

Jana Rückert-John, Melanie Jaeger-Erben, Martina
Schäfer, Jens Aderhold, René John

Soziale Innovationen für nachhaltigen Konsum

Kriterien zur Analyse und Systematisierung

Förderhinweis

Diese Studie entstand im Zusammenhang mit dem Forschungs- und Entwicklungsvorhaben (FKZ 3711 93 333) „Nachhaltiger Konsum durch soziale Innovation – Konzepte und Praxis“, gefördert vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit und vom Umweltbundesamt vom Juni 2012 bis November 2013. Die Förderer übernehmen keine Gewähr für die Richtigkeit, Genauigkeit und Vollständigkeit der Angaben sowie für die Beachtung der privaten Rechte Dritter. Die geäußerten Ansichten und Meinungen müssen nicht mit denen der Förderer übereinstimmen.

Impressum

Beiträge zur Sozialinnovation

ISSN 1610-7152

Herausgegeben vom

Institut für Sozialinnovation e.V.
Postfach 12 01 22 • 10591 Berlin
Tel./Fax: +49 700-ISINOVA-1
(+49 700-4746682-1)
Email: info@isinova.org
www.isinova.org

Redaktion: Institut für Sozialinnovation

Verlag: Eigenverlag

Jahr: 2013

© Die veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Die Verwertung, der Nachdruck, die Vervielfältigung durch Kopie, sind nur mit Zustimmung des Herausgebers gestattet. Namentlich gekennzeichnete Beiträge und Kommentare geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder.

Zitation: [Autor][Jahr]:[Titel]. Beiträge zur Sozialinnovation Nr. [...]. Berlin: Institut für Sozialinnovation. [Downloadpfad, Datum]

Inhaltsverzeichnis

1 Ziel und Aufbau des Diskussionspapiers	4
2 Soziale Innovationen und nachhaltiger Konsum	4
3 Begriffsverständnisse: Soziale Innovationen, soziale Praktiken und nachhaltiger Konsum.....	6
3.1 Soziale Innovationen.....	6
3.2 Soziale Praktiken.....	8
3.3 Nachhaltiger Konsum.....	9
4 Methodisches Vorgehen.....	11
5 Kriterien zur Beschreibung und Analyse von Fällen sozialer Innovationen	12
5.1 Problemdefinition und -lösung.....	13
5.2 Ablösung etablierter Praktiken durch neue Konsumpraxis.....	15
5.3 Strukturelle Stabilisierung der veränderten Konsumpraxis.....	16
5.4 Nachhaltigkeitspotential der sozialen Innovation.....	19
5.5 Nutzen und Weiterentwicklung der Kriterien.....	20
6 Prinzipien und Modi nachhaltigen Konsums.....	20
6.1 Prinzipien alternativer Konsumpraxis.....	22
6.2 Modi nachhaltigen Konsums.....	24
6.2.1 Do-It-Together	24
6.2.2 Kollaborativer Konsum	25
6.2.3 Prosuming.....	26
6.2.4 Teilen.....	27
6.2.5 Tauschen.....	28
6.2.6 Do-It-Yourself.....	29
6.2.7 Mieten/ Leihen.....	30
6.2.8 Inwertsetzen von Resten.....	31
7 Fazit und Ausblick.....	32
Literatur.....	33
Anhang: Übersicht Fälle und Modi.....	36

1 Ziel und Aufbau des Diskussionspapiers¹

Im Rahmen des vorliegenden Diskussionspapiers soll ein wissenschaftlich fundierter Argumentations-, Verständnis- und Analyserahmen erarbeitet werden, um das heterogene Feld sozialer Innovationen für nachhaltigen Konsum systematisch beschreiben zu können. Dieser Rahmen soll als Grundlage dienen, um eine empirisch fundierte sowie praktisch anschlussfähige Typologie sozialer Innovationen zu entwickeln, die eine Einordnung spezifischer, empirischer Phänomene sowie genereller Trends möglich macht und Ansätze politischer Förderung und Mitgestaltung aufzeigt.

Im Folgenden sollen vor allem die ersten Schritte zur Vorbereitung der Typenbildung vorgestellt werden. Hierzu gehört die Entwicklung eines theoretisch und empirisch abgesicherten Analyse- und Kriterienrasters, das die systematische Beschreibung spezifischer Phänomene bzw. Einzelfälle so genannter sozialer Innovationen in unterschiedlichen Konsumbereichen ermöglicht ebenso wie die systematische Ableitung die den Einzelfällen zugrundeliegenden Formen des Konsums (Modi).

Nach der Darlegung des Stellenwertes sozialer Innovationen für den Bereich nachhaltigen Konsum (Kapitel 2) werden sowohl die diesem Papier zugrunde liegenden Verständnisse von sozialen Innovationen, sozialen Praktiken des Konsums als auch ein Arbeitsbegriff nachhaltigen Konsums dargelegt (Kapitel 3). Kapitel 4 beschreibt anschließend das methodische Vorgehen zur Vorbereitung der Typenbildung. Kapitel 5 und 6 stellen schließlich die Kriterien zur Beschreibung spezifischer Fälle sozialer Innovationen für nachhaltigen Konsum sowie die auf Basis der Fälle identifizierten, grundlegenden Formen oder Modi des Konsums vor.

2 Soziale Innovationen und nachhaltiger Konsum

Nutzung und Verbrauch natürlicher Ressourcen werden durch die Produktion und Vermarktung von Gütern und Dienstleistungen sowie durch die Art und Weise ihrer Konsumption bestimmt. Konsumorientierungen und die hiermit zusammenhängenden Praktiken sind folglich für die Ermöglichung einer nachhaltigen Entwicklung von entscheidender Bedeutung.

Indem Politik mittels Regulations- und Steuerungsmaßnahmen in das Handlungsfeld Konsum eingreift, können neue Mechanismen und soziale Innovationen befördert, entwickelt und verbreitet werden, die eine verantwortungsvolle Transformation bisheriger Marktstrukturen, Leitpräferenzen, Einstellungen, Konsummuster und Konsumentinnen- und Konsumentenrollen ermöglichen. Das Engagement der

¹ Dieses Diskussionspapier entstand im Rahmen des Projektes (FKZ: 3711 93 333) „Nachhaltiger Konsum durch soziale Innovation. Konzepte und Praxis“, welches vom BMU/UBA im Zeitraum vom 6/2012 bis 11/2013 gefördert wird. Wir danken Birgit Blättel-Mink für ihre Diskussionsbeiträge in der ersten Projektphase und Kommentare zu einer früheren Version des Papiers.

Konsumentinnen und Konsumenten für mehr Nachhaltigkeit kann durch überzeugende Angebote und Beteiligungsmöglichkeiten, die in den Alltag integrierbar sind, erreicht und gesichert werden.

Mit der Umsetzung des umweltpolitischen Ziels einer nachhaltigen Gestaltung des Verhältnisses der Gesellschaft zu ihren natürlichen Lebensgrundlagen wird ein struktureller Wandel des Konsums erforderlich sein. Struktureller Wandel heißt dabei, die bisher mehrheitlich praktizierten und für selbstverständlich angesehenen Routinen sowie die hier zugrundeliegenden Wertsetzungen durch Impulse sozialer Innovationen zu verändern und die Transformation zu neuen nachhaltigen Wertsetzungen und Routinen zu unterstützen. Erst wenn die alternativen Praktiken tief im Alltagsverständnis eingelassen sind und damit langfristig zu einem Teil der Routinen eines größeren Teils der Konsumentinnen und Konsumenten geworden sind, kann der Wandel als vollzogen angesehen werden. Auf diese Weise werden die Konsumentinnen und Konsumenten als eine wesentliche Akteursgruppe bei der Gestaltung eines ressourcenverantwortlichen und zukunftsfähigen Umgangs der Gesellschaft mit ihrer natürlichen Umwelt angesprochen. Die besondere Herausforderung der Umweltpolitik besteht insbesondere darin, fördernde Rahmenbedingungen zur Etablierung sozialer Innovationen nachhaltigen Konsums zu schaffen.

Eine breite Sensibilisierung und Aktivierung der Konsumentinnen und Konsumenten ist auf das Zusammenspiel von neu zu verändernden Rahmenbedingungen und spezifischen Impulsen angewiesen, wobei es insbesondere darum geht, alltagsrelevante Selbstverständnisse und routinierte Praktiken aufzubrechen sowie einen entsprechenden Wertewandel in Bezug auf die praktizierten Konsumpräferenzen in Gang zu setzen.

Steuerungsimpulse der letzten Jahre zielten häufig darauf ab, Konsum mittels technologischer Infrastrukturimpulse – wie etwa neuer Verkehrs-, Kommunikations- oder Energietechnik – nachhaltiger zu gestalten. Mittlerweile hat sich jedoch die Erkenntnis durchgesetzt, dass durch diesen verengten Fokus auf technologische Innovationen alleine der notwendige strukturelle Wandel nicht erzielt werden kann, was unter anderem an den häufig beschriebenen Rebound-Effekten deutlich wird.² Vor diesem Problemhintergrund werden seit geraumer Zeit ergänzend verschiedene neue Organisationsformen, Dienstleistungen, Angebote und Praktiken diskutiert, die die Konsumgewohnheiten hin zu mehr Nachhaltigkeit verändern können. Solche Modelllösungen werden aktuell unter dem Stichwort soziale Innovationen zusammengefasst. Von sozialen Innovationen wird erwartet, dass durch sie die relevanten sozialen Strukturen und Mechanismen und hierdurch die Alltagspraktiken der Konsumentinnen und Konsumenten sowie der zugrunde liegende Wertekanon direkt angesprochen werden. Deshalb lassen soziale Innovationen auch eine andere Wirksamkeit von Steuerungsabsichten erwarten.

² Vgl. Howaldt/Schwarz 2010.

Jedoch sind soziale Innovationen als Teilaspekt der Debatte um Innovation bisher weder ein gesicherter Begriff noch ein etabliertes Instrument zielgerichteter Nachhaltigkeitspolitik. Vor dem Hintergrund des skizzierten Problemverständnisses verfolgt das vorliegende Diskussionspapier das Ziel, konsumbereichsspezifische Innovationen systematisch zu erfassen und zu analysieren, um auf dieser Grundlage eine konsumbereichsübergreifende Typologie sozialer Innovationen zu entwickeln. Damit soll es ermöglicht werden, erstens die Potenziale sozialer Innovationen für eine Transformation nicht-nachhaltiger Konsummuster zu ermitteln und zweitens die Anschlussfähigkeit umweltpolitischer Förderung nachhaltigen Konsums systematisch zu betrachten.

3 Begriffsverständnisse: Soziale Innovationen, soziale Praktiken und nachhaltiger Konsum

Ziel des folgenden Abschnitts ist die Darlegung der hier zugrunde liegenden Verständnisse sozialer Innovationen, sozialer Praktiken und nachhaltigen Konsums sowie der Folgerungen für die Bestimmung von Kriterien.

3.1 Soziale Innovationen

Die Phänomene, die als soziale Innovation bezeichnet werden, sind äußerst vielfältig.³ Zu ihnen gehören neue Ansätze zur Minderung globaler Ungleichheit, Bürgerkommunen, Genossenschaften, Transition Towns, interkulturelle Gärten, neue Ansätze in Bereichen von Zivilcourage und Zivilgesellschaft, neue Partizipationsbestrebungen, aber auch Nutzerinnovationen, Kundenintegration⁴ sowie die Kreation und Implementierung steuerungssensitiver Innovationsregime.⁵

Das hier zugrunde liegende Verständnis sozialer Innovationen bezieht sich vor allem auf die Veränderung sozialer Praktiken, das heißt die Ablösung oder Erneuerung etablierter Praktiken und den damit zusammenhängenden Wertsetzungen und Selbstverständlichkeiten. Eine Einordnung oder Bezeichnung von Phänomenen als soziale Innovation setzt also zunächst eine Betrachtung und einen Vergleich der problematisierten sowie der als Alternative vorgeschlagenen sozialen Praktiken voraus. Es wird davon ausgegangen, dass die alternativen Praktiken auf aktuelle gesellschaftliche Probleme antworten und Lösungen für diese bereithalten. Soziale Innovationen sind daher auf die Veränderung bzw. Transformation von Strukturen angelegt.⁶

³ Vgl. u. a. Aderhold/John 2005.

⁴ Vgl. u. a. Beck/Kropp 2012, Howaldt/Schwarz 2010.

⁵ Hierbei handelt es sich um Vorstellungen einer wertgesteuerten Politik gesellschaftlicher Transformation, die Neuerungen hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit bewertet und fördert (Behrendt 2010).

