

Lara Gruhn

Alltagslogiken

Eine theoretisch-begriffliche Konzeption am Beispiel des „guten Konsums“

Lara Gruhn: Everyday Logics. A Theoretical Concept Using the Example of “Good Consumption”

Abstract: Consumers develop their own logics in order to solve or at least to be able to withstand tensions between knowledge and everyday activities. This article therefore explores the question of how empirical cultural studies can approach this production of coherence at the subject level. With “everyday logics”, a conceptual approach is designed that makes it possible to approximate intellectual conclusions in different fields which bring existing knowledge and realities of life into harmony. Using seven key assumptions, everyday logics are conceptualised and exemplified on the basis of narrative interviews. The article argues that everyday logics are of great relevance because they form that essential part of consumer practice that is geared towards integrating knowledge situationally into everyday contexts and developing individual calls to action from it.

Keywords: everyday logics, knowledge practice, consumption, self-conceptions, ethical action, conceptual approach

„Du kannst dir Gedanken machen, wie du es machen willst“, erklärte die 27-jährige Daniela¹ im Interview, als es darum ging, wie man „richtig“ konsumiert. Jede*r solle für sich überlegen, „ah ja, ich will das machen, weil es macht für mich auch Sinn“ (Interview mit Daniela 2016). Die Aussage von Daniela bringt zum Ausdruck, dass Konsument*innen, die ihrem Empfinden nach ethisch konsumieren, der individuellen Wissenspraxis einen hohen Stellenwert zuschreiben. Als richtig oder ethisch wird das angesehen, was selbst überlegt, gedacht und persönlich als sinnvoll und machbar beurteilt wird. Dieser Beitrag fokussiert auf das Überlegen, Abwägen und ‚Sich-Gedankenmachen‘ von Konsument*innen und fragt nach, wie diese alltäglichen Auseinandersetzungen Selbstverständnisse erzeugen. Basis des Beitrags bildet ein Befund meiner Forschung, dass Konsument*innen eigene Logiken entwickeln, um Spannungen zwischen Wissen und alltäglichem Tun zu lösen oder zumindest (aus-)halten zu können. Ich nenne diese Logiken *Alltagslogiken*, da die Akteur*innen durch sie die Angewandtheit des Wissens an die eigene Lebenswelt bewerkstelligen. Es geht um das

1 Alle Namen der Interviewpartner*innen wurden anonymisiert.

situative In-Beziehung-Setzen von Wissen und Handeln in ihren unterschiedlichen Alltagen.

Der Beitrag knüpft dabei an bestehende Ansätze der disziplinären Konsumforschung an. Konsum und Konsumgesellschaft gehören seit den 1990er Jahren zu bevorzugten Forschungsgegenständen der Kultur- und Geschichtswissenschaften und wurden als „interpretatorischer Zentralschlüssel für die historische Analyse moderner Gesellschaften entdeckt“ (Wirsching 2009: 186). Konsumformen und Konsumgüter interessieren im Fach, weil durch sie soziale und individuelle Distinktionen untersucht werden können, Konsum also eine wichtige Rolle bei der Ausdifferenzierung verschiedener Lebensstile spielt (König 2013: 25–26). Mit der Analyse materieller Kultur fand in den 2000er Jahren eine Perspektivierung auf die Sphäre der Käufer und deren Handlungen statt, die nach alltagsweltlichen Wirkungen fragte (Hahn 2016; König 2009). Ins Zentrum des Interesses rückten nicht zuletzt Konsumkritik und kritische Konsumbewegungen. Solche Bewegungen wurden nach Themensetzungen, Ideen und Praktiken (Selbstversorgung, Sparen, Teilen, Tauschen etc.) befragt. Überdies wurden die in die jeweiligen zeithistorischen Kontexte eingebetteten Vorstellungen vom *guten* Leben, vom *richtigen* Maß oder dem *richtigen* Umgang untersucht (Derwanz 2015; Grewe 2017).² So erörtern beispielsweise jüngere Arbeiten Aspekte von Ethik und Nachhaltigkeit in der Ernährung des 21. Jahrhunderts und zeigen, wie über das Essen gesellschaftliche Kämpfe um Deutungshoheiten rund um das *gute* und *richtige* Leben ausgetragen werden (Hirschfelder et al. 2015).

Die Anknüpfung an die disziplinäre Konsumforschung führt unweigerlich zu einer Reflexion der jüngeren Perspektivierungen im Fach und damit auch zu einer Reflexion des eigenen Forschungsdesigns und Samples: Der Beitrag stützt sich mittelbar auf empirisches Material bestehend aus 34 qualitativen Interviews, welche in den Jahren 2016, 2017 und 2021 erhoben wurden.³ Im vorliegenden Beitrag geht es also weniger um die Frage nach konkretem Tun von Konsument*innen, sondern um eine Analyse von sprachlichen Aushandlungen, in denen Handlungen plausibilisiert werden. Für die Interviews wurden Personen rekrutiert, die ihrer Auffassung nach moralisch korrekt konsumierten. Das führte dazu, dass sich vor allem jüngere Menschen im Alter zwischen 20 und 30 Jahren angesprochen fühlten: Die Mehrheit der Befragten stammte aus privilegierten Verhältnissen und lebte in einem studentisch bzw. akademisch geprägten urbanen Umfeld. Diese Milieuspezifika muss auf zwei Ebenen Reflexion erfahren: Zum einen ist es gerade das „urbane Kreativ-

2 Eine Zusammenschau solcher Forschungsinteressen bietet hier der Sammelband *Knappheit, Mangel, Überfluss*. Vgl. Grewe/Tauschek 2015.

3 Die Interviews aus den Jahren 2016 und 2017 wurden im Zuge der Forschungstätigkeit zur Dissertation geführt. Die Interviews aus dem Jahr 2021 wurden im Rahmen des Seminars *Erzählte Konsumethiken* an der Universität Zürich erhoben.

milieu“, das bei der Entdeckung von Forschungsgegenständen wie *Nachhaltigkeit*, *gutem Leben* oder *Konsumkritik* ins Zentrum des Forschungsinteresses unseres Faches rückt (Fenske 2017; Hinrichsen/Scheer 2019) – eine Fokussierung, der auch dieser Beitrag folgt. Die Alltagslogiken, welche im empirischen Teil des Beitrags dargelegt werden, sind jene einer privilegierten, jungen, urbanen Mittelschicht, welche sich für Fragen des guten Lebens interessiert und deren Auslegungen und Selbstverständnisse wiederum im Fach interessieren. Zum anderen spielen in der Empirischen Kulturwissenschaft und insbesondere auch in den Cultural Studies mit Blick auf den „guten Konsum“ immer auch Fragen nach den größeren Konstellationen und Konjunkturen – also Infrastrukturen, Kapitalsorten und ihren historischen und globalen Zusammenhängen etc. – eine gewichtige Rolle (Ege 2019). Diese Dimensionen werden in diesem Beitrag indes weitgehend ausgeblendet, weil er sich vor allem als theoretisch-begriffliches Plädoyer für Alltagslogiken versteht und dies an einem (unter vielen möglichen) empirischen Feld zu demonstrieren versucht. Beide hier skizzierten Punkte werden zum Ende des Textes nochmals aufgegriffen und problematisiert.

Von der Prämisse ausgehend, dass sich die Empirische Kulturwissenschaft nicht primär über ihre Forschungsgegenstände und -felder definiert, sondern vielmehr über ihre Herangehensweisen und ihre analytische Argumentation (Heimerdinger/Tauschek 2020), soll in diesem Beitrag mit Alltagslogiken ein konzeptioneller Zugang entworfen werden, der es ermöglicht, sich unterschiedlichen Feldern der oben benannten Spielart von Wissenspraktiken anzunähern. Der Beitrag fragt in einem ersten Teil nach Alltagslogiken als Gegenstand in den Sozial-, Sprach- und Kulturwissenschaften. Anschließend lege ich sieben Schlüsselemente dar, die Alltagslogiken als konzeptionellen Zugang für die Empirische Kulturwissenschaft fruchtbar machen. Im zweiten Teil des Beitrags wird dieser Zugang angewandt, und ich arbeite drei Alltagslogiken des „guten Konsums“ exemplarisch heraus. Zum Schluss werden Potenziale und Grenzen der Erforschung von Alltagslogiken und mögliche Anwendungsfelder jenseits der Konsumforschung diskutiert.

