen einer Konsumententscheidung nicht sichtbar. Faktenwissen kann, wie deutlich geworden ist, die sinnliche und ökonomische Unsichtbarkeit von Umweltfolgen und Verteilungsungerechtigkeiten nicht kompensieren. Diese Verfälschung erschwert die Absatzbedingungen von fair und ökologisch produzierten Waren und somit auch fairen Konsum. Zur weiteren Voraussetzung wird die Abkehr vom dauernden Wachstum erklärt und damit die Ablösung eines geltenden ökonomischen Paradigmas gefordert. Diese Kritik thematisiert indirekt die hinter den herrschenden ökonomischen Institutionen stehende Psychologie des Mangels. Schließlich wird die Frage der Allokation angesprochen und damit wiederum ein ökonomischer Grundsatz infrage gestellt, Geld als Allokationsmechanismus problematisiert. Diese Einschätzung rückt einmal mehr ins Licht, was bereits hinreichend als Defizit herrschender

ökonomischer Institutionen bekannt ist, nämlich dass Verteilung mittels Geld im Rahmen kapitalistischer Wirtschaft Ungleichheit verstärkt.

6.2 Fazit

Die Forschungsarbeit liefert folgende zentrale Ergebnisse zur Beantwortung der Frage nach individuellen und gesellschaftlichen Bedingungen nachhaltigen Konsums: Erstens hat sich gezeigt, dass die Beschäftigung mit Eigenproduktion, das Selbermachen, in vielfältiger Weise individuelle Erfahrungen und Kompetenzen vermittelt. Diese Einflüsse wirken maßgeblich auf die Konsumpraktik ein und tragen zu ihrer Ausrichtung an nachhaltigen Prinzipien bei. Zweitens ist deutlich geworden, dass ökonomische Orientierungen wesentlich durch den Bezug auf eigene produktive Kapazitäten überformt werden. Insbesondere bilden sich über die Praxis des Selbermachens ganzheitliche Sichtweisen ökonomischer Prozesse aus, was eine Ausrichtung auf reproduktive und somit nachhaltigere ökonomische Strategien und Praktiken befördert. Drittens konnte dargestellt werden, dass das Selbermachen als soziales Phänomen Ressourcen mobilisiert für Prozesse gesellschaftlicher Innovation. Aus den damit verbundenen individuellen Erfahrungen und sozialen Interaktionen erwachsen Bewusstsein für gesellschaftliche Verantwortung, Motivation für Engagement und auf struktureller Ebene soziales Kapital. Viertens liefern die Ergebnisse vielfältige Hinweise auf strukturelle Hemmnisse und günstige Rahmenbedingungen für die Beförderung nachhaltigen Konsums. Als Hemmnisse hervorzuheben sind unzureichende Transparenz und Anschaulichkeit im Bezug auf die Verteilung von Folgekosten konsumbezogener Produktion und ebenso auf die Verteilung der generierten Mehrwerte. Hemmend wirken sich auch die in mehrerer Hinsicht höheren Zugangsaufwendungen für nachhaltigere Konsumoptionen aus. Günstige strukturelle Voraussetzungen bieten soziale Umfeld der Wertschätzung und Orte für Experiment, Erfahrungs- und Wissensaustausch. Von Bedeutung ist auch das Vorhandensein von alltagsrelevanten Vorbildern und positiv besetzten medialen Diskursen.

