

Hellmuth Lange

**Lebensstile.  
Der sanfte Weg zu mehr Nachhaltigkeit?**

**artec-paper Nr. 122  
Mai 2005**

ISSN 1613-4907



artec - Forschungszentrum Nachhaltigkeit  
Enrique-Schmidt-Str. 7  
Postfach 330 440  
28334 Bremen  
<http://www.artec.uni-bremen.de>

# Lebensstile

## Der sanfte Weg zu mehr Nachhaltigkeit?

by Hellmuth Lange, Research Center for Sustainability Studies (artec), University of Bremen, Germany, [lange@artec.uni-bremen.de](mailto:lange@artec.uni-bremen.de), Fon +49 421 218 2415

### Abstract

Die Relevanz von Lebensstilen ist in diversen Zusammenhängen thematisiert worden, bevor sie Eingang in die umwelt- und nachhaltigkeitspolitische Diskussion gefunden und die Überwindung traditioneller sowie die Ausbildung neuer Lebensstile zu einem Schlüsselement der aktuellen Debatte geworden ist. Auch wenn das praktische Potential in der wissenschaftlichen Lebensstilforschung eher skeptisch beurteilt wird, haben sich diese Bedenken im öffentlichen Diskurs bis heute kaum niedergeschlagen.

### 1. Neue Lebensstile als Ziel und Bedingung von Nachhaltigkeit

Im Jahre 2004 addiert sich der Anteil derer, die es für sehr wichtig oder wichtig halten, „für wirksamen Umweltschutz“ zu sorgen, in Deutschland auf 92% (Gruneberg/Kuckartz 2004: 16)<sup>1</sup>. Die Politiker erhalten in dieser Hinsicht schlechte Noten. Noch schlechtere Noten erhält jedoch „der größte Teil der Bevölkerung“, weil er sich nach Meinung einer Mehrheit von 66% „zu wenig umweltbewusst verhält“ (Gruneberg/Kuckartz 2004: 25), obwohl andererseits gerade hier erhebliche Handlungsbereitschaften erklärt werden. 37% der Befragten hatten zwei Jahre zuvor ausdrücklich festgestellt, sie handelten bereits nach dem Motto „Bei sich selber anfangen, nicht auf andere warten“. Weitere 42% nannten es immerhin „eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht“, sich für den Umweltschutz zu aktivieren, allerdings mit der Einschränkung, „dann müssen alle mitmachen“ (2002:29).

Daraus lässt sich folgern: Die persönliche Alltagsgestaltung wird offenkundig von den Bürgerinnen und Bürger selbst als ein Feld angesehen, auf dem in wesentlichem Maße darüber entschieden wird, ob der für so wünschenswert gehaltene Schutz der Umwelt vorangebracht werden kann. Sie haben sich damit einen strategischen Gedanken zu Eigen gemacht, der in Deutschland seit dem Gutachten des Rates von Sachverständigen für Umweltfragen (RSU) des Jahres 1978 in zahlreichen umweltpolitischen Schlüsseldokumenten propagiert

---

<sup>1</sup> Dieses hohe Niveau ist seit den achtziger Jahren trotz zwischenzeitlicher Schwankungen stabil geblieben. Anders stellen sich die Verhältnisse dar, wo nicht Antwortmöglichkeiten vorgegeben werden, sondern eigene Vorgaben gemacht werden: Hier geht der Anteil derer deutlich zurück, die den Umweltschutz zu den wichtigsten politischen Problemen zählen (von 60% im Jahre 1989 auf im Westen 19% im Jahre 2004. Ebda.)

worden ist. In der Ausweitung der umweltpolitischen Thematik zur Nachhaltigkeitsthematik wird die strategische Orientierung auf Veränderungen von Alltagsmustern seit den neunziger Jahren fortgeführt. Unter der Überschrift „Veränderung der Konsumgewohnheiten“ fordert die Agenda 21 in Kapitel 4 die „Entwicklung einer nationalen Politik und nationaler Strategie, um eine Änderung nicht nachhaltiger Verbrauchsgewohnheiten herbeizuführen“. Diese Aufgabe wird an gleicher Stelle als „tiefgreifende Veränderungen der Verbrauchsgewohnheiten von Industrie, Haushalten und Einzelpersonen“ präzisiert. Überall dort, wo im öffentlichen ökologischen Diskurs und – in geringerem Masse – in der politischen Konzeptbildung darüber nachgedacht wird, wie dieses Ziel erreicht werden könnte, wird in mehr oder minder expliziter Art und Weise auf Veränderungen von Lebensstilen gesetzt. Die Überwindung traditioneller und die Ausbildung neuer Lebensstile bildet insofern ein Schlüsselement der heutigen umwelt- und nachhaltigkeitspolitischen öffentlichen Debatte.

In der wissenschaftlichen Lebensstilforschung wird das praktische Potential dieser Option allerdings eher skeptisch beurteilt. Interessanterweise haben entsprechende Bedenken bis heute kaum Eingang in den öffentlichen Diskurs über die Veränderung von Lebensstilen gefunden.

Im Folgenden werden zunächst drei unterschiedliche Zusammenhänge betrachtet, in denen die Lebensstilthematik Bedeutung erlangt hat und von wo aus sie sodann in die umwelt- und nachhaltigkeitspolitische Diskussion Eingang gefunden hat. Danach werden in vier Teilabschnitten Möglichkeiten und Grenzen erörtert, Lebensstile als Kristallisationspunkte umwelt- und nachhaltigkeitspolitischer Veränderungsstrategien zu nutzen.

## **2. Drei Wurzeln der Bezugnahme auf Lebensstile**

Ein erster Verwendungszusammenhang war und ist *politisch-programmatischer* Natur. Im Rahmen einer umfassend verstandenen *Gesellschaftskritik* steht hier die Suche nach und die Werbung für weniger ressourcenintensive und ökologisch verträglichere Lebensentwürfe im Zentrum. Solche Entwürfe wurden seit den ausgehenden sechziger und der siebziger Jahren einer als „industrialistisch“ kritisierten Kultur des Massenkonsums entgegen gestellt als praktische Illustrationen der Möglichkeit, radikale Alternativen nicht nur zu denken, sondern auch zu leben: nicht zuletzt (Brand 2002: 183; Rink 2002: 9 f.).

Einer solchen konsumkritischen Perspektive diametral entgegengesetzt war und ist die Zielstellung, unter der sich die *Marktforschung* auf Lebensstile bezieht. Im Zentrum steht hier das höchst *pragmatische* Bestreben, Absatzchancen für Produkte dadurch *zu* steigern, dass sie in ihrer konkreten Struktur – ebenso wie ihre Vermarktung – bewusst auf spezielle Zielgruppen hin konzipiert werden. Es geht hier um ein Kontrastprogramm zum „one fits all“ als dem Grundmuster der fordistischen Massenproduktion.

Einen in seiner primär *analytischen* Zielstellung von beidem zu unterscheidenden dritten Zugang zur Lebensstilthematik verfolgte die *Soziologie der achtziger Jahre*. Nachdem traditionelle Trennlinien der soziokulturellen Differenzierung und sozialen Ungleichheit in Form von „Klassen“ und „Schichten“ in der zeitgenössischen Realität erheblich an Kontur verloren hatten, gerieten auch die entsprechenden analytischen Kategorien unter Druck. Das galt insbesondere in Bezug auf die Erklärung oder gar die Vorhersagbarkeit von politischem Verhalten, aber auch in Bezug auf die Entstehung neuer kultureller Muster, und zwar sowohl innerhalb herkömmlicher sozialer Gruppenzusammenhänge als auch zwischen ihnen. In dieser Situation wurden Lebensstile als aussagekräftigere Muster der Abgrenzung in Betracht gezogen (Berger/Hradil 1990).