⁶ Vgl. u. a. Aderhold 2010, Bormann/John/Rückert-John 2011, Zapf 1994.

Soziale Innovationen sind von bisher praktizierten Selbstverständlichkeiten und Routinen abweichende, neuartige Praktiken, die Lösungen für gesellschaftliche Probleme darstellen und weitreichende strukturelle gesellschaftliche Veränderungen zur Folge haben.

Für dieses Verständnis ist es entscheidend, die *Dynamik des Veränderungsprozesses* sowie die *spezifischen Wirkungen* (z. B. Transformation und gesellschaftliche Verbreitung nachhaltiger Konsumpraktiken) in den Blick zu nehmen, da beide Aspekte – Dynamik und Struktureffekte – als Grundlage für die Beurteilung sozialer Innovationen relevant sind. Soziale Innovationen sind zwar auf strukturelle Veränderungsprozesse bezogen, aber erst von ihrer Dynamik her zu begreifen. Die Berücksichtigung der Dynamik des Veränderungsprozesses ermöglicht die Bildung von Kriterien, um soziale Innovationen hinsichtlich ihrer potenziellen Wirksamkeit beim als notwendig erachteten Wandel der Gesellschaft zu beobachten und zu analysieren. Der dynamische Prozess sozialer Innovationen lässt sich hinsichtlich dreier Phasen⁷ differenzieren und beobachten:

- *Erstens* ist die Problematisierung bestehender gesellschaftlicher Verhältnisse als Auslöser von sozialen Innovationen zu betrachten.
- Daraufhin geraten *zweitens* die entworfenen Lösungsvorschläge und in struktureller Hinsicht die durch den Wandel sich verändernden etablierten Routinen und Werte in den Blick.
- *Drittens* geht es um die Phase der Restabilisierung. Gelingt es, die etablierten und für ungenügend befundenen Strukturen mittels der sozialen Innovation abzulösen, müssen die so transformierten Verhältnisse wieder restabilisiert werden.

Auf die konsumbereichsbezogenen Nachhaltigkeitsprobleme antworten inzwischen verschiedene Projekte und Initiativen mit Lösungen, die häufig als soziale Innovationen bezeichnet werden. Solche Lösungen haben aber zunächst lediglich den Stellenwert von Vorschlägen, die sich erst noch gegenüber den etablierten Praktiken als besser behaupten und durchsetzen müssen. Die von den Initiatoren eingebrachten Vorschläge werden als Setzung eines Problembezugs rekonstruiert. Dabei wird davon ausgegangen, dass strukturelle Defizite als Chancen für Veränderungen begriffen werden, was aber nicht bedeutet, dass die jeweiligen Sichtweisen und Lösungsvorschläge ohne Weiteres übertragen oder verallgemeinert werden können.

⁷ Bormann/John/Rückert-John 2011, John 2005

3.2 Soziale Praktiken

Die Definition sozialer Praktiken orientiert sich an einem praxistheoretischen Verständnis⁸, bei dem neben den Handlungen selbst auch normativ-motivationale, zeitliche, strukturelle und materiell-räumliche Aspekte bzw. Kontexte der Handlung einbezogen werden. Soziale Praktiken sind demnach Bündel aus Aktivitäten, die über praktisches Wissen, soziale Übereinkünfte (z. B. Wertorientierungen), Regeln und Materialitäten (z. B. Infrastrukturen) miteinander verbunden sind und sich zeitlich und räumlich entfalten. So beinhaltet zum Beispiel das gemeinsame Essen in einer Familie das Wissen um die Zubereitung und das Servieren der Nahrung, Normen über den gemeinsamen Beginn und das Ende der Mahlzeit oder über Tischsitten, die verwendeten Nahrungsmittel und Gerätschaften und hängt neben den Bedürfnissen der Familienmitglieder auch von deren Tagesabläufen und Zeitstrukturen ab, die teilweise nicht von ihnen bestimmt werden können, also beispielsweise der Organisation der Berufswelt und des Bildungssystems. Soziale Praktiken sind ‚überindividuell‘ und finden in einem Wechselverhältnis zwischen Akteuren und Strukturen statt. Akteure werden durch ihre Handlungen zu Trägern sozialer Praktiken und reproduzieren damit soziale Strukturen, können diese mittels ihrer Handlungen aber auch verändern. Konsumhandlungen werden dabei nicht als spezifische Praktiken, sondern als Teil (vieler) sozialer Praktiken verstanden.⁹ Es lassen sich vier Qualitäten von Elementen sozialer Praktiken unterscheiden¹⁰: (1) sachliche Elemente **oder materielle Arrangements** im Sinne von Technologien, Werkzeugen oder Infrastrukturen (z. B. verfügbare Produkte, Kochutensilien); (2) motivational-affektive Elemente, das heißt **soziale Bedeutungen**, vermittelt über Werte, Motive, Orientierungen (z. B. Gemeinschaftlichkeit), (3) performative Elemente, wie physische oder sprachliche Handlungen, die als **Kompetenzen** (z. B. Ernährungskompetenz) vorliegen, und (4) ‚**soziale Settings**‘ (z. B. Betrieb, Familie, Schule) als weiteres Element einer sozialen Praktik.

Die Untersuchung der Veränderung sozialer Praktiken lässt sich entlang des Innovationsprozesses folgendermaßen beschreiben:

- 1) Zunächst erfolgt eine Problematisierung der bestehenden Praxis, die meist von einer größeren Gruppe von Akteuren ausgeht und eine gewisse Öffentlichkeit sucht. Von Bedeutung sind in dieser und der folgenden Phase die so genannten ‚change agents‘, von denen soziale Innovationen ausgehen bzw. angestoßen werden. Hierbei kann es sich um zivilgesellschaftliche, politische und wirtschaftliche Akteure, aber auch um einzelne Personen handeln. Die Auslöser können sehr unterschiedlich sein, wie zum Beispiel eine Unzufriedenheit mit den infrastrukturellen

⁸ Mit den Theorien sozialer Praktiken und dem so genannten ‚practice turn‘ soll eine Rehabilitierung praktischen Handelns innerhalb der Sozial- und Kulturwissenschaften erfolgen und der Fokus auf Motive als vermeintliche Grundlage von Handeln sowie die Trennung von Handeln und Struktur abgelöst werden (vgl. u. a. Reckwitz 2002, Schatzki 2002). Sie werden als vielversprechender Ansatz zur Untersuchung nachhaltigen Konsums betrachtet (vgl. Shove 2005, Brand 2010).

⁹ Vgl. Warde 2005, Röpke 2009.

¹⁰ Vgl. auch Shove et al. 2012 bzw. Brand 2013 für die Differenzierung in drei oder verschiedene Elemente.

Möglichkeiten, aber auch der Wunsch, eigenständiger handeln zu können. Eine Orientierung an Nachhaltigkeit muss dabei nicht zwingend vorliegen.

- 2) Auf Basis der Problematisierung werden Alternativen definiert und – zunächst experimentell – etabliert und ausprobiert. Je nach Breite des Problemfokus sind die angestrebten Veränderungen mehr oder weniger umfangreich. Je weitgehender die Veränderungen der etablierten Praktiken sind, desto größer ist die Innovativität der alternativen Praktiken einzuschätzen und desto mehr ist auch mit Widerständen zu rechnen. Wichtig ist in dieser Phase, wie die Beteiligten die neuen sozialen Praktiken in ihren Alltag integrieren und in der weiteren Alltagspraxis aufrechterhalten. Statt spezifischen Orientierungen oder Einstellungen sind in dieser Phase eher alltagspraktische Aspekte, wie die Unterstützung in der eigenen Umgebung und erleichternde Infrastrukturen wichtig. In dieser Phase können sich die alternativen Praktiken auch wieder verändern, je nach Passung in den Alltag und Vereinbarkeit mit vorhandenen Rahmenbedingungen.
- 3) In der dritten Phase erfolgt schließlich die Restabilisierung. Die alternative Praxis etabliert sich strukturell und im Handeln der Beteiligten und wird über Routinen kontinuierlich reproduziert. An dieser Stelle lassen sich unterschiedliche Restabilisierungsformen unterscheiden. So kann die neue Praxis in manchen Fällen formal organisiert werden, indem sich beispielsweise Institutionen oder Organisationen etablieren, die die Praxis über festgeschriebene Regeln und Rahmenbedingungen organisieren und die kontinuierliche Reproduktion sichern (wie z. B. Genossenschaften oder Vereine). Es kann sich aber auch um eher lockere Netzwerke handeln, in denen die Beteiligten eher einzeln nachhaltigen Praktiken nachgehen und allenfalls eine lose Verbindung, zum Beispiel über die gemeinsame Nutzung von Infrastrukturen besteht (z. B. die Nutzung von Leih- und Tauschbörsen). Die Restabilisierung und die dabei erfolgende Festigung ermöglicher Strukturen und Kompetenzen ist die Voraussetzung für die Diffusion der Beispiele nachhaltigen Handelns in die Breite. Essentiell für die Stabilisierung und Verbreitung ist die Anschlussfähigkeit der Beispiele nachhaltigen Handelns an konkrete Lebenslagen und die Vereinbarkeit mit anderen Alltagspraktiken.

3.3 Nachhaltiger Konsum

Das skizzierte Verständnis sozialer Innovation wird im weiteren Vorgehen bezogen auf die zentralen Konsumbereiche Ernährung, Mobilität, Energie, Bauen/Wohnen und Freizeit angewandt. Um die in diesen Feldern als soziale Innovationen thematisierten Handlungs- bzw. Konsumpraktiken herausarbeiten, systematisieren und analysieren zu können, wird auf einen präzisierten Begriff nachhaltigen Konsums zurückgegriffen.¹¹

¹¹ Siehe u. a. Brand 2008; Brunner et al. 2006; Röpke 1999.

Sowohl der Begriff Konsum als auch das Verständnis nachhaltigen Konsums werden unterschiedlich breit und komplex definiert, je nachdem wie viele Faktoren oder Dimensionen berücksichtigt werden (z. B. Herkunft des Produktes, Herstellungs- oder Anbaubedingungen, Transport)¹². Ferner kann sich die Definition auf unterschiedliche Situationen oder Phasen im Konsumprozess beziehen, wie den Einkauf eines Produktes oder den Konsumakt an sich oder verschiedene Formen der Entsorgung. Im Folgenden wird ein erweitertes Konsumverständnis zugrunde gelegt, das heißt bei der Betrachtung der konsumrelevanten Praktiken sowie deren Nachhaltigkeit werden nicht nur die Praktiken der Beschaffung und Konsumtion, sondern auch der Herstellung beziehungsweise Beteiligung an der Herstellung sowie der Nachnutzung und Entsorgung mit in der Analyse berücksichtigt (siehe Abbildung 1).

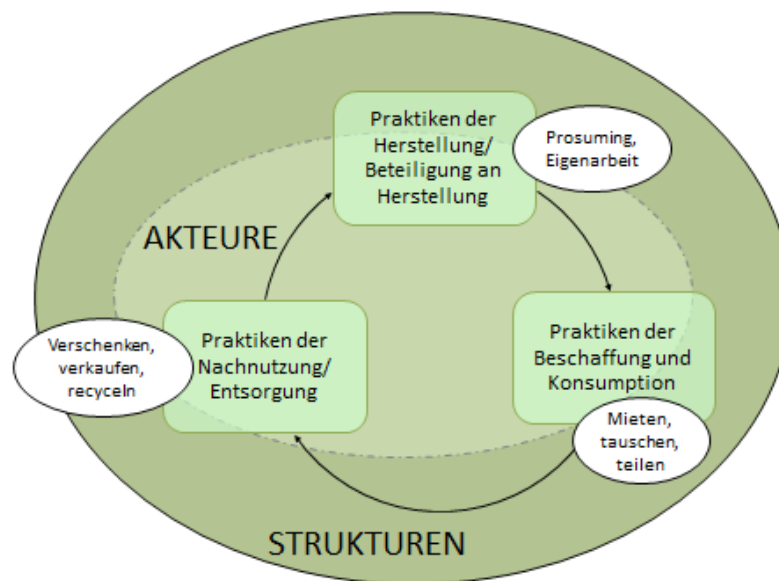


Abbildung 1: Phasen des Konsumprozesses und eine Auswahl jeweils relevanter Praktiken

Als nachhaltiger Konsum kann eine Praxis¹³ gefasst werden, die zur Erreichung der Ziele nachhaltiger Entwicklung beiträgt, indem sie Rahmenbedingungen schafft oder erhält, die es heutigen und künftigen Generationen ermöglicht, Fähigkeiten zu entfalten und ein gutes Leben zu führen, ohne die natürlichen Lebensgrundlagen zu zerstören¹⁴. Maßgeblich hierfür sind nicht nur das individuelle Verantwortungsbewusstsein oder die individuellen Präferenzen, sondern auch die konsumbeeinflussenden sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Strukturen.

