

# Nachhaltigkeit und Konsum

**Sonnberger / Schuck**

**Zusammenfassung:** *Konsum ist nicht nur Ausdruck individueller Entscheidungen, sondern tief in soziale Bedeutungen, Statuslogiken und gesellschaftliche Infrastrukturen eingebettet. Symbolische Unterscheidungen, soziale Wettbewerbe, sowie pfadabhängige Infrastrukturen prägen Konsummuster und erschweren nachhaltige Veränderungen. Daher kann – soziologisch betrachtet – nachhaltiger Konsum nur durch umfassende strukturelle Transformationen gelingen, nicht durch Appelle an das individuelle Verhalten allein.*

## Einleitung

Unter Bedingungen globaler sozial-ökologischer Krisen tritt die Frage, wie nachhaltig bzw. nicht-nachhaltig wir konsumieren (sollen) immer stärker in den Fokus gesellschaftlicher Debatten. Die einen problematisieren übermäßigen Fleischkonsum, stetig zunehmende Flugreisen und autofixierte Formen der Lebensführung, die anderen reagieren mit Reaktanz („Jetzt erst recht!“) und der Betonung konsumtiver Freiheit. So werden auch politische Auseinandersetzungen um die Bezeichnung vegetarischer oder veganer Lebensmittel, die Schaffung autofreier Zonen in Städten oder die Einführung von vegetarischen Tagen in Kantinen zum Schauplatz eines Kulturkampfes. Die Soziologie kann in dieser Gemengelage passende Erklärungsangebote dafür liefern, warum Konsumpraktiken einerseits so schwer zu verändern sind und andererseits ihre Veränderung gesellschaftlich so umkämpft ist.

## Soziologische Perspektiven auf Konsum und Nachhaltigkeit

Moderne Gesellschaften werden oftmals als Konsumgesellschaften bezeichnet, da in diesen ein Großteil der Bevölkerung eine Menge an Gütern und Dienstleistungen konsumiert, die über die Befriedigung von Grundbedürfnissen hinausgeht (König 2008). Steigende Konsumniveaus bilden die Basis für kontinuierliches Wachstum im Kapitalismus und werden damit zu einer zentralen Institution kapitalistisch verfasster Wirtschaftssysteme (Schnaiberg 1980). Aus ökologischer Perspektive sind Konsumakte immer mit mehr oder minder großen Verbräuchen natürlicher Rohstoffe verbunden, da diese zur Herstellung entsprechender Güter und Bereitstellung entsprechender Dienstleistungen notwendig sind. Auch die Nutzung dieser ist letztendlich mit Verbräuchen und Emissionen verbunden (Fischer et al. 2011). So geht beispielsweise sowohl die Herstellung eines Autos als auch seine Nutzung mit Rohstoffverbräuchen und Emissionen einher.

Konsum bezeichnet in der Soziologie allerdings weit mehr als den Erwerb und Gebrauch materieller Güter bzw. die Inanspruchnahme von Dienstleistungen. Soziologisch ist Konsum nicht als individuelles Verhalten, sondern als gesellschaftlich geformte und symbolisch aufgeladene und eingebettete Aktivität zu betrachten. Konsum dient der Herstellung von Identitäten, der sozialen Grenzziehung, der Reproduktion sozialer Ordnung und ist wechselseitig mit Infrastrukturen verkettet.

## *Die symbolische Dimension des Konsums*

Wie insbesondere Thorstein Veblen (2007 [1899]) und Pierre Bourdieu (1982) gezeigt haben, dient Konsum bewusst oder unbewusst der sozialen Grenzziehung. Mit Konsumgütern machen Menschen Aussagen darüber, was ihre soziale Position in der Gesellschaft ist. Mit dem Konzept des „demonstrativen Konsums“ hat Veblen darauf hingewiesen, dass Menschen nicht nur konsumieren, um Bedürfnisse zu befriedigen, sondern auch, um Anerkennung zu erlangen. Im Wettbewerb um Status werden Güter genutzt, um Überlegenheit, Prestige und soziale Differenzierung sichtbar zu machen. Der Wunsch, „mit den anderen mitzuhalten“, führt dabei zu einem Statuswettbewerb und zu einem stetig steigenden Konsumniveau mit ökologisch und sozial fatalen Konsequenzen (Schor 1998; Jackson 2017).

