

Konsum und Lebensstile als politische Praxis – Systematisierende und historisch kontextualisierende Annäherungen

Sigrid Baringhorst

1 | Politik als Lebensform oder Lebensstil als Politikersatz – Utopien und Dystopien politischer Partizipationskulturen

In Konzepten „starker Demokratie“ (Barber 1995) wird das Politische oft gleichgesetzt mit politischer Partizipation. Bürger_in sein reduziert sich nicht auf den rechtlichen Status als Staatsbürger_in, sondern verlangt – im Sinne eines „doing citizenship“ – nach dem Engagement im Prozess kollektiver Meinungs- und Willensbildung. Vorstellungen von demokratischer Politik als alle gesellschaftlichen Bereiche durchdringende Lebensform prägten insbesondere die Ideale der studentischen Bewegungen der 1960er und 1970er Jahre. Sämtliche sozialen Institutionen sollten demokratisiert und allen Bürger_innen gleichermaßen die Chance eines autonomen, selbstbestimmten Lebens gegeben werden. Folgt man neueren Beiträgen zur Postdemokratie-Debatte, so scheint diese von den neuen sozialen Bewegungen der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts propagierte emanzipatorische Praxis seit den 1990er Jahre immer weniger handlungsleitend zu sein. Emanzipatorische Politik, so die These z.B. von Ingolfur Blühdorn (2013), werde zunehmend durch „lifestyle politics“ ersetzt. Statt kollektiver gehe es nur noch um private Selbstverwirklichung und Verbesserung der persönlichen Lebensqualität. Handlungsleitend sei nicht mehr das Ziel einer umfassenden Systemtransformation,

sondern eine systemkonforme Ökonomisierung und Issue-, Spaß- und Event-Orientierung der politischen Beteiligung.

Ein Trend zur Zunahme konsum- und issue-orientierter bürgerschaftlicher Beteiligung kann vor allem für die skandinavischen Länder, aber auch für die deutschsprachigen europäischen Länder empirisch nachgewiesen werden (vgl. Stolle/Micheletti 2013: 67). In Deutschland zählten nach dem European Value Survey von 2002 50 Prozent der Frauen und 40 Prozent der Männer zu den sog. „political consumers“. Eine 2014 durchgeführte Online-Panel-Befragung, die im Rahmen eines Siegener DFG Projekts für die Internet-Population in Deutschland repräsentativ quotiert wurde (Alter, Geschlecht, Bildung) belegt demgegenüber einen deutlichen Anstieg des politischen Konsums in Deutschland: Bezogen auf Befragte zwischen 18 und 69 Jahren (N=1268) kommen wir zu dem Ergebnis, dass 54,8 Prozent wenigstens ein paar Mal im letzten Jahr politisch eingekauft haben. Für alle Befragten, inklusive der 14-17-Jährigen (N=1.350), liegt der Wert ähnlich, bei 55,6%. Die meisten politischen Konsument_innen kaufen jedoch nicht regelmäßig aus sozialen, ökologischen oder politischen Gründen ein. Nur 11,2 Prozent boykottieren oder buykottieren regelmäßig. Und nur 4,7 Prozent aller Befragten kauft regelmäßig sowohl im Sinne des Boykotts als auch im Sinne des Buykotts politisch ein (N=1.350).

Insbesondere in Reaktion auf die zunehmende Politisierung des Konsums, verstanden als die Kopplung des Markthandelns von Verbraucher_innen mit Motiven sozialer Verantwortungsübernahme, hat sich inzwischen eine kontroverse demokratietheoretische Debatte über die normative Bewertung einer moralischen und politischen Aufladung von Alltagspraktiken entwickelt (vgl. Lamla und Salomon in diesem Heft). Während Vorstellungen vom Bürger als Citizen und von demokratischer Politik als alle Lebensbereiche umfassender Lebensform im Rückblick als politische Utopie der Moderne erscheinen, erscheint das Bild vom Bürger als Konsumenten und die damit verbundene Vorstellung von Politik als Lifestyle geradezu als Dystopie der Postmoderne. Demokratieschädlich erscheinen demnach vor allem die mit der Politisierung von Lebensstilen verbundene

Fragmentierung und Hybridisierung ethischer und politischer Forderungen; die politische Aufladung von Konsum- und Lebensstilpraktiken, so ein zentrales Argument, lenke ab von den eigentlich wichtigen Machtauseinandersetzungen um die Gestaltung rechtlich-institutioneller Strukturen der Gesellschaft.

Die Politisierung von Konsum ist nur ein Aspekt einer umfassenderen politischen Aufladung von Alltagspraktiken wie etwa die Verbreitung neuer Engagementformen im Kontext der Commons-Bewegung (z.B. Community Gardening), webgestützte Praktiken des Teilens und Tauschens (Sharing Economy), die Zunahme vegetarischer und veganer Lebensstile oder auch der Einsatz für Tierrechte belegen. Tabelle 1 stellt die Verbreitung insbesondere umweltfreundlicher Praktiken nach eigenen Angaben der Befragten dar.