¹² Vgl. Wiswede 2000.

¹³ Praxis wird als eine Sammlung oder Menge miteinander in einer bestimmten Form zusammenhängender (hier: nachhaltigkeits- und konsumrelevanter) Praktiken verstanden.

¹⁴ Vgl. Fischer et al. 2011.

4 Methodisches Vorgehen

Wie bereits erwähnt, werden viele verschiedene Phänomene als soziale Innovationen bezeichnet, ohne dass in den meisten Fällen genauer begründet wird, auf welchen Kriterien diese Bewertung beruht. Die Entwicklung theoretisch fundierter und empirisch überprüfter Kriterien hat dabei nicht nur den Vorteil, zu einer nachvollziehbaren Einschätzung zu gelangen, bei welchen Phänomenen begründet von einer sozialen Innovation gesprochen werden kann, sondern erlaubt auch die Systematisierung ganz unterschiedlicher Erscheinungsformen. Die im Folgenden vorgestellten Kriterien (Kapitel 5) sollen eine solche Systematisierung ermöglichen, wobei ein großer Teil der Kriterien auch über das hier gewählte Anwendungsfeld Konsum hinaus anwendbar ist. Die darauf basierende und in einem weiteren Schritt vorzunehmende Bildung von Typen sozialer Innovationen soll dann stärker konsumspezifisch ausfallen, weshalb die betrachteten empirischen Fälle im Hinblick auf den Konsumprozess bzw. verschiedene Formen des Konsums (Modi) untersucht und gruppiert werden (Kapitel 6). Bei der Entwicklung der Kriterien sozialer Innovationen sowie Formen des Konsums wurde folgendermaßen vorgegangen (vgl. auch Abbildung 2):

1. Auf der Basis theoretischer Vorarbeiten¹⁵ wurde ein erstes Set an Kriterien erstellt.
2. Unter Rückgriff auf die Beschreibung von 46 Fällen (Übersicht siehe Anhang)¹⁶ sowie vertiefter Analysen von 12 ausgewählten Fällen¹⁷ wurde das Set qualitativer Kriterien in mehreren iterativen Durchläufen validiert und ergänzt.¹⁸
3. Die 46 ausgewählten Fälle wurden schließlich dahingehend untersucht, welche Formen des Konsums (Modi) ihnen zugrunde liegen beziehungsweise welche konsumrelevanten Praktiken eine Rolle spielen und wie diese untereinander organisiert sind.
4. Auf Basis dieser Untersuchung wurden sechs basale Prinzipien identifiziert, die den betrachteten Formen des Konsums zugrunde liegen. Diese lassen sich wiederum in acht Modi des Konsums unterscheiden.

Die Weiterentwicklung der Kriterien soll anschließend auf der Ebene der Modi des Konsums fortgesetzt werden, was die Grundlage für die Entwicklung von Typen sozialer Innovationen darstellt (vgl. Kapitel 7).

¹⁵ Vgl. Bormann/John/Aderhold 2012, Bormann/John/Rückert-John 2011.

¹⁶ Die Fälle wurden auf Basis einer Recherche von Initiativen, Projekten, Trends, neuen Produkten und Dienstleistungen in den fokussierten Konsumbereichen ausgewählt. Sie wurden in Form von Steckbriefen anhand der unten vorgestellten Kriterien beschrieben.

¹⁷ Die Auswahl der Fälle für die vertiefende Analyse beruhte auf einer Gruppierung aller Einzelfälle hinsichtlich ihrer inhaltlichen Ähnlichkeiten innerhalb der jeweils betrachteten Konsumbereiche. In der vertiefenden Analyse wurde die Fallhistorie detailliert betrachtet und ausführlich beschrieben.

¹⁸ Nach dieser empirischen Validierung wurde der Kriterienkatalog im Rahmen eines Experten-Workshops dem Fachpublikum vorgestellt und diskursiv validiert.

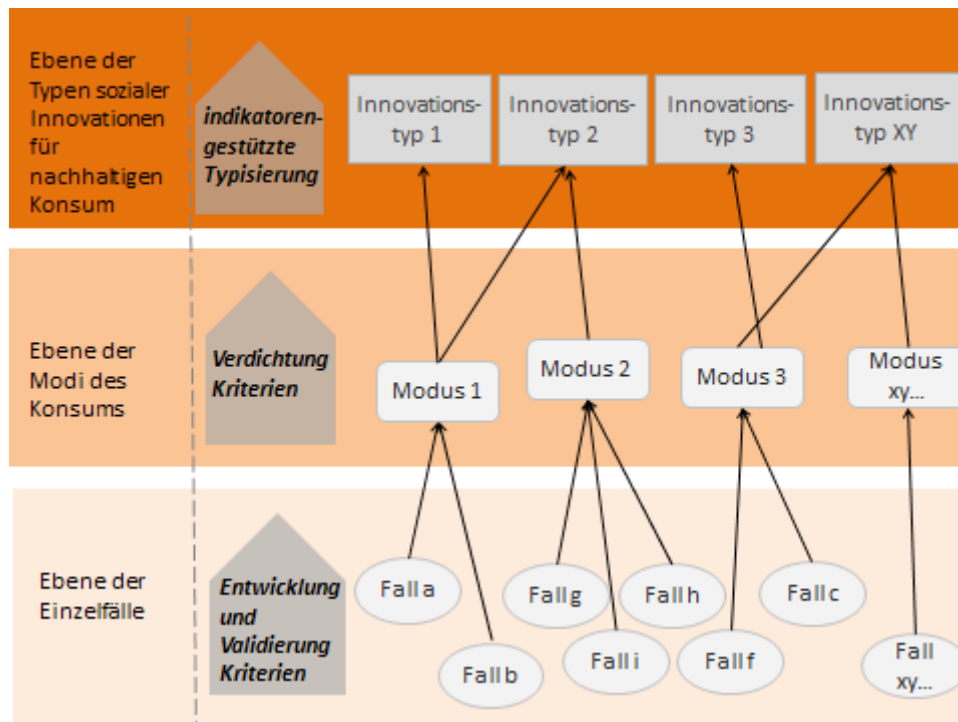


Abbildung 2: Methodisches Vorgehen

5 Kriterien zur Beschreibung und Analyse von Fällen sozialer Innovationen

Im folgenden Kapitel sollen zentrale Kriterien und Schlüsselfaktoren zur Beschreibung und Systematisierung sozialer Innovationen vorgestellt werden. Da es sich hierbei um eine praxisnahe und anwendungsorientierte Systematisierung handelt, wurden die theoretisch explizierten und empirisch validierten Kriterien allgemein formuliert, so dass sie sich in Alltagslogiken „übersetzen“ und auf vielfältige Praxisbeispiele anwenden lassen.

Im Folgenden werden zunächst drei Gruppen von Kriterien zur Beschreibung und Bewertung von Innovationen aufgeführt, die den Prozess sozialer Innovationen abbilden:

- (1) Beschreibungskriterien im Kontext der **Problemdefinition und -lösung**.
- (2) Kriterien zur Beschreibung der **Ablösung etablierter Praktiken durch eine alternative Konsumpraxis**.
- (3) Kriterien zur Beschreibung der Verankerung der veränderten Konsumpraxis und der **strukturellen Restabilisierung** der sozialen Innovation.

Als vierter Punkt wird eine **Einschätzung des Nachhaltigkeitspotenzials** der sozialen Innovation vorgenommen.

5.1 Problemdefinition und -lösung

Der Ausgangspunkt für die Entstehung sozialer Innovationen ist die Problematisierung bestehender Verhältnisse und der Entwurf von Lösungsvorschlägen, die einen Wandel etablierter Routinen und Werte im Konsumbereich anstoßen sollen. Der Begriff Problematisierung oder Problem wird im Folgenden in einem eher neutralen Sinn verstanden, das heißt dieser soll nicht implizieren, dass es sich per se um negative Zustände handelt, die verändert werden sollen, sondern es kann durchaus auch eine positive Orientierung oder Motivation vorliegen, wie zum Beispiel der Wunsch nach mehr Gestaltungsmöglichkeiten oder höherer Lebensqualität. In diesem Sinn handelt es sich hierbei eher um Thematisierungen von Zuständen oder Situationen. Im Kontext der durch die Akteure vorgenommenen **Problemdefinition** wird analysiert, welcher *Konsumbereich* und welche *Konsumpraxis* problematisiert werden und welcher *räumliche Problembezug* hierbei hergestellt wird. Ferner wird beschrieben, ob die Akteure bei ihrer Problembestimmung einen expliziten *Bezug zu Zielen nachhaltiger Entwicklung* herstellen und welchen inhaltlichen Schwerpunkt sie hierbei verfolgen.

Bei der Betrachtung der durch die Akteure entwickelten **Problemlösung** wird die gewählte Lösungsstrategie betrachtet, wobei unter Rückgriff auf nachhaltigkeitsbezogene Strategien zwischen einer Orientierung an Suffizienz, Effizienz oder Konsistenz unterschieden wird. Außerdem wird der räumliche Bezug der Lösung berücksichtigt. Bei letzterem kann ein Vergleich mit dem räumlichen Problembezug interessant sein: Wird beispielsweise das Problem zwar global diagnostiziert, aber eine lokale Lösung als sinnvoll erachtet? Als wie groß wird der eigene Wirkungsradius angesehen?

Ferner werden die **Change Agents**, das heißt die Akteure, die das Problem definieren, rekonstruiert. Sind es Einzelpersonen oder Initiativen beziehungsweise Gruppen? Oder handelt es sich um Vertreterinnen und Vertreter von Institutionen oder wirtschaftliche Akteure? Im Hinblick auf die **Zielgruppe** der Initiative wird festgestellt, ob die Initiatorinnen und Initiatoren eine spezifische Konsumentinnen-/Konsumentengruppe oder keine spezifische Zielgruppe adressieren.

Als letzter Punkt werden die zur Initiierung und Etablierung der sozialen Innovation **notwendigen Ressourcen** betrachtet. Hierbei wird zwischen *sachlich-materiellen*, *sozialen* und *zeitlichen* Ressourcen unterschieden. Bei den sachlich-materiellen und den sozialen Ressourcen wird insbesondere darauf geachtet, ob auf bereits vorhandene Ressourcen zurückgegriffen wird (oder ob z. B. bei sachlich-materiellen Ressourcen diese nur geteilt oder neu verteilt werden), ob vorhandene Ressourcen neu organisiert werden oder ob die notwendigen Ressourcen neu geschaffen beziehungsweise hergestellt werden müssen (z. B. Fuhrpark für Car-Sharing zusammenstellen). Unter sozialen Ressourcen werden notwendige Kompetenzen zur Initiierung oder Nutzung der sozialen Innovation verstanden. Außerdem wird danach gefragt, ob die soziale Innovation den Aufbau von Vertrauen zwischen den Personen auf Basis

persönlicher Beziehungen und Kommunikation (Personenvertrauen) erfordert oder ob Regeln und Sanktionsmechanismen, zum Beispiel in Form von Verträgen, zur Verfügung gestellt werden (Systemvertrauen).

Problemdefinition	➤ Inhaltlich-thematischer Problembezug	➤ Konsumbereich	➤ Ernährung ➤ Mobilität ➤ Energie ➤ Freizeit ➤ Wohnen
		➤ Problematisierte Konsumpraxis	
	➤ Räumlicher Problembezug	➤ Bezug zu Nachhaltigkeit	➤ Expliziter Bezug ➤ Impliziter Bezug
➤ Kommunal ➤ Regional ➤ National ➤ Global			
Problemlösung	➤ Lösungsstrategie	➤ Suffizienz ➤ Effizienz ➤ Konsistenz	
	➤ Räumlicher Lösungsbezug	➤ Lokal/ kommunal ➤ Regional ➤ National ➤ Global	
Change Agents	➤ Einzelpersonen ➤ Initiativen/Gruppen ➤ Institutionen ➤ Unternehmen		
Adressierte Zielgruppe	➤ Spezifische Konsumentinnen-/Konsumentengruppe ➤ Unspezifisch		
Ressourcenausstattung und -anschaffung	➤ Sachliche/materielle Ressourcen	➤ Vorhandene Ressourcen teilen/ zur Verfügung stellen ➤ Ressourcen werden anders/ neu organisiert ➤ Ressourcen werden neu angeschafft	
	➤ Soziale Ressourcen	➤ Kompetenzen	➤ Sind vorhanden ➤ Werden neu eingesetzt ➤ Werden neu erlernt
		➤ Vertrauen	➤ Personenvertrauen ➤ Systemvertrauen
	➤ Zeitliche Ressourcen	➤ Ehrenamtliches Engagement ➤ Eigenarbeit ➤ Erwerbsarbeit	

5.2 Ablösung etablierter Praktiken durch neue Konsumpraxis

In der zweiten Phase des Innovationsprozesses geht es um eine Betrachtung der Problemlösungsarrangements. Hierbei können zunächst **die bisher etablierten von den alternativen Konsumpraktiken** unterschieden werden. Auf dieser Grundlage kann das *Ausmaß der Veränderung* beurteilt werden, das heißt inwieweit durch die Alternativen eine Ablösung beziehungsweise Ersetzung von etablierten Praktiken erfolgt oder ob die etablierten Praktiken durch neue Praktiken beziehungsweise neue Praktikenelemente (z. B. neue Werkzeuge, räumliche Settings) ergänzt werden. Um die *Qualität der Veränderung* beschreiben zu können, wurde der Modus der alternativen Praxis bestimmt. Diese Bestimmung fand auf Basis des in Kapitel 6 beschriebenen Arbeitsschrittes statt, auf den an dieser Stelle kurz vorgegriffen wird (vgl. Kapitel 6).