Im Mittelpunkt stand hier die *gesellschaftstheoretische Frage*, welche Relevanz Wertstrukturen und darauf bezogene symbolischen Ordnungen für das praktische Verhalten von sozialen Gruppen besitzen, und zwar im Sinne von Freiheitsgraden der persönlichen Orientierung in relativer Unabhängigkeit von klassischen sozialökonomischen und soziodemographischen Merkmalen der sozialen Lage. Diese Frage wird in der soziologischen Debatte allerdings bis heute recht kontrovers beantwortet (für Überblicke siehe Richter 1994; Konietzka 1995; Bogun 1997; Georg 1998; Hartmann 1999; Otte 2004). Die Meinungen bewegen sich zwischen zwei Polen: Auf der einen Seite steht etwa Hitlers Diktum, „Lebensstile sind ästhetische Optionen, und die Möglichkeit zwischen einer Vielzahl gesellschaftlich bereits vorhandener bzw. mehr oder weniger erprobter Lebensstile zu wählen oder aus Versatzstücken derselben ‚seinen eigenen‘ zu wählen, ist eines der Kernelemente der [...] so genannten ‚Multioptionsgesellschaft‘“ (Hitzler 1994: 42; zum Teil ähnlich Beck 1991: 22). Am anderen Ende des Spektrums steht das Insistieren auf der Bedeutung „gegebener Lebenslagen, verfügbarer Ressourcen und getroffener Lebensplanung“ als limitierenden Faktoren, die auch durch „Werteinstellungen“ „subjektive Wahrnehmung und Bewertungen“ nicht ad hoc außer Kraft gesetzt werden können (Zapf 1987: 14).

Die Spannbreite der soziologischen Sichtweisen ist also erheblich. Andererseits können sich die verschiedenen Akzentsetzungen bis zu einem gewissen Grade wechselseitig ergänzen. In diesem Sinne werden Lebensstile hier in Anlehnung an Reusswig (1994) als relativ stabile soziokulturelle und handlungspraktische Muster verstanden, die nicht in erster Linie ein traditionell verankertes Repertoire darstellen, sondern die gewählt werden können. Sie besitzen darin eine stark expressive Note und – damit verbunden – eine soziokulturell distinktive Funktion<sup>2</sup>. Sie bewegen sich jedoch unvermeidlich innerhalb jeweils gegebener sozioökonomischer Grenzen der Verfügung über materielle und soziale Ressourcen<sup>3</sup>. Milieus

---

<sup>2</sup> Dieser Aspekt wird auch in der umweltsoziologischen Literatur hervorgehoben (etwa Pöferl 1998)

<sup>3</sup> In Anlehnung an Douglas/Isherwood (1979) und Ewen (1990) bestimmt Reusswig Lebensstile als „gruppenspezifische Formen alltäglicher Lebensführung und -deutung von Individuen im ökonomischen, politischen und kulturellen Kontext einer Lebensweise. Sie vermitteln zwischen objektiver sozialer Lage

lassen sich demgegenüber mit Brand als „Lebensstilgemeinschaften“ verstehen (Brand 2000: 190).

Dass der Begriff des Lebensstils trotz der unübersehbaren Unterschiede der hier angesprochenen Verwendungszusammenhänge und Definitionen schließlich auch in die hier interessierende Umweltdebatte Eingang gefunden hat, versteht sich nicht von alleine. Der Umstand verdankt sich der zeitlichen Koinzidenz relativ spezieller zeitgenössischer Umstände.

### **3. Lebensstilpolitik als Alternative zur Entwicklung von Umweltbewusstsein?**

Bis weit in die neunziger Jahre hinein war die *öffentliche Kommunikation* über die Umweltproblematik in Deutschland sehr stark von der Vorstellung geprägt, es komme vor allem darauf an, in der Bevölkerung ein ausreichendes Umweltbewusstsein zu entwickeln. In dem Maße, wie das gelinge, würden die Bürgerinnen und Bürger, getragen von einer entsprechend hohen Eigenmotivation, in immer größerer Breite den Weg in Richtung auf umweltverträglichere Formen des Alltagsverhaltens einschlagen. In der Praxis bestätigte sich jedoch immer aufs Neue, dass davon trotz eines anhaltend hohen Niveaus des Umweltbewusstseins nur sehr bedingt die Rede sein konnte (de Haan/Kuckartz 1996). Besonders irritierend daran schien der Umstand, dass Umweltbewusstsein spätestens seit Beginn der neunziger Jahre definitiv kein spezifisches Mittelschichtenthema mehr war, sondern in allen Schichten der Bevölkerung ein hohes Niveau erreicht hatte (Lange 2002). Auch auf der Basis der soziodemografischen Variablen Alter, Geschlecht und Ausbildungsniveau waren nurmehr geringe Unterschiede zu verzeichnen. Wie sollte hier folglich weiter verfahren werden?

In der *wissenschaftlichen Debatte* war allerdings schon frühzeitig darauf hingewiesen worden, dass es wenig Sinn macht, sich auf das Umweltbewusstsein der Bevölkerung zu beziehen, das sich dementsprechend nur in einer quantitativen Unterscheidung im Sinne von „viel“, „mittel“ und „wenig“ differenzieren ließe. Unterschiedliche Menschen und Gruppen beziehen sich im Rahmen ihrer ganz unterschiedlichen Lebensverhältnisse und Zielstellungen in entsprechend unterschiedlicher Weise auf die verschiedenen Dimensionen (Mobilität, Wohnen, Ernährung, Tourismus etc.) der Umweltrelevanz ihres Verhaltens (de Haan/Kuckartz 1996; Homberg/Matthies 1998). In der Folge gelangen sie denn auch trotz ihres insgesamt durchaus entwickelten Umweltbewusstseins<sup>4</sup> zu recht spezifischen (high-cost/low-cost) und von Problem zu Problem unterschiedlichen (Wohnort, Beruf, Geschlecht) Handlungsmustern (Diekmann/Preisendörfer 1992). Lebensstile und – damit zusammenhängend – soziokulturelle Milieus erschienen vor diesem Hintergrund sowohl als geeignetes Er-

---

und subjektiver Lebenswelt. Soziale Distinktion und individuelle Identität sind in Lebensstilen verklammert.“ (Reusswig 1994, 127)

<sup>4</sup> Eines der Felder, in denen diese Annahme überprüft wurde, war die Untersuchung des Umweltverhaltens von sogenannten „Umweltaktivisten“ im Unterschied zu „NormalbürgerInnen“ (Bodenstein et al. 1998)

klärungsmuster für die vorliegenden empirischen Befunde zur Praxis des Umweltverhaltens als auch ein geeigneter Ansatz, um die beobachtete Kluft zwischen Umweltbewusstsein und Umweltverhalten zumindest für entsprechende einzelne Gruppen zu verkleinern. Mit einer solchen theoretischen Bezugnahme ließ sich im Übrigen auch die Hoffnung verbinden, die bis dahin primär in psychologischen Theoriebezügen geführte wissenschaftliche Debatte über Merkmale und Handlungsrelevanz von Umweltbewusstsein (siehe etwa Diekmann/Jaeger 1996; siehe dazu Lange 2000: 19 ff.) in Richtung auf Theoriezusammenhänge der zeitgenössischen Soziologie öffnen und erweitern zu können (kritisch dazu Rink 2002).