Tabelle 1: Weitere Praktiken politischen Konsums

Mehrfachantworten möglich	Anteile in %
Möglichst viel wiederverwenden, wie z.B. Plastiktüten, Flaschen usw.	77,5
Zu Fuß gehen oder Fahrrad fahren statt mit dem Auto fahren	65,1
Mit öffentlichen Verkehrsmitteln statt mit dem Auto fahren	43,9
Second-Hand Sachen kaufen	32,7
Insgesamt weniger konsumieren	29,9
Dinge, die ich besitze, von anderen mitbenutzen lassen	21,9
Auf Fleisch verzichten	21,7
Freunden oder Bekannten Tipps zu sozialem oder ökologischem Konsum geben	14,7
Nichts davon	7,2
Gesamt N	1350

Gefragt wurde, ob regelmäßig und bewusst auf diese verschiedenen Arten konsumiert wird. Besonders auffällig ist, dass nur 7,2 % der Befragten angab, keinen dieser Praktiken regelmäßig und bewusst nachzugehen.

Wie lassen sich, so die Leitfrage der folgenden Überlegungen, diese diversen alltagsbezogenen Formen eines lebensstilbezogenen, in Alltagspraktiken verankerten „civic engagement“ systematisieren und historisch einordnen? Dabei werden zunächst mit Rekurs auf die soziale Bewegungs- und politische Partizipationsforschung allgemeine Merkmale eines lebensstilbezogenen Engagements herausgearbeitet. Im abschließenden Teil werden alte und neuere Formen einer Lebensstilpolitik in spätmodernen Mediengesellschaften historisch kontextualisiert und die These eines Übergangs von einer Lifestyle Politics 1.0 zu einer Lifestyle Politics 2.0 aufgestellt.

2 | Konsum- und Lebensstilpraktiken im Spannungsfeld von individuellem und kollektivem Handeln. Systematisierung aus der Perspektive der Bewegungsforschung

Lebensstilpraktiken sind noch immer weitgehend blinde Flecken der sozialen Bewegungen wie der politischen Partizipationsforschung. Dies liegt zum einen an einer Verengung der Forschungsperspektive der sozialen Bewegungsforschung auf den Bereich der „contentious politics“ (Haenfler u.a.: 2012). Bewegungsforscher_innen folgen in der Regel ontologischen Vorstellungen des Politischen, in denen Konflikthaftigkeit als wesentliches Merkmal politischen Handelns verstanden wird. Dieser Fokus auf konflikthafte Politik führt in der sozialen Bewegungsforschung zu einer Verengung der Forschungsperspektive auf folgende Handlungsdimensionen:

- Untersucht wird kollektives Handeln in öffentlichen bzw. gegenöffentlichen Handlungsräumen.
- Schwerpunkte der Forschung sind organisiertes und strategisches Handeln (v.a. Ressourcenmobilisierung).

- Kulturelle Handlungsdimensionen werden verkürzt auf die Förderung kollektiver Identitäten und die strategischen Anknüpfung an vorherrschende Deutungsmuster (Framing) und Diskurspraktiken.
- Dem Ansatz der politischen Gelegenheitsstrukturen folgend, werden vor allem durch besondere Kontextfaktoren bestimmte Ereignisse (Protestereignisse) untersucht und damit Routinen des Alltagslebens weitgehend ausgeblendet.
- Handlungsadressaten sind in der Regel mächtige Gegner wie Regierungen oder transnationale Konzerne.
- Handlungsziele beziehen sich bevorzugt auf einen grundlegenden sozialen oder politischen Wandel (Systemtransformation).

Fragen der privaten und individuellen Lebensführung kommen in einer solchen auf kollektives (gegen-)öffentliches Handeln gerichteten Erkenntnisperspektive nur selten ins Blickfeld. Kennzeichnend für politische Konsum- und Lebensstilpraktiken sind in Abgrenzung zu sozialen Bewegungspraktiken wie Protestieren, Blockieren u.a. auch anders gelagerte Raum- und Zeitstrukturierungen des Handelns: Praktiken eines nachhaltigen Lebens entwickeln Bürger_innen in der Regel nicht in öffentlichen Räumen, sondern in ihrem überschaubaren, privaten Nahraum. Im Gegensatz zu den episodenhaften, von politischen Gelegenheitsfaktoren abhängigen ereignisförmigen Aktionen kollektiven Widerstands, basiert Lebensstilpolitik oft auf dauerhaften und stark routinisierten Praktiken des Alltags wie etwa der Verzicht auf Fleischkonsum oder Mülltrennung.

Doch sind politischer Konsum und Lebensstilpolitik völlig gleichzusetzen mit individualisierter und unorganisierter Partizipation in privaten Lebenswelten, wie in der Kritik an postmoderner Partizipation unterstellt? Individualisierung politischer Partizipation im politischen Konsum ist nicht mit einem zunehmenden Desinteresse an kollektiven Angelegenheiten gleichzusetzen, sondern nur

ein Ausdruck für eine veränderte Beziehung zwischen Individuum und Kollektiv, in der neue Formen und neue Räume des individuellen politischen Engagements entstehen. Individuelle Kauf- bzw. Nicht-Kaufentscheidungen werden durch die Vielzahl gleichgerichteter Entscheidungen anderer Konsument_innen zu kollektiven politischen Akten, etwa indem eine öffentliche Thematisierung moralisch fragwürdiger Produkte erreicht wird, indem gerichtliche Sammelklagen eingereicht werden oder indem Informationsrechte bei politischen bzw. wirtschaftlichen Organisationen eingefordert werden. Aus einzelnen Kaufentscheidungen kann auf diesen Wegen eine Konsumentenmacht erwachsen, die eine gesellschaftspolitische Gestaltungsfunktion zu übernehmen sucht (z.B. Lamla 2013; Kneip 2010: 91f.).