Die **Akteurskonstellationen** werden mit der vorhergehenden Situation verglichen und dahingehend betrachtet, ob eine *neue, zuvor noch nicht bestandene Akteursbeziehung* etabliert wird oder ob *bestehende Akteursbeziehungen* verändert werden. Bei letzterem wird zusätzlich die Qualität der veränderten Konstellation bewertet: Kam es zu einer Veränderung der Rolle der Konsumentinnen und Konsumenten in dem Sinne, dass sie in nun etablierten Settings mehr Verantwortung übernehmen beziehungsweise stärker partizipieren? Oder organisieren sich Konsumentinnen und Konsumenten selbst und schaffen neue Settings?

Abschließend wird eingeschätzt, ob sich mit der sozialen Innovation eine **neue Governance-Form** identifizieren lässt, das heißt eine neue Form des Regierens, Steuerns und Koordinierens staatlicher, zivilgesellschaftlicher und wirtschaftlicher Akteure in netzwerkartigen Strukturen.

	➤ Ausmaß der Veränderung	➤ Ablösung/ Ersetzung von Praktiken ➤ Ergänzung von Praktiken durch neue Praktiken ➤ Neue Elemente von Praktiken
Alternative versus etablierte Konsumpraktiken	➤ Alternative Praxis (Modus)	➤ Do-It-Together ➤ Kollaboratives Konsumieren ➤ Prosuming ➤ Teilen ➤ Tauschen ➤ Mieten/Leihen ➤ Do-It-Yourself ➤ Inwertsetzen
Neue Akteurskonstellationen	➤ Neu etablierte Akteurskonstellation ➤ veränderte Akteursbeziehungen/-rollen	➤ Qualität der veränderten Konstellation ➤ Partizipation in etablierten Settings ➤ Selbstorganisation neuer Settings
Neue Governance-Formen	➤ Ja/Nein	

5.3 Strukturelle Stabilisierung der veränderten Konsumpraxis

In der dritten Phase des Innovationsprozesses wird die Re-Stabilisierung der veränderten beziehungsweise transformierten Routinen und Strukturen in den Blick genommen. Die Kriterien, wie sie durch Coburn (2003) für die Evaluierung von Reformprozessen und einer Erweiterung der Diffusionsperspektive eingeführt wurden, sind von Bormann, John und Rückert-John (2011) auf die Etablierung von Nachhaltigkeitsinitiativen bezogen worden. In diesem Zusammenhang wird zunächst die **Tiefe der Verankerung** betrachtet, das heißt die Etablierung der sozialen Innovationen auf der Ebene der alltäglichen Praktiken und Routinen der Konsumentinnen und Konsumenten. Wichtige Kriterien sind hierbei die *Alltäglichkeit* der alternativen Praktiken und deren *Reichweite beziehungsweise Umfänglichkeit*: Wird ein ganzes Netzwerk aus Praktiken etabliert (wie z. B. Ernährungsmuster), kommen einzelne neue Praktiken zu den Routinen hinzu oder sind Teile von Praktiken (z. B. Werkzeug, Medien) betroffen?

Anschließend wird die Stabilisierung durch die **Sicherung von Beständigkeit** betrachtet, die zum einen über *zeitliche, sachliche und soziale Ressourcen* erfolgen kann und zum anderen über verschiedene Formen der *strukturellen Stabilisierung*. Dazu gehört die Beständigkeit der Organisationsform der Initiativen, das heißt ob eine eher unbeständige Form vorliegt (z. B. einzelne, jeweils neu zu organisierende Aktio-

nen) oder eine beständige Form, zum Beispiel als Unternehmen oder Verein. Wichtig für die Stabilisierung sind außerdem die beteiligten Akteure, die die Innovationen über ihre Praktiken aufrechterhalten und reproduzieren und dies beständiger tun, wenn sie formal (z. B. über die Bekleidung von Posten oder ein Anstellungsverhältnis) an die Initiative gebunden sind.

Ein weiteres Kriterium für die Stabilisierung ist, ob die Gruppe der **Change Agents** erweitert oder sogar abgelöst wurde.

Neben der Tiefe wird zudem die **Breite der Verankerung** der sozialen Innovation beobachtet. Dabei geht es zum einen um die *Anschlussfähigkeit an bestehende Strukturen*, zum Beispiel innerhalb relevanter Funktionssystemkontexte wie dem Politiksystem (z. B. Steuerungsinstrumente) oder dem Wirtschaftssystem (z. B. Marktdynamiken), und an weitere spezifische Kontexte, wie zum Beispiel gesellschaftliche Diskurse oder Trends. Zum anderen wird betrachtet, inwieweit eine *Erweiterung der Gruppe der Nutzerinnen und Nutzer* möglich ist. Dabei wird berücksichtigt, ob die aktuelle Nutzung milieuspezifisch ist und ob die Möglichkeit der Übernahme der Praktik durch andere Milieus besteht. Wichtig sind in diesem Zusammenhang außerdem die Teilhabemöglichkeiten am Innovationsprozess. Es kann zwischen Nutzung, Beteiligung und eigener Gestaltung unterschieden werden, wobei bei einer Initiative alle genannten Möglichkeiten der Teilhabe vorliegen können.

Tiefe der Verankerung	➤ Alltäglichkeit der Veränderung	➤ Alltäglich ➤ Regelmäßig ➤ Situativ							
	➤ Reichweite der veränderten Konsumpraxis/ Umfänglichkeit	➤ Netzwerk von Praktiken ➤ Einzelne neue Praktiken ➤ Veränderung von Teilen von Praktiken							
Sicherung von Beständigkeit	➤ Ressourcen der Stabilisierung	➤ Engagement (Zeitlich) ➤ Gelder/ Materialien/ Medien/Technologien (Sachlich) ➤ Bindung, Vertrauen (Sozial)							
	➤ Strukturelle Stabilisierung	<table border="0"> <tr> <td>➤ Beständigkeit Organisationsform</td> <td>➤ Unbeständig</td> </tr> <tr> <td>➤ Bindung der Akteure</td> <td>➤ Beständig (Unternehmen, Verein, Institution)</td> </tr> <tr> <td></td> <td>➤ Formal</td> </tr> <tr> <td></td> <td>➤ Informell</td> </tr> </table>	➤ Beständigkeit Organisationsform	➤ Unbeständig	➤ Bindung der Akteure	➤ Beständig (Unternehmen, Verein, Institution)		➤ Formal	
➤ Beständigkeit Organisationsform	➤ Unbeständig								
➤ Bindung der Akteure	➤ Beständig (Unternehmen, Verein, Institution)								
	➤ Formal								
	➤ Informell								
Change Agents	<ul style="list-style-type: none"> ➤ werden durch Andere abgelöst ➤ bekommen durch Andere Verstärkung 								
Breite der Verankerung der Innovation	➤ Anschlussfähigkeit an bestehende Strukturen	<table border="0"> <tr> <td>➤ Relevante Funktionssystem kontexte</td> <td>➤ Rechtssystem</td> </tr> <tr> <td></td> <td>➤ Wirtschaftssystem</td> </tr> <tr> <td></td> <td>➤ Politiksystem</td> </tr> </table>	➤ Relevante Funktionssystem kontexte	➤ Rechtssystem		➤ Wirtschaftssystem		➤ Politiksystem	
		➤ Relevante Funktionssystem kontexte	➤ Rechtssystem						
		➤ Wirtschaftssystem							
	➤ Politiksystem								
➤ Weitere Kontextbedingungen	➤ Gesellschaftliche Trends, Diskurse								
➤ Erweiterung der Gruppe der Nutzerinnen und Nutzer	<table border="0"> <tr> <td>➤ Milieuspezifität</td> <td>➤ Milieuspezifisch</td> </tr> <tr> <td></td> <td>➤ Milieuspezifisch genutzt aber erweiterbar</td> </tr> <tr> <td></td> <td>➤ Milieuunspezifisch</td> </tr> </table>	➤ Milieuspezifität	➤ Milieuspezifisch		➤ Milieuspezifisch genutzt aber erweiterbar		➤ Milieuunspezifisch		
➤ Milieuspezifität	➤ Milieuspezifisch								
	➤ Milieuspezifisch genutzt aber erweiterbar								
	➤ Milieuunspezifisch								
	➤ Beteiligungsmöglichkeiten	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nutzung ➤ Beteiligung ➤ Gestaltung 							

Während die bisher beschriebenen Kriterien spezifisch für den Innovationsprozess sind, steht die nächste Dimension im Zusammenhang mit der Perspektive von Nachhaltigkeit: Die sozialen Innovationen sollen hinsichtlich ihres Nachhaltigkeitspotentials diskutiert und verglichen werden.

5.4 Nachhaltigkeitspotential der sozialen Innovation

Bei der Betrachtung des Nachhaltigkeitspotentials geht es vor allem um die Diskussion möglicher Effekte und deren Reichweite und nicht um eine subjektive oder gar objektive Bewertung. Dabei werden vor allem die von den Akteuren selbst genannten Effekte, aber auch die durch einschlägige Untersuchungen diskutierten, berücksichtigt. Zunächst wird inhaltlich auf die möglichen oder vorliegenden **Effekte** in den Bereichen *Ökologie*, *Ökonomie* und *Soziales* eingegangen.

Je nachdem, wie umfangreich oder weitreichend die erwartbaren oder bereits vorliegenden Effekte in den verschiedenen Bereichen sind, kann das **Nachhaltigkeitspotential** als *gering* oder *hoch* eingeschätzt werden. Kann ein hohes Potential angenommen werden, muss geprüft werden, ob hierbei gegebenenfalls eine Einschränkung gemacht werden muss, da der Zusammenhang unsicher, das heißt bisher nicht belegt oder belegbar ist.

Um schließlich die **Qualität der Nachhaltigkeitseffekte im Alltag der Konsumentinnen und Konsumenten** einzuschätzen, wird zum einen die Art der Veränderung durch die *soziale Innovation* dahingehend bewertet, ob es lediglich zu einer Erweiterung von Optionen für die Nutzerinnen und Nutzer kommt oder ob und in welcher Hinsicht eine Veränderung von Strukturen und Systemen als Rahmenbedingungen von Praktiken vorliegt. Zum anderen werden verschiedene *Stufen der Verfügbarkeit der sozialen Innovation* bewertet: Hier stellt sich die Frage, ob sie vor allem in spezifischen Situationen, zum Beispiel in bestimmten Lebensphasen, in spezifischen Räumen (lokal, regional) oder zeitlich und räumlich unbegrenzt verfügbar sind.

Nachhaltigkeits-effekte	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ökologische Effekte ➤ Ökonomische Effekte ➤ Soziale Effekte 	
Nachhaltigkeits-potential	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gering ➤ Hoch 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Unsicherer Zusammenhang ➤ Gesicherter Zusammenhang
Qualität der Nachhaltigkeits-effekte im Alltag	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Art der sozialen Innovation ➤ Verfügbarkeit der sozialen Innovation 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Erweiterung von Optionen ➤ Veränderung von Strukturen und Systemen ➤ In spezifischen Situationen (z. B. Lebensphasen) ➤ In spezifischen Räumen (z. B. lokal, regional) ➤ Zeitlich und räumlich unbegrenzt

5.5 Nutzen und Weiterentwicklung der Kriterien

Die beschriebenen Kriterien wurden vor allem auf Einzelphänomene so bezeichneter sozialer Innovationen angewandt, die den fokussierten Konsumbereichen zugeordnet wurden. Der Nutzen der Kriterien ist vor allem in einem systematischen Vergleich verschiedener Phänomene hinsichtlich ihrer Gemeinsamkeiten und Unterschiede mit Blick auf die Innovativität und Stabilität zu sehen. Ferner können die Kriterien genutzt werden, um beispielsweise Erfolgsfaktoren und Hemmnisse zu identifizieren, die dazu führen, dass manche Initiativen scheitern oder sich nur lokal verankern und andere sich erfolgreich ausbreiten. Auf dieser Grundlage soll keine Bewertung der Einzelfälle darüber erfolgen, ob sie als soziale Innovationen bezeichnet werden oder nicht.