In einem letzten analytischen Schritt werden nun die aus den empirischen Daten abgeleiteten Befunde weitergehend im Hinblick auf die Untersuchungsfrage interpretiert. Anhand der Ergebnisse konnten Merkmale einer mit Praktiken der Eigenproduktion verbundenen, auf nachhaltige Prinzipien orientierten Konsumpraxis nachgezeichnet werden. Des Weiteren konnten darauf basierende Strategie-Elemente beschrieben werden, die darauf abzielen, eine Verschiebung von Konsum als gesellschaftlichem Handlungsfeld in Richtung Nachhaltigkeit zu befördern. Gezeigt werden konnte auch, wie sich ökonomische Orientierungen auf Basis der Erfahrungen des Selbermachens verändern. Damit sind normativ geprägte Sichtweisen auf wirtschaftliche Prozesse und praktische Verständnisse von wirtschaftlichen Abläufen gemeint. Folgend werden ausgehend von diesen Befunden Überlegungen angestellt, in welchem für nachhaltigen Konsum relevanten Zusammenhang Eigenproduktion und ökonomische Orientierung stehen und welchen Einfluss diese Faktoren auf die Entstehung von nachhaltigeren Versorgungsstrukturen nehmen können.

Eigenproduktion und ökonomische Orientierung

Die Untersuchungsergebnisse weisen darauf hin, dass sich im Kontext von Erfahrungen mit Eigenproduktion eine spezifische ökonomische Orientierung ausbildet. Diese Orientierung basiert zunächst auf einem Selbstverständnis als aktivem Wirtschaftssubjekt, als gestaltend beteiligt an Ökonomie als gesellschaftlicher Sphäre. Das impliziert die Wahrnehmung einer Mitverantwortung für die Gestaltung von wirtschaftlichem Handeln und für Konsequenzen dieses Handelns. Ein Selbstverständnis als aktives Wirtschaftssubjekt lässt auch auf ein gesteigertes Gefühl von Unabhängigkeit schließen. Dieses Gefühl kann sich auf gegebene Versorgungsstrukturen richten, aber

auch auf institutionelle Strukturen der Erwerbswirtschaft. Auf dieser Basis eröffnen sich individuelle Möglichkeiten informeller Arbeit, womit sich potenziell eine Ausweitung von Strukturen lokaler Ökonomie verbindet. Ein weiteres Moment dieser Orientierung ist eine Präferenz für Zeitwohlstand in Relation zu Güterwohlstand und damit verbunden ein explizit auf immaterielle Werte ausgedehntes Wohlstandskonzept. Materielle Werte werden im Rahmen dieses Konzepts nicht primär an ihrem Tauschwert bemessen, sondern an Gebrauchswert und symbolischem Wert. Entsprechend werden Güter auf Basis dieser Orientierung idealtypisch nicht angehäuft, sondern bedarfsbezogen konsumiert. Vor dieser Prämisse erhält die Qualität eines Produkts und der damit verbundene Arbeitsaufwand eine besondere Bedeutung und Wertschätzung, im Gegensatz zum verbreitet herrschenden ‚Massenkonsum‘.

Mit der skizzierten ökonomischen Orientierung verbinden sich bestimmte, sozial informierte Vorstellungen von Tausch und Allokation. Transaktionen werden bevorzugt im Rahmen einer sozialen Einbettung vorgenommen. Darin spiegelt sich eine ganzheitliche Sicht auf Ökonomie, die auf Langfristigkeit orientiert ist, unsichtbare und unbeabsichtigte Folgen antizipiert und damit implizit nachhaltigen Prinzipien entspricht. Wirtschaft wird nicht primär als Mittel zur Akkumulation von materiellen Werten angesehen, sondern um Reproduktion zu gestalten. Das beinhaltet auch eine Ablösung vom ökonomischen Paradigma andauernden Wachstums. Praktisch geht damit eine Präferenz für dezentrale Versorgungsstrukturen einher, wodurch deren Entstehung angeregt und ihr Fortbestand getragen wird. Eine solche Entwicklung trägt zur Regionalisierung und damit zur nachhaltigeren Gestaltung von Wirtschaftsbeziehungen bei und erhöht die systemische Resilienz bzw. senkt Störanfälligkeit.