Praktiken einer Lifestyle Politics, einer Politisierung von Alltagspraktiken zur Durchsetzung gemeinwohlorientierter Ziele, sind häufig nicht rein private und rein individualistische Praktiken, sondern durch ein Spannungsverhältnis von individuellen und kollektiven Handlungsdimensionen charakterisiert. Dieses Spannungsverhältnis wird in unterschiedlichen Praktiken (Kaufen, Boykottieren, Teilen, Tauschen, diskursive Praktiken der Kommunikation über Handlungsziele und -strategien u.a.) und in unterschiedlichen Bezügen zu sozialen Bewegungen unterschiedlich gelöst. Zu unterscheiden sind rein individuelle Lebensstilpraktiken, wie etwa der Kauf von Bio-Produkten, von solchen Praktiken, die integrative Bestandteile des Gemeinschaftslebens in mehr oder weniger stark sozial vernetzten und abgegrenzten Communities sind (vgl. Forno in diesem Heft). Damit verbunden sind auch unterschiedliche organisationale Formen der Institutionalisierung des Handelns. Zu differenzieren ist zwischen unorganisierten, schwach und stark organisierten Handlungsformen und ihren jeweiligen Bezügen zu den Organisationen und Netzwerken sozialer Bewegungsorganisationen.

Geteilte Lebensstilpraktiken sind in vielen Fällen kollektive Praktiken. Oft sind sie eingebunden in soziale Bewegungen und stützen

deren Forderungen nach einem grundlegenden Gesellschaftswandel in der Alltagswelt ab – wie etwa in der Frauen- und Schwulen- und Lesbenbewegung oder der Umweltbewegung. Die umwelt- und globalisierungskritischen Bewegungen haben zur Entstehung einer Vielzahl alternativer Projekte geführt, in denen neue Lebensformen ausprobiert werden, sei es z.B. im Sinne neuer Beziehungen zu Eigentum und zu Ressourcen der Natur oder sei es im Sinne der Entwicklung neuer sprachlicher und visueller Codes wie in Sprachen der Politischen Korrektheit oder kulturellen Praktiken eines Culture Jamming.

In Zeiten der Latenz, in denen die politischen Gelegenheitsstrukturen nicht günstig sind, sorgen politisierte Alltagspraktiken wie Recycling und Sharing oder Präferenzen für fair gehandelte Güter für eine Kontinuität der Ziele und Netzwerke sozialer Bewegung. In manchen Fällen sind „Lifestyle Movements“ jedoch eigenständige, von alten und neuen sozialen Bewegungen getrennte Bewegungen mit eigenständigen „Lifestyle Movement Organizations“ und kulturellen Anführern, „Cultural Entrepreneurs“, wie Haefler u.a. (2012: 11) am Beispiel der amerikanischen Slow Food-Bewegung verdeutlichen. Im Gegensatz zu konfliktorientierten sozialen Bewegungen sind Lifestyle-Bewegungen im Allgemeinen – Ausnahmen sind etwa die Tierrechtsbewegung – stärker konsensorientiert und schwächer organisiert. Sie entstehen überall dort, wo Menschen eine bestimmte Art zu leben propagieren, um ein übergeordnetes Ziel sozialer Veränderung zu erreichen.

3 | Orte, Ziele und Motive von Lifestyle Politics. Systematisierung aus der Perspektive der politischen Partizipationsforschung

Während die soziale Bewegungsforschung primär kollektives, organisiertes und konfliktives Handeln untersucht, beschäftigt sich die politische Partizipationsforschung vornehmlich mit individuellen Formen politischer Beteili-

gung. Trotz der Ausrichtung auf individuelle Handlungsdimensionen fand auch in der politischen Partizipationsforschung die politische Dimension von Alltagspraktiken bisher wenig Berücksichtigung. Grund ist die Dominanz eines spezifisch instrumentellen Verständnisses politischen Handelns. Maßgeblich ist bis in die Gegenwart die Definition von Max Kaase, in der er politische Partizipation bestimmt als „jene Verhaltensweisen von Bürgern, die sie alleine oder mit anderen freiwillig mit dem Ziel unternehmen, Einfluss auf politische Entscheidungen zu nehmen“ (Kaase 1992: 339). Implizit folgt eine solche Definition einer Orientierung an den normativen Vorstellungen der sogenannten realistischen Demokratietheorie, nach der politische Beteiligung der Bürger_innen weitgehend auf Wahlakte beschränkt verstanden wird.

Mit dem Wandel der politischen Aktivitäten in westlichen Demokratien erweiterte sich das ursprünglich eingeschränkte Verständnis politischer Partizipation sukzessive: Die jüngste Ausweitung des Begriffsverständnisses erfolgt im letzten Jahrzehnt, indem – vor allem beeinflusst durch die Arbeiten von Micheletti und Stolle zum politischen Konsumerismus – auch Aktivitäten des politischen Konsums, wie Boycott, Buycott und diskursiver Konsum als politisches Handeln interpretiert werden.