In einem nächsten Schritt soll nun der Frage nachgegangen werden, inwieweit die Kriterien auf einer aggregierten Ebene anwendbar sind, damit nicht nur Einzelfälle, sondern auch Trends beziehungsweise ähnliche Fälle (wie z. B. die viel zitierte Collaborative Consumption-Bewegung¹⁹) betrachtet und als Typen sozialer Innovationen systematisiert werden können. Auf diese Weise lassen sich Synergien berücksichtigen, die durch zeitlich gemeinsam auftretende Einzelphänomene zustande kommen können. Außerdem bietet eine Aggregation die Möglichkeit, Anknüpfungspunkte für eine politische Förderung und Mitgestaltung zu identifizieren, die nicht auf der Ebene der Einzelphänomene verhaftet bleibt, sondern breit aufgestellt ist und ebenso Konsumtrends anvisieren kann. Dazu müssen die betrachteten Phänomene aber zunächst stärker an den Konsumprozess rückgebunden und die ihnen zugrunde liegenden Formen des Konsums identifiziert werden. Dieses Ziel wird im nächsten Kapitel verfolgt.

6 Prinzipien und Modi nachhaltigen Konsums

Die Auswahl der Fälle basierte auf der Frage nach ihrem Potential, alltägliche Konsumpraktiken in Richtung Nachhaltigkeit langfristig zu verändern. In der Analyse galt es zum einen herauszustellen, welche Konsumpraktiken problematisiert werden und zum anderen, welche alternativen Praktiken hierfür als Lösung formuliert und etabliert werden. Als empirische Basis lagen vor allem die Selbstbeschreibungen der jeweiligen Initiativen oder Unternehmen (wie Webseite, Flyer oder Broschüren) vor, es wurden jedoch auch weitere Veröffentlichungen in wissenschaftlichen und Populärmedien berücksichtigt und analysiert. Auf dieser Basis wurden alternative Konsumpraktiken, die durch die (potentiellen) sozialen Innovationen etabliert werden, bestimmt und auf aggregiertem Niveau beschrieben. Ziel war es, grundlegende Modi des Konsums, die sich als innovative Praktiken für nachhaltigen Konsum zu eignen scheinen, zu benennen. Die identifizierten Modi spiegeln nicht alle möglichen Formen des Konsum wider, sondern sind im Zusammenhang mit den Problem- und Lösungsorientierungen im Innovationsprozess zu sehen. Das heißt, hierbei spielt nur eine Teilmenge möglicher Konsumformen eine Rolle, deren Aus-

¹⁹ Vgl. Franken & Kriener 2012; Botsman & Rogers 2010.

wahl im Zusammenhang mit dem Untersuchungsfokus steht. Auf Basis der Fallanalysen konnten zwei grundlegende Muster der *Orientierung in der Phase der Problematisierung* etablierter Konsumpraktiken unterschieden werden:

- I. Die Problematisierung bezieht sich auf die Logik der Praxis insgesamt. Vor dem Hintergrund spezifischer eigener Werteorientierung scheinen vor allem die mit der Konsumpraxis verknüpften beziehungsweise diese bestimmenden **Bedeutungs- beziehungsweise Sinngehalte** problematisch. Diese können sich auf die Rolle von Konsumentinnen und Konsumenten im Konsumprozess beziehen, zum Beispiel dass diese mit zu wenig Informationen, Eigenständigkeit oder Selbstbestimmtheit ausgestattet sind. Oder es geht um die Bedeutungen von Ressourcen, denen ein zu geringer Wert zugesprochen wird und die daher verschwendet werden. Hiervon ausgehend bewegt sich die Suche nach neuen Sinngehalten, die über alternative Konsumpraktiken realisiert und reproduziert werden können. Eine Veränderung der gängigen Praxis durch Orientierung an alternativen Werten wird angestrebt. Hierzu wird ein Gegenentwurf entwickelt, bei dem sich die alternative Praxis beziehungsweise die alternativen sozialen Praktiken an anderen Werten und Sinngehalten orientieren.
- II. Die Problematisierung bezieht sich vordergründig auf die **nicht ausreichenden Möglichkeiten der Aneignung** von Konsumgegenständen und Dienstleistungen durch **fehlende oder ungenügende infrastrukturelle und materielle Arrangements**. Problematisch sind die geringen oder einseitigen Möglichkeiten des Konsums, wie zum Beispiel die gesellschaftliche Erwartung, Gegenstände, die man nutzen möchte, zu besitzen. Die Suchrichtung geht im Unterschied zur vorgenannten Variante direkt in Richtung neuer Konsumformen. Soziale Bedeutungsgehalte spielen auch hier eine Rolle, sind bei der Problemformulierung aber eher nachrangig.

Je nach Fokus der Problematisierung können also unterschiedliche Suchrichtungen für Lösungen verfolgt werden. Im Hinblick auf die Lösungsorientierungen lassen sich drei Varianten unterscheiden, die auf beide Perspektiven der Problematisierung angewandt werden können, nämlich ob **gemeinschaftliche** oder **individuelle** Konsumpraktiken der Konsumentinnen und Konsumenten selbst im Vordergrund stehen oder ob sich die Lösung vor allem auf **alternative Konsumgegenstände beziehungsweise die Gestaltung von Wertschöpfungsketten** oder **Infrastrukturen** bezieht. Aus der Kombination verschiedener Perspektiven bei der Problem- und Lösungsformulierung ergeben sich zunächst fünf grundlegende Prinzipien alternativer Konsumpraktiken, die tabellarisch dargestellt und im Anschluss ausführlich beschrieben werden.

Tabelle 1: Methodisches Vorgehen

	Soziale Bedeutungen von Produktions- und Konsumpraktiken im Fokus der Problemorientierung	Möglichkeiten der Aneignung von Konsumgegenständen und Dienstleistungen im Fokus der Problemorientierung
Lösung orientiert sich an alternativen gemeinschaftlichen Konsumpraktiken	Gemeinschaftserzeugender Konsum	Gemeinsam ermöglichter Konsum
Lösung orientiert sich an alternativen individuellen Konsumpraktiken	Kompetenzerweiternder Konsum	Bedarfsgerechter/ nutzenorientierter Konsum
Lösung orientiert sich an alternativen Konsumgegenständen, Wertschöpfungsketten und infrastrukturellen Angeboten	Ressourcenschonender/abfallvermeidender Konsum	

6.1 Prinzipien alternativer Konsumpraxis

Im Folgenden werden nun die fünf identifizierten Prinzipien einer alternativen Konsumpraxis näher vorgestellt.

Beim **gemeinschaftserzeugenden Konsum** wird eine Veränderung der gängigen Praxis durch Orientierung an alternativen Werten angestrebt. Hierzu wird ein Gegenentwurf entwickelt, bei dem sich die alternative Praxis beziehungsweise die alternativen sozialen Praktiken an anderen Werten orientieren. Ein wichtiges Moment ist dabei Gemeinschaftlichkeit im Unterschied zur (bisher im betreffenden Feld oder Bereich vorherrschenden) Individualisierung. Alltäglicher Konsum beziehungsweise konsumrelevante Versorgungsstrukturen sollen gemeinsam gestaltet werden, wobei Kommunikation und Interaktion sowie gegebenenfalls auch gemeinsame Werte wie Solidarität und Verantwortungsübernahme eine wichtige Rolle spielen. Damit wird eine ganzheitlichere Perspektive eingenommen, bei der es nicht nur um (individuelle) Konsummöglichkeiten und die Gestaltung von Angeboten geht, sondern auch oder vor allem um gesellschaftliche Verhältnisse beziehungsweise Formen gesellschaftlicher Praxis im Allgemeinen. Konsum ist dabei unter anderem auch ein Mittel, um Gemeinschaftlichkeit zu reproduzieren.

Beim **gemeinsam ermöglichten Konsum** ist die Aneignung vorgeordnet, das heißt die (nicht ausreichenden beziehungsweise alternativlosen) Strukturen stehen bei der Problematisierung im Vordergrund. Wichtig ist hierbei, dass zwar die infrastrukturellen Kontextbedingungen für Konsum als problematisch gesehen werden, jedoch keine grundlegende Veränderung angestrebt wird, sondern die Lösungen sich in Nischen etablieren. Als Lösung gelten neue, auf die Bildung von Gemeinschaften basierende Praktiken. Dabei ist die Gemeinschaft im Sinne einer aufeinander abgestimmten, gemeinsamen Organisation oder Kooperation eher das Mittel oder Vehikel, um Konsummöglichkeiten zu schaffen, während sie im obigen Fall ein integraler Bestandteil ist.

Problematisch wird beim **kompetenzerweiternden Konsum** vor allem die Entfremdung der Konsumentinnen und Konsumenten von der Produktion gesehen. Dies betrifft zum einen das Wissen über die Herstellung von Konsumgegenständen, die zum Teil auch für intransparent gehalten werden und zum anderen die Kompetenzen, Produktionsschritte selbst auszuführen beziehungsweise sich an der Herstellung zu beteiligen. Die Intransparenz der Prozesse hat zur Folge, dass Konsumentinnen und Konsumenten kaum Kontrolle über die Folgen und den Einfluss von Kaufentscheidungen im Hinblick auf die Herkunft und Bestandteile der Produkte haben. Mit der Stärkung von Kompetenz im Rahmen individueller Konsumpraktiken soll ein Stück dieser Kontrolle erlangt werden. Der Hintergrund ist auch hier ein Gegenentwurf zur aktuellen Praxis, in der die Konsumentinnen und Konsumenten eigenständiger und unabhängiger handeln können. Ihr Handeln und die dafür notwendigen Kompetenzen (zum Beispiel der Selbsterstellung oder Weiterverarbeitung von Produkten) erlangen eine neue Bedeutung im Konsumprozess und durch das (kompetente) Konsumhandeln wird diese Bedeutung reproduziert. Wichtig ist dabei, dass die Kompetenzen der Konsumentinnen und Konsumenten nicht aus einer Not- oder Mangelsituation heraus gestärkt werden sollen. Der kompetenzerweiternde Konsum wird vielmehr als eine Alternative zum eher passiven Konsum standardisierter Massenprodukte oder Dienstleistungen praktiziert.

Mit einem **ressourcenschonenden/ abfallvermeidenden Konsum** wird nicht die Aneignung an sich, sondern die Wertschätzung von Ressourcen oder Konsumgegenständen problematisiert. Die alternative Praxis des ressourcenschonenden Konsums ist eine Möglichkeit, dieser Wertschätzung Ausdruck zu verleihen beziehungsweise den Wert der Ressource zu reproduzieren. Die Lösungsorientierung fokussiert hierbei aber auf Infrastrukturen und Wertschöpfungsprozesse, innerhalb derer Konsumgegenstände hergestellt, aufbereitet beziehungsweise der Nutzung zugänglich gemacht werden. Als Lösung wird also die effizientere Nutzung von Ressourcen durch neue Dienstleistungen und Angebote angestrebt, die den Konsumentinnen und Konsumenten das ressourcenschonende Konsumhandeln erleichtern. Dies kann auch bedeuten, dass vermeintliche Abfälle wieder als Ressource der Konsumtion zugänglich gemacht werden.

Ähnlich wie beim gemeinsam ermöglichten Konsum orientiert sich die Problematisierung des **bedarfsgerechten/ nutzenorientierten Konsum** an den strukturellen Möglichkeiten der Aneignung von Konsumgegenständen. Problematisch ist auch hier die vermeintliche Alternativlosigkeit von Aneignungsformen, die verursacht, dass Konsum nicht effizient im Sinne von bedarfsgerecht und nutzenorientiert gestaltet werden kann, sondern – beispielsweise durch den Besitz von selten genutzten Gegenständen – ineffizient oder verschwenderisch erscheint. Indirekt geht es hierbei auch um eine Wertschätzung von Ressourcen, insgesamt liegt aber eher eine Orientierung an den Konsumentinnen und Konsumenten und ihren (akuten) Konsumbedürfnissen vor. Die Lösung liegt sowohl in den individuellen

Konsumpraktiken als auch der Gestaltung von Konsumangeboten. Ziel ist es, auf das Individuum zugeschnittene Angebote zu unterbreiten, die im Rahmen von individuellem Konsumhandeln wahrgenommen werden.