Alltagslogik(en) – ein unscharfer Begriff in der Empirischen Kulturwissenschaft/Volkskunde

In der sozialwissenschaftlichen Literatur war die Frage, wie Menschen im Alltag folgern, Ausgangspunkt für viele Abhandlungen und idealtypische Modellbildungen. Alfred Schütz, einer der Hauptvertreter der phänomenologischen Soziologie, thematisiert die Eigenart der Rationalität in Bezug auf Alltagserfahrung und entwarf im Briefwechsel mit Talcott Parsons in den 1940er Jahren erstmals eine „Logik des Alltags“: „Die Kategorien und Operationen, die das Denken des täglichen Lebens bestimmen, stellen lediglich *eine besondere Form* der formalen Logik dar. Diese spezielle Logik des Alltags oder, wie Husserl sie genannt hat: die Logik der ‚Gelegenheits-

urteile', ist bisher noch nicht entwickelt" (Schütz/Parsons 1977: 43–44. Hervorhebungen im Original). Schütz war der Auffassung, dass bei dieser „Logik des Alltags“ – der er sich in *Wissenschaftliche Interpretationen und Alltagsverständnis menschlichen Handelns* intensiv zuwendet – „das Hauptinteresse des Denkens im Alltagsleben gerade in der Beziehung der Sinnhorizonte, die an den Kernbedeutungen haften, zu der aktuellen Situation des Denkers“ liege (Schütz 1972: 36). Schütz hebt hervor, dass der Handelnde im Alltag nicht an der Suche nach unzweifelbarer Sicherheit interessiert sei, also nicht an der Veri- oder Falsifizierung der Logik, sondern „an den Chancen, seine alltäglichen Erwartungen zu realisieren“ (Schütz 1972: 45). Das Interesse von „Alltagshandelnden“ orientiere sich nach Schütz so nicht nach einer „traditionellen Logik“, sondern an den Erfordernissen der Situationsbewältigung (Eberle 1984: 199).

Alfred Schütz' Darlegung und Theoretisierung einer „Logik des Alltags“ war und ist immer wieder Gegenstand kritischer Auseinandersetzungen, und gerade auch sein Wissensbegriff und seine Abgrenzungen zwischen wissenschaftlichem und alltäglichem Wissen und die damit verbundenen Dichotomien scheinen aus kulturwissenschaftlicher Sicht problematisch. Trotz dieser Kritik gibt es für mich zwei Elemente, die es weiterzudenken lohnt: Erstens betont Schütz die Gelegenheit bzw. das Situative solcher Logiken. Es geht um die subjektive Bewältigung von alltäglichen Situationen. Zweitens grenzt Schütz die „Logik des Alltags“ von der traditionellen Logik ab. Das maßgebende Kriterium sei der praktische Erfolg und nicht eine wissenschaftlich bestimmte Rationalität der Handlung (Eberle 1984: 199). Diese beiden Elemente werden unten aufgegriffen, wenn ich Alltagslogiken als Konzeption für die empirische Kulturwissenschaft skizziere.

Hier ist es lohnend, einen Blick in sprachwissenschaftliche Literatur zu werfen, in der die Logik des Alltags mit dem Interesse an der argumentativen Rhetorik einhergeht. Der Sprachwissenschaftler Manfred Kienpointner befasste sich auf empirischer Basis eingehend mit der Struktur und Funktion von Argumentationsmustern im Alltag. Unter dem Titel „Alltagslogik“ entwirft er eine umfassende Typologie dieser Alltagsargumentation und erklärt ihre Gültigkeit mit Gebrauchsregeln einer Sprechgemeinschaft: „[...] die Plausibilität von alltagssprachlichen Argumentationen [beruht] darauf, daß die Prämissen (Argumente und Schlußregeln) Inhalte zum Ausdruck bringen, die in einer Sprechgemeinschaft allgemein oder doch von großen Gruppen akzeptiert sind“ (Kienpointner 1992: 420). Da die alltägliche Argumentation auf der Grundlage von allgemeinen Topoi basiere, sei ihre Kreativität begrenzt. Zwar gäbe es kontextspezifisch unendliche Mengen an Argumentationen, diese folgen aber alle den gleichen gängigen und akzeptierten Sprachmustern, wie Vergleich, Kausalität, Definition usw. (Kienpointner 1992: 421):

„Auf Grundlage akzeptabler Schlußregeln haltbare Argumente vorzubringen, kontextspezifisch plausible Argumentationen nach den geläufigen Mustern der Alltags-

argumentation zu entwickeln, heißt bei aller Variation im Detail nur, daß in einer Sprechgemeinschaft/einem Sprachspiel vorgegebene Möglichkeiten reproduziert werden.“ (Kienpointner 1992: 426–427)

Auch Kienpointner geht, ähnlich wie Schütz, davon aus, dass sich die alltägliche Logik nicht im traditionellen philosophischen Sinn „logisch“ oder „vernünftig“ verhält, vielmehr geht es ihm um eine gesellschaftliche Akzeptanz von Sprachmustern, die auch Paradoxien miteinschließt. Darüber hinaus gibt es zwei wesentliche Einsichten, die für die empirisch arbeitende Kulturwissenschaft interessant sind: erstens, wie wichtig Funktion und Absicht von Sprache sind und wie Sprache Begrenzungen bei Alltagslogiken erzeugt. Zweitens, eng damit verbunden, die von den Sprecher*innen geforderten Kompetenzen und Strategien, argumentativ Sinn bzw. Kohärenz herzustellen.

Wirft man einen Blick in die Forschungsliteratur der Empirischen Kulturwissenschaft, so wurden „Logiken“ bisher vor allem als gesellschaftlich anerkannte und kulturell normierte Schlussfolgerungen in Bezug auf Wertehaltungen und Ideologien verstanden. Sie sind das Ergebnis bzw. die Schlussfolgerung von gesellschaftlichen, diskursiven Aushandlungsprozessen, die an die Subjekte herangetragen werden und auf diese „wirken“. Besonders geprägt hat den Begriff der „kulturellen Logik“ der Empirische Kulturwissenschaftler Markus Tauschek. In diversen Feldern untersuchte Tauschek „die kulturellen Logiken des Wettbewerbs“ – von *Miss Universe*-Wahlen über UNESCO-Welterbetiteln bis hin zu Hochschul-Rankings – und zeigt, dass kompetitive Logiken etwas sozial Genormtes, Gefestigtes und daher schwer Durchbrechbares sind (Tauschek 2013, 2015). Bei „kulturellen Logiken“ interessiert vor allem die Frage, welche Wirkung diese Logiken auf die Akteur*innen in den beforschten Feldern, ihre Praktiken und Selbstkonzeptionen haben (Tauschek 2013: 12). Entscheidend ist, dass von Logiken im Plural gesprochen wird. Dies als erstes Indiz, dass es bei der Untersuchung von Alltagslogiken nicht um die Suche nach ‚einer Logik‘ gehen sollte, sondern vielmehr um analytische Fragen, die sich des Situativen und Pluralen von Lebenswelten bewusst sind (Tschofen 2006: 99).

Erstaunlich ist vor allem die „Nicht-Karriere“ des Begriffs Alltagslogik(en) in der Empirischen Kulturwissenschaft/Volkskunde. Zwar findet die Begrifflichkeit seit den 1990er Jahren im Fach Verwendung, jedoch ohne begriffliche Ausarbeitung. Das unscharfe Changieren mit dem Begriff bewegt sich im breiten Spektrum zwischen Alltagslogik(en) als populäre Denkstile und Alltagslogik(en) als subjektive Aushandlungen, die im alltäglichen Denken und Handeln seitens der Wissenschaft ausgemacht werden. Ersterer Gebrauch findet sich vor allem in älteren Texten, die mit Alltagslogik(en) gesellschaftlich geteilte Vorstellungen und Denkstile ausdrücken. So zu finden beispielsweise bei Andreas Hartmann im Sammelband *Volkskunde als Programm* (Hartmann 1996: 43), als Titelei im Tagungsband zum 33. Kongress der

Deutschen Gesellschaft für Volkskunde (Göttsch/Köhle-Hezinger 2001: VIII) oder bei Thomas Hengartner, der in den *volkskundlichen Anmerkungen zu Raum und Zeit* von zeitgenössischen Alltagslogiken spricht, die bei der Gewöhnung an neue Zeitmuster der Industrialisierung durchbrochen werden mussten (Hengartner 2002). Auf der anderen Seite des Spektrums findet sich die Verwendung von Alltagslogik(en) als emische Kategorie in etwas jünger datierten Texten. So beispielsweise bei Timo Heimerdinger, der in Bezug auf Ratgeberliteratur kontrastiert, dass das Bild des „autonomen Selbst“ und die appellierte Eigenverantwortung des Individuums an „den Erfordernissen der Alltagslogik“ vorbeigehen (Heimerdinger et al. 2008). Bei Irene Götz verhält es sich ähnlich: Sie analysiert, wo sich das Nationale in einer „Alltagslogik des Handelns“ zeigt, was für sie bedeutet, dass Identitätsfragen nicht allein auf einer Makroebene verhandelt werden, sondern auf spezifische Weise „im Alltag, der Lebenswelt, der kulturellen Handlungspraxis“ (Götz 2011: 154). Auch Hengartner verwendet den Terminus (gegenläufig zur Verwendung in früheren Texten) in Bezug auf Konsum auf diese Weise, wenn er von Alltagslogiken spricht, die es bei Handlungshorizonten und -routinen des Konsumierens zu berücksichtigen gelte (Hengartner 2014: 18). Schließlich verwendete auch ich Alltagslogiken als vom Subjekt gemachte Aushandlungen, ohne aber begriffliche Ausarbeitungen zu leisten (Gruhn 2019: 219). Diese kleine Revue – ohne jeglichen Anspruch auf Vollständigkeit – zeigt, dass es sich bei Alltagslogik(en) um einen im Fach gern und häufig verwendeten Begriff handelt, dessen vielleicht etwas verführerische Unschärfe wohl auch zu seiner Popularität beigetragen hat.