Die „rapid expansion“ neuer und komplexer Formen zivilgesellschaftlichen Engagements (Dalton 2008) hat in der Politikwissenschaft zu einer Diskussion über die Grenzen und Typologisierung politischen Handelns geführt. Debattiert wird vor allem, ob und inwiefern ein Handeln, das nicht in den etablierten Räumen der repräsentativen Demokratie verortet werden kann und das nicht an institutionalisierte Akteure der Politik gerichtet ist, überhaupt als politisch zu bezeichnen ist. Jan van Deth (2014) hat in dem Zusammenhang einen differenzier-ten und viele neue Formen des Engagements einbeziehenden Operationalisierungsvorschlag vorgelegt. Dieser könnte in modifizierter Form auch für eine differenziertere Systematisierung von politischen Konsum- und Lebensstilprak-

tiken hilfreich sein (vgl. auch de Moor 2014).

Für die Typenbildung politischer Aktivitäten werden vier Unterscheidungskriterien hervorgehoben: Handelt es sich um ein Handeln, das im „locus“ von Politik/Regierung/Staat verortet ist, so sind die Minimalbedingungen politischer Partizipation erfüllt; all die darunter fallenden politischen Aktivitäten werden einem ersten Typ politischer Partizipation zugeordnet (van Deth 2014: 356). Geht es um Aktivitäten, die zwar nicht unter Typ 1 fallen, aber Politik/Regierung/Staat als Handlungsziel, als „target“, adressieren, so handelt es sich um einen zweiten Typ. Fällt das Handeln weder unter Typ 1 und Typ 2, zielt aber darauf, Probleme des Gemeinwesens zu lösen, so werden sie einem dritten Typ politischer Partizipation zugeordnet. Sind Aktivitäten weder nach „locus“ noch nach „target“ den genannten Typen zuzuordnen, so können sie unter einer Bedingung dennoch als Akte politische Partizipation betrachtet werden, und zwar sofern sie politisch motiviert sind (Typ 4). Mit dem letzten Kriterium werden auch all die Aktivitäten als politische Partizipation erfasst, die, wie etwa Praktiken des von Motiven der sozialen Verantwortung geleiteten Kaufens oder Boykottierens, zwar nicht den Staat direkt adressieren und auch nicht durch Selbsthilfe vor Ort kollektive bzw. Gemeinschaftsprobleme lösen helfen, aber dennoch von Motiven der sozialen Verantwortungübernahme geleitet und auf sozialen Wandel und die Durchsetzung gemeinwohlorientierter Normen gerichtet sind.

Der Versuch van Deths, der gestiegenen Komplexität politischen Handelns gerecht zu werden, ist ein wichtiger Schritt in der Öffnung der politischen Partizipationsforschung für viele neue (und alte) Konsum- und lebensstilbezogene soziale Praxen. In der empirischen Analyse erweisen sich die Engagementpraktiken der Bürger_innen jedoch oft als viel komplexer als der vorgeschlagene Ordnungsversuch. Denn die Motive der Akteure, so ein Ergebnis des Siegener Forschungsprojekts zu politischem Konsum im Internet, sind außerordentlich vielschichtig: Motive des Tier- und Umweltschutzes

werden etwa verbunden mit dem Wunsch nach einer gesünderen Lebensführung oder auch mit dem Wunsch nach ästhetischer Selbstexpression oder nach moralischer Distinktion, d.h. der selbstaufwertenden Abgrenzung von als weniger moralisch empfundenen anderen. In der Regel werden politisierte Alltagspraktiken von den Subjekten selbst nicht als politisches Handeln verstanden. Dies gilt, selbst wenn die Befragten ihr Handeln explizit als gemeinwohlorientiert und auf sozialen Wandel gerichtet beschreiben. Häufig lassen sich weder die Motive noch die Ziele und Adressaten des Handelns eindeutig bestimmen. In vielen Fällen sind politisierte Konsum- und Lebensstilpraktiken hybride politische Partizipationsphänomene, bei denen unterschiedliche Themenkomplexe (Umwelt, Menschenrechte u.ä.) gekoppelt sind und unterschiedliche Targets aus Wirtschaft, Staat und Gesellschaft adressiert bzw. angegriffen werden (Baringhorst et. al. 2010). Häufig geht es auch (nur) darum, im persönlichen Nahraum von Familie und Freundeskreis für die eigenen Lebensstilpräferenzen Verständnis und Unterstützung zu finden. In dem Zusammenhang spielt die Präfiguration, d.h. das persönliche Vorleben eines besseren und moralisch(er)en Lebens, eine wichtige Rolle für die Persuasion anderer.

Einerseits öffnet die Partizipationsforschung mit ihrer Einbeziehung von Motiven des Handelns als ausschlaggebendem Kriterium für die Bestimmung politischer Partizipation die Forschungsperspektive für viele Aktivitäten, die nicht den Staat adressieren. Andererseits unterstellt eine solche Sichtweise relativ feststehende Handlungsmotive, die den Handelnden bewusst sind und in Surveys abgefragt werden können. Motive politisierten Alltagshandelns sind jedoch nicht nur komplex, sondern oft auch unbewusst. Unklar ist auch, inwiefern sie als fix und dem Handeln vorausgehend betrachtet werden können oder vielmehr erst im Prozess des Handelns entstehen bzw. verändert werden. Geht man von der Prozesshaftigkeit der Entwicklung politischer Orientierungen und Motive aus, so scheinen alltagsethnogra-

phische Zugänge, die politische Partizipation als situierte Praktiken begreifen, vielversprechendere Ergebnisse zu liefern.