6.2 Modi nachhaltigen Konsums

Innerhalb der beschriebenen Prinzipien lassen sich zum Teil mehrere spezifischere Modi des Konsums finden. Die Modi des Konsums sind als genauere Beschreibungen der Konsumpraxis zu verstehen, während die Prinzipien grundlegende Orientierungen darstellen. Die Prinzipien ergeben sich aus den spezifischen Problematisierungskontexten und -inhalten, die wiederum die Modi nachhaltigen Konsums definieren. Es wurden insgesamt acht Modi des nachhaltigen Konsums identifiziert, Abbildung 3 zeigt zunächst die Zuordnung der Modi zu den Prinzipien des alternativen Konsums. Anschließend werden die Modi ausführlich beschrieben.

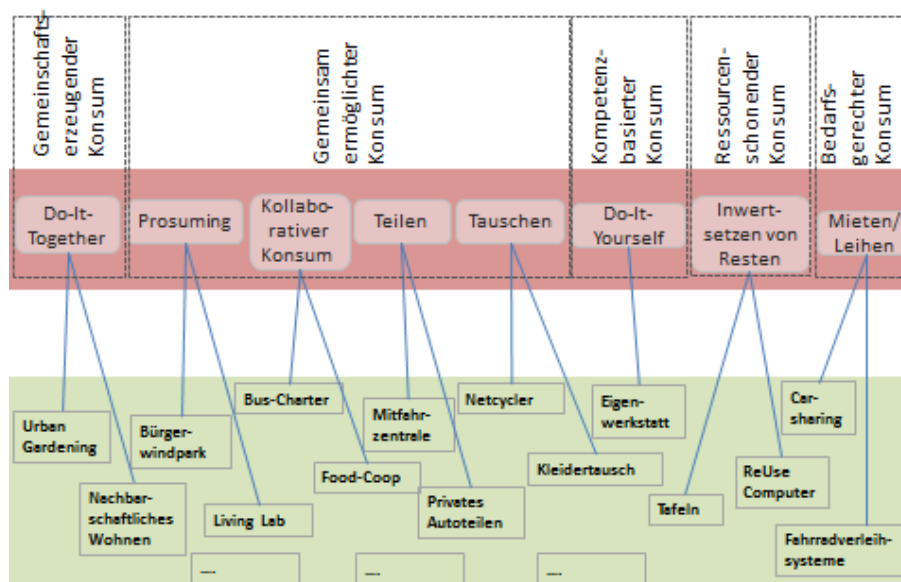


Abbildung 3: Fälle, Prinzipien und Modi nachhaltigen Konsums

6.2.1 Do-It-Together

Prinzip: Dieser Modus charakterisiert Fälle, denen das Prinzip gemeinschaftserzeugender Konsum zugrunde liegt. Zentral ist hierbei, dass Konsum als Teil einer Partikulargemeinschaft von Personen mit ähnlichen Zielen und Orientierungen gestaltet wird und diese Gemeinschaft über den Konsum hergestellt beziehungsweise reproduziert wird. Die Grundorientierung bei der Problematisierung und Lösungsformulierung ist die Gemeinschaftlichkeit, die im Unterschied zum individuellen Konsum ausgeprägt werden soll.

Beispiele und betroffene Praktiken: Dieser Modus lässt sich bereits bei den Energienachbarschaften – als einer von den Teilhabemöglichkeiten eher niedrighschwelliger Form des Do-It-Togethers – erken-

nen, wo Energiesparen nicht mehr nur eine individuelle und gegebenenfalls von rational-ökonomischen Motiven geleitete Praktik ist, sondern eine gemeinsame Aufgabe, bei der man sich gegenseitig unterstützen, beraten und motivieren kann und ein gemeinsames, übergeordnetes Ziel anstrebt. Bei den komplexeren Fällen wie der solidarischen Landwirtschaft oder dem Bürgerenergiedorf kommen neben dem Motiv ‚gemeinsam statt individuell‘ noch weitreichendere Aspekte (zum Beispiel gesellschaftliche Herausforderungen wie Integration, Bildung, regionale Entwicklung) hinzu. Zum Do-It-Together gehören neben den fokussierten Konsumpraktiken noch weitere Praktiken, die mit Konsum nicht unbedingt etwas zu tun haben, aber für den Gesamtzusammenhang ebenso wichtig sind. Im Fall von Gemeinschaften der solidarischen Landwirtschaft (Community Supported Agriculture) gehören zum Beispiel Mitgliederversammlungen oder organisierte Besuche auf den beteiligten Bauernhöfen dazu. Der Konsum selbst ist organisatorisch aufwändiger, da Absprachen und die Koordination unterschiedlicher Interessen nötig sind. Gemeinsam ist den Praktiken, dass sie auf die Partikulargemeinschaft verweisen und diese kontinuierlich reproduzieren.

Organisationsform: Meist liegt eine langfristige Bindung an die Gemeinschaft vor. Es kommen aber auch kurzfristige Formen der Gruppenbildung vor, wie zum Beispiel Ad-Hoc-Gemeinschaften, die sich beispielsweise im Rahmen von Carrot Mobs bilden. In diesem Fall sind die gemeinsamen Orientierungen ebenso wichtig und auf Basis dessen findet die Gemeinschaftsbildung statt. Die Bindung an die Gemeinschaft ist hier aber lose und kommt in eher singulären Aktionen zur Geltung.

Zugeordnete Fälle: Community Supported Agriculture/ solidarische Landwirtschaft, Bioenergiedorf Jühnde, Energienachbarschaft, Carrot Mob, Nachbarschaftliches Wohnen, Miteinander-Wohnen in Verantwortung, Urban Gardening.

6.2.2 Kollaborativer Konsum

Prinzip: Der kollaborative Konsum lässt sich dem Grundprinzip gemeinsam ermöglichter Konsum zuordnen. Es werden Konsumangebote in Gruppen wahrgenommen beziehungsweise es wird gemeinsam konsumiert, wobei für die Beteiligten Vorteile gegenüber dem individuellen Konsum entstehen. Die Gemeinschaft oder Gruppe spielt in dem Sinne eine Rolle, dass sie dem Einzelnen eine bessere oder überhaupt eine Befriedigung von Konsumbedürfnissen ermöglicht.

Beispiele und betroffene Praktiken: In Fällen wie dem gemeinsamen Bus-Charter oder beim Walking Bus ist beispielsweise die Kooperation und gemeinsame Organisation die Voraussetzung für die Entstehung der jeweiligen Praxis. Wichtig – auch als Unterscheidungsmerkmal gegenüber dem Do-It-Together – ist, dass hierbei vorrangig die Erleichterung von Konsum beziehungsweise die Erweiterung von Konsummöglichkeiten im Vordergrund steht und nicht die Bildung von Gemeinschaft. Der Fokus liegt also auf Konsumpraktiken, die über temporär gebildete Zweckgemeinschaften ermöglicht werden.

Hinzu kommen noch einige Praktiken der Organisation des Konsums, die jedoch vor allem auf die Erweiterung der Möglichkeiten der Aneignung verweisen.

Organisationsform: Oft findet sich neben den Beteiligten ein kommerzieller Dienstleistungsanbieter oder eine gemeinnützige Organisation, die das Zusammenkommen und gemeinsame Konsumieren organisiert und dadurch ermöglicht. Bei einigen Formen von Verbraucher-Erzeuger-Gemeinschaften wird zum Beispiel ein zusätzliches Angebot an regionalen und/ oder ökologisch angebauten Produkten geschaffen, an das die Kunden als Mitglieder gebunden sind.

Zugeordnete Fälle: Gemeinsamer Bus-Charter, Walking Bus.

6.2.3 Prosuming

Prinzip: Diesem Modus liegt das Prinzip des gemeinsam ermöglichten Konsums zugrunde. Hier liegt der Schwerpunkt stärker als bei den anderen Modi dieses Prinzips auf der (Mit-)Gestaltung von Infrastrukturen und Produktionsprozessen. Verschiedene Formen von Gemeinschaften (von eher lose bis formal organisiert) dienen dazu, die Möglichkeiten des Konsums zu verbessern.

Beispiele und betroffene Praktiken: Zum Teil liegen dabei der ermöglichte Konsum beziehungsweise die zu schaffenden Konsumstrukturen in der Zukunft. So geht es bei der NutzerInnen-Integration, aber auch im Fall der Regionalwert AG vor allem um die Schaffung von (zukünftigen) Möglichkeiten der Aneignung. Ziel ist es, über eine Veränderung der Rolle der Konsumentinnen und Konsumenten im Produktionsprozess beziehungsweise bei der Gestaltung von Versorgungsstrukturen alternative Konsummöglichkeiten zu schaffen, wobei die Beteiligten an der Schaffung der Konsummöglichkeiten beziehungsweise Strukturentwicklung nicht zwangsläufig auch die Nutznießerinnen und Nutznießer sind (wie zum Beispiel beim Bürgerbus). Die Praxis wandelt sich vom ‚Consuming‘, also dem eher passiven Inanspruchnehmen vorgefertigter Angebote (und dem Hinnehmen von Angebotslücken) zu einer mehr oder weniger aktiven Mitgestaltung der Angebots- und Versorgungsstrukturen. Die Veränderungen konzentrieren sich auf neue Kompetenzen, die neue Praktiken ermöglichen und mit einer veränderten Rolle der Akteure in den Versorgungssystemen einhergehen.

Organisationsform: Die alternative Praxis ist je nach Fall unterschiedlich organisiert. Zum Teil bilden sich neue, von Konsumentinnen und Konsumenten selbst gestaltete Organisationen (KonsumentInnen-Selbstorganisation), zum Teil werden die Abläufe innerhalb bestehender Organisationen verändert (NutzerInnen-Integration).

Zugeordnete Fälle: Bürgerenergie Tauberfranken, BürgerEnergieGenossenschaft Wolfhagen, Bürgerwindpark Hollich, Regionalwert AG, Bürgerbus, Living Labs, Lead User, Senior Research Group

6.2.4 Teilen

Prinzip: Auch beim Modus Teilen liegt als Prinzip gemeinsam ermöglichter Konsum zugrunde. Es wird eine Gemeinschaft gebildet, die sich Gegenstände oder Ressourcen teilt, die in den meisten Fällen im Besitz von einigen Beteiligten sind. Durch die Gemeinschaftsbildung wird also privater Besitz zugänglich gemacht und dessen gemeinsame Nutzung organisiert. Der Problemhintergrund ist dabei vor allem die geringe Effizienz der Nutzung der jeweiligen Objekte, wenn sie ausschließlich von den Besitzenden individuell genutzt werden.

Beispiele und betroffene Praktiken: Der Besitz wird kostenlos oder kostenpflichtig zeitweise zur Verfügung gestellt beziehungsweise die Mitnutzung wird ermöglicht. In manchen Fällen, wie zum Beispiel bei Fahrgemeinschaften oder beim Couchsurfing, wird das Angebot auch mit Eigenleistungen kombiniert. Diejenigen, die ihren Besitz teilen, können diesen zum Teil effizienter nutzen. Im Fall von privatem Autoverleih steht der Privat-PKW beispielsweise nicht ungenutzt vor der Tür, sondern erwirtschaftet bei Nichtgebrauch Geld. Die Besitzer verzichten aber auch ein Stück weit auf dessen zeitlich beliebige Verfügbarkeit. Aus Sicht derjenigen, die vom Teilen profitieren, vergrößern sich die Möglichkeiten der Nutzung und des Gebrauchs von alltagsrelevanten Gegenständen, ohne dass sie die Mittel aufbringen müssen, sie zu erwerben („Nutzen statt Besitzen“). Im Mittelpunkt steht in den meisten Fällen die Beschaffung und Nutzung von Konsumgegenständen. Die Gemeinschaft wird in den betrachteten Fällen vor allem gebildet, um Besitzende und potentielle Nutzerinnen und Nutzer zusammenzubringen; vorgelagert ist die Aneignung, beziehungsweise in diesem Fall die Praxis der Beschaffung und zeitweisen Nutzung von Konsumgegenständen oder -möglichkeiten. Möglich, aber eher nachgeordnet, ist auch eine Veränderung der Bedeutung des Geteilten: Ähnlich wie beim Tauschen steht der Nutzwert im Vordergrund und weniger der reine Besitz. Die betroffenen Objekte können zwar weiterhin als Statussymbole genutzt werden (zum Beispiel gibt es beim privaten Autoverleih auch die Kategorien „Straßenhelden“ und „Cabrios“ für teure beziehungsweise besonders sportliche Fahrzeuge), der Status ist jedoch verfügbarer geworden und der Besitz allein dient damit immer weniger als Distinktionsmerkmal.