Im Mittelpunkt der Verwendung von Lebensstilen in *umweltpolitischen* Zusammenhängen stehen mehr oder minder durchgehend zwei Erwartungen:

1. die Erwartung, dass Lebensstile eine Art kollektiver Motivationsbasis darstellen, von der aus Individuen – ohne von politischen Akteuren dazu aufgerufen werden zu müssen oder durch gesetzliche und ökonomische Hebel dazu gezwungen werden zu müssen – das eigene Alltagshandeln eigenständig im ökologisch erwünschten Sinne gestalten: Lebensstile als erhoffte Motivationsbasis und Triebkraft eines besonders sanften und zugleich hoch effektiven Mechanismus des Wandels in maximaler gesellschaftlicher Breite.
2. die noch weiter gehende Erwartung, diesen Effekt der ökologisch inspirierten Selbstmotivation und Selbststeuerung dadurch befördern zu können, dass ökologisch erwünschte Lebensstilmuster im Rahmen politischer Strategien, sozusagen als Produkte einer Lebensstilpolitik, gezielt geschaffen werden können.

Wie weit diese Erwartungen realistisch sind, erscheint allerdings gerade noch im Lichte des inzwischen erreichten soziologischen Diskussionsstandes zumindest fraglich. Die betreffenden Probleme, aber auch die Möglichkeiten eines lebensstilbezogenen Herangehens, werden im Folgenden unter vier Aspekten erörtert.

#### **4. Probleme und Möglichkeiten von Lebensstilstrategien**

##### **4.1 Die Option „Öko-Pioniere“**

Ein erste Option lässt sich als die Öko-Pionier-Option skizzieren. Sie wird von der Vorstellung getragen, die gesellschaftliche Verbreiterung von Konsummustern und Alltagsroutinen vollziehe sich als Diffusionsprozess, der von Trendsettern in Gang gebracht wird, im Falle ökologisch wünschbarer Muster von Öko-Pionieren. Ihr Vorbild werde sukzessive von breiteren Teilen der Bevölkerung aufgegriffen und nachgeahmt. In diesem Sinne wirbt etwa das Wuppertal-Institut dafür, praktische Beispiele für ressourceneffizienteres Verhalten von Ökopionieren mitzuteilen, um es dann weiter verbreiten zu können (<http://www.wupperinst.org/FaktorVier/>). Auf diesem Wege kommt es schließlich, so die Hoffnung, am Ende zu einer Durchdringung des größten Teils der Gesellschaft im Sinne der Herausbildung einer – mehr

oder minder vollständigen (dazu kritisch Warsewa 2000) – neuen Norm bzw. Wertestruktur (Bogun 1997: 213; Rink 2002: 29 ff.) bzw. einer entsprechenden neuen gesamtgesellschaftlichen Lebensweise<sup>5</sup>. Der Begriff des Öko-Pioniers bringt diese Perspektive gut zum Ausdruck.

Sie führt die bereits angesprochene politische Perspektive der siebziger Jahre fort, mit dem Anspruch auf politische Selbstbestimmung und ökologisch verträglichere Formen der Alltagsgestaltung ein „alternatives“ Gegenmodell zur „industrialistischen“ Kultur des Massenkonsums und zu den formalisierten Prozeduren der repräsentativen Demokratie zu propagieren – in der Hoffnung, es werde von möglichst vielen Menschen aufgegriffen und auf diesem Wege, wenn schon nicht zum dominanten, so doch immerhin zu einem immer breiter akzeptierten Muster.

Rink verweist zu Recht darauf, dass dem in der Grundtendenz eine „homogenisierende Sicht auf die Gesellschaft“ zugrunde liegt, die mit der faktischen Pluralität von Lebensstilen nicht ohne weiteres in Einklang steht (Rink 2002: 8, 12f.). Eine solche homogenisierende Tendenz zieht sich unter anderem bis in die Forderung der Nachhaltigkeitsdebatte. Die Agenda 21 fordert in Abschnitt IV eine "Umorientierung der augenblicklichen Produktions- und Verbrauchsgewohnheiten..., die sich in den Industriegesellschaften entwickelt haben" (Agenda 21 1992); in diesem Sinne auch das Nachhaltigkeitskonzept des Umweltbundesamtes (UBA 1997: 219 ff.). Die Heidelberger Thesen des Bundesverbandes für Umweltberatung fordern rundheraus die „Entwicklung und Förderung *eines* ökologisch und sozial verantwortlichen Lebensstils als Gegenmodell zur bestehenden Kultur der Maßlosigkeit“ (Bundesverband Umweltberatung 2000).

Nun lassen sich gewiss zahllose Beispiele finden, die die Ökopionier-Annahme bestätigen. Das gilt jedenfalls für jene Phase der Entwicklung in Deutschland, in der – vorwiegend in den achtziger Jahren – „Öko in“ war. Es besaß noch den Reiz des Ungewöhnlichen und bediente damit eine zentrale Voraussetzung der Attraktivität von Konsumstilen: „Öko“ eignete sich zur kulturellen Abgrenzung vom etablierten Mainstream. Eben dieses exklusive Moment reizte tatsächlich bis zu einem gewissen Grade zur Nachahmung mit dem Ziel, durch die Übernahme von charakteristischen Teilelementen an der Attraktivität des neuen Lebensstilmusters zu partizipieren. Hier liegt allerdings zugleich der Kern eines längerfristigen Attraktivitätsverlusts eben dieses Stils: Je mehr andere Bürgerinnen und Bürger daran partizipieren, um so mehr untergräbt dies die ursprüngliche Exklusivität, die den Prozess erst in Gang gebracht hat (Rucht 1997; Shove/Ward 2001).

Anders ausgedrückt: Von einem mehr oder minder kontinuierlichen Diffusionsprozess zunächst exklusiver Konsummuster und von einer sukzessiven Befestigung darauf aufbauen-

---

<sup>5</sup> Zum Begriff der „Lebensweise“ siehe Reusswig (1994: 126 f.); auch Pauke (1988) und Rink (2002: 40f.)

der Lebensstile kann nur bedingt ausgegangen werden: Da Konsummuster und Lebensstile stets eine distinktive Funktion besitzen, kommt es unvermeidlich zur Erosion der Attraktivität entsprechender Muster, sobald diese Attraktivität Wirkung zeigt. In diesem Sinne konstatiert Spangenberg zurecht: „Leitbilder sind „Minderheitenphänomene“ (Spangenberg 2003: 13). Im besseren Fall schließen sich solche neuen Muster an, die in ökologischer Hinsicht zumindest in eine ähnliche Richtung weisen. Das ist bis zu einem gewissen Grade etwa bei den von Götz und Zahl beschriebenen neueren Mustern und Ansprüchen (ökologisch vorteilhaft, aber professionell gemacht, qualitativ hochwertig, gut gestaltet und mit Spaßfaktor) der Fall (Götz/Zahl 2002: 25). Im schlechteren Fall kommt es aber dazu, dass der Magnet von gestern zum Antiprodukt von heute wird. Auch dafür finden sich im Falle von „Öko“ ausreichend Belege<sup>6</sup>. Insofern sind die Möglichkeiten, über die Propagierung von ökologisch wünschbaren Konsummustern zu entsprechenden Lebensstilen im Sinne eines sukzessiven gesellschaftliche Wertwandels zu gelangen, zwar ein gangbarer Weg. Die Erfolge, die auf einem solchen Weg zu erzielen sind, erscheinen aber grundsätzlich beschränkt.