Sinnvoll scheint im Zusammenhang der Frage nach der Entstehung und Konzeptionalisierung lebensstilbezogener Partizipationspraxen ein Rekurs auf theoretische Konzepte „kultureller Bürgerschaft“, verstanden als diskursiver Prozess, der „brings into focus the learning dimensions of citizenship and the socialization processes initiated by the different socializing agents of society“ (Klaus/Lünenborg 2012: 201). Unterschiedliche Milieus führen zur Herausbildung unterschiedlicher Lebensstilpraxen. Diese wiederum wirken als kulturelle Praxen zurück auf gesellschaftliche Strukturen im Sinne kulturell codierter Differenzen von Chancen auf Macht und Einfluss. Werden politische Handlungsmotive nicht als schlicht gegeben vorausgesetzt, sondern als in komplexen milieubedingten Lern- und Sozialisationsprozessen entstehend betrachtet, so öffnet sich die Analyseperspektive nicht nur für Fragen nach familiären und schulischen Einflussfaktoren. Im Kontext spätmoderner Mediengesellschaften sind, wie weiter unten näher ausgeführt, vor allem Fragen nach den Auswirkungen digitaler Kommunikation auf Konsum- und Lebensstilpraktiken genauer zu untersuchen.

4 | Politik der Lebensstile als Phänomen spätmoderner Gesellschaften

Warum sind sozial verantwortliches Konsumhandeln und andere nachhaltige Praktiken wie städtisches Gärtnern, das Reparieren defekter Elektrogeräte in Repair Cafés, das Teilen gemeinschaftlich genutzter Güter, die Unterstützung der Slow Food Bewegung oder der Einsatz für artgerechte Tierhaltung in den letzten Jahrzehnten zu wichtigen sozialen Alltagspraktiken geworden, in denen sich Individuen allein oder als Teil von Gemeinschaften oder sogenannten Lifestyle Movements für sozialen Wandel einsetzen? In der Literatur werden die unterschiedlichen Phänomene des

individualisierten und ins Alltagsleben integrierten Engagements für sozialen Wandel unter Begriffen wie „Subpolitik“ (Beck), „life politics“ (Giddens), „personalized politics“ (Bennett/Seegerberg), „lifestyle politics“ (Blühdorn) oder „creative participation“ (McFarland/Michelletti) gefasst (de Moor 2014). Dabei wird die Bedeutungszunahme individualisierter Formen des Engagements einerseits strukturell und andererseits sozio-kulturell erklärt.

Strukturelle Erklärungen rekurrieren auf interagierende ökonomische und politische Faktoren, wie den Zusammenhang zwischen einer Globalisierung der Märkte und einem Wandel von Staatlichkeit in transnationalen Architekturen vernetzter Governance. Expansion und Intensivierung ökonomischer Austauschbeziehungen haben demnach die Macht transnationaler Konzerne zu Lasten der Interventionschancen von Nationalstaaten gesteigert. Je weniger der nationale Staat als entscheidungsmächtiger Akteur das Weltgeschehen lenke, desto mehr

adressierten die Bürger ihre Forderungen nicht an nationale Regierungen, sondern an mächtige Konzerne. In dem Zusammenhang war der Boykott von Shell-Tankstellen im Rahmen der Brent Spar-Kampagne von 1995 ein entscheidendes protestpolitisches Ereignis. Es markierte nicht nur die gewachsene politische Macht von Nichtregierungsorganisationen wie Greenpeace, sondern auch den Beginn einer zunehmenden Mobilisierung des Markthandelns von Bürger_innen für die Durchsetzung gesellschaftlicher und politischer Ziele.

Die Politisierung des Alltagshandelns bleibt angesichts der geschwächten Gegenmacht von Arbeitnehmervertretungen neben der gewachsenen Macht transnationaler Nichtregierungsorganisationen eine von Bürger_innen direkt zu beeinflussende Chance, die Gestalt des globalisierten Kapitalismus zumindest partiell zu beeinflussen. Dabei ist die Politisierung des Alltags historisch eng verbunden mit der von den sozialen Bewegungen der 1960er und 1970er



Jahre vorangetriebenen Politisierung der Gesellschaft. Fragen des gesamtgesellschaftlichen wie individuellen Konsums und der allgemeinen Lebensführung werden seit den 1980er Jahren zunehmend medienöffentlich verhandelt und Normen sozialer Verantwortlichkeit unterworfen. Diese Moralisierung und Politisierung des Alltagslebens wird einerseits von traditionellen Umwelt- und Menschenrechtsorganisationen wie Greenpeace, BUND und Oxfam vorangetrieben. Andererseits sind inzwischen im Sinne der funktionalen Ausdifferenzierung neue, auf ethische Konsumfragen spezialisierte Watchdog-Organisationen wie Foodwatch oder die Kampagne für saubere Kleidung entstanden (Baringhorst 2015).