Organisationsform: Es handelt sich um eher lose Gemeinschaften, die meist über eine gemeinsame Struktur, etabliert von einem professionellen Dienstleistungsanbieter, teilweise aber auch einer gemeinnützigen Organisation, miteinander verbunden werden. In den meisten Fällen sind diese Strukturen Online-Plattformen. Die Beteiligten werden zwar Mitglieder dieser Plattform und erstellen häufig auch eigene Profile, sind aber nur lose an die Gemeinschaft gebunden. Zu unterscheiden sind Fälle, in denen die Besitzenden unentgeltlich und bedingungslos teilen, von jenen, in denen sie etwas an andere Personen vermieten. Beim Vermieten wird das Nutzungsrecht formal erworben, das Teilen wird von Rechten und Pflichten der Nutzenden und Besitzenden geregelt. Diese müssen beim unentgeltlichen und prinzi-

piell bedingungslosen (weil ohne Erwartung/ Vereinbarung einer Gegenleistung) Teilen individuell ausgehandelt werden und das Geteilte wird gegebenenfalls weniger selbstverständlich genutzt.

Zugeordnete Fälle: Verleihnetzwerk frents, privates Autoteilen, private Wohnungsvermittlung, Haus-tauschferien, Couchsurfing, Landshare, Fahrgemeinschaften.

6.2.5 Tauschen

Prinzip: Auch beim Tauschen als weitere Form des gemeinsam ermöglichten Konsums werden Gemeinschaften, wie zum Beispiel Tauschbörsen, vorwiegend deswegen gebildet, um Konsumentinnen und Konsumenten mit dem Interesse der Beschaffung von – in der Regel – Konsumgegenständen miteinander zu verbinden. Als problematisch werden von den Initiatorinnen und Initiatoren häufig ressourcenintensive Konsummuster im Hinblick auf die Aneignung und Entsorgung von Produkten genannt und mit Begriffen wie ‚Massenkonsum‘ oder ‚Wegwerfmentalität‘ beschrieben. Im Zuge dessen wird auch die gesellschaftliche Norm, immer neue Produkte anschaffen zu müssen sowie die Anzahl nicht genutzter, aber noch brauchbarer Gegenstände im eigenen Besitz genannt.

Betont wird vor diesem Hintergrund vor allem in Online-Tauschbörsen auch der Spaß, den das Tauschen bringen kann. Innerhalb einiger Tauschbörsen werden auch Kompetenzen zum Tausch angeboten, das heißt es werden Dienst- oder Eigenleistungen getauscht. Im Hinblick auf den Tausch von Gegenständen sind dabei aber nicht nur die Praktiken der Beschaffung, sondern auch der Entsorgung betroffen, da nicht mehr gebrauchte Gegenstände auf diese Weise wieder der Nutzung zugänglich gemacht werden.

Beispiele und betroffene Praktiken: Bei diesem Konsummodus ändert sich der Stellenwert von privatem Besitz dahingehend, dass er innerhalb der Gemeinschaft als Währung akzeptiert wird und gegen gewünschte Gegenstände getauscht werden kann. Das ermöglicht andere Praktiken der Aneignung von Gegenständen (oder Leistungen), bei denen statt Geld ein für andere Personen attraktiver Gegenstand (oder eine Leistung) angeboten werden muss. Der Aneignung von Gegenständen sind also andere Handlungen vorgelagert, zum Beispiel die Erstellung eines attraktiven Tauschangebots. Die Befriedigung des Konsumbedürfnisses ist im Vergleich zum Kauf nicht unmittelbar, da geeignete Tauschangebote abgewartet werden müssen, teilweise wird durch die Tauschmöglichkeit aber überhaupt ein Zugang zu gewünschten Produkten geschaffen.

Organisationsform: Es handelt sich wie beim Teilen meist um lose Gemeinschaften, deren Praxis über einen professionellen Dienstleister oder nicht kommerziell ausgerichtete Akteure organisiert wird. Auch hier spielen Online-Plattformen eine wichtige Rolle, es finden sich aber auch größer angelegte Tauschaktionen. Die Beteiligten sind auch hier nur locker an die Gemeinschaft gebunden.

Zugeordnete Fälle: Tauschbörsen (netcyclers, frents), Kleidertausch, Givebox.

6.2.6 Do-It-Yourself

Prinzip: Beim Do-It-Yourself als Modus sozialer Innovationen für nachhaltigen Konsum liegt das Prinzip des kompetenzerweiternden Konsums zugrunde. Zentral ist dabei der Fokus auf Konsumkompetenzen beziehungsweise Kompetenzen des Selbermachens, die im Zuge von Industrialisierung (d. h. Automatisierung) und Massenproduktion (d. h. Standardisierung) marginalisiert wurden und die sozial wieder an Bedeutung gewinnen. Wichtig ist dabei, dass sie nicht aus Notsituationen heraus beziehungsweise aufgrund eines Mangels an Alternativen eine Aufwertung erfahren, sondern einen Gegenentwurf zum Kaufen und Konsumieren von (unter intransparenten Bedingungen) hergestellter Massenware darstellen sollen. Zentral ist also die Veränderung der sozialen Bedeutung des Selbermachens als Ausdruck von Unabhängigkeit und Individualität.

Beispiele und betroffene Praktiken: Beim kompetenzerweiternden Konsum können verschiedene Konsumbereiche betroffen sein, es handelt sich jedoch vor allem um Bereiche, wo Eigenarbeit möglich ist und es um die Aneignung von Konsumgegenständen geht, wie Möbel im Bereich Wohnen, Lebensmittel für die Ernährung oder im Fall von Bekleidung. Öffentlich wahrnehmbar sind dabei aber vor allem die komplementären Infrastrukturen und Angebote, wie zum Beispiel Nähcafés, Gärten für die Eigenenernte, Werkstätten oder auffällige Aktionen wie die Fashion Reloaded-Workshops, in denen in niedrigschwelliger Form Anleitungen zum Aufwerten von gebrauchter Kleidung gegeben werden. Wichtiger Teil sind aber auch Foren und Blogs, in denen beispielsweise ein Austausch über Handarbeiten stattfindet.

Beispiele und betroffene Praktiken: Beim Do-It-Yourself handelt es sich gewissermaßen um eine (Rück-)Besinnung auf Praktiken des Selbermachens. Eine Voraussetzung sind die Kompetenzen des Selbermachens, die neu erlernt werden und die Praxis überhaupt erst ermöglichen. Im Vergleich zum Kauf der Konsumgegenstände verändert sich im Prinzip die gesamte Praktik. Es müssen zwar weiterhin Gegenstände (und/ oder Dienstleistungen) gekauft werden, aus denen etwas hergestellt wird, aber auch diese Kaufakte setzen Wissen und Kompetenzen, zum Beispiel zu den notwendigen Bestandteilen des gewünschten Produktes voraus. Insgesamt kommen zum Prozess der Aneignung von Produkten eine Vielzahl neuer Praktiken hinzu, wozu auch die Inanspruchnahme von neuen Angeboten und Dienstleistungen (Ausleihe/ zeitweise Nutzung von Geräten, Beratungsleistungen) zählen.

Organisationsform: In den meisten Fällen werden die Praktiken zum Teil über die Etablierung von Dienstleistungsangeboten (meist kostenpflichtig) ermöglicht. Dies kann in manchen Fällen aber auch nur einen Teil der Praxis betreffen, da Do-It-Yourself beziehungsweise ein Teil des Prozesses auch in privaten Räumen beziehungsweise jenseits des Marktes stattfindet. Je teurer und aufwändiger das not-

wendige Werkzeug ist beziehungsweise je schwieriger zugänglich die notwendigen Ressourcen sind, desto wahrscheinlicher ist es, dass Angebote des Marktes wahrgenommen werden. Die Beständigkeit der Infrastruktur wird über regelmäßige Einnahmen gewährleistet, wobei diese bei eher unentgeltlichen Angeboten über öffentliche Fördermittel gesichert werden, die mal mehr und mal weniger verfügbar sein können. Die Marktangebote können solange bestehen wie die Nachfrage gesichert ist und Gewinn erzielt wird.

Zugeordnete Fälle: Meine Ernte, Eigenwerkstatt, Nähcafé, Fashion Reloaded.

6.2.7 Mieten/ Leihen

Prinzip: Der Modus Mieten/ Leihen als Form des nachhaltigen Konsums basiert auf dem Prinzip des bedarfsgerechten beziehungsweise nutzenorientierten Konsums. Hiermit werden akute Konsumbedürfnisse lediglich für die Dauer des Bedarfs befriedigt. Die Konsumentinnen und Konsumenten sind damit nicht mehr auf das Kaufen beziehungsweise Besitzen von Konsumgegenständen angewiesen, um diese nutzen zu können. Ein wichtiger Aspekt ist dabei die Effizienz, sowohl was die Befriedigung der Konsumbedürfnisse als auch die Nutzung der Konsumgegenstände betrifft.

Beispiele und betroffene Praktiken: In Fällen wie bei Fahrradverleihsystemen oder neuen Formen des Car-Sharing steht vor allem die Flexibilität der Nutzung im Vordergrund, das heißt die Angebote sollen genau dann und dort und nur solange zur Verfügung stehen, wie sie von der einzelnen Kundin/ dem einzelnen Kunden gebraucht werden. In einigen Fällen (wie Co-Working Spaces und Ludothek) wird ebenso das Ziel verfolgt, die Nutzerinnen und Nutzer der Angebote miteinander in Kontakt zu bringen und auch zu gemeinsamen Aktivitäten zu motivieren. Ein wichtiges Ziel bei diesem Modus ist es, den Konsum auf die zentralen Praktiken zu beschränken. Das heißt, weitere Praktiken, die im Zusammenhang mit dem Besitz der jeweils gebrauchten Gegenstände stehen (wie Pflege/ Wartung, Instandsetzung, Lagerung), werden ausgespart. Der Gegenstand kann ausschließlich genutzt werden. Ergänzt wird diese Nutzungspraxis lediglich durch die Organisation der Nutzung, zum Beispiel indem Mietverträge abgeschlossen werden.

Organisationsform: Bei diesem Modus werden in den meisten Fällen individuelle Angebote für das Leihen beziehungsweise Mieten von Gegenständen, wie zum Beispiel Werkzeuge oder Räume, durch professionelle Dienstleister bereitgestellt. Im Gegensatz zum Teilen sind die Konsumgegenstände jedoch nicht im Privatbesitz von Personen, die Nutzung der Gegenstände ist stärker formalisiert und über offizielle Regeln, Rechte und Pflichten abgesichert.

Zugeordnete Fälle: Car-Sharing, Co-Working Spaces, Fahrradleihsysteme, Ludothek, Werkzeugvermietung.

6.2.8 Inwertsetzen von Resten

Prinzip: Das Inwertsetzen von Resten als Modus sozialer Innovationen für nachhaltigen Konsum basiert auf dem Prinzip des ressourcenschonenden Konsums. Problematisiert wird dabei der gesamte Prozess von Produktion und Konsumtion, aus dem diese Ressourcen ungenutzt oder nicht ausreichend genutzt hervorgehen. Problematisch sind sowohl Produktionspraktiken als auch Praktiken der Konsumtion und insbesondere hierin wirksamen Werte und Normen (zum Beispiel was als brauchbar oder als Trend gilt).

Beispiele und betroffene Praktiken: In den betrachteten Fälle spielen verschiedene Konsumbereiche eine Rolle (Energie, Wohnen, Ernährung), wobei es in jedem Bereich um den Umgang mit zunächst als nicht mehr brauchbar beziehungsweise Abfall deklarierten Gegenständen oder Ressourcen geht, sei es, weil sie zu viel produziert werden (wie bei „Tafeln“), zu schnell ‚aus der Mode‘ kommen beziehungsweise reparaturbedürftig werden („ReUse-Computer“, „ecomoebel“) oder schlicht keine Beachtung finden („Mundraub“). In den meisten Fällen liegt der Fokus auf der Veränderung von Produktionsweisen und Entsorgungs- beziehungsweise Wiederverwertungszyklen. Im Fall „Mundraub“ ist die Strategie eher konsumtionsbezogen und besteht darin, die Reste beziehungsweise Ressourcen, die durch ihre Nichtnutzung zu Abfall verkommen, überhaupt erst sichtbar zu machen. Die Veränderung betrifft dabei vor allem die dem individuellen Konsum zugrundeliegenden Werte und auch die Kompetenzen der Konsumentinnen und Konsumenten, die über Informationen und die Vernetzung von Interessierten weiterentwickelt werden sollen.