#### **4.2 Die Option „neue Lebensstile“ generieren?**

Die Öko-Pionier-Option geht davon aus, dass der betreffende Lebensstil zumindest bei den Pionieren bereits vorhanden ist und nur noch übernommen zu werden braucht. Eine Radikalisierung dieses Ansatzes erfolgt mit der Option, eine Pluralität von Lebensstilen zu *generieren* und sie an die Stelle vorgängiger Lebensstile treten zu lassen. So fordert etwa Claudia Empacher mit Blick auf die „existing behavioural patterns, i.e. the habits and routines of individuals [...] it is these routines that have to be changed in order to establish more sustainable consumption patterns“ (Empacher 2003).

Die Aussichten einer solchen Lebensstilpolitik sind in der Tat verlockend. Lebensstile als ganzheitliches Konzept würden es erlauben, den Weg zur Veränderung der ganzen Breite derjenigen Gewohnheiten und Routinen zu öffnen, die innerhalb des betreffenden Lebensstilsektors liegen. Diese Aussicht ist um so verlockender, als sie nicht auf Ökopioniere angewiesen wäre, sondern – wenn der neue Lebensstil nur erst einmal generiert ist – auf dem Wege der Innensteuerung durch die Bürgerinnen und Bürger selbst adaptiert und fortgeführt würde – mit einem entsprechend höheren Grad des Engagements und einer größeren Stabilität der neuen Orientierung.

Um die Chancen dieser verlockenden Option abschätzen zu können, ist es nützlich einen Blick auf diejenigen Erfahrungen zu werfen, die mit vergleichbar angelegten Veränderungskonzepten im Zusammenhang der Organisationsentwicklung gewonnen wurden, wie sie

---

<sup>6</sup> Dazu gehört vor allem das inzwischen recht geringe Prestige von „Öko“ unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen; siehe auch Umweltbewusstsein im Wandel (Gruneberg/Kuckartz 2004). Ein noch umfassenderer Indikator ist die Tatsache, dass das „Alternative Milieu“ der SINUS-Milieus Mitte der achtziger Jahre immerhin auf 4% geschätzt wurde, in den neunziger Jahren als nicht mehr nachweisbar angesehen wurde (Spiegel 1998)



seit den frühen neunziger Jahren in einer großen Zahl von Unternehmen im Sinne eines „Change Management“ gewonnen wurden<sup>7</sup>. Im Mittelpunkt steht dort wie hier die Idee eines Leitbildmanagements.

Leitbildern wurde in betrieblichen Reorganisationsprojekten die Aufgabe zugeordnet, überkommene arbeitsrelevante Sichtweisen und Handlungsrountinen betrieblicher Akteure und ihrer außerbetrieblichen Kooperationspartner zu verändern<sup>8</sup>. In der umweltpolitischen und Nachhaltigkeitsdebatte wurde diese Orientierung übernommen. Eine Google-Abfrage zum Thema „Vom Leitbild zum Handeln“ zeigt die ganze Breite, in der diese Option inzwischen verfolgt wird – mit und ohne Nachhaltigkeitsbezug.

Der Griff nach dem Leitbild als weichem Steuerungsinstrument ist dabei keineswegs zufällig oder beliebig. Er stellt im Kern eine Reaktion auf die Erfahrung dar, dass sich die klassischen „fordistischen“ Steuerungsmittel in Gestalt detaillierter Vorschriften, detaillierter Kontrollen und mehr oder minder direktem Zwang angesichts immer dynamischerer Veränderungen der Unternehmensumwelten als zunehmend dysfunktional erwiesen hatten. Für Lebensstilentscheidungen sind Anweisungs- und Kontrolloptionen von vornherein ungeeignet. Daher erscheint der Einsatz von „weichen“ Steuerungsinstrumenten im Blick auf umweltpolitisch wünschbare Veränderungen überkommener Sichtweisen und Handlungsrountinen hier besonders naheliegend (Empacher 2003). Als Change-Agents könnten die Leitbilder „Umweltgerechtigkeit“ bzw. „Nachhaltigkeit“ fungieren. Da Lebensstile zumindest partiell frei gewählt und verändert werden können, bieten sie sich als konkrete Ansatzpunkte geradezu an. Die Frage lautet: Wie und wie weit lassen sich ökologischere bzw. nachhaltigere Lebensstile mittels geeigneter Leitbildangebote und entsprechendem Leitbild-Management gezielt in Gang bringen und vorantreiben?

Tatsächlich waren die Erfolge entsprechender Projekte der Organisationsentwicklung begrenzt. Es gelang in der Regel nur in engen Grenzen, jene neue Kultur der Kooperation und dezentraler Eigenverantwortlichkeit entstehen zu lassen, die mit den neuen Leitbildern zu erreicht werden soll (Dörre 1996; Minssen 1998)<sup>9</sup>.

---

<sup>7</sup> Zum Begriff Change-Management (Doppler/Lauterburg 1996; Busch 2000)

<sup>8</sup> „Leitbildern“ wurde vor allem in der Organisationsforschung besondere Aufmerksamkeit geschenkt (Schein 1995). Bereits in den achtziger Jahren befasste sich die Technikgeneseforschung als ein Zweig der Techniksoziologie intensiv mit Leitbildproblemen (Dierkes/Hofmann/Marz 1992). Die Rolle von Leitbildern wurde hier jedoch vor allem retrospektiv untersucht (etwa Hellige 1995; Canzler/Knie 1993). Wie weit sich Technikgestaltung und -entwicklung durch ein gezieltes Leitbildmanagement aktiv beeinflussen lassen, ist demgegenüber immer strittig geblieben (Marz/Dierkes 1992; Hellige 1996). In der nachhaltigkeitspolitischen Diskussion wurden Leitbilder spätestens mit der Enquete-Kommission des 13. Deutschen Bundestags „Schutz des Menschen und der Umwelt“ zu einem zentralen Thema. Siehe auch UBA (1999)

<sup>9</sup> Als Hauptgründe gelten die Unterschätzung ungeplanter Nebenfolgen und Rekursionen von Entscheidungen auf Grund zu einfacher, weil letztlich mechanistischer Organisationsvorstellungen (Orthmann 1995) und Versäumnisse in der Berücksichtigung von Macht- und Interessenunterschieden (Berthoin-Antal u.a. 1993; Weltz 1996)

Dem lässt sich mit Blick auf das Ziel der Kreierung nachhaltiger Lebensstile entgegenhalten, dass vieles von dem, was im Kontext privatwirtschaftlicher Unternehmen eine Schlüsselrolle spielt, vor allem die Marktabhängigkeit und die spezifische Asymmetrie der Machtverteilung zwischen Unternehmensleitungen und Belegschaften, für die Dimension der persönlichen Ziele und Handlungsmuster von Menschen im Rahmen von Lebensstilentscheidungen nur bedingt von Bedeutung ist. Es kommt hinzu, dass die hier interessierenden Leitbilder der Umweltgerechtigkeit bzw. der Nachhaltigkeit heute in einer ganz anderen sozialen Breite auf Akzeptanz stoßen, als das etwa im Falle von Leitbildern wie dem der betrieblichen Leistungsgemeinschaft oder des unternehmerischen Denkens von abhängig Beschäftigten der Fall ist. Daher ist doch zu fragen, welche Chancen für ein leitbildgesteuertes Veränderungsmanagement zugunsten nachhaltigerer Lebensstile bestehen.