Gleichzeitig sind mit dem Aspekt der Reproduktion auch Wertschöpfungsprozesse angesprochen. Nicht nur das Produkt zählt, in den Blick genommen wird auch die Verteilung von im Zuge der Produktion entstehenden Kosten und Mehrwerten. Diese Sichtweise impliziert im Rahmen praktizierten Konsums eine gesteigerte Bereitschaft, anfallende Mehraufwendungen für nachhaltige Produkte und Leistungen in Kauf zu nehmen. Sie begünstigt ebenfalls eine Regionalisierung von Wirtschaftsbeziehungen, da nur auf diesem Weg tatsächlich Einblick genommen werden kann in die genannten Abläufe. So verstandenes ökonomisches Handeln schöpft zunächst aus regional verfügbaren materiellen Ressourcen und Humanressourcen und leistet auch auf diesem Weg einen Beitrag zu wirtschaftlicher Nachhaltigkeit. Insgesamt sinken auf der Basis dieser ökonomischen Orientierung die Kosten umweltsensiblen Konsumhandelns, zum einen in Relation zu anderen Kosten, da die individuellen kognitiven Dissonanzen zunehmen, zum anderen weil Produkte anders bewertet werden, nicht primär anhand des monetären Preises.

Ausbildung und Verbreitung nachhaltiger Versorgungsstrukturen

Gezeigt hat sich, dass Erfahrungen des Selbermachens und dadurch gewonnene Kompetenzen in umfassender Weise auf individuelle Konsumpraktiken Einfluss haben. In diesem Zuge bilden sich Praktiken aus, die ein niedriges Niveau an Verbrauch und durch die Wahl der Konsumformen einen geringen ökologischen Fußabdruck implizieren. Darüber hinaus zeichnet sich eine Verschiebung ab im impliziten Verständnis von Konsumhandelns. Konsum wird als gesellschaftliches Handlungsfeld besetzt, und zwar von individuellen Akteuren. Dazu werden geeignete informelle und auch marktbasierende Strategien zur nachhaltigeren Deckung von Konsumbedarfen entwickelt und verbreitet. Dieser Prozess ist zum einen motiviert aus der Unzufriedenheit mit gegebenen Versorgungsstrukturen. Unzufriedenheit wird virulent im Kontext der durch Eigenproduktion erlebten Produktionsautonomie,

wodurch Unzulänglichkeiten der globalisierten industriellen Produktion im Hinblick auf Ressourcennutzung und Verteilungsgerechtigkeit augenscheinlich werden.

Zweitens ist die Gestaltung von nachhaltigen Versorgungsstrukturen und Konsumstrategien motiviert aus der Erfahrung, dass es Gestaltungsmöglichkeiten gibt. Wie gezeigt, setzt das Selbermachen individuelle Gestaltungspotenziale frei, es bietet einen Handlungsrahmen für die Deckung eigener materieller Bedürfnisse ebenso wie für die symbolische Bedeutungsproduktion. Auf diese Weise werden gesellschaftliche Potenziale für die Umsetzung nachhaltigen Konsums gehoben. Darüber hinaus entstehen im Rahmen der individuellen Güterproduktion und des damit verbundenen Austausches Netzwerke und somit soziales Kapital, das seinerseits für gesellschaftliche Innovation wirksam werden kann.

Die Tragfähigkeit der umrissenen Strategie zur Schaffung nachhaltigerer Versorgungssysteme setzt einen Wandel von Konsumpräferenzen voraus. Dieser Wandel geht aus der oben beschriebenen Neuausrichtung ökonomischer Orientierungen im Zuge des Selbermachens hervor. Hier schließt sich der Kreis aus theoretischer Argumentation und empirischen Befunden. Erkennbar wird eine Dynamik, die auf Erfahrungen mit praktizierter Eigenproduktion beruht, entstehende Kompetenzen nutzt, eine Ausrichtung von Präferenzen und praktiziertem Tausch an nachhaltigen Prinzipien begünstigt und gesellschaftliche Innovationspotenziale mobilisiert, um ihre eigenen Voraussetzungen zu schaffen.

