

Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	13
1 Konsum und Lebensstile.....	23
1.1 Vom konventionellen zum nachhaltigen Konsum.....	24
1.1.1 Konsum aus soziologischer Sicht.....	24
1.1.2 Konsumkritik.....	28
1.1.3 Nachhaltiger Konsum.....	31
1.1.4 Hemmnisse nachhaltigen Konsums.....	35
1.2 Konsum in den Handlungsfeldern Ernährung, Wohnen und Mobilität.....	37
1.2.1 Funktion der Ernährung und Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft.....	38
1.2.2 Funktion des Wohnens und Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft.....	40
1.2.3 Funktion der Mobilität und Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft.....	42
1.3 Das Lebensstilkonzept.....	44
1.3.1 Lebensstil im klassischen Sinn.....	45
1.3.2 Der neuere Lebensstilansatz.....	47
1.3.3 Umweltorientierte Lebensstile.....	50
1.3.4 Lebensstil der Gesundheit und Nachhaltigkeit.....	52
1.3.5 Milieus und Sinus-Milieus.....	55
1.3.6 Suffizienz und das einfache Leben.....	58
1.3.7 Kritik an einer lebensstilbezogenen Nachhaltigkeitsforschung.....	59
1.4 Die Strukturationstheorie.....	62
1.4.1 Strukturbestimmtes Handeln oder handlungsbestimmte Strukturen?.....	62
1.4.2 Strukturationstheorie und die Dualität der Struktur.....	67
1.4.3 Kritische Bemerkungen zu Giddens.....	70

1.5 Weitere Theorien sozialer Praktiken und der Bezug zum Konsum.....	71
2 Die Schweiz als Untersuchungsgebiet	77
2.1 Strategie der Schweiz im Bereich Nachhaltige Entwicklung	78
2.2 Ernährung in der Schweiz	80
2.3 Wohnen in der Schweiz	84
2.4 Mobilität in der Schweiz	87
3 Methodisches Vorgehen	91
3.1 Datenerhebung und Durchführung der Interviews.....	94
3.1.1 Konstruktion Interviewleitfaden	95
3.1.2 Kontaktaufnahme	97
3.1.3 Während des Interviews	98
3.2 Datenauswertung	101
3.2.1 Transkription	101
3.2.2 Theoretical Sampling	102
3.2.3 Kodierung.....	104
3.2.4 Typenbildung.....	106
3.3 Methodische Reflexion.....	107
4 Falldarstellungen: Experten im Fokus meiner Untersuchung	109
4.1 Nele – Die Bunte	111
4.1.1 Verständnis von einem nachhaltigen Konsum.....	112
4.1.2 Realisationen in den Handlungsfeldern Ernährung, Wohnen und Mobilität.....	115
4.1.3 Handlungsbedarf und -barrieren	118
4.2 Michaela – Die Kompromissbereite.....	120
4.2.1 Verständnis von einem nachhaltigen Konsum.....	121
4.2.2 Realisationen in den Handlungsfeldern Ernährung, Wohnen und Mobilität.....	123
4.2.3 Handlungsbedarf und -barrieren	125
4.3 Tobias – Der Pragmatiker.....	126
4.3.1 Verständnis von einem nachhaltigen Konsum.....	127

4.3.2	Realisationen in den Handlungsfeldern Ernährung, Wohnen und Mobilität.....	129
4.3.3	Handlungsbedarf und -barrieren	131
4.4	Corinne – Die Welttrotterin	132
4.4.1	Verständnis von einem nachhaltigen Konsum.....	133
4.4.2	Realisationen in den Handlungsfeldern Ernährung, Wohnen und Mobilität.....	134
4.4.3	Handlungsbedarf und -barrieren	137
4.5	Georg – Der Suffiziente.....	138
4.5.1	Verständnis von einem nachhaltigen Konsum.....	139
4.5.2	Realisationen in den Handlungsfeldern Ernährung, Wohnen und Mobilität.....	140
4.5.3	Handlungsbedarf und -barrieren	143
4.6	Brigitte – Die Neugierige	145
4.6.1	Verständnis von einem nachhaltigen Konsum.....	145
4.6.2	Realisationen in den Handlungsfeldern Ernährung, Wohnen und Mobilität.....	146
4.6.3	Handlungsbedarf und -barrieren	148
4.7	Zusammenfassende Falldarstellungen der verbleibenden Interviews	149
4.7.1	Verständnis von einem nachhaltigen Konsum.....	150
4.7.2	Realisationen in den Handlungsfeldern	154
4.7.3	Handlungsbedarf und -barrieren	159
5	Mein Passivhaus, mein Carsharing-Abonnement und mein Biokorb	161
5.1	Leuchtturmthemen nachhaltigen Konsums.....	161
5.2	Individuelle Motivationsdimensionen.....	162
5.2.1	Lebensabschnitt und einschneidende Veränderungen.....	165
5.2.2	Soziale Distinktion	165
5.2.3	Soziale Erwünschtheit.....	166
5.2.4	Emotionaler Bezug.....	167
5.2.5	Intrinsische Motivation.....	168
5.2.6	Gesundheit.....	168
5.2.7	Selbstsuffizienz und ein <i>gutes Leben</i>	169
5.2.8	Familiäres und gesellschaftliches Umfeld.....	170

5.3	Das Kapital der LOHAS	170
5.4	Widersprüchlichkeiten nachhaltigen Konsums	173
5.4.1	Gesunde Ernährung.....	174
5.4.2	Schöner Wohnen.....	175
5.4.3	Besser unterwegs.....	176
5.5	Zusammenfassende Überlegungen.....	178
6	Typenbildung.....	181
6.1	Erarbeitung relevanter Vergleichsdimensionen	181
6.1.1	Innovationspotential	182
6.1.2	Pragmatischer Umgang mit dem Thema Nachhaltiger Konsum.....	182
6.2	Gruppierung der Fälle und empirische Regelmässigkeiten.....	184
6.3	Analyse der inhaltlichen Zusammenhänge und Bildung von Idealtypen	188
6.4	Beschreibung der Idealtypen.....	188
6.4.1	Typ I: Der Pionier und Weltverbesserer	189
6.4.2	Typ II: Der Individualist und konventionelle Umweltschützer.....	189
6.4.3	Typ III: Der Lifestyle-Umweltschützer und Opportunist.....	189
6.4.4	Typ IV: Der Mitläufer und Nachzügler	190
6.5	Verortung der Idealtypen anhand der sechs Falldarstellungen	190
7	Diskussion.....	193
	Tabellenverzeichnis.....	201
	Abkürzungsverzeichnis/Glossar	203
	Literaturverzeichnis	205
	Anhang.....	225