Einer positiven Antwort stehen zumindest zwei Aspekte entgegen: Lebensstilangebote treffen nicht auf eine tabula rasa, sondern auf bereits bestehende Lebensstilmuster. Diese sind ebenso wie die neuen Angebote Mittel der Selbstvergewisserung und der Bestätigung von Identität. Sie aufzugeben, bedeutet daher nicht nur den Gewinn eines Zusatznutzens, wie ihn der Erwerb eines Konsumgutes verspricht, sondern zugleich die Preisgabe eines Rahmens, der unter anderem Sicherheit und eben Identität verspricht. Soll dieser Rahmen verlassen werden, so müssen die zu erwartenden Vorteile ziemlich eindeutig sein, und sie müssen darin auch die Transaktionskosten der Umstellung mit aufwiegen. Dadurch wird die Hürde hoch. So stimmen denn auch zahlreiche Beobachter darin überein, dass der Prozess der Leitbildproduktion und -übernahme „weitgehend der Einflussnahme durch die klassischen Instrumente politischer Steuerung“ nicht zugänglich ist. Daher könne eine Änderung der Lebensstile allenfalls begrenzt Gegenstand der Politik sein“ (Spangenberg 2003: 11; ähnlich Lange 2002). Claudia Empacher stellt denn auch mit einer gewissen Resignation, inhaltlich aber durchaus zutreffend fest: „Soft factors are the hard factors (Empacher 2003).

Von einer Option, die sich strategisch einsetzen ließe, wird man daher im Falle von Leitbildangeboten nur in einem begrenztem Sinne sprechen können. Die tatsächlichen Chancen liegen demgegenüber in der Perspektive, die Reusswig schon 1994 favorisiert hat: An bestehenden Orientierungen anzusetzen und sie mit anderen Elementen, die ebenfalls akzeptiert werden, zu verkoppeln (Reusswig 1994). Ein Beispiel für die Möglichkeit solcher Verkopplungen ist die Verbindung von „Öko“ und „Natur“ mit „Gesundheit“ und „Fitness“. Demgegenüber bildet Nachhaltigkeit aufgrund der konstitutiven Unschärfe seiner Zieldimension allerdings ein besonders diffuses und daher problematisches Ziel.

Eine weitere Möglichkeit besteht darin, Umweltkommunikation in den Kontexten verschiedenster beruflicher und anderer sozialer Gruppen, von Wohngebieten, von Unternehmen etc. als Serie öffentlicher Debatten zu inszenieren, die darauf zielen, Möglichkeiten einer

nachhaltigkeitsverträglicheren beruflichen und privaten Alltagsorganisation zu erörtern und nach Wegen zu suchen, dem Taten folgen zu lassen, - die dann freilich von Fall zu Fall unterschiedlich ausfallen dürften (in diesem Sinne etwa Spangenberg 2003, auch Rink 2002). In diesem Zusammenhang dürften auch die meisten Aktivitäten positive Effekte bewirken, die als Beiträge zur UN-Dekade „Bildung für eine nachhaltige Entwicklung“ mit Unterstützung des deutschen UNESCO-Komitee entwickelt werden. All das kann unterstützende Funktionen für die Ausprägung entsprechender Lebensstile haben. Lebensstile gezielt zu entwickeln, ist jedoch auch in diesem Rahmen kaum möglich.

#### **4.3 Die Kluft zwischen Lebensstilorientierungen und praktischem Handeln**

Informationen über Lebensstile werden aus Befragungen gewonnen. Sie enthalten Informationen über Einstellungen, zurückliegende Aktivitäten und solche Aktivitäten, die für die Zukunft geplant sind oder zumindest für möglich gehalten werden. All das sagt freilich noch wenig darüber aus, ob dann tatsächlich auch so gehandelt wird und, falls das der Fall sein sollte, weshalb so gehandelt wird.

Der geringste Einwand in dieser Richtung ist der, zwischen Lebensstilen und Handlungen bestehe lediglich eine Scheinkorrelationen. Ausschlaggebend für beides seien vielmehr übergreifende Wertorientierungen (Hermann 2004). Schwerer wiegt ein Einwand von Shove und Ward.(2002). Sie haben dargelegt, in welcher Weise Tätigkeiten wie Waschen, Heizen, Beleuchtung, Kochen, Kleidung und Mobilität in der alltäglichen Praxis von einer ganzen Reihe handlungsrelevanter und nur zum Teil bewusster Erwägungen beeinflusst werden. In der Summe sehen sie eine Gemengelage handlungsrelevanter Motive und Praktiken, die mit dem Begriff des Lebensstils kaum zureichend erfasst werden können.

Noch einen Schritt weiter geht Huber. Gerade in ressourcenökonomischer Perspektive misst er Entscheidungen von KonsumentInnen wegen der Einbindung des privaten Konsumverhaltens in vorgegebene Produktions- und sozio-technische Systemstrukturen nur eine begrenzte Wirkung zu (Huber 2004; ähnlich Miller 2002 und Schulz et al. 2003). Individuelle Präferenzentscheidungen setzen sozusagen erst am Ende der Wirkungsketten an (2002, Huber 2001, ähnlich Shove/Ward 2002). Kundenpräferenzen für bestimmte und damit fallweise auch gegen konkurrierende Produkte oder Produktvarianten, etwa für energiesparendere Haushaltsgeräte, können zwar durchaus Wirkung entfalten, aber eben nur einmal, nämlich beim Kauf bzw. bei der Kaufverweigerung. Zu einem gegebenen Zeitpunkt muss hingegen mit dem Vorlieb genommen werden, was – und zu welchem Preis – gerade angeboten wird. So sind etwa 3-Liter-Autos heute noch immer nicht als Standardangebote vorgesehen.

Der Bereich Mobilität ist im Übrigen ein gutes Beispiel dafür, dass für die Nutzung alternativer Möglichkeiten nicht nur die betreffenden Mobilitätsmittel selbst erforderlich sind, also etwa Fahrräder, Busse und Bahnen. Darüber hinaus sind passfähige Infrastrukturen in

Gestalt von Schienen- und Straßensystemen mit geeigneter Streckenführung, Taktfrequenz, bezahlbaren Preisen und hinreichender Bequemlichkeit erforderlich, um einen „ökologischeren“ oder nachhaltigkeitsgerechteren Lebensstil auch tatsächlich pflegen zu können (Lange 2000) ; ein anderes Beispiel ist die verstärkte Nutzung von Windenergie. Sie konnte erst gegen heftigem Widerstand der etablierten Energiewirtschaft durchgesetzt werden und steht auch weiterhin unter enormem Druck von dieser Seite (Byzio u.a. 2002).

Mit anderen Worten: Lebensstilpräferenzen können zwar — innerhalb gegebener sozioökonomischer und soziokultureller Handlungsspielräume – das Ergebnis individueller Entscheidungen sein. Wie weit sie lebbar sind, hängt jedoch auch jenseits der persönlichen sozialen, ökonomischen und kulturellen Möglichkeiten von durchaus überindividuellen Voraussetzungen ab. Deren Veränderung ist nur durch politische Entscheidungen und deren Umsetzung durch Fachverwaltungen und weitere Akteure, vor allem Wirtschaftsakteure, möglich. Die Bürgerinnen und Bürger können solche Prozesse zwar durch politischen Druck befördern, aber nicht ersetzen. Im Übrigen lassen sich solche Veränderungen zumeist auch nur in relativ langen Zeiträumen bewirken.