Alltagslogiken als konzeptioneller Zugang für die Empirische Kulturwissenschaft

Im Anschluss an die jüngere Verwendung des Begriffs im Fach und in den Sozial- und Sprachwissenschaften möchte ich im Folgenden mittels sieben Annahmen ein Verständnis von Alltagslogiken als konzeptionellen Zugang für die Empirische Kulturwissenschaft darlegen:

1) Alltagslogiken sind in Abgrenzung zu einer Logik der Folgerichtigkeit in der philosophischen Tradition zu verstehen. Es geht bei Alltagslogiken nicht darum zu prüfen, ob eine Argumentation in sich „logisch“ ist und/oder ob in ihr Tautologien wirken. Die Frage nach Alltagslogiken sollte vielmehr jene nach Arten des Umgangs mit Wissen sein (ganz unabhängig davon, wie „rational“ oder „logisch“ diese sind).

2) Alltagslogiken sind als subjektive Bewältigungsstrategien zu verstehen. Hier weiche ich teils von der Verwendung des Logikbegriffs in der Empirischen Kulturwissenschaft ab, denn bei Alltagslogiken sollte es nicht um größere gesellschaftliche oder „kulturelle“ Logiken gehen, sondern um lebensweltliche Schlussfolgerungen. Das Subjekt ist Akteur*in bzw. Entwickler*in von Alltagslogiken. Der konzeptionelle Zugang fokussiert daher auf die Wissensarbeit/auf das „Machen“ auf Subjektebene.

Was zweifellos nicht ausschließt, dass sich milieuspezifische Verdichtungen solcher subjektiven Logiken ergeben. Somit kann die Frage nach ihren Gültigkeiten (also wo diese Logiken Gültigkeit haben und wo nicht) auch Ränder von sozialen Welten sichtbar machen.

3) Es ist weiter davon auszugehen, dass dieses Entwickeln situativ geschieht. Alltagslogiken sind somit immer gelegenheitsbezogen bzw. situationsbedingt zu verstehen. Der Kontext (Ort, Zeit, soziale Konstellation, Personen etc.), dem sie entspringen, muss berücksichtigt werden. Durch den Gegenwartsbezug geht die Analyse von Alltagslogiken über eine Analyse von gesellschaftlichen Denkstrategien und Handlungsorientierungen hinaus, denn sie fokussiert auf das vom Subjekt betriebene situative In-Beziehung-Setzen von Wissensbeständen, Werteorientierungen etc. mit der eigenen, unmittelbar erfahrbaren Lebenswelt.

4) Alltagslogiken sind in diesem Sinne zwar begrenzt, aber im Plural zu denken, da sie – wie in den Punkten zwei und drei ausgeführt – subjektiv und situativ entstehen. Konkret heißt das, dass die gleichen Wissensbestände zu mannigfachen Alltagslogiken führen können, da Wissensarbeit und die lebensweltlichen Realitäten unterschiedlich sind. Es ist davon auszugehen, dass es trotz der Vielschichtigkeit von Alltagslogiken und der Pluralität von Alltagslogiken, die in ihnen stattfinden, in den einzelnen Forschungsfeldern zu dominanten Verdichtungen kommt. Individuelle Kohärenzherstellung verweist also auf ein Kollektiv, in dem das Handeln geschieht und auf das Verständnisse und Deutungen rückbezogen werden. Dieser Zusammenhang wird in der siebten Annahme problematisiert.

5) Einen Zugang, um das situative In-Beziehung-Setzen zu erforschen, sehe ich im Erzählen als Situieren von Menschen in gesellschaftlichen Diskursen, also in der Frage: Wie sprechen Menschen über ihr Tun? In der Analyse alltäglichen Erzählens sehe ich eine Möglichkeit, Alltagslogiken zu erforschen. Als empirische Basis einer Untersuchung von Alltagslogiken beim Konsum eignen sich beispielsweise mündliche Redewiedergaben, wie Tisch- und Küchengespräche, populäre mediale Kochsendungsformate (wie *Das perfekte Dinner*, *Landfrauenküche*, *Mini Chuchi dini Chuchi* etc.) oder – so wie ich an späterer Stelle ausführen werde – qualitative Interviews. Ich gehe von der These aus, dass die Gegenwart Bezugspunkt jeglicher Erzählung ist, dass also bei Alltagslogiken durch den Gegenwartsbezug – konstruktivistisch und von narrativen Mustern abhängig – erst Sinn hergestellt wird (Meyer 2017: 97).

6) Programmatisch verlangt die theoretische Konzeption von Alltagslogiken nicht systemtheoretische oder modellhafte Typologien von Logiken, sondern sie verlangt die empirische Einzelfallanalyse. Nur durch die Hinwendung zum Einzelfall kann das Gegenwärtige und Situative berücksichtigt und in Erfahrung gebracht werden, wie die einzelnen Akteur*innen Wissen und Werte an ihre individuellen Situationen und Lebenswelten koppeln. Dieses methodische Close-up ermöglicht, Alltagslogiken in unterschiedlichen Forschungsfeldern als konzeptionellen Zugang zu

nutzen, da das Postulat der Offenheit von empirisch qualitativer Forschung gewährt wird.

7) Wie oben beschrieben, ist davon auszugehen, dass sich in unterschiedlichen Forschungsfeldern dominante, Subjekt übergreifende Muster herausbilden. Es muss daher bei einer Analyse von Alltagslogiken immer auch gefragt werden, in welchem Verhältnis Subjekt und Gesellschaft stehen und wie gesellschaftliche Erwünschtheit die subjektiven Kohärenzherstellungen prägt.

So wie früher: Vergangenheitsorientiertes Wissen und Handeln

Die drei Beispiele für Alltagslogiken, die im Folgenden knapp skizziert werden, weisen in den Erzählungen über Konsum eine gewisse Dichte auf. Ihnen ist gemein, dass sie Wissen und Handeln zusammenhalten bzw. von einem ins andere überleiten. Es sind drei alltägliche, jedoch sehr unterschiedliche Bewältigungsstrategien von Konsument*innen, um die Verbindung des Wissens an die eigene Lebenswelt zu bewerkstelligen.

Vergangenheitsvorstellungen, die sich an einem ahistorischen Gestern ausrichten, haben in der Konsumkritik Konjunktur. Wenig überraschend zeigte sich auch bei den von mir Befragten eine gewisse Sehnsucht nach einem vermeintlichen früheren Zustand, zu welchem die heutige Konsumgesellschaft wieder zurückfinden müsse. Martin, ein damals 28-jähriger Informatiker aus Zürich, formulierte es so:

„[...] Also man sollte wieder zurückkommen zu so einem Stand, wo einfach ein Tier ein anständiges Leben haben darf. [...] Ich glaube, wie Milch produziert wurde und so, das ist früher schon ganz anders gewesen. Also wo der Bauer noch vorbeigekommen ist und seine eigene Milch gebracht hat in den Milchkasten oder mit dem Wägeli.“
(Interview mit Martin 2016)

Orvar Löfgren nennt solche imaginierten Modelle der Vergangenheit, die der gegenwärtigen *Overconsumption* gegenübergestellt werden, *Traditional Consumption* (Löfgren 1994: 47–53). Es sind fiktive, pseudohistorische Wirtschaftswelten, die als idealisierte Vorbilder bei Konsumkritiken dienen: „The very use of concepts such as ‚mass consumption‘ and ‚modern consumption‘, moreover, often implicitly presupposes a polarity: a ‚traditional consumption‘, which is seldom defined“ (Löfgren 1994: 50). *Traditional Consumption* fungiert auch in meinem empirischen Material, wie sich am Beispiel des Interviews mit Martin zeigt, als Gegenkonzept zum kritisierten Ist-Zustand.