Hinzu kommt eine nur sozio-kulturell zu erklärende abnehmende Bereitschaft oder gar Fähigkeit von Bürger_innen sich auf dauerhafte Mitgliedschaften aller Art einzulassen. Der Wunsch nach stärkerer individueller Autonomie führt zur kritischen Distanzierung und Vertrauensverlust der etablierten politischen Organisationen und einem gesteigerten Bedürfnis, politische Präferenzen in selbstständigem, oft niedrigschwelligem und flexiblem Engagement auszudrücken. Staatliche Deregulierungspolitiken, der damit verbundene Abbau staatlicher Fürsorgeleistungen und der omnipräsente Appell an die Eigenverantwortung und Notwendigkeit kreativer selbsttätiger Problemlösungen haben wesentlich mit zur Schwächung traditioneller politischer Bindungen beigetragen. Sie werden zum einen durch flüchtige, marktförmig strukturierte politische Beziehungen ersetzt. Vergessen wird in der Abqualifizierung lebensstilorientierten Engagements als niedrigschwellige post-demokratische Partizipation, dass es sich bei vielen lebensstilbezogenen Engagementpraktiken um durchaus zeitaufwendige und dauerhafte Aktivitäten handelt. Oft setzen sie komplexe Praktiken der Informationsbeschaffung und -validierung voraus (vgl. Witterhold in diesen Heft).

Kultursoziologische Erklärungsversuche führen den Bedeutungszuwachs von Lifestyle Politics vor allem auf Prozesse der Enttra-

ditionalisierung und Individualisierung in spätmodernen Gesellschaften zurück. Befreit von traditionellen Zwangsmitgliedschaften können und müssen die Einzelnen Antworten auf grundsätzliche Fragen der personalen wie kollektiven Identität finden. Im *kulturellen Kapitalismus* (Jeremy Rifkin) sind wir, welche Musik wir hören, welche Marken und Kleidungsstile wir tragen oder allgemein formuliert: Wir sind, was wir konsumieren. Politisierte Lebensstilpraktiken sind nahezu unweigerlich auch Konsumpraktiken, wie von Kritiker_innen einer Politik der Nachhaltigkeit durch mehr nachhaltigen Konsum oft und zu Recht mahmend hervorgehoben wird. Anhänger_innen der Slow Food-Bewegung konsumieren bewusster aber nicht unbedingt weniger, Unterstützer_innen von Sharing-Praktiken wie Kleidertausch tauschen Produkte und legen dabei oft Wert auf Markennamen und Design, Autoverweigerer machen einen Kult um Fahrradutensilien, und Öko-Touristen verzichten nicht auf Distinktionsmerkmale einer oft nur vordergründig nachhaltigen Reisekultur.

5 | Von Lifestyle Politics 1.0 zu Lifestyle Politics 2.0

Fassen wir die bisherigen Überlegungen zusammen, so lassen sich politische Konsum- und Lebensstilpraktiken systematisch nach dem Grad ihrer Individualisierung bzw. Kollektivierung, schwacher oder starker Institutionalisierung, privaten oder öffentlichen Handlungsräumen unterscheiden. Inwiefern, so eine wichtige Forschungsfrage, zeichnen sich bedingt durch den gesellschaftlichen Wandel Veränderungen in den realen Typen und Praktiken einer Lifestyle Politics ab? Während Autoren wie Giddens und Beck vor allem auf den Wandel zu spätmodernen Gesellschaften als zentralen Einflussfaktor verweisen, sind die Auswirkungen des Medienwandels, konkret der Übergang von analogen zu digitalen und in Bezug auf letztere insbesondere der Übergang zum sogenannten Social Web für die konkrete Gestalt politischer Konsum- und Lebensstilpraktiken noch kaum

erforscht. Dies ist ein gravierendes Forschungsdesiderat, zumal Forschungen zu anderen Formen politischer Partizipation, wie vor allem zu Protestaktivitäten, vielfach auf Veränderungen im Zuge der Digitalisierung hingewiesen haben (z.B. Bennett/Seegerberg 2012).

Lebensstilpraktiken sind nicht nur eng mit Konsumpraktiken, sondern ebenso eng mit webgestützten sozialen Innovationen (vgl. John in diesem Heft) und Medienpraktiken verbunden. Dies gilt im Zuge der fortschreitenden digitalen Durchdringung aller Lebensbereiche nicht nur hinsichtlich medialer Konstruktionen von Markenimages in massen- und alternativ-medialer Werbung. Gerade bezogen auf jüngere netzaffine Generationen hat die Digitalisierung von Alltagsleben und zivilgesellschaftlichem Engagement neue politisch oder moralisch aufgeladene Lebensstil- und Konsumpraktiken befördert. Darüber hinaus finden sich im Social Web zahlreiche neue Medienformate der öffentlichen Thematisierung moralisch und politisch aufgeladener Konsum- und Lifestyle-Fragen. Diese sind häufig nicht an Nichtregierungsorganisationen gebunden, sondern entstehen in lockeren sozialen Netzwerkstrukturen. Gemeint sind zum einen Facebook-Gruppen von Vegetarier_innen, Weblogs wie Karma Konsum und Web-Communities wie z.B. Utopia. Nach der repräsentativen Siegener Umfrage hat fast jeder fünfte (19,6 Prozent) schon einmal Produkte aus sozialen, ökologischen oder politischen Gründen im Internet gekauft. Am häufigsten wird das Internet allerdings dafür eingesetzt, sich über die sozialen oder ökologischen Folgen bestimmter Produkte zu informieren (50,1 Prozent). Visuelle Medien wie z.B. Dokumentationen über die Hintergründe der Nahrungsmittelproduktion haben bereits 37,6 Prozent der Befragten schon einmal online angeschaut. Etwas mehr als ein Viertel hat auch schon einmal eine andere Person über das Internet zum Thema sozialer oder ökologischer Konsum informiert.