Es ist erstaunlich, wie wenig derlei Erkenntnisse den Weg aus der soziologischen Lebensstilforschung, in der sie eine Art Binsenwahrheit darstellen (Lange 2000; Rink 2002), in die öffentliche Debatte um nachhaltige Lebensstile gefunden haben, und in welchem Maße sich hier die Hoffnung hält, mit verstärkter Konsumentenaufklärung ließen sich, die trotz aller bisher schon erfolgten Bemühungen, noch immer verbliebene Widerstände schließlich überwinden. Die Debatte erinnert in dieser Hinsicht stark an die zeitlich zum Teil vorangehende Debatte über die Kluft zwischen sogenanntem Umweltbewusstsein und Umwelthandeln (de Haan/Kuckartz 1996; Lange 2000).

Hier wie dort ist Aufklärung zwar eine unbedingt notwendige Bedingung („Vom Wissen zum Handeln“). Insofern bleiben alle Bemühungen um Konsumenten- und Verbraucheraufklärung auch zukünftig unverzichtbar. Das ist aber keine hinreichende Bedingung. Mit anderen Worten: Lebensstile als selbstgewählte Leitorientierungen für die persönliche Gestaltung des Alltags begründen zwar komplexe Eigeninteressen, und sie haben insofern das Potential, Veränderungen zu bewirken, wo staatliche Vorgaben oder gar Zwang eher zu Ablehnung und Verweigerung führen würden. Sie können aber politische Strukturentscheidungen nicht ersetzen. Das Problem steht in beträchtlichem Maße sogar umgekehrt: Politische Strukturentscheidungen sind in vielerlei Hinsicht eine entscheidende Voraussetzung dafür, dass nachhaltigkeitsverträglichere Lebensstile überhaupt erst lebbar werden. In dieser Perspektive ist allerdings vorstellbar, dass vorhandene Lebensstilinteressen öffentlich geltend gemacht werden und hier als Ausgangspunkte wirken, um entsprechende politische Strukturentscheidungen einzufordern. Zugleich oder im Anschluss kann es zu Aushandlungsprozessen kommen,

in denen – wie etwa im Falle komplexerer Sanierungsmaßnahmen von Sozialbauwohnungen – lebensstilbezogene Interessen der Mieter mit der Leistungsbereitschaft und den Plänen der Gesellschaften ins Verhältnis gebracht werden (Stieß/Götz 2002)

#### **4.4 Die Zielgruppenorientierung**

Angesichts der genannten Grenzen liegt es nahe, sich vor allem an den Grundmustern des Produktmarketing zu orientieren, in denen – anders als im Falle der Hoffnung auf die Generierbarkeit einer oder mehrerer Alternativen – ganz bewusst auf die Pluralität bereits bestehender Lebensstile gesetzt wird. Dabei ist eine klare Differenzierung nach Zielgruppen und deren je spezifischen praktischen Präferenzen und praktischen Möglichkeiten ebenso unerlässlich, wie eine entsprechende Differenzierung nach den je einzelnen Produkten bzw. Verhaltensmustern, die im konkreten Falle „beworben“ werden sollen.

In dieser Perspektive wurden im Verlauf der neunziger Jahre auch in der sozialwissenschaftlichen Umweltforschung eine ganze Reihe von Konzepten entwickelt, die soziale Milieus, und in diesem Zusammenhang auch Lebensstilelemente, zum Angelpunkt einer soziokulturellen Differenzierung von Zielgruppen zu machen versuchen. Das gilt für die primär psychologisch orientierten Lebensstiltypen der Kieler WELSKO-Untersuchung (Prose/Wortmann 1991). Es gilt ebenso für die primär soziologisch angelegten Mobilitätstypen und für die Differenzierung von Lebensstiltypen und deren Wohnbedürfnisse, wie sie in der ISOE-Forschung entwickelt wurden (Götz/Jahn/Schultz 1997; Götz/Zahl 2002). Die ECOLOG-Studie versucht diese Perspektive zu generalisieren, indem sie „themenbezogene Steckbriefe“ für unterschiedliche Milieus erstellt. Mit deren Hilfe werden relevante Zielgruppen für ausgewählte Themen (allgemeiner Umweltschutz, Klimaschutz, Mobilität, Abfallvermeidung, Konsum) ermittelt (Kleinhüchelkotten/Neitzel 1999). Noch einen Schritt genereller setzt der Versuch der Münchner MPS-Studie an, allgemeine „Umwelttypen“ zu generieren (Pofert/Schilling/Brand 1997). Sie unterscheiden sich danach, in welcher Weise sie das Umweltthema in ihren Lebenszuschnitt einbauen und sie müssen in der Folge mit weiter unterschiedlichen Umweltpolitiken angesprochen werden.

Solche Formen der Differenzierung nach unterschiedlichen bereits existierenden Lebensstilen führen allerdings als Kehrseite der Medaille zu einer Vervielfältigung des Aufwandes, der zur Beförderung des erwünschten Wandels notwendig wird. Je zielgruppenspezifischer die Ansprache, um so größer wird die notwendige Zahl der Gruppen und um so kleiner der Umfang jeder einzelnen Gruppe. Auf diese Weise steigt der Aufwand im Ganzen erheblich an. Das Gleiche gilt im Hinblick auf die nötige Differenzierung auf der Ebene des „Produkts“: Lässt sich den einen – etwa konservativen älteren Personen – die Mülltrennung als

Bürgerpflicht nahe bringen, so werden jüngere Leute die Mülltrennung<sup>10</sup> allein schon deshalb skeptischer betrachten, weil sie sich von den Angehörigen der älteren Gruppen unterscheiden wollen. Sofern sie erreicht werden sollen, müssen andere Strategien gewählt werden, die ihrerseits den Älteren suspekt sein mögen. Falls beide Gruppen zum Beispiel im selben Mietshaus wohnen, entsteht leicht ein Problem. Hier würde auch die sachlich ganz zutreffende Feststellung der ECOLOG-Studie wenig helfen, dass „nicht davon ausgegangen werden [sollte,], dass für jedes Thema der gleiche Zugang zu den jeweiligen Milieus gewählt werden kann“ und daher sei „eine Kombination von Grundorientierungen anzunehmen, bei der die dominanten Einstellungen je nach Thema variieren“ (ECOLOG 1999: 11).

Zieht man in Betracht, dass „umweltbewusstes Verhalten“ und „ökologischer Lebensstil“ ohnehin schon Sammelbegriffe sind, die eine Vielzahl unterschiedlicher Teilaspekte umfassen, die im übrigen – im Rahmen der unvermeidlichen Prioritätensetzungen in der Alltagsgestaltung von Personen – auch untereinander in vielfacher Weise in Konkurrenz stehen können, so führt gerade der zielgruppendifferenzierte Zugang über Lebensstile in Bezug auf die Adressaten einerseits und die Themen andererseits in eine sehr starke Fragmentierung und Kleinteiligkeit (siehe etwa die betreffenden Matrizen zum Thema Lebensstile und Wohnen des von Konrad Götz und Bente Zahl (2002)). Im Kontext von Nachhaltigkeit als relevantem Bezugspunkt ist das angesichts der schon angesprochenen strukturellen Mehrdimensionalität des Nachhaltigkeitsziel in noch stärkerem Masse der Fall. Insofern handelt es sich bei der Zielgruppenorientierung zwar um eine sanfte und tendenziell in großer gesellschaftlicher Breite anwendbare strategische Option. Da ihre Wirkung vom Grad der Differenzierung abhängt, in der sowohl Zielgruppen als auch Produkte unterschieden werden, ist sie aber um so aufwendiger und in diesem Sinne auch uneffektiver, je sachgemäßer sie angewandt wird.