Nutzt man hier nun Alltagslogiken als konzeptionellen Zugang, so geht es nicht bloß um das Aufzeigen der Redundanzen der Formel ‚Früher war alles besser‘ bei Konsumkritik, sondern darum zu fragen, wie sich dieses *yearning for yesterday* in subjektiven Lebensentwürfen zu einer Handlungsaufforderung entwickelt. Durch welche individuellen Logiken werden diese Vergangenheitsvorstellungen von den

Konsument*innen auf ihre eigenen, situativen Lebensrealitäten bezogen? Claire, eine damals 27-jährige Studentin der Sozialen Arbeit aus Luzern, erzählte mir dazu Folgendes:

„Weil ich diesen Film gesehen habe: Plastic Planet von Werner Boote. Und seit da, das ist so einschneidend für mich gewesen, weil seit dann tue ich überall – also es fällt einem überall auf, alles, wo man aus Plastik hat. Und ich frage mich dauernd: Ja, wie hat das meine Großmutter gemacht? So Zahnbürsten oder Wäschekorb. Alles so Sachen, wo du denkst, es sind quasi. . . also nicht ersetzbar [. . .].“ (Interview mit Claire 2017)

Mit der Fragestellung: „Ja, wie hat das meine Großmutter gemacht?“, vermag es Claire, den gedanklichen Kausalzusammenhang zwischen der Sehnsucht nach einem vermeintlich besseren Früher und der eigenen Alltagswelt herzustellen. Die Figur der Großmutter verkörpert das Früher, zu welchem Claire (zurück-)finden möchte. Indem es die eigene Großmutter ist, die einen früheren (und daher erstrebenswerten) Konsumstil verkörpert, wird die Handlungsaufforderung personalisiert und emotionalisiert. Es geht nicht mehr um eine abstrakte Vorstellung eines Früher, sondern um eine persönliche, verwandtschaftliche Beziehung zu diesem. In Claires Alltagslogik wird die Vorstellung der Vergangenheit durch die Großmutter personalisiert, aber nicht in einen größeren zeithistorischen Bezugsrahmen gesetzt, da die zeitliche Verortung relativ diffus bleibt (die Lebensdaten der Großmutter bleiben ungenannt). So fragt Claire nach der Beschaffenheit einer damaligen Zahnbürste, ohne dabei zu reflektieren, wie die Zahnhygiene ‚anno dazumal‘ ausgesehen hat bzw. inwiefern und für wen es dieses ‚Früher‘ (zum Beispiel im Kindesalter ihrer Großmutter) überhaupt gegeben hat. Interessant scheint mir dabei, dass die Logik „wie hat das meine Großmutter gemacht?“ für Claire trotzdem funktioniert. Sie prüft ihre Konsumhandlungen mit dieser Logik und ist so auch immer wieder mit Schwierigkeiten konfrontiert. So erzählt sie im selben Interview, wie viel Mühe es ihr bereitet, ihren kaputten Metallzuber und Wäschekorb flicken zu lassen oder einen „gebrauchten“ zu finden. Indem Claire dann erzählt, sie habe „eigentlich“ keinen Neuen kaufen wollen, wird klar, dass ihr dieses Vorhaben nicht gelungen ist (Interview mit Claire 2017). In der Erzählung schwingt die Kritik am Ist-Zustand mit, an einer Konsum- und Wegwerfgesellschaft, in der nichts mehr auf Langlebigkeit ausgerichtet scheint. Das Früher und das Heute stehen in einer reziproken Beziehung, sie bedingen sich gegenseitig. Die Frage nach Konsumpraktiken zu ‚Großmutterns Zeiten‘ ist somit auch immer die individuelle Auseinandersetzung mit der Frage, wie etwas (wieder) besser gemacht werden könnte.

Das Aufspüren von Vergangenheitsvorstellungen, die für Akteur*innen handlungsleitend in der Gegenwart sind, knüpft an bisherige Befunde aus der Empirischen Kulturwissenschaft an. Michaela Fenske hat am Beispiel von neuen Imkern

eindrücklich gezeigt, wie das „urbane Kreativmilieu mit Vergangenheit Zukunft (selber) macht“ (Fenske 2017). Historisches Wissen wird mit neuem (ökonomischem) Wert besetzt, und durch das Erzählen von Vergangenen erfährt das Handeln der Akteur*innen in der Gegenwart eine machtvolle Deutungsgrundlage (Fenske 2017: 236 und 240). Die Frage nach Alltagslogiken, die aus Vergangenheitsvorstellungen resultieren, offenbart, dass viele der Befragten nicht nur historisches Wissen und Vorstellungen von diesem Vergangenen haben, sondern dieses durch Personifizierung auch in ihre eigenen Lebenswelten integrieren. Neben den Großeltern waren es beispielsweise die Eltern, der Milchmann oder der Bauer/ die Bäuerin, die als personifiziertes ‚Früher‘ fungieren: So schafften sich Konsument*innen sogenannte „Gemüse-Abos“ an, bei welchen (hier zeigen sich Parallelen zur „Milchmann“-Erzählung) Gemüse und Früchte von einem lokalen Betrieb an die Haustüre geliefert werden. Am häufigsten wurde in den Interviews der Einkauf direkt beim Bauern erwähnt. So erzählte Anna, sie kaufe „gutes Fleisch, also meistens vom Bauernhof, wo ich weiß, wo es herkommt“ (Interview mit Anna 2017). Hanna sagte: „Und ich glaube, die einzige Lösung, wenn man jetzt eben gerne Fleisch isst oder jetzt auch Milchprodukte oder so, also du musst wirklich einen richtig guten Bauernhof kennen“ (Interview mit Hanna 2021). Cassandra meinte: „Wenn ich dann mal Milch einkaufe, wenn ich dann mal Eier kaufe, dann gibt es wirklich Milch vom Bauern, die Eier vom Bauern, den ich kenne“ (Interview mit Cassandra 2021), und Amanda formuliert ihre Überlegung, die hinter dem Einkauf auf dem Bauernhof steht: „Es ist ja – ja, es ist halt einfach retour zum Normalen“ (Interview mit Amanda 2016). Die gedanklichen Kausalzusammenhänge bestehen dabei aus der (erneuten) Personifizierung der entmenschlichten Produktionen von Nahrungsmitteln und einer (neben der in der Erzählung vorangegangenen Idealisierung des Ländlichen) nostalgischen Sehnsucht nach einem menschlicheren Früher, das es wieder zu erreichen gilt.

Alltagslogiken der Konsument*innen durch Personifizierungen des „Früher“ liefern zwar noch lange keine Definition einer bestimmten historischen Wirtschafts- oder Konsumweise und evozieren ein größtenteils ahistorisches Bild der Vergangenheit. Dennoch zeigt sich durch sie, dass die Konsument*innen konkrete Vergangenheitsbilder haben, an denen sie ihr Handeln ausrichten. So verdeutlichen die Erzählungen, dass *Traditional Consumption* (Löfgren 1994) nicht bloß ideologische Verklärung ist, die sich aus einem verachtenswerten Ist-Zustand ergibt, sondern dass die Konsument*innen diese personifizieren. Durch diese Anbindung an die eigene Lebenswelt ergeben sich „logische“ Schlussfolgerungen für den eigenen Konsum.

Wenn man wirklich will: Der „gute Konsum“ als Willenssache

Das zweite Beispiel von Alltagslogiken formiert sich um eine Erzählstrategie der Konsument*innen: Sie erklären ethischen Konsum zur Willenssache. Als Beispiel dient das Interview mit der damals 21-jährigen Studentin Anna:

„[...] [D]u musst ein bisschen überlegen – und das macht vielleicht auch vielen Leuten Mühe, das zu überlegen. Also ich sehe es manchmal in meinem Kollegenkreis, die sich dann nicht überlegen, was ist jetzt gerade saisonal oder regional. Wenn es halt Erdbeeren hat, ja dann kommen die halt anscheinend von irgendwo und dann hat es halt diese Erdbeeren oder irgendwas. Und dann muss man halt ein bisschen nachdenken. Aber wenn man es mal gemacht hat – mal ein paar Wochen, Monate vielleicht, sich ein bisschen Gedanken gemacht hat, dann ist es auch gar nicht mehr so schwierig. Aber halt am Anfang, dass man sich überlegt: ‚Was wächst denn nur vielleicht jetzt?‘ Oder: ‚Woher kommt das Zeug?‘ Oder: ‚das Etikett ...‘ also, da steht ja das meiste Zeug vorher schon. Man muss es halt nur noch schnell umdrehen. [...] Am Anfang musst du dir das schon erarbeiten. Aber es gibt auch viele Hilfestellungen, wenn du es wirklich willst, gibt es ja viele Hilfestellungen. [...] Man findet im Internet mega viel und da gibt’s ja alles Mögliche, man kann ja auch Bücher darüber kaufen, das habe ich jetzt nie gemacht, aber es gäbe schon Möglichkeiten, wenn man das wirklich will.“ (Interview mit Anna 2017)

Der Interviewausschnitt bietet ein Exempel, wie auf Subjektebene die ständige Relation zwischen Wissen und Nichtwissen individuell verhandelt wird. Mittels eines Vergleichs mit jenen, die anscheinend unüberlegt Erdbeeren einkaufen, festigt und legitimiert Anna ihre Position als ethisch konsumierendes Individuum. Anna erzählt auch von ihrer bereits durchlaufenen Wissensaneignung, wenn sie erklärt, dass das „[N]achdenken“ nach „ein paar Wochen, Monate[n] vielleicht“ einfacher werde. Zudem macht sie mit dem Wort „erarbeiten“ klar, dass hinter dieser Aneignung von Wissen viel Anstrengung steckt. Sie beschreibt auch ihre alltäglichen Routinen des Hinterfragens und formuliert diese in konkreten Fragen („Woher kommt das Zeug?“) und Handlungen (umdrehen und Etikett lesen). Anhand dieses einen Interviewausschnitts lassen sich diverse Wissenspraktiken darlegen, auch könnte der Ausschnitt anschaulich für die Herstellung narrativer Identität mittels Vergleichsgeschichten herangezogen werden. Hier möchte ich aber von solch gängigen Interpretationsmöglichkeiten absehen und, ganz dem Zugang der Alltagslogiken verpflichtet, nach der argumentativen Logik fragen, mit der Anna ihre Ausführungen unterlegt: Diese findet sich am prägnantesten in der Coda des Interviewausschnitts. Anna schließt mit dem verallgemeinernden Resümee: Wissen über ethischen Konsum sei Willenssache. Bei den Formulierungen „wenn du es wirklich willst“ und „wenn man das wirklich will“ benutzt Anna generalisierende man- und du-Formen, mit denen sie die Ausführungen als kollektive Grundsätze formuliert.