Auswirkungen der Verbreitung interaktiver digitaler Medien wie vor allem webgestützter

sozialer Netzwerke auf Lebensstilpolitiken sind auch hinsichtlich folgender Aspekte zu erwarten:

Bezogen auf individuelle Praktiken zeichnet sich eine Stärkung expressiver, selbstbezoglicher Kommunikationspraktiken ab. Politische Konsument_innen, die nicht in sozialen Netzwerken aktiv sind und ihr sozial und ökologisch verantwortliches Alltagshandeln auch nicht mit einem Engagement in Vereinen oder Bewegungsorganisationen verknüpfen, scheinen eher von altruistischen, moralischen Motiven geleitet als politische Konsument_innen, die zwar auch nicht in Organisationen aktiv sind, aber ihren nachhaltigen Lebensstil in sozialen Netzwerken wie Facebook kommunizieren. Selfies zu vegetarischen Kocherlebnissen, narrative Berichte über Erfolge und Scheitern in Alltagsexperimenten zum Erreichen eines sozial verantwortlichen Ich-Ideals zeugen von einer neuen Praxis des halböffentlichen expressiven Vorlebens eines ‚guten‘, vorzeigbaren Alltagslebens. Dabei scheint die Persuasion durch Präfiguration gerade bei jüngeren Netzaktiven alte Muster moralischer Appelle an individuelle Pflichtgefühle zu ersetzen.

Noch wissen wir nicht, inwiefern die in der Regel lockeren sozialen Netzwerke des Social Web in der Lage sind, eine Stabilisierung von Handlungsnetzwerken durch Organisationen funktional zu ersetzen. Für Lebensstilgemeinschaften und -bewegungen bieten sich jedoch faktisch viele neue Chancen, soziale Erfahrungen und Informationen zu tauschen, Wissen zu validieren und zu archivieren, aber auch durch virale Empörungskommunikation und Abgrenzungsdiskurse Außengrenzen moralischer Lebensstilgemeinschaften zu markieren. Darüber hinaus eröffnet das Netz neue Übergänge zwischen schwach und stark organisierten Formen des Handelns wie Arbeiten zur Politisierung von Alltagshandeln in sog. Third Spaces des Internets belegen (vgl. Graham/Wright in diesem Heft).

Auswirkungen hat die Internetnutzung auch auf das Verhalten organisierter Bewegungsakteure, die ihren politischen Konsum

und andere Lebensstilpraktiken eng mit einem Engagement in sozialen Bewegungen wie z.B. Umwelt- und Naturschutzverbänden verknüpfen. Eine Abkopplung kollektiven Handelns von traditionellen Bewegungsorganisationen lässt sich im Bereich des politischen Konsums zum einen durch eine Zunahme nachhaltigen Engagements in niedrigschwelligen, issue-bezogenen Formaten wie E-Petitionen auf oft themenunspezifischen Plattformen belegen (Baringhorst/Yang 2014) (vgl. dazu Voss in diesem Heft). Zum anderen bietet das Internet ideale Bedingungen für die Herausbildung schwach vernetzter Lebensstilgemeinschaften, wie etwa „Utopia - Die Plattform für Nachhaltigkeit“ (<http://www.utopia.de/>) belegt. Aber auch die vielen kleinen Projekte eines alternativen Lebensstils, von denen etwa der Jahresalmanach Futurzwei (2014) zeugt, sind hinsichtlich ihrer Kollaborations-, Organisations-, Partizipations- und Veröffentlichungspraktiken wesentlich auf medientechnische Kooperationserleichterungen angewiesen.

Viele neue Formen lebensstilbezogenen Engagements sind erst durch das Internet populär geworden. Dies gilt einerseits für die Commons-Bewegungen und ihren Einsatz gegen eine Privatisierung und Kommerzialisierung öffentlicher Räume wie von Wissen und Natur. Insbesondere Peer-to-Peer Production und Open Software stehen für netzpolitische Lebensstilpraktiken, die rückwirkend auf die Offline-Welt auch in Städten und Gemeinden kollaborative Praktiken wie etwa Gemeinschaftsgärten zur Etablierung vorgelebter Gegenwelten gegen die Vorherrschaft kapitalistischer Verwertungszwänge befördert haben (Helfrich/Heinrich-Böll-Stiftung 2012). Andererseits haben insbesondere mobile Medien wie das Smartphone lebensweltliche Praktiken des Teilens von Gütern befördert, die gerade in großstädtischen Räumen Verbreitung finden. Auch wenn der Hype um die grundlegenden gesellschaftsverändernden Wirkungen der Sharing-Ökonomie vermutlich überzogen ist, so suggeriert doch eine wachsende Zahl von Tausch-, Miet- und Sharing-Plattformen

die Vielzahl neuer Optionen, die Dynamiken konsumeristischer Wegwerfgesellschaften durchbrechen zu können.

Internetanwendungen tragen nicht nur durch Open Software und Tauschplattformen zu einem Wandel von Lifestyle Politics bei. Für eine alltagspraktische Abstützung individueller Lebensstiländerungen, die ja oft als Lebensstilexperimente begonnen werden, sind vor allem auch die in ihrer Vielfalt kaum noch zu überschauenden Apps für mobile Medien relevant, die wie etwa der Barcode Scanner, ortsunabhängig und jederzeit abrufbar Informationen über Qualität und Hintergründe von Produkten liefern. Alternative Suchmaschinen wie *Ecosia* helfen nicht nur bei der Suche nach Informationen, sondern unterstützen den User quasi nebenbei auch dabei, das ungleich größere Ziel der Erdrettung zu befördern. Nicht zu vergessen sind auch die zahlreichen Crowdfunding- und Crowdinvesting-Plattformen, die die kollaborative Finanzierung alternativer Startups erleichtern.