Daraus lässt sich folgern: Es ist in jedem Falle abzuwägen, welcher Grad der Spezifizierung notwendig ist, um ein konkret zu bestimmendes Ziel in der betreffenden Gruppe zu erreichen: Bildungsangebote für Senioren einerseits und Schüler andererseits; Mobilitätsoptionen für Stadtbewohner einerseits und Bewohner des flachen Landes andererseits; touristische Möglichkeiten für ärmere Bevölkerungsteile einerseits und für Besserverdienende andererseits und so weiter und so fort. Ob in solchen begrenzten Zielstellungen aber noch von Lebensstilkonzepten zu sprechen ist, erscheint eher zweifelhaft. In vielen Fällen ist Marketing, im gegebenen Falle auch „Social Marketing“ (Brun/Tilmes 1994) von Produkten oder Verhaltensmustern wohl der bescheidenere und der sachlich zutreffendere Begriff.

---

<sup>10</sup> Eine parallele Problematik besteht bekanntlich in Bezug auf Reformhäuser und „alternative“ Ökoläden: Den einen ist der Besuch solcher Läden ein Akt der Bestätigung eigener kultureller Identität. Aus eben solchen Gründen mag der Besuch solcher Läden für andere Gruppen auch dann ein Unding sein, wenn sie für die dort angebotenen Produkte durchaus offen sind.

## 5. Fazit

Aus den genannten Gründen herrscht in der sozialwissenschaftlichen Forschung die Auffassung vor, dass Lebensstile als treibende Kräfte eines Wandels in Richtung auf mehr Nachhaltigkeit nur bedingt hilfreich sein können. Die Hoffnung auf die Propagierbarkeit von Lebensstilen ist insofern in erster Linie eine politische Beschwörungsformel, die das, was angestrebt wird, mehr herbeiwünscht als dass es gezielt beeinflusst werden könnte. Als eine solche Formel durchzieht sie die öffentliche Debatte mit der eigentümlich fluiden Persistenz von Schlieren.

Als nur begrenzt realistisch ist die Hoffnung auf eine gleichsam automatische und zugleich dauerhafte Diffusion von nachhaltigkeitsverträglicheren Lebensstilmustern durch „Ökopioniere“ anzusehen. Noch problematischer erscheint die Hoffnung, Lebensstile ließen sich gezielt in eine gewünschte Richtung verändern. Damit vorhandene Bereitschaften zur Veränderung bestehender Alltagsroutinen in Richtung auf nachhaltigkeitsverträglichere Lebensstile praktisch wirksam werden können, bedarf es zusätzlich gerade in infrastruktureller, aber auch in technologiepolitischer und finanzieller Hinsicht geeigneter finanzieller Rahmenseetzungen. Das größte Potential einer auf Lebensstile setzenden Nachhaltigkeitsstrategie besteht wohl darin, eine strikte Zielgruppenorientierung zu verfolgen und sie mit einer ebenso strikten Produktorientierung zu verbinden. Eine Fragmentierung in eine Vielzahl von Einzelstrategien und -aktionen ist dabei unvermeidlich. Sie bildet die Bedingung des Erfolgs. Sie ist gleichzeitig der wichtigste begrenzende Faktor für die Verallgemeinerung von Erfolgen.

Daneben können (und sollten) öffentliche Debatten darüber geführt werden, welche Möglichkeiten für nachhaltigkeitsförderlichere Lebensstile bereits bestehen und welche Hindernisse ihnen noch entgegenstehen. Aus ersterem können Anregungen mit fallweise ganz unterschiedlichen Ergebnissen in unterschiedlichen Lebensstilgruppen erwachsen, aus letzterem können sich Anstöße zur Entwicklung von Infrastrukturen und anderen überindividuellen Voraussetzungen nachhaltigerer Lebensstile durch Akteure des politisch-administrativen Systems oder zivilgesellschaftliche, vor allem Wirtschaftsakteure erwachsen.

Soweit sich in der Summe und über längere Zeiträume hinweg dann doch nennenswerte Veränderungen von Alltagsroutinen in Richtung auf nachhaltigkeitsverträglichere Routinen ergeben, lassen sie sich vielleicht angemessener als Veränderungen dessen begreifen, was als Lebensweise verstanden wird, nämlich von Praktiken und Zielstellungen der Alltagsorganisation, die sich über die verschiedensten Milieus und Lebensstilgruppen hinweg als kulturelle Charakteristika einer Epoche identifizieren lassen (Bartelheimer/Wittemann 2003). Veränderungen einer so verstandenen Lebensweise lassen sich allerdings noch weniger gezielt herbeiführen als das für Lebensstile der Fall ist. Während die Lebensstiloption aber in einer eher engen Fokussierung auf individuelle Konsumentenentscheidungen verbleibt, wird eine

Orientierung auf die Reduzierung oder gar Vermeidung unerwünschter ökologischer Folgen „der modernen Lebensweise“ (Reusswig 1994) von vornherein breiter ansetzen, in dem sie auf privates Handeln, auf das Handeln gesellschaftlicher Interessengruppen und Wirtschaftsakteure und das Handeln der politisch-administrativen Akteure der Gesellschaft gleichermaßen setzt. Lebensstilentscheidungen ordnen sich in diesen umfassenderen Prozess ein.