Die Alltagslogik speist sich aus der populären Redensart „wo ein Wille ist, ist auch ein Weg“, die vom handlungsfähigen, selbstermächtigten Subjekt ausgeht, dessen geistige Entschlüsse mächtiger als alles andere sind. Bei der Alltagslogik *wenn man wirklich will*, werden gesellschaftliche und institutionelle Strukturen und mit ihnen Machtverhältnisse, aber auch die eigene Körperlichkeit ausgeblendet. Ethischer

Konsum wird zur bloßen geistigen Entscheidung erklärt. Trotz solcher Widersprüche (die sich als Charakteristika des „guten Konsums“ herausstellten und die es auch analytisch nicht aufzulösen gilt) funktioniert die Logik für die Konsument*innen. Die Postulierung des ethischen Konsums als Willenssache zieht sich als Kanon durch das Sample. Die Logik unterstellt allen, die sich nicht (selbst) aufklären, dass sie zwar könnten, aber eben nicht „wirklich“ wollten. Es fehle den anderen – so die Unterstellung – an der Absicht und dem geistigen Entschluss. Gleichzeitig positionieren sich die Interviewpartner*innen damit als unbeirrt, beharrlich und willensstark. Ob im Internet oder in Büchern, für Anna ist Wissen für jeden Einzelnen zugänglich, wenn er denn nur „wirklich“ wollen würde. Mit der Setzung des „wirklich“ bekräftigt sie zum einen den Grundsatz, zum anderen unterstellt sie den Nichtwissenden eine verminderte Willenskraft bzw. zu wenig Bereitschaft zur Anstrengung. Hier sei auf die dänische Anthropologin und Skandinavistin Kirsten Blinkenberg Hastrup verwiesen, die auf die Gefahren solcher Ausblendungen, von was Menschen überhaupt zu einer bestimmten Zeit und an einem bestimmten Ort wissen *können*, hinsichtlich der kulturanthropologischen Wissensdebatte hinweist (Hastrup 2004: 457). Mit dem Grundsatz *wenn man wirklich will* werden jegliche strukturelle Begebenheiten („social worlds“, Milieus, Möglichkeiten und Begrenzungen beim Zugang zu Wissen, ökonomische, soziale Ressourcen etc.) bei der Wissensaneignung von den Befragten negiert.

Dieses ‚Wirklich-Wollen‘ könnte man als populäres Narrativ, das häufig bei Argumentationen herangezogen wird, behandeln. Inwiefern es überhaupt Alternativen zu solchen gesellschaftlich verankerten Erzählmustern gibt, zeigt sich bei der Frage nach den Grenzen von Subjektivierungskonzepten (Gruhn 2022: 222–244). Hier soll aber behandelt werden, wie durch die Postulierung des ethischen Konsums als Willenssache eine *Alltagslogik* erzeugt wird. So unterliegt nicht nur die Wissensaneignung dem Willen des Einzelnen, sondern auch die Überführung dieses Wissens ins alltägliche Handeln. Das individuelle Wollen scheint für „guten Konsum“ eminent zu sein. Und spätestens hier bin ich bei philosophischen Abhandlungen rund um die zentrale Frage angelangt, ob Absicht oder Wirkung maßgeblich für ethisches Handeln sind. Ohne die jeweiligen philosophischen Stoßrichtungen zu vertiefen, kann argumentiert werden, dass für die Befragten die Absicht hinter einer Handlung bedeutsam ist. Diese Orientierung der Interviewpartner*innen findet sich anschaulich im eingangs dieses Beitrags zitierten Gespräch mit Daniela, einer damals 27-jährigen Therapeutin aus Zürich:

„[...] Du kannst dir Gedanken machen, wie du es machen willst. Also so. Ich finde einfach, wenn es eine Handlung ist, die nur passiert aufgrund von irgendeinem Befehl oder einem ... – so nicht selber überlegt, dann finde ich es – also es bringt vielleicht schon etwas, aber es ist dann nicht so nachhaltig, wie wenn es von innen kommt, der Wille ‚ah ja, ich will das machen, weil es macht für mich auch Sinn‘. Oder ‚ich will das

nicht so machen, weil es macht für mich keinen Sinn', das ist auch gut. [...] Und ich finde, die Verantwortung sollte eigentlich bei einem selber sein, voll und ganz. Dass man sich dann auch selber vielleicht dann auch über ein anderes Thema informiert, von sich aus oder so. Ja. – – –" (Interview mit Daniela 2016)

In Danielas Erzählung wird ethischer Konsum (einmal mehr) als individuelles Projekt dargestellt. Sie erzählt, ihr sei es wichtiger, dass ethische Konsumhandlungen „von innen“ kommen, als dass sie durch institutionalisierte Zwänge herbeigeführt würden. Handlungen, die aufgrund von Anordnungen ausgeführt werden, empfindet sie als weniger „nachhaltig“ als solche aus individuellen Überlegungen. Sie räumt ein, dass beide Handlungen wahrscheinlich die gleiche Wirkung erzielen, sieht aber die Absicht dahinter als Kern von ethischem Konsum. Der „Sinn“ muss „von sich aus“ kommen, eine Handlung benennt sie dann als ethisch, wenn sie aus eigenem Antrieb geschieht. Die Alltagslogik dahinter: Ohne das individuelle *Wollen* kann keine Erkenntnis über die eigene Handlung bzw. Nichthandlung gewonnen werden. Demnach gilt eine Konsumhandlung, der keine vom Individuum initiierte Wissenspraxis vorangeht – ganz abgesehen von ihrer Wirkung –, nicht als ethisch. Guter Konsum unterliege dem Wollen der Individuen. Sie selbst sind gefordert, zu überlegen und zu entscheiden, was für sie weshalb „Sinn“ macht, und ihr Handeln dementsprechend auszurichten. Indem in den Erzählungen die Findung einer Intention in die private Sphäre gelegt wird, gibt es nicht das eine Bestreben bzw. den einen Imperativ, nach dem sich ethischer Konsum richtet. Wenn Daniela sagt, „du kannst dir Gedanken machen, wie du es machen willst“, drückt sie aus, dass es eben nicht den einen (von oben diktierten) Weg gibt, richtig zu konsumieren, sondern dass hinter jeder ethischen Konsumhandlung ein individueller Wissensprozess und ein persönliches In-Beziehung-Setzen von Wissen in die eigene Lebenswelt steht. Als richtig oder ethisch wird das angesehen, was selbst überlegt und persönlich als machbar beurteilt wird.

Die Frage nach Alltagslogiken deckt damit auf, dass sich die interviewten Konsument*innen gewissermaßen an einer Prinzipienethik ausrichten, bei welcher die Absichten schwerer wiegen als die Konsequenzen bzw. die erzielten Effekte. Neben dieser Erkenntnis zeigte sich auch, dass die unterschiedlichen Intentionen und Absichten der Befragten heterogene Konsumhandlungen hervorbringen. Über die Postulierung von ethischem Konsum als Willenssache werden Spannungen, welche durch unterschiedliche individuelle Handlungen der Konsument*innen trotz kollektiv geteilten Wissens/ geteilter Werte entstehen, „logisch“ aufgelöst.