Ausblick

Abschließend möchte ich auf offene Forschungsbedarfe hinweisen, die sich im Zuge der vorliegenden Untersuchung abzeichnen. Drei neue Forschungsfragen sind hervorzuheben, deren Bearbeitung weitergehende Einblicke in Zusammenhänge zwischen nachhaltigem Konsum, individueller Konsumpraxis und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen des Handlungsfeldes Konsum versprechen. Wie oben ausgeführt, hat sich gezeigt, dass praktizierte Eigenproduktion und damit verbundene Erfahrungen von Produktionsautonomie sich auf die Konsumpraxis auswirken. Dies impliziert einen Wandel der Bedürfnisse. Somit liegt nahe anzunehmen, dass Erlebnis und Vermögen, eigene Bedürfnisse selber befriedigen zu können, sich auf der Ebene der Bedürfnisstruktur auswirken. Welche Mechanismen zwischen Ausbildung von Bedürfnissen und Formen der Bedürfnisbefriedigung vermitteln und welchen Einfluss individuelle Handlungsautonomie und Gestaltungskompetenz in diesem Prozess haben, ist für die Durchdringung des Forschungsfeldes eine wichtige nächste Frage.

Des Weiteren hat die Untersuchung deutlich gemacht, dass die ökonomische Orientierung, verstanden als normativ geprägte Sichtweise auf wirtschaftliche Prozesse und praktisches Verständnis von wirtschaftlichen Abläufen, die Konsumpraxis beeinflusst. Nicht vertieft werden konnte im Rahmen dieser Studie die daraus folgende Frage, wovon ökonomische Orientierungen im Einzelnen, über die Erfahrung des Selbermachens hinaus, geprägt werden. Offen bleibt auch, welche gesellschaftlichen Voraussetzungen erforderlich sind, um eine Ausrichtung von ökonomischer Orientierung auf nachhaltige Werte zu befördern. Schließlich hat sich gezeigt, dass eine zukunftsfähige Neustrukturierung von Konsum als gesellschaftlichem Handlungsfeld in Bezug steht zum Vorhandensein von Potenzialen sozialer Innovation und ihrer Mobilisierung. Dies wirft die Frage auf, inwieweit das herrschende gesellschaftliche Verständnis von Innovation die Wahrnehmung und Hebung von sozialen Innovationsressourcen befördert oder auch nur zulässt. Ist eine mit einem erweiterten Innovationsbegriff verbundene Neuorganisation und Neuausrichtung von gesellschaftlicher Fortentwicklung im Rahmen der bestehenden institutionellen Strukturen überhaupt möglich?

Diese Frage leitet über zu Implikationen dieser Untersuchung für politische Einflussnahmen zur Beförderung von nachhaltigem Konsum. Zwei komplexe Handlungsfelder zeichnen sich ab: Erforderlich erscheinen erstens ein Abbau von Hemmnissen und die Schaffung förderlicher Rahmenbedingungen für Praktiken der Eigenproduktion und andere Formen informellen Konsums. Zweitens besteht Bedarf an der Ausarbeitung und Setzung geeigneter Rahmenbedingungen, um die unter den herrschenden wirtschaftlichen Voraussetzungen bestehenden monetären und strukturellen Wettbewerbsvorteile nicht-nachhaltiger Konsumoptionen auszugleichen. Beide Perspektiven implizieren einen Bedarf an ordnungspolitischem Handeln, also an Eingriffen in die Institutionen, die Konsum als gesellschaftliches Handlungsfeld strukturieren.