Während Veblen konsumtiven Statuswettbewerb als Ausdruck einer auf sozialen Wettbewerb ausgerichteten menschlichen Natur betrachtete, arbeitete Pierre Bourdieu dagegen heraus, wie Geschmack als teilweise unbewusstes Mittel der sozialen Distinktion fungiert. Laut Bourdieu spiegeln individuelle Geschmackspräferenzen – d.h., ob jemand beispielsweise Opernmusik oder Schlager bevorzugt – die Position eines Individuums in der Sozialstruktur der Gesellschaft wider. So zeigt beispielsweise die Art und Weise, wie und was jemand isst, wo ihr bzw. sein Platz in der Gesellschaft ist: Du bist, was du isst. Konsumstile werden damit zum Kennzeichen von Milieuzugehörigkeit, wobei die Konsumstile gehobener sozialer Milieus den gesellschaftlich legitimen Geschmack vorgeben, was mit einer sozialen Abwertung der Konsumstile anderer sozialer Milieus einhergeht. So werden etwa auch nachhaltige Konsumformen wie die Präferenz für Biolebensmittel zum Distinktionsmarker (John et al. 2014), der ein Gefühl der sozialen Überlegenheit gegenüber nicht-nachhaltigen Konsumformen transportiert.

In ähnlicher Weise – jedoch ohne Referenz auf Bourdieu – hat die Kulturanthropologin Mary Douglas (1996 [1979]) herausgearbeitet, wie Konsumgüter

und konsumtive Praktiken mit Vorstellungen eines „richtigen“ und „guten“ Lebens verbunden sind. Güter strukturieren soziale und moralische Ordnungen, indem sie es Individuen erlauben, sich über den Akt des Konsums denjenigen sozialen Gruppe zuzuordnen, deren Werthaltungen sie teilen. Im Sinne Douglas' bringen Menschen damit mit ihren Konsumstilen kommunikativ zum Ausdruck, in welcher Art von Welt sie leben wollen. Dementsprechend betrachtet Douglas beispielsweise Überkonsum bzw. Konsumismus nicht als irrational oder Ausdruck der Ignoranz gegenüber ökologischen Krisen, sondern als Statement der Konsument\*innen für eine liberale Gesellschaft, in der alle Individuen frei nach Gusto konsumieren können sollen.

Während Bourdieu, Douglas und Veblen Konsum als Ausdruck gesellschaftlicher Ordnungen begreifen, versteht Zygmunt Bauman (2009, 2003) unterschiedliche Konsumstile als Versuche, Identitäten zu konstruieren und zu stabilisieren. In der „flüchtigen Moderne“, wie Bauman die gegenwärtige Epoche bezeichnet, sind Identitäten nicht mehr durch Geburt und Herkunft vollständig vorgegeben, sondern sie müssen „erarbeitet“ werden. Die eigene Identität wird zum Projekt. Vor diesem Hintergrund beschreibt Bauman Konsum als zentralen Orientierungsmodus einer flüchtigen Moderne, in der Stabilität und Langfristigkeit zugunsten von schneller Austauschbarkeit, Neuheitsorientierung und Flexibilisierung zurücktreten. Mit Hilfe von Konsumgütern schaffen Menschen ihre eigene Identität und bringen diese vor anderen zum Ausdruck.