Gutes tun für mich und die Welt: Subjektive Gefühlswelten und das Wohl der Gemeinschaft

Die Alltagslogik *Gutes tun für mich und die Welt* funktioniert über die Gefühlswelt und über die Empfindung von Gemeinschaftlichkeit. Im Rahmen seiner Ausführungen zum *ökologischen Fußabdruck* antwortete Martin, ein damals 29-jähriger Informatiker, auf meine Frage, was er denn zu bewirken gedenke: „[...] halt mein Teil, mein kleiner Teil für die Welt (lacht), wo nicht so viel bewirkt, aber ja, ich habe wenigstens ein gutes Gewissen nachher“ (Interview mit Martin 2016). Martin bettet sein individuelles Handeln in einen gemeinschaftlichen Bezugsrahmen ein – ich nenne diesen mangels einer treffenden neutralen Bezeichnung Weltkollektiv. Martin fühlt sich verpflichtet, seinen „Teil“ für diese Gemeinschaft beizutragen. In einer Reformulierung wird „mein Teil“ zu „mein kleiner Teil“. Martin macht seine Gewissheit deutlich, dass sein individuelles Tun nur bedingt Einfluss auf die „Welt“ hat. Trotzdem handelt er so, und zwar aus dem Prinzip des Gemeinnsinns und für sein Gewissen. Die Einbettung des eigenen Konsumhandelns in ein Weltkollektiv führt zu Verpflichtungsgefühlen gegenüber einer imaginären Gemeinschaft. Martin handelt in erster Linie nach dem Prinzip der Verbindlichkeit diesem Kollektiv gegenüber und nicht primär aufgrund strategischer Erwägungen. Da er nur bedingt Einfluss auf die Wirkung seines Handelns nehmen kann – denn es braucht auch die anderen, die ihren Teil dazu beitragen – rückt in der Erzählung die Auswirkung seines Handelns auf ihn selbst in den Mittelpunkt. Martin erklärt, er „habe wenigstens ein gutes Gewissen nachher“. Sein eigenes Wohlbefinden hängt entsprechend stark von seinem Empfinden in Bezug auf ethischen Konsum als Pflicht gegenüber der „Welt“ ab. Nur wenn er dieser Pflicht nachkommt, ist er im Einklang mit sich. „[M]ein kleiner Teil für die Welt“ funktioniert so unabhängig davon, was dieser bewirkt. Die Absicht ist zwar, die ‚Welt besser zu machen‘, das Resultat liegt jedoch nicht in der Macht des Einzelnen und ist somit für die Alltagswelt der Befragten nicht weiter relevant. Dies vermag den Fokus der hier besprochenen Alltagslogiken auf die eigene Gefühlswelt zu erklären. Auch Anna, eine damals 20-jährige Studentin, rückt diesen Aspekt in den Vordergrund:

„Also ich möchte einfach, dass ich mich nachher nicht schlecht fühle, dass ich nicht Mitverursacherin bin. – Ja, ich weiß, ich kann es nicht überall machen. Einen Teil tue ich mitverursachen, tun wir alle mitverursachen. Aber bei dem Teil, wo ich es halt umgehen kann, probiere ich es dann halt bewusst zu umgehen und eigentlich nachher einfach für mich ein Zeichen setzen. Also für mich selber fühle ich mich dann nachher nicht schuldig in dem Bereich. Besser.“ (Interview mit Anna 2017)

Anna beantwortet die Frage nach dem Ziel ihres bewussten Konsums mit eigenen Empfindungen; es geht ihr um die Vermeidung von negativen Gefühlen. Diese Fokussierung meiner Interviewpartner*innen auf das unmittelbare Erleb- und Fühlbare ist

das Gegenteil strategischer Planungen. Hier zeigt sich, dass die Wirkung der Handlung für die Konsument*innen sehr wohl eine Rolle spielt, jedoch nicht auf der gesellschaftlichen/globalen, sondern auf der subjektiv erfahrbaren Ebene. Handlungen werden so nicht nur mit Blick auf die Absichten, sondern auch aufgrund von Gefühlen, die sie auslösen, im Kontext von Schuld- und Gewissensfragen bewertet und beurteilt. Das Ziel hinter Annas Konsumhandlungen ist es, sich „nicht schuldig“ bzw. „besser“ zu fühlen. Bei Anna geht es vor allem darum, welche Emotionen durch Handlungen ausgelöst bzw. vermieden werden. Es geht um unmittelbare Gefühlsstimulierung durch Konsum bzw. Konsumverzicht.

Wie bereits erörtert, bilden Alltagslogiken den Versuch der Akteur*innen, Vereinbarkeit von Wissen und Handeln in der eigenen Lebenswelt herzustellen. Dabei kommt es zu Widersprüchlichkeiten, die negative Gefühle auslösen. Hier spielt ‚das Gewissen‘ als narrative Figur in den Erzählungen eine wichtige Rolle. So wie Martin beriefen sich viele Befragte auf ihr Gewissen, um ihr alltägliches Tun mit dem Wissen, nicht wirklich viel bewirken zu können, in Einklang zu bringen. So beispielsweise Ladina: „Was ich tue ist wie besser fürs Gewissen“ (Interview mit Ladina 2021), oder Anna: „[...] damit ich irgendwie mit einem guten Gewissen durch mein Leben gehen kann, muss ich gewisse Sachen erfüllen“ (Interview mit Anna 2017). Es ist der Versuch, in den Gesprächen die fühlbare Unvereinbarkeit sprachlich auflösen zu wollen. Das Gewissen bildet so gewissermaßen eine sprachliche Legitimationsfigur, um narrative Kohärenz (zwischen Wissen, Empfindungen und Handlungen) herzustellen.

Ähnlich wie bei Martin schwingt in Annas Erzählung die Auffassung eines Weltkollektivs mit, jedoch eines, das Missstände verursacht. Indem Anna sagt, sie wolle nicht „Mitverursacherin“ sein, formuliert sie die Absicht ihres Tuns *ex negativo*. Dabei entsteht das Dilemma, dass sich Anna diesem Kollektiv nicht vollends entziehen kann, auch sie tue „einen Teil [...] mitverursachen“. Dort, wo sie könne, versuche sie für sich, „ein Zeichen“ zu setzen und sich von dieser Mittäterschaft zu lösen. Prägnant brachte Amanda dieses Dilemma auf den Punkt, als sie von ihrer ehrenamtlichen Arbeit erzählte: „Und das hat mir einerseits mega gut gefallen zum jemanden unterstützen zu können bei einer guten Arbeit, was mir auch wiederum, also meinem schlechten Gewissen ein bisschen geholfen hat. Oder eben, ich gehöre halt zu dieser Spezies Mensch und wir sind halt alle da ‚die Bösen‘“ (Interview mit Amanda 2016). Es ist allein das Menschsein, welches bereits mit Schuld behaftet ist. Dies ist das Sündenfall-Motiv, aus dem sich auch die ikonografische Macht des *ökologischen Fußabdrucks* speist (Brenner 2012: 256). Ethischer Konsum verspricht eine gewisse Erlösung von dieser Schuld, durch seine Existenz der Welt zu schaden. So empfindet es Anna, wenn sie ihre Erzählung mit „[a]lso für mich selber fühle ich mich dann nachher nicht schuldig in dem Bereich. Besser“ abschließt. Ethischer Konsum bietet ihr eine Möglichkeit, sich selbst (zumindest in gewissen Teilen) von der erdrückenden Schuld zu befreien. Und diese Befreiung, die sich positiv auf die

Gefühlswelt der Befragten auswirkt, ist ein weiteres zentrales Motiv der Alltagslogik *Gutes tun für mich und die Welt*. Dazu ein Ausschnitt aus dem Interview mit Amanda:

„[...] Ich habe jetzt auch einen Job, ähm, in einem Büro bekommen, wo eigentlich nur rein nachhaltige Bauweise plant. [...] Und das ist auch etwas, wo jetzt das Ganze fast noch wie so ein bisschen abrundet. Und ich freue mich jetzt mega darauf, dort jetzt nicht nur mein privater Konsum, sondern auch mit meiner Arbeit dann noch mehr Einfluss zu bieten. Ich meine, klar, würde irgendjemand anders diesen Job erledigen, wenn ich es nicht mache. Aber ich finde es halt einfach für mich auch schön, dass ich weiß, das, was ich mache, das macht halt doch die Welt ein kleines Stückchen besser. Also das ist so ein bisschen, also das rundet es so ein bisschen ab.“ (Interview mit Amanda 2016)

Amanda erzählt, dass sich durch ihre neue Arbeitsstelle ein weiterer Lebensbereich „nachhaltig“ gestalten lässt. Sie räumt ein, dass statt ihrer auch jemand anderes diesen Job machen würde und die Wirkung wahrscheinlich dieselbe bliebe. Dies zeigt zum einen wieder, dass die intrinsische Absicht von den Akteur*innen höher gewichtet wird als die Wirkung ihrer Handlung, zum andern, dass bei dieser Spielart von Alltagslogik keine Überhöhung des eigenen Handelns stattfindet. Es geht also gerade nicht um die rhetorische Formel „wenn nicht ich, wer dann?“, sondern darum, dass man die Arbeit selbst machen möchte, da dies das eigene Befinden positiv beeinflusst. Amanda erzählt dazu, warum sie selbst die Arbeit machen möchte und diese niemand anderem überlässt. In den Worten „einfach für mich auch“ drückt die Partikel „einfach“ aus, dass es sich erübrigt, noch mehr dazu zu sagen; das „auch“ kann als „außerdem“ oder „ebenfalls“ verstanden werden. So erhält die Coda der Erzählung einen beiläufigen Anstrich. Die Frage, weshalb Amanda die eigenen Empfindungen hinsichtlich ihres Handelns in der Erzählung marginalisiert, ließe sich eventuell mit den anderen dominanten Figuren des ethischen Konsums erklären, bei denen Gefühle wenig Platz haben. Interessant in Amandas Erzählung ist die unmittelbare Verknüpfung zwischen Wissen und Handlung. Sie sagt, sie wisse, dass das, was sie mache, „halt doch die Welt ein kleines Stückchen besser“ mache. Sie positioniert sich als Wissende: Ihr Wissen erlaubt ihr, das eigene Handeln hinsichtlich seiner globalen Wirkung zu deuten. Mit „halt doch“ deutet Amanda an, dass sie dem Effekt ihrer Handlungen auf die „Welt“, der bis dahin nur vermutet werden konnte, im Bereich der „nachhaltige[n] Bauweise“ Bedeutung beimisst und diesen für wahrscheinlich hält. Auch bei ihr gründet die Motivation an der Beteiligung der Weltverbesserung nicht zuletzt auf den damit zusammenhängenden persönlichen Emotionen.