Bezogen auf diese beiden Felder könnten nun eine Reihe von konkreten Einzelmaßnahmen vorgeschlagen werden. Wichtiger erscheint mir jedoch, darauf hinzuweisen, dass die Ergebnisse der Studie und die daraus hervorgehenden politischen Implikationen sich dezidiert unterscheiden von den bisherigen Ansätzen der auf Konsum bezogenen Nachhaltigkeitspolitik in Österreich. Die Analysen in Kapitel 2 zeigen, dass bestehende Maßnahmen nicht auf einem ordnungspolitischen Zugang basieren, sondern auf der Ebene von Verhaltensbeeinflussung stecken bleiben. Die Entstehung von geeigneten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen kann auf diesem Wege nicht erreicht werden.

Bevor also sinnvoll über Maßnahmen nachgedacht werden kann, ist zu fragen, inwieweit überhaupt politische Bereitschaft besteht oder herstellbar ist, um der hier auf Basis theoretischer und empirischer Analysen entwickelten Richtungsempfehlung zu folgen. Gibt es den politischen Willen, einen neuen Weg der gesellschaftlichen Organisation von Produktion und Konsum zu beschreiten? Können ausreichend Steuerungsressourcen mobilisiert und gebündelt werden, um die damit verbundene bzw. dafür erforderliche Infragestellung von überkommenden Ansprüchen zu verarbeiten? Nicht weniger ist erforderlich, um angesichts der zunehmenden Dringlichkeit Veränderung jetzt einzuleiten. Bis dahin bleibt, die Bedingungen des Wandels zu analysieren, um die Zeit des Handelns vorzubereiten. Ich hoffe mit dieser Untersuchung einen Beitrag dazu geleistet zu haben.

Literaturverzeichnis

- Bilharz, Michael (2008): ‚Key Points‘ nachhaltigen Konsums. Ein strukturpolitisch fundierter Strategieansatz für die Nachhaltigkeitskommunikation im Kontext aktivierender Verbraucherpolitik. Marburg: Metropolis.
- Bogner, Alexander / Menz, Wolfgang (2009): Das theoriegenerierende Experteninterview. Erkenntnisinteresse, Wissensformen, Interaktionen. In: Bogner, Alexander et.al: Experteninterviews. Theorien, Methoden, Anwendungsfelder. Wiesbaden: VS. S. 61–98.
- Brand, Karl-Werner et.al. (Hg.) (2003): Diffusion nachhaltiger Konsummuster. Am Beispiel des lokalen Agenda-Prozesses in München. München: oekom.
- Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (2009): KonsumentInnenbarometer 2009. Wien.
- Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (2010): Österreichischer Aktionsplan Konsumentenschutz 2010–2013. (Mitarbeit: Konsumentenpolitisches Forum.) Wien.
- Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (2002): Österreichs Zukunft Nachhaltig Gestalten. Die österreichische Strategie zur Nachhaltigen Entwicklung. Eine Initiative der Bundesregierung. Wien.
- Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (2006): Unternehmen Lebensministerium. Unser Nachhaltigkeitsbericht 2006. Wien.
- Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (2008): Aktionsprogramm Biologische Landwirtschaft 2008–2010. Wien.
- Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (2010a): Lebensmittelbericht Österreich 2010. Wien.
- Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (2010b): Österreichische Strategie Nachhaltige Entwicklung (ÖSTRAT) – ein Handlungsrahmen für Bund und Länder. Wien.
- Campbell, Colin (2005): The Craft Consumer: Culture, craft and consumption in a postmodern society. In: Journal of Consumer Culture, Vol. 5 / 2005, No.2, S. 23–42.
- Christanell, Anja (2009): Nachhaltiger Konsum und gesellschaftliche Lebensrealitäten. Ansätze zur Förderung nachhaltiger Konsummuster unter besonderer Berücksichtigung soziokultureller Einflüsse, gesellschaftlicher Trends und Kommunikationsstrategien.
- Cogoy, Mario (1995): Market and Nonmarket Determinants of Private Consumption and Their Impacts on the Environment. In: Ecological Economics No. 13 / 1995, S. 169–180.
- Cogoy, Mario (1999): The consumer as a social and environmental actor. In: Ecological Economics No. 28 / 1999, S. 385–398.
- Cooper, Tim (2005): Slower Consumption. Reflections on Product Life Spans and the “Throwaway Society”. In: Journal of Industrial Ecology, Vol. 9 / 2005, No. 1–2, S. 51–67.
- Eisendle, Reinhard / Miklautz, Elfie (1992): Artefakt und Kultur. Dynamik und Bedeutungswandel des Konsums. In: Eisendle, Reinhard / Miklautz, Elfie (Hg.): Produktkulturen. Dynamik und Bedeutungswandel des Konsums. Frankfurt / New York: Campus. S. 11–20.
- Empacher, Claudia / Stieß, Immanuel (2005): Nachhaltiger Konsum im Alltag. Konzeptioneller Zugang und empirische Erkenntnisse. In: Michelsen, Gerd / Godemann, Jasmin (Hg.): Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation. München: ökom. S. 472–483.
- Fuchs, Doris A. / Lorek, Sylvia (2005): Sustainable Consumption Governance: A History of Promises and Failures. In: Journal of Consumer Policy, No. 28/2005, S. 261–288.
- Grunwald, Armin (2002): Die Realisierung eines Nachhaltigen Konsums – Aufgabe der Konsumenten? In: Scherhorn, Gerhard / Weber, Christoph (Hg.): Nachhaltiger Konsum. München: oekom. S. 433–442.