## 6. Literatur

- Agenda 21 (o.J.): Konferenz der Vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung in Rio de Janeiro 1992. Bonn
- Bartelheimer, P.; Wittemann, K. P. (2003): Lebensweise – unterschätzte Kategorie im Schatzen der Ökonomie. In: SOFI-Mitteilungen 31, S. 29-52
- Beck, U. (1991): Politik in der Risikogesellschaft. Frankfurt/M.
- Berthoin-Antal, A. u.a. (1993): Unternehmenskultur. In: Dierkes, M.; L. v. Rosenstiel; U. Steger (Hg.): Unternehmenskultur in Theorie und Praxis. Frankfurt/M., S. 200-218
- Bodenstein, G. u.a. (1997): Umweltschützer als Zielgruppe des ökologischen Marketing. Duisburg: GHD (=Diskussionsbeiträge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft Nr. 246)
- Bogun, R. (1997): Lebensstilforschung und Umweltverhalten. In: Brand, K.-W. (Hg.) (1997): Nachhaltige Entwicklung. Eine Herausforderung an die Soziologie. Opladen, S. 211-234
- Brand, K.-W. (2002): Nachhaltig leben! Zur Problematik der Veränderung von Lebensstilen. In: Rink, D. (Hg.) (2002): Lebensstile und Nachhaltigkeit. S. 183-204
- Bruhn, M.; Tilmes, J. (1994): Social Marketing. Einsatz des Marketing für nichtkommerzielle Organisationen. Stuttgart, Berlin, Köln
- Bundesverband für Umweltberatung (2000): Heidelberg Thesen zur Umweltberatung 2000. Das neue Leitbild für die Umweltberatung. <http://www.umweltberatung.org/2000.htm> vom 18.7.2000
- Busch, R. (Hg.) (2000): Change Management und Unternehmenskultur. München
- Byzio, A. u.a. (2002): Zwischen Solidarhandeln und Marktorientierung. Göttingen: SOFI
- De Haan, G.; Kuckartz, U. (1996): Umweltbewusstsein. Opladen
- Diekmann, A.; Jaeger, C. (Hg.) (1996): Umweltsoziologie. Opladen (= Sonderheft der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie Nr. 36)
- Diekmann, A.; Preisendörfer, P. (1992): Persönliches Umweltverhalten. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 44. Jg. (1992) H. 2, S. 226-251
- Dierkes, M.; Hofmann, U.; Marz, L. (1992): Leitbild und Technik, Berlin
- Doppler, K., Lauterburg, C. (1996): Change-Management: den Unternehmenswandel gestalten, 5. Aufl., Frankfurt/M.
- Dörre, K. (1996): Partizipatives Management – ein Schritt zum demokratischen Betrieb? In: Denissow, K./ W. Fricke/ B. Stieler-Lorenz (Hg.): Partizipation und Produktivität. Bonn: FES (= Forum Zukunft der Arbeit, H. 5), S. 69-86
- Empacher, C. (2003): How Can Target-Group-Specific Strategies Contribute to the Promotion of Sustainable Consumption Patterns. Presentation at the 6<sup>th</sup> Nordic Conference on Environmental Social Sciences (NESS), June 2003, Turku/Abo, Finland
- Georg, W. (1998): Soziale Lage und Lebensstil. Opladen
- Götz, K.; Zahl, B. (2002): Analyse des Kenntnisstandes (Phase 1). Sozialforschung/Zielgruppenforschung. Frankfurt/M.: ISOE
- Grunenberg, H.; Kuckartz, U. (2003): Umweltbewusstsein im Wandel. Ergebnisse der UBA-Studie Umweltbewusstsein in Deutschland 2002. Opladen
- Hartmann, P. (1999): Lebensstilforschung. Opladen
- Hellige, H. D. (1996): Technikleitbilder auf dem Prüfstand, Berlin
- Hermann, D. (2004): Bilanz der empirischen Lebensstilforschung. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 56, S.153-179



- Hitzler, R. (1994): Reflexive Individualisierung. In: Richter, R. (Hg.) (1994): Sinnbasteln. Wien/Köln/Weimar, S. 36-47
- Homburg, A.; Matthies, E. (1998): Umweltpsychologie. Umweltkrise, Gesellschaft und Individuum, Weinheim/München
- Berger, P.; Hradil, S. (Hg.) (1990): Lebenslagen, Lebensläufe, Lebensstile. Göttingen
- Huber, J. (2004): New Technologies and Environmental Innovation. Cheltenham: Edward Elgar
- Kleinhüchelkotten, S.; Neitzke, H.-P. (1999): Wegweiser durch soziale Milieus und Lebensstile für Umweltbildung und Umweltberatung. Hannover
- Konietzka, D. (1997): Lebensstile im sozialstrukturellen Kontext. Opladen
- Lange, H. (2000a): Eine Zwischenbilanz der Umweltbewusstseinsforschung. Opladen. In: Lange, H. (2002): Ökologisches Handeln als sozialer Konflikt. Opladen. S. 13-34
- Lange, H. (2002): Ökologisches Handeln als sozialer Konflikt. Opladen
- Lange, H. (2002): Veränderungen von Lebensstilen als gesellschaftliche Aushandlungsprozesse. In: Rink, D. (Hrsg.) (2002): Lebensstile und Nachhaltigkeit. Opladen. Seiten 205-228
- Marz, L.; Dierkes, M. (1992): Leitbildprägung und Leitbildgestaltung, WZB-paper FS II 92-105
- Miller, D. (2002): Consumption. Critical Concepts in the Social Sciences. London
- Minssen, H. (1998): Soziologie und Organisationsberatung. In: J. Howaldt/ R. Kopp (Hg.): Sozialwissenschaftliche Organisationsberatung. Berlin, S. 53-72
- Orthmann, G. (1995): Formen der Produktion. Organisation und Rekursivität, Opladen
- Otte, G. (2004): Sozialstrukturanalysen mit Lebensstilen. Wiesbaden
- Pauke, H. (1988): Bestimmung und Charakterisierung von ökologischen Aspekten der sozialistischen Lebensweise. In: AdW der DDR (Hg.) (1988): Soziologie und Sozialpolitik, H.4, S. 7-86
- Poferl, A.; Schilling, K.; Brand, K-W. (1997): Umweltbewusstsein und Alltagshandeln. Opladen
- Poferl, A. (1998): „Wer viel konsumiert, ist reich. Wer nicht konsumiert ist arm“. In: P. Berger/ M. Vester (Hg.): Alte Ungleichheiten - Neue Spaltungen. Opladen, S.297-329
- Prose, F.; Wortmann, K. (1991): Energiesparen: Verbraucheranalyse und Marktsegmentierung der Kieler Haushalte, Universität Kiel: Institut für Psychologie
- Reuswig, F. (1994): Lebensstile und Ökologie. Gesellschaftliche Pluralisierung und alltagsökologische Entwicklung unter besonderer Berücksichtigung des Energiebereichs. Frankfurt/M.: Institut für Sozialökologische Forschung (= Sozialökologische Arbeitspapiere, Nr. 43)
- Richter, R. (Hg.) (1994): Sinnbasteln. Wien/Köln/Weimar
- Rink, D. (2002a): Lebensweise, Lebensstile und Lebensführung. In: Rink, D. (Hg.) (2002): Lebensstile und Nachhaltigkeit. Opladen, S. 27-52
- Rink, D. (Hg.) (2002): Lebensstile und Nachhaltigkeit. Opladen
- Rucht, D. (1997): Soziale Bewegungen auf dem Weg zur Institutionalisierung. Frankfurt/M.
- Schein, E. (1995): Unternehmenskultur. Frankfurt a.M./New York
- Schulz, T.; Horbach, J.; Huber, J. (2003): Nachhaltigkeit und Innovation. München
- Shove, E.; Ward, A (2002): Inconspicuous consumption. In: Dunlap, R.E. Buttel, F.H./Dickens, P./Gijswijt, A.: Social Theory and the Environment. Lanham/Boulder/New York/Oxford, S. 230-251
- Spangenberg, J.; Lorek, S. (2003): Lebensqualität, Konsum und Umwelt. Bonn: FES
- Spiegel (1998): „Out fit-Studie 4“, Hamburg
- Stieß, I.; Götz, K. (2002): Nachhaltigere Lebensstile durch zielgruppenbezogenes Marketing? In: Rink, D. (Hg.) (2002): Lebensstile und Nachhaltigkeit. Opladen, S. 247-263
- UBA (1997): Nachhaltiges Deutschland. Berlin
- UBA (1999): Strategien der Popularisierung des Leitbildes „Nachhaltige Entwicklung“ aus sozialwissenschaftlicher Perspektive. Fachgespräch am 18.-20.3.1999. Berlin

- Warsewa, G. (2000): Von den „Betroffenen“ zum „aufgeklärten Individualisten“. In: Lange, H. (2002): Ökologisches Handeln als sozialer Konflikt. Opladen, S. 57-80
- Weltz, F. (1996): Programmatik versus Praxis in der modernen Arbeitspolitik, in: management revue, 2/1996, S. 92-104
- Zapf, W. (1987): Individualisierung und Sicherheit. München