6 | Fazit

Gerade für Praktiken nachhaltiger Lebensstile stellt das Social Web eine förderliche mediale Gelegenheitsstruktur dar. Angesichts der weitgehend kommerzialisierten Massenmedien bietet es - trotz unverkennbarer Kommerzialisierung des Internets - noch immer Kommunikationsräume, in denen kritisches Wissen über Produkte und Unternehmen sowie allgemeine Marktprozesse gesammelt und ausgetauscht werden kann. Vergleicht man Merkmale lebensstilorientierter Praktiken und Medienpraktiken im Social Web, so zeigen sich auffällige strukturelle Gemeinsamkeiten hinsichtlich einer Tendenz zur Individualisierung und geringen organisatorischen Verfestigung politischer Partizipation. Die Technizität des Social Web ermöglicht lockere, wenig aufwendige und niedrigschwellige Formen von Engagement und Vernetzung, die gerade den Partizipations- und Interaktionsbedürfnissen nicht organisatorisch gebundener Bürger_in-

nen entgegenkommen (Baringhorst 2015). Ob diese strukturellen Analogien eher zufällig sind oder aber Medientechnologien strukturbildend die Herausbildung einer Lifestyle Politics 2.0 befördern, kann erst auf Basis umfassenderer historischer Vergleichsstudien beurteilt werden.

Sigrid Baringhorst ist Professorin an der Universität Siegen. Kontakt: baringhorst@politikwissenschaft.uni-siegen.de

Literatur

Barber, Benjamin 1995: Starke Demokratie. Berlin: Rotbuch.

Baringhorst, Sigrid 2015: Nachhaltigkeit durch politischen Konsum und Internetaktivismus? Neue Engagemenformen zwischen postdemokratischer Partizipation und demokratischem Experimentalismus. In: Diendorfer, Gertraud (Hrsg.): Demokratie als Beitrag zu einer nachhaltigen Gesellschaft. Herausforderungen, Potenziale und Reformansätze. Band 3 der Schriftenreihe des Demokratiezentrum Wien. Innsbruck - Wien - Bozen Studienverlag (i. E.).

Baringhorst, Sigrid/Yang, Mundo 2014: Kreative politische Handlungen im Social Web - Beiträge zur Demokratie? In: Schröder, Michael (Hrsg.): Politik und politische Bildung in der digitalen Welt. Chancen und Herausforderungen. München: Lau-Verlag, 37-58.

Baringhorst, Sigrid u.a. 2010: Unternehmenskritische Kampagnen im Zeichen digitaler Kommunikation. Wiesbaden: VS Verlag.

Bennett, Lance W./Seegerberg, Alexandra 2012: Digital media and the personalization of collective action: social technology and the organization of protests against the global economic crises. In: Loader, Brian D./Mercea, Dan (Hrsg.): Social Media and Democracy. Innovations in Participatory Politics. London: Routledge, Chapman & Hall, 13-19.

Blühdorn, Ingrid 2013: Simulative Demokratie. Neue Politik nach der postdemo-

kratischen Wende. Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Dalton, Russel 2008: Citizenship norms and the expansion of political participation, in: Political Studies, 56/1, S. 76-98.

Gaiser, Wolfgang/Gille, Martina 2012: Politische Partizipation junger Menschen. In: Polis, H.1, 15-17.

Haenfler, Ross/Johnson, Brett/Jones, Ellis 2012: Lifestyle Movements: Exploring the Intersection of Lifestyle and Social Movements. In: Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest, 11:1.

Helferich, Silke/Heinrich-Böll-Stiftung (Hrsg.) 2012: Commons. Für eine neue Politik jenseits von Markt und Staat. Bielefeld: Transcript.

Kaase, Max 1992: Politische Beteiligung. In: Schmidt, Manfred G. (Hrsg.): Die westlichen Länder (Lexikon der Politik Bd. 3). München: Verlag C. H. Beck, 339-346.

Klaus, Elisabeth/Lünenborg, Margreth 2012: Cultural Citizenship. Participation by and through Media. In: Elke Zobl und Ricarda Drüeke (Hrsg.): Feminist media. Participatory spaces, networks and cultural citizenship. Bielefeld: Transcript (Critical media studies, 9), 197-212.

Kneip, Veronika 2010: Consumer Citizenship und Corporate Citizenship. Bürgerschaft als politische Dimension des Marktes. Baden-Baden: Nomos.

Lamla, Jörn 2013: Verbraucherdemokratie. Frankfurt/M.: Suhrkamp.

De Moor, Joost 2014: Lifestyle Politics and the Concept of Political Participation. Paper prepared for the PARTIREP Workshop "Conceptualizing Political Participation". Mannheim, September 25-26, 2014.

Stolle Dietlind/Micheletti, Michele 2013: Political Consumerism. Global Responsibility in Action. Cambridge: Cambridge University Press.

van Deth, Jan 2014: A Conceptual Map of Political Participation. In: Acta Politica, Vol. 49, 3, 349-367.