- Hansen, Ursula / Schrader, Ulf (2001): Nachhaltiger Konsum – Leerformel oder Leitprinzip? In: Hansen, Ursula / Schrader, Ulf (Hg.): Nachhaltiger Konsum. Forschung und Praxis im Dialog. Frankfurt / New York: Campus. S. 17–45.
- Hauff, Volker (Hg.) (1987): Unsere gemeinsame Zukunft. Der Bericht der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung. (Brundtland-Bericht). Greven: Eggenkamp.
- Jackson, Tim (2005): Live Better by Consuming Less? Is There a “Double Dividend” in Sustainable Consumption? In: *Journal of Industrial Ecology*, Vol. 9 / 2005, No. 1–2, S. 19–36.
- Kollmann, Karl / Unger, Alexander (2010): Kaufsucht in Österreich – 2010. Bericht zur siebten österreichischen Kaufsuchtgefährdungsstudie.
- Komitee für ein Nachhaltiges Österreich (2006): Schritte zu einem Nachhaltigen Österreich. Strategie zur Nachhaltigen Entwicklung: Fortschrittsbericht 2006.
- Manning, Stephan / Mayer, Margit (2004): Praktiken informeller Ökonomie: Eine Einführung. In: Stephan Manning & Margit Mayer (Hg.): *Praktiken informeller Ökonomie. Explorative Studien aus Berlin und nordamerikanischen Städten*. Arbeitspapier Nr. 2 der Abteilung Politik des John-F.-Kennedy-Instituts der Freien Universität Berlin. 2004. S. 4–14.
- Mayntz, Renate / Scharpf, Fritz W. (1995): Der Ansatz des akteurzentrierten Institutionalismus. In: Mayntz, Renate / Scharpf, Fritz W. (Hg.): *Gesellschaftliche Selbstregulierung und politische Steuerung*. Frankfurt / M.: Campus Verlag. S. 39–72.
- Mayring, Philipp (1983): *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Meuser, Michael / Nagel, Ulrike (2009): Experteninterview und der Wandel der Wissensproduktion. In: Bogner, Alexander et.al: *Experteninterviews. Theorien, Methoden, Anwendungsfelder*. Wiesbaden: VS. S. 35–60.
- Miklautz, Elfie (2005): Die Produktwelt als symbolische Form. In: König, Gudrun M. (Hg.): *Alltagsdinge. Erkundungen der materiellen Kultur*. Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volkskunde e.V., S. 43–62.
- Miller, Daniel (2006): Consumption. In: Tilley, Chris et.al (Hg.): *Handbook of Material Culture*. London: Sage. S. 341–354.
- Miller, Daniel (1995): Consumption as the Vanguard of History – A Polemic by Way of an Introduction. In: Miller, Daniel (Hg.): *Acknowledging Consumption. A review of new studies*. London: Routledge. S. 1–52.
- Power, Michael (1994): *The Audit Explosion*. London: Demos.
- Rat für Nachhaltige Entwicklung (2010): *Konsum und Nachhaltigkeit. Wie Nachhaltigkeit in der Konsumgesellschaft käuflich und (er)lebbar wird*.
- Schimank, Uwe (2004): Der akteurszentrierte Institutionalismus. In: Gabriel, Manfred (Hg.): *Paradigmen der akteurszentrierten Soziologie*. Wiesbaden: VS Verlag. S. 287–301.
- Schmidt-Bleek, Friedrich (Hg.) (2004): *Der ökologische Rucksack. Wirtschaften für eine Zukunft mit Zukunft*. Stuttgart: Hirzel-Verlag.
- Schor, Juliet B. (2005) Sustainable Consumption and Worktime Reduction. In: *Journal of Industrial Ecology*, Vol. 9/2005, No. 1–2, S. 37–48.
- Schubert, Karoline (2000): *Ökologische Lebensstile. Versuch einer allgemeinen Typologie*. Frankfurt a.M: Lang-Verlag.
- Sennett, Richard (2008): *The Craftsman*. London: Penguin Books.
- Seyfang, Gill (2009): *The New Economics of Sustainable Consumption. Seeds of Change*. Palgrave Macmillan.
- Shove, Elizabeth (2010): Beyond the ABC: climate change policy and theories of social change. In: *Environment and Planning A2010*, Vol 42, S. 1273–1285.