Wissensfiguren machen etwas, sie lösen Emotionen aus – ob nun im Sinne einer gefühlten „Pflicht“ gegenüber der Welt, wie bei Martin, oder einer gefühlten Befreiung aus einer Mittäterschaft, wie sie Anna beschreibt. Die Gebundenheit von Wissen an die eigene Lebenswelt wird so durch Gefühle bewerkstelligt. Konsumhandlungen werden in diesem Feld der Alltagslogiken zu emotionalen Gewissensfragen, wobei

das eigene Gefühlsmanagement eine zentrale Rolle spielt. Nur schon die Absicht, „die Welt ein kleines Stückchen besser“ machen zu wollen bzw. seinen „kleine[n] Teil für die Welt“ zu tun, wirkt sich befreiend auf die Konsument*innen aus, auf denen (auch durch das angeeignete Wissen) Schuld lastet. Die Befragten haben – im Wissen um ihre eingeschränkte Wirkmacht – das positive Gefühl, Gutes zu tun. Allein durch diese Empfindung wird Kohärenz zwischen Wissen und Handeln hergestellt.

Potenzial und Grenzen von Alltagslogiken als konzeptioneller Zugang

Von der Forschungsfrage nach Funktionsdimensionen des ethischen Konsums auf Subjektebene geleitet, stellten sich Folgerungen von den Konsument*innen, die gemacht wurden, um Wissen und die eigene Lebenswelt miteinander in Einklang zu bringen, als zentral heraus. Diese Logiken bezeichne ich als Alltagslogiken, die ich mit diesem Beitrag als konzeptionellen Zugang für die Empirische Kulturwissenschaft vorschlage. In Anbindung an Konzepte der Sozial-, Sprach- und Kulturwissenschaft habe ich sieben Annahmen formuliert und mit drei Beispielen des „guten Konsums“ solche Logiken herausgearbeitet. Diese zeigen erstens, wie mit Vorstellungen von individualisierter Geschichte (oder zumindest Versatzstücken davon) eine Rückbezüglichkeit auf die eigene Situation hergestellt wird. Wie zweitens durch die Rahmung des ethischen Konsums als Willenssache Kohärenz in den Erzählungen erzeugt wird, und wie drittens durch Emotionalisierung Wissen an die eigene Lebenswelt rückgebunden wird. Zum einen ist davon auszugehen, dass es beim „guten Konsum“ weitere derartige Spielarten des In-Beziehung-Setzens gibt, die nach einer Erforschung verlangen. Zum anderen lassen sich die drei hier vorgestellten Alltagslogiken an anderem/neuem empirischen Material prüfen und/oder als weitgehend unbeanspruchte Zugänge nutzen. Es könnte etwa aufschlussreich sein, solche Close-ups weiterzuverfolgen und diesen (und weiteren) Alltagslogiken bei Konsumforschungen mehr Gewicht zu geben, gerade auch wenn es um die Frage geht, wie individuelle Logiken und gesellschaftliche Argumentationsmuster zusammenhängen. Alltagslogiken und ihre Analyse bieten einen Zugang zum Umgang mit Selbstverständnissen in unterschiedlichen Lebenswelten. Sie machen jenen wesentlichen Teil der Konsumpraxis aus, der darauf ausgerichtet ist, Wissen situativ in alltägliche Kontexte zu integrieren und daraus individuelle Handlungsaufforderungen zu entwickeln. Ich plädiere daher dafür, dass Alltagslogiken als konzeptioneller Zugang auch für andere Themen und Felder fruchtbar gemacht werden sollten. Denn relevant ist die Frage nach dem lebensweltlichen Angebundensein von Wissen überall dort, wo Subjekte als Individuen angesprochen werden und die Aufforderung zum Handeln erhalten. Sei dies nun die gesellschaftliche Aufforderung, wählen zu gehen, sich impfen zu lassen, Strom zu sparen, mehr Kinderbetreuung zu Hause zu leisten, sich besser zu „integrieren“ – oder sich eben gesund und moralisch korrekt zu ernähren. Immer kann gefragt werden: Wie bewerkstelligen die Subjekte die Angebundenheit des Wissens

an die eigene Lebenswelt? Welche Logiken entwickeln sie, um Spannungen zwischen Wissen und alltäglichem Tun zu lösen oder zumindest (aus-)halten zu können? Welche individuellen Handlungsaufforderungen entwickeln sie daraus? Anschließend an eine solche Analyse, die vom Einzelfall ausgeht, sehe ich die Chance, übergreifende Muster zu erkennen. Es gilt daher auch zu fragen, welche Alltagslogiken (in welchen Spielarten) in einem bestimmten Feld oder/und sozialen Milieu dominant auftreten und weshalb gerade sie in dieser Situation machtvoll geworden sind.

Genau hier sehe ich wiederum die Grenzen des in diesem Beitrag vorgestellten Zugangs: Denn wann sind/werden Alltagslogiken zu kulturellen Logiken? Inwieweit macht es überhaupt Sinn, diese voneinander abzugrenzen? Sind nicht alle subjektiven Logiken einer gesellschaftlichen Normierung ausgeliefert? Oder in den Worten Tauscheks formuliert: Sind kulturelle Logiken nicht so „veralltäglich“, dass sie die Selbsteutungen der Subjekte bestimmen (Tauschek 2015, 12)? Obschon ich die beiden letzten Fragen mit ja beantworte und sie dadurch die Ränder des in diesem Beitrag dargelegten Zugangs markieren, bin ich überzeugt, dass – dieser Normierung zum Trotz – Alltagslogiken bei aktuellen Gesellschaftsanalysen von Bedeutung sind. Denn sie bieten nicht zuletzt einen Zugang, um kulturelle Brüche in Diskursen zu untersuchen, die stark moralisch geprägt sind. Den in der Empirischen Kulturwissenschaft dominanten Perspektivierungen auf Konsum folgend, habe auch ich mich einem jungen, urbanen Milieu zugewandt. Die Auswahl der interviewten Personen und die damit verbundenen Effekte auf die Ergebnisse verlangen eine kritische Reflexion. Nicht zuletzt, weil dieser Text nun die Alltagslogiken und Selbstverständnisse einer – etwas zugespitzt formuliert – „privilegierten Position von Städtern“ repräsentiert. In dieser Problematisierung sehe ich aber auch das Potenzial des hier vorgestellten Zugangs: Die Empirische Kulturwissenschaft kann subjektbezogen in unterschiedlichen gesellschaftlichen Milieus nach Alltagslogiken fragen: Wie sehen diese beispielsweise in einer ländlichen Gegend, bei Menschen höheren Alters, mit wenig kulturellem und/oder ökonomischem Kapital aus? Oder welche Alltagslogiken entwickeln sich beispielsweise in den städtischen Agglomerationsräumen in Familien mit arbeitsmigrantischen Biografien? Wie entwickeln, verschieben, verfestigen sich solche Logiken über Generationen?

Hier wird deutlich, welchen Mehrwert die Argumentation von Alltagslogiken bringt: Durch die Analyse subjektiver situativer Beziehungsarbeit können Erkenntnisse gewonnen werden, die auf einer Metaebene kaum ersichtlich sind. Es gilt, das von den Akteur*innen gemachte situative In-Beziehung-Setzen von Wissen und Handeln in ihren unterschiedlichen Alltags in dessen Kontexten zu analysieren. Von Einzelfällen ausgehend, können – so wie ich dies im empirisch-analytischen Teil anhand meines Samples demonstriert habe – Verdichtungen von Alltagslogiken in unterschiedlichen sozialen Welten herausgearbeitet werden. Dadurch lassen sich Erkenntnisse nicht zuletzt darüber gewinnen, wie die Moralisierung des Konsums (und

anderer Felder) gesellschaftliche Verwerfungen erzeugt und an den kulturellen Gaps der Gegenwart mitwirkt.