Die Veränderung von Praktiken ist innerhalb der Fälle unterschiedlich gelagert. Gemein ist allen Fällen, dass sie dort ansetzen, wo der Lebenszyklus für die in Wert zu setzenden Konsumgegenstände eigentlich endet und sie als Abfall deklariert der jeweils üblichen Resteverwertung zugeführt würden. Die alternativen Praktiken sollen dafür sorgen, dass der Abfall als Ressource wieder dem Konsumkreislauf zugeführt werden, wobei sich zwei Formen unterscheiden: In der Mehrheit der Fälle werden zusätzliche Produktionsschritte angeschlossen, in denen der Abfall wiederaufbereitet und gezielt neu vermarktet wird. Es sind also vor allem die Praktiken der Produktion beziehungsweise von Produzentinnen und Produzenten, die sich verändern. Die Veränderung besteht in der Etablierung neuer materieller beziehungsweise infrastruktureller Arrangements, um die Produktionsprozesse entsprechend zu ergänzen. Die Routinen der Konsumentinnen und Konsumenten sind dahingehend betroffen, dass ihnen Gegenstände zugänglich gemacht werden, die sie sonst unter Umständen neu kaufen würden oder aufgrund begrenzter finanzieller Mittel gar nicht kaufen könnten. Demgegenüber kann sich die Praxis beim Beispiel „Mundraub“ dahingehend verändern, dass solche Nahrungsmittel in die alltägliche Ernährung aufgenommen werden, die sonst ungenutzt bleiben würden. Um diese Veränderung zu unterstützen, wird eine Plattform als neues, technisch arrangiertes soziales Setting etabliert.

Organisationsform: Dementsprechend liegen auch unterschiedliche Organisationsformen vor. Auf der einen Seite etablieren sich neue Organisationen beziehungsweise Dienstleister, die die Produktionspraktiken erweitern, auf der anderen Seite werden KonsumentInnen-Netzwerke gebildet, die das Wissen um ‚Reste‘ und Möglichkeiten der Inwertsetzung austauschen und dokumentieren.

Zugeordnete Fälle: Mundraub, ReUse Computer, Tafeln, ecomoebel.

7 Fazit und Ausblick

Die Beschreibung alternativer Konsumpraktiken als Modi macht deutlich, dass es sich dabei um verschiedene Formen des Konsums handelt, durch die sich basale Prinzipien ausdrücken. Damit bietet sich nicht nur ein Ausblick auf ein empirisch stabiles Ordnungsmuster, sondern auch auf Ansätze für die Kategorisierung und Beurteilung der Potenziale dieser alternativer Konsumpraktiken, die durch die verschiedenen Modi an die Selbstbeschreibungen der Akteure anknüpfen und somit Ansprachemöglichkeiten für spezifische politische Interventionen bieten.

In einem weiteren Schritt werden die am Einzelfall erprobten Kriterien auf die acht Modi angewandt, wobei die zu jeweils einem Modus gruppierten Fälle in ihren Gemeinsamkeiten und Unterschieden im Hinblick auf die Kriterien betrachtet werden. Hierbei müssen die Kriterien weiterentwickelt werden, um die Besonderheiten auf dieser höheren Aggregationsebene erfassen zu können. Ziel dieser Analyse ist es, solche Kriterien zu identifizieren, die die Unterschiede zwischen den Modi möglichst gut erfassen und die als Grundlage für die Bildung von Typen sozialer Innovationen für nachhaltigen Konsum genutzt werden können.

Damit ist es möglich, erstens die Potenziale sozialer Innovationen hinsichtlich ihrer Wirkung auf die Transformation von Konsummustern sowie strukturellen Stabilität und damit auch gesellschaftlichen Akzeptanz zu ermitteln und zweitens kann hierdurch die Frage einer umweltpolitischen Förderung nachhaltigen Konsums systematisch vorangetrieben werden.

Literatur

- Aderhold, J. (2010): Probleme mit der Unscheinbarkeit sozialer Innovationen in Wissenschaft und Gesellschaft. S. 109-126. In: J. Howaldt und H. Jacobsen (Hrsg.): Soziale Innovation: Auf dem Weg zu einem postindustriellen Innovationsparadigma. VS-Verlag Wiesbaden.
- Beck, G. und C. Kropp (Hrsg.) (2012): Gesellschaft innovativ. Wer sind die Akteure? Wiesbaden: VS Verlag.
- Behrendt, Siegfried (2010): Integriertes Roadmapping. Nachhaltigkeitsorientierung in Innovationsprozessen des Pervasive Computing. Heidelberg, Dordrecht, London, New York: Springer.
- Bormann, I., R. John und J. Rückert-John (2011): Innovationskraft lokalen Nachhaltigkeitsengagements. ISInova Arbeitspapier Nr. 7. <http://isinova.net/-download/dokumente/BzS7.pdf>.
- Bormann, I.; R. John und J. Aderhold (2012): Indikatoren des Neuen. Innovation – Sozialtechnologie oder Sozialmethodologie? Wiesbaden: VS Verlag.
- Botsman, R. & Rogers, R. (2010): What's mine is your's – the Rise of Collaborative Consumption. UK: Harpercollins.
- Brand (2013): Umweltsoziologie. Entwicklungslinien, Basiskonzepte und Erklärungsmodelle Grundagentexte Soziologie, Juventa Verlag (in Begutachtung).
- Brand, K.-W. (2010). Social Practices and Sustainable Consumption: Benefits and Limitations of a New Theoretical Approach. In: Gross, M. & Heinrich, H. (Hg.): Environmental Sociology: European Perspectives and Interdisciplinary Challenges. Springer Business and Media. 217-235.
- Brand, K.-W. (2008): Konsum im Kontext. Der ‚verantwortliche Konsument‘ - ein Motor nachhaltigen Konsums? In: Lange, H. (Hrsg.): Nachhaltigkeit als radikaler Wandel. Die Quadratur des Kreises?. Wiesbaden: VS Verlag. 71-93.
- Brunner, K.-M., Kropp, C. & Seher, W. (2006): Wege zu nachhaltigen Ernährungsmustern: Zur Bedeutung von biographischen Umbruchsituationen und Lebensmittelskandalen für den Bio-Konsum. In: Brand, K.-W. (Hg.): Von der Agrarwende zur Konsumwende? Ergebnisband 1. München: oekom. 145-196.
- Fischer D., Michelsen G., Blättel-Mink B., Di Giulio A. (2011): Nachhaltiger Konsum: Wie lässt sich Nachhaltigkeit im Konsum beurteilen? In: Defila R., Di Giulio A., Kaufmann-Hayoz R. (Hrsg.): Wesen und Wege nachhaltigen Konsums. Ergebnisse aus dem Themenschwerpunkt "Vom Wissen zum Handeln – Neue Wege zum nachhaltigen Konsum". München: oekom. S. 73-88.

- Franken, M. & Kriener, M. (2012): Generation Tauschen und Teilen. *Zeo2 – Das Umweltmagazin*, 02/2012, 23-33.
- Howaldt, J. und M. Schwarz (2010): *Soziale Innovation im Fokus. Skizze eines gesellschaftstheoretisch inspirierten Forschungskonzeptes*. Bielefeld: transcript.
- John, R. (2005): Innovation als irritierende Neuheit. Evolutionstheoretische Perspektiven. S. 49-64. In: J. Aderhold und R. John (Hrsg.): *Innovation. Sozialwissenschaftliche Perspektiven*. Konstanz: UVK.
- OECD (2002): *Towards Sustainable Household Consumption. Trends and policies in OECD countries*. Paris: Organisation for Economic Cooperation and Development.
- OECD (2008): *Promoting Sustainable Consumption. Good Practices in OECD Countries*. Online verfügbar unter: <http://www.oecd.org/greengrowth/40317373.pdf> (15.10.2012)
- OECD (2011): *Greening Household Behaviour: The Role of Public Policy*, OECD Publishing. Online verfügbar unter: http://www.oecd-ilibrary.org/environment/greening-household-behaviour_9789264096875-en (15.10.2012)
- Reckwitz A. (2002): Towards a Theory of Social Practice: A development in culturalist theorizing. In: *European Journal of Social Theory* 5 (2): 245–265.
- Røpke I. (2009): Theories of practice – New inspirations for ecological economic studies. In: *Ecological Economics* 68: 490–497.
- Røpke, I. (1999). The dynamics of willingness to consume. *Ecological Economics*, 28, 399-420.
- Schatzki T. (2002): *The Site of the Social: A Philosophical Account of the Constitution of Social Life and Change*. Penn State University Press.
- Scherhorn, G., Reisch, L & Schrödl, S. (1997): *Wege zu nachhaltigen Konsummustern. Überblick über den Stand der Forschung und vorrangige Forschungsthemen*. Marburg: Metropolis.
- Scholl, G., F. Rubik, H. Kalimo, K. Biedenkopf und Ó. Söebeck (2010): Policies to promote sustainable consumption: Innovative approaches in Europe. *Natural Resources Forum* 34: 39–50.
- Shove E. (2005): Changing human behaviour and lifestyle: a challenge for sustainable consumption? In: Røpke I., Reisch L. (eds.): *The Ecological Economics of Consumption*. Cheltenham: Elgar. 111–132.
- Vereinte Nationen (1992): *Agenda 21. Konferenz der Vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung im Juni 1991 in Rio de Janeiro*. [Erhältlich unter: <http://www.agenda21-treffpunkt.de/archiv/ag21-dok/index.htm>].

- Warde A. (2005): Consumption and Theories of Practice. In: Journal of Consumer Culture, 5 (2): 131–153.
- Wiswede, G. (2000): Konsumsoziologie – eine vergessene Disziplin. In: Rosenkranz, D. & Schneider, N.F. (Hrsg.): Konsum – Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven. Opladen: Leske und Budrich. 23-72.
- Zapf, W. (1994): Über soziale Innovationen. S. 23-40. In: Ders.: Modernisierung, Wohlfahrtsentwicklung und Transformation. Berlin: Edition Sigma.

Anhang: Übersicht Fälle und Modi

Konsumbereich	Fall	Modus
Ernährung	Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften	Prosuming/ Kollaboratives Konsumieren
	Regionalwert AG	Prosuming
	Community Supported Agriculture	Do-It-Together
	Mundraub	Inwertsetzendes Konsumieren
	Meine Ernte	Do-It-Yourself
	Land Share	Teilen
	Second Bäck	Inwertsetzendes Konsumieren
	Tafeln	Inwertsetzendes Konsumieren
	Running Dinner	Kollaboratives Konsumieren
	Energie	Bürgerenergie Tauberfranken
Bio-Energiedorf-Dorf Jühnde		Do-It-Together
BürgerEnergieGenossenschaft Wolfhagen		Prosuming
Bürgerwindpark Hollich		Prosuming
Energienachbarschaft		Do-It-Together
Carrot Mob		Do-It-Together
ReUse-Computer e.V.		Inwertsetzendes Konsumieren
Videokonferenzen		Kollaboratives Konsumieren
Wohnen	Eigenwerkstatt	Do-It-Yourself
	Nachbarschaftliches Wohnen	Do-It-Together
	Miteinander-Wohnen in Verantwortung e.V.	Do-It-Together
	Ecomobel	Inwertsetzendes Konsumieren
Mobilität	Privater Autoverleih	Teilen
	Plattformen für Fahrgemeinschaften	Teilen
	Fahrradleihsystem Abo	Mieten/ Leihen
	Gemeinsamer Bus-Charter	Kollaboratives Konsumieren
	CarSharing	Mieten/ Leihen
	Bürgerbus	Mieten/ Leihen
	Walking Bus	Kollaboratives Konsumieren
Freizeit/ Urlaub	Urban Gardening - Freiflächennutzung	Do-It-Together
	Urban Gardening - Interkultureller Garten	Do-It-Together
	Haustauschferien	Teilen
	Private Unterkunftsvermittlung	Teilen
	Couchsurfing	Teilen
	Werkzeugvermietung	Mieten/ Leihen
	Nähcafé	Do-It-Yourself
	Ludothek	Mieten/ Leihen
Sonstiges	Verleih-/Tauschbörse frents	Teilen, Tauschen
	LETS Tauschring München	Tauschen
	Nutzerintegration: Living Labs	Prosuming
	Nutzerintegration: Lead User	Prosuming
	Nutzerintegration: Senior Research Group	Prosuming
	Tauschbörse Netcyclers	Tauschen
	Fashion Reloaded	Do-It-Yourself
	Kleidertausch	Tauschen
	Co-Working Spaces	Mieten/ Leihen
Crowdfunding	Prosuming	