- Shove, Elisabeth et.al. (2007): *The Design of Everyday Life*. Oxford: Berg Publishers.
- Teichert, Volker (2000): *Die informelle Ökonomie als notwendiger Bestandteil der formellen Erwerbswirtschaft. Zu den ökonomischen, sozialen und ökologischen Wirkungen informellen Arbeitens*. WZB discussion papers. Berlin.
- Umweltbundesamt (2010): *Neunter Umweltkontrollbericht. Umweltsituation in Österreich*. Reports Bd. REP-0286. Wien.
- Wackernagel, Mathis / Beyers, Bert (2010): *Der Ecological Footprint. Die Welt neu vermessen*. Europäische Verlagsanstalt.
- Warde, Alan (2005): *Consumption and Theories of Practice*. In: *Journal of Consumer Culture* Vol. 5 / 2005, No.2, S. 131–153.
- Weber, Christoph (2001): *Nachhaltiger Konsum – Versuch einer Einordnung und Operationalisierung*. In: Hansen, Ursula / Schrader, Ulf (Hg.): *Nachhaltiger Konsum. Forschung und Praxis im Dialog*. Frankfurt / New York: Campus. S. 63–76.
- Williams, Colin C. (2004b): *The Myth of Marketization. An Evaluation of the Persistence of Non-Market Activities in Advanced Economies*. In: *International Sociology*, Vol. 19 / 2004, No. 4, S. 437–449.
- World Business Council for Sustainable Development (2008): *Sustainable Consumption: Facts and trends from a business perspective*.
- Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie (2008): *Zukunftsfähiges Deutschland in einer globalisierten Welt. Ein Anstoß zur gesellschaftlichen Debatte*. Hg. von Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland und Brot für die Welt, Ev. Entwicklungsdienst. Frankfurt a.M.: Fischer.
- Zaccai, Edwin (2007): *Introduction: contradictions and studies*. In: Zaccai, Edwin (Hg.): *Sustainable Consumption, Ecology and Fair Trade*. London / New York: Routledge. S. 1–14.