Literatur

- Brenner, Andreas. 2012. „Die unerträgliche Schwere des Seins: Der ökologische Fußabdruck als religiöse Kategorie.“ *Paragrana. Internationale Zeitschrift für Historische Anthropologie* 21 (1): 251–259. <https://doi.org/10.1524/para.2012.0018>.
- Derwanz, Heike. 2015. „Die diskursive Konstruktion des ‚Weniger‘: Vom Voluntary Simplicity Movement zum Minimalismus.“ In *Knappheit, Mangel, Überfluss: Kulturwissenschaftliche Positionen zum Umgang mit begrenzten Ressourcen*, hrsg. von Markus Tauschek und Maria Grewe, 181–204. Frankfurt und New York: Campus.
- Eberle, Thomas S. 1984. *Sinnkonstitution in Alltag und Wissenschaft: der Beitrag der Phänomenologie an die Methodologie der Sozialwissenschaften* (Veröffentlichungen der Hochschule St. Gallen für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften: Schriftenreihe Kulturwissenschaft, 5). Bern: Haupt.
- Ege, Moritz. 2019. „Zwischen Aneignungseuphorie und Austeritätsethnografie: Wohin bewegt sich die (empirisch-)kulturwissenschaftliche & europäisch-ethnologische Konsumforschung?“ In *Konsumkultur. Eine Standortbestimmung*, hrsg. von Dirk Hohensträter und Stefan Krankenhagen, 77–102. Berlin: Kulturverlag Kadmos.
- Fenske, Michaela. 2017. „Wie das urbane Kreativmilieu mit Vergangenheit Zukunft (selbst-)macht.“ In *Diskurse und Praktiken des „Do it yourself“*, hrsg. von Nikola Langreiter und Klara Löffler, 221–243. Bielefeld: Transcript. <https://doi.org/10.1515/9783839433508-011>.
- Göttsch, Silke und Christel Köhle-Hezinger, Hrsg. 2001. *Komplexe Welt: Kulturelle Ordnungssysteme als Orientierung*. 33. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde in Jena 2001. Münster und New York: Waxmann.
- Götz, Irene. 2011. „Zur Konjunktur des Nationalen als polyvalenter Vergemeinschaftungsstrategie: Plädoyer für die Wiederentdeckung eines Forschungsfeldes in der Europäischen Ethnologie.“ *Zeitschrift für Volkskunde* 107 (2): 129–154.
- Grewe, Maria. 2017. *Teilen, Reparieren, Mülltauschen: Kulturelle Strategien im Umgang mit Knappheit und Überfluss*. Bielefeld: Transcript. <https://doi.org/10.1515/9783839438589>.
- Gruhn, Lara. 2019. „Ethik-Konsum: Empirische Annäherung auf drei analytischen Spuren.“ In *Wirtschaften: Kulturwissenschaftliche Perspektiven*, hrsg. von Karl Braun, Claus-Marco Dieterich, Johannes Moser und Christian Schönholz, 213–222. Marburg: MakuFEE.
- Gruhn, Lara. 2022. *Guter Konsum: Alltägliche Ethiken zwischen Wissen und Handeln*. Zürich: Chronos. <https://doi.org/10.33057/chronos.1670>.
- Hahn, Hans Peter. 2016. „Aneignung und Domestikation. Handlungsräume der Konsumenten und die Macht des Alltäglichen.“ In *Konsum und Kreativität*, hrsg. von Dirk Hohnsträter, 43–60. Bielefeld: Transcript. <https://doi.org/10.1515/9783839428658-003>.
- Hartmann, Andreas. 1996. „Der kulinarische Zirkel: Über den Sinn des Schmeckens.“ In *Volkskunde als Programm: Updates zur Jahrtausendwende*, hrsg. von Michael Simon und Hildegard Frieß-Reimann, 39–48. Münster und New York: Waxmann.

- Hastrup, Kirsten. 2004. „Getting it Right: Knowledge and Evidence in Anthropology.“ *Anthropological Theory* 4: 455–472. <https://doi.org/10.1177/1463499604047921>.
- Heimerdinger, Timo und Markus Tauschek. 2020. „Einführung: Kulturtheoretisch argumentieren.“ In *Kulturtheoretisch argumentieren*, hrsg. von dies., 7–31. Wien et al.: Böhlau. <https://doi.org/10.36198/978383854501>.
- Heimerdinger, Timo, Michael Simon und Natalie Voges. 2008. „Aporien des Alltags – Ratgeberliteratur und spätmoderne Ratlosigkeit.“ *Natur & Geist. Das Forschungsmagazin der Johannes Gutenberg-Universität Mainz* 24 (1): 13–16.
- Hengartner, Thomas. 2002. „Zur Ordnung von Raum und Zeit: Volkskundliche Anmerkungen.“ *Schweizerisches Archiv für Volkskunde* 98: 27–39.
- Hengartner, Thomas. 2014. „Konsum als kulturelle Praxis.“ *SuchtMagazin* 4: 17–19.
- Hinrichsen, Jan und Monique Scheer. 2019. *Forme[l]n des guten Lebens: Ethnografische Erkundungen alltäglicher Aushandlungen von Glück und Moral*. Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volkskunde.
- Hirschfelder, Gunther, Angelika Ploeger, Jana Rückert und John Gesa Schönberger, Hrsg. 2015. *Was der Mensch essen darf: Ökonomischer Zwang, ökologisches Gewissen und globale Konflikte*. Wiesbaden: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-01465-0>.
- Kant, Immanuel. 1999 [1784]. „Was ist Aufklärung?“ In *Ausgewählte kleine Schriften*, hrsg. von Horst D. Brandt, 20–27. Hamburg: Meiner. <https://doi.org/10.28937/978-3-7873-2115-5>.
- Kienpointner, Manfred. 1992. *Alltagslogik: Struktur und Funktion von Argumentationsmustern*. Stuttgart-Bad Cannstatt: Frommann-Holzboog.
- König, Gudrun M. 2009. *Konsumkultur: Inszenierte Warenwelt um 1900*. Wien et al.: Böhlau.
- König, Wolfgang. 2013. *Kleine Geschichte der Konsumgesellschaft: Konsum als Lebensform der Moderne*. Stuttgart: Franz Steiner. <https://doi.org/10.25162/9783515103701>.
- Löfgren, Orvar. 1994. „Consuming interests.“ In *Consumption and Identity*, hrsg. von Jonathan Friedman, 47–70. Chur: Harwood.
- Meyer, Silke. 2017. *Das verschuldete Selbst: Narrativer Umgang mit Privatinsolvenz*. Frankfurt a. M. und New York: Campus.
- Schütz, Alfred. 1972. *Gesammelte Aufsätze II: Studien zur soziologischen Theorie*, hrsg. von Arvid Brodersen. Den Haag: Martinus Nijhoff.
- Schütz, Alfred und Talcott Parsons. 1977. *Zur Theorie sozialen Handelns: Ein Briefwechsel*. Frankfurt a.M: Suhrkamp Taschenbuch.
- Tauschek, Markus. 2013. „Zur Kultur des Wettbewerbs: Eine Einführung. Kulturen des Wettbewerbs.“ In *Formationen kompetitiver Logiken*, hrsg. von ders., 7–36. Münster et al.: Waxmann Verlag.
- Tauschek, Markus. 2015. „Wissenschaft messen? Zur Ambivalenz von Hochschul-Rankings.“ *Zeitschrift für Kulturwissenschaften* 1: 51–63. <https://doi.org/10.14361/zfk-2015-0109>.
- Tauschek, Markus und Maria Grewe, Hrsg. 2015. *Knappheit, Mangel, Überfluss. Kulturwissenschaftliche Positionen zum Umgang mit begrenzten Ressourcen*. Frankfurt a. M. und New York: Campus.
- Tschofen, Bernhard. 2006. „Vom Alltag: Schicksale des Selbstverständlichen in der Europäischen Ethnologie.“ In *Alltagskulturen: Forschungen und Dokumentationen zu österreichischen Ethnologie*.

schen Alltagen, hrsg. von Olaf Bockhorn, Margot Schindler und Christin Stadelmann, 91–102. Wien: Selbstverlag des Vereins für Volkskunde.

Wirsching, Andreas. 2009. „Konsum statt Arbeit: Zum Wandel von Individualität in der modernen Massengesellschaft.“ *Vierteljahreshefte für Zeitgeschichte* 57 (2): 171–199. <https://doi.org/10.1524/vfzg.2009.0040>.

Quellenverzeichnis

Interview vom 21. 06. 2016 mit Daniela Lindner, Zürich.

Interview vom 22. 07. 2016 mit Amanda Ramseyer, Zürich.

Interview vom 07. 09. 2016 mit Martin Kunz, Zürich.

Interview vom 05. 01. 2017 mit Anna Kistler, Zürich.

Interview vom 08. 02. 2017 mit Claire Jäggi, Luzern.

Interview vom 17. 10. 2021 mit Ladina Buchli, Chur.

Interview vom 20. 10. 2021 mit Cassandra Lorenz, Tuggen.

Interview vom 21. 10. 2021 mit Hanna Müller, Solothurn.