Am deutlichsten kommt die symbolische Überformung von Konsum in Jean Baudrillards (2006 [1970]) Überlegungen zur Konsumgesellschaft zum Ausdruck. Laut ihm orientiert sich Konsum zunehmend am Zeichenwert von Gütern, der eine Differenz zu anderen Gütern markiert. So entstehen immer feinere Grenzziehungen zwischen unterschiedlichen Produkten: Sojajoghurt, Haferjoghurt, Mandeljoghurt, Kokosjoghurt, Kuhmilchjoghurt, Schafmilchjoghurt, Ziegenmilchjoghurt, Büffelmilchjoghurt, prebiotischer Joghurt, probiotischer Joghurt, glutenfreier Jo-

ghurt, laktosefreier Joghurt, aromatisierter Joghurt, Naturjoghurt, Vollfettjoghurt, fettarmer Joghurt, Magerjoghurt etc. Diese Multiplikation der Zeichen und der damit einhergehenden Grenzziehungen löst Produkte mehr und mehr von ihrem Gebrauchswert ab und dient vor dem Hintergrund einer kapitalistischen Steigerungslogik als stetiger Anreiz zu Mehrkonsum.

Wie dargelegt, wird die symbolische Dimension von Konsumgütern aus soziologischer Perspektive auf vielfältige Weise relevant. Zu betonen ist dabei, dass sich symbolische Bedeutungen wandeln und sich dadurch die Präferenz unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen für bestimmte Güter verändern kann. Konsumformen wandern somit zwischen sozialen Schichten und Milieus (Trigg 2001). Manche Konsumgüter bzw. -formen werden aufgewertet, indem sie von unteren sozialen Schichten in höhere diffundieren (z.B. die Jeanshose), andere dagegen verbreiten sich sozialstrukturell von oben durch die Gesellschaft (z.B. Skifahren). Oftmals entsteht auch ein zirkulierender Prozess, in dem neue Unterscheidungsmerkmale gesucht werden, sobald alte ihre exklusive Bedeutung verlieren. Auch nachhaltige Produkte sind hiervon nicht ausgenommen: Wenn diese massentauglich werden, verlieren sie oft ihren exklusiven Status. Eliten wenden sich neuen, noch „authentischeren“ oder rarerer Formen des nachhaltigen Konsums zu. Dies kann zu einer permanenten Suche nach „neuen“ nachhaltigen Distinktionsformen führen. Diese Mechanismen zeigen, dass auch nachhaltiger Konsum nicht nur ökologisch motiviert ist, sondern Teil eines dynamischen sozialen Wettbewerbs bleibt.

### *Die Infrastrukturierung von Konsum*

Aus soziologischer Perspektive sind Konsumformen nicht allein symbolisch bestimmt, sondern als das Ergebnis verschränkter Alltagspraktiken zu verstehen (Shove et al. 2012). So hängen spezifische Praktiken der Fortbewegung mit Praktiken der Erwerbsarbeit, der Freizeitgestaltung oder des Einkaufens

zusammen, sodass sich aus diesem Zusammenhang spezifische mobilitätsbedingte Verbrauchsmuster ergeben. Solche Konstellationen von Praktiken stellen die Basis für die routinisierte Bewerkstelligung von Alltag dar, die mit bestimmten Formen des Konsums von Gütern und Ressourcen einhergeht. In die entsprechenden Praktiken sind jeweils implizites Wissen hinsichtlich ihrer Ausführung (z.B., notwendigen Kompetenzen, um ein Auto steuern zu können), soziale Bedeutungen, die der Ausführung von Praktiken Sinn und Orientierung verleihen (z.B., Autofahren als Ausdruck von Freiheit und Flexibilität oder das Auto als Statussymbol), sowie materielle Artefakte eingelagert (z.B., das Auto an sich als materielle Grundlage der Praktik der Automobilität) (Leger 2024; Shove et al. 2012). Praktiken und Konstellationen von Praktiken sind darüber hinaus in vielen Fällen auch das Produkt infrastruktureller Prägung, da Praktiken und Infrastrukturen sich wechselseitig bedingen sind: Infrastrukturen ermöglichen und formen Praktiken, gleichzeitig stabilisieren und verändern Praktiken Infrastrukturen. Beide zusammen bestimmen die sozialen Bedingungen für nachhaltiges oder nicht-nachhaltiges Handeln (Kropp und Sonnberger 2025; Coutard und Shove 2024). Konsum ist dementsprechend nicht nur symbolisch, sondern auch materiell strukturiert. Infrastrukturen, wie beispielsweise Straßennetze und Siedlungsstrukturen, prägen Routinen. Wenn ein dichtes Straßennetz und große Supermärkte am Stadtrand dominieren, wird Autofahren zum Normalfall. Solche Infrastrukturen verteilen dabei auch Ressourcen und Belastungen sozial ungleich: etwa Energiepreise, Erreichbarkeit von Versorgungseinrichtungen oder Exposition gegenüber Umweltbelastungen. Aufgrund ihres rigiden und pfadabhängigen Charakters prägen Infrastrukturen Konsumformen über lange Zeithorizonte hinweg. Einmal gebaute Infrastrukturen (z. B. Fernwärmenetze oder Autobahnen) setzen langfristig Pfade fest, die schwer zu ändern sind (Kropp 2024). Konsumstile sind demnach auch immer eine Frage der gesellschaftlichen Arrangements. Konsumstile stabilisieren Infrastruktursysteme umgekehrt wiederum:

Fahren viele Menschen regelmäßig Auto, rechtfertigt dies politische Investitionen in Straßen, anstatt in Bahn oder ÖPNV. Alles in allem formen Infrastrukturen Konsum, indem sie bestimmte Praktiken nahelegen, andere verkomplizieren, und so Normalitäten prägen. Dominante Praktiken legitimieren aber auch die Fortführung und den Ausbau bestimmter Infrastruktursysteme. Nachhaltige Konsumformen können aus dieser infrastruktursoziologischen Perspektive nur entstehen, wenn sich sowohl Praktiken als auch Infrastrukturen verändern. Damit rückt die Soziologie den Fokus weg von individueller Verantwortung für nachhaltigen Konsum hin zu einer Betrachtung gesellschaftlicher Strukturen, Machtverhältnisse und kollektiver Entscheidungsprozesse.

## Zum Weiterdenken

Aus soziologischer Perspektive zeigt sich, dass der Zusammenhang zwischen Nachhaltigkeit und Konsum weit über individuelle Kaufentscheidungen hinausgeht. Konsum ist in modernen Gesellschaften eine zentrale soziale Praxis, die Identitäten formt, Zugehörigkeiten markiert, gesellschaftliche Ordnungen stabilisiert, und damit letztendlich auch Gesellschaft-Natur-Beziehungen strukturiert. Konsummuster und damit verbundene Produktionsweisen bestimmen den Grad der Umweltzerstörung menschlicher Gemeinschaften sowie die sozialen Bedingungen, unter denen diese Umweltzerstörung stattfindet (z.B., prekäre Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie oder beim Abbau von Rohstoffen). Aus soziologischer Perspektive ist es jedoch wenig verwunderlich, dass nachhaltiger Konsum trotz weit verbreiteter ökologischer und sozialer Problemwahrnehmung nur begrenzt gelingt: Konsummuster werden in modernen Gesellschaften nicht nur durch funktionale Bedürfnisse strukturiert, sondern auch durch symbolische Bedeutungen, sowie durch die Einbettung in Infrastruktursysteme. Eine nachhaltigere Gestaltung von Konsum muss dementsprechend multifaktoriell ansetzen, indem Alltagspraktiken, die darin eingelagerten symbolischen Bedeutungen, sowie

die Infrastrukturen durch die sie ermöglicht (aber auch begrenzt) werden, transformiert werden können. Aufgrund dieser Komplexität erscheinen auch Vorstellungen naiv, dass man mit Appellen an Konsument\*innen, nachhaltiger zu konsumieren, einen Wandel in Richtung Nachhaltigkeit erreichen könne. Letztendlich bedeuten diese eine ungerechtfertigte Verantwortungszuschreibung an die einzelnen Individuen für ein Problem, das systemischer, und damit auch politischer, Lösungen bedarf. Überlegungen zu Konsumkorridoren erscheinen dabei als eine mögliche Gestaltungsperspektive (Fuchs et al. 2021).

## Zum Weiterlesen

- Jackson, T. (2017): *Prosperity without growth. Foundations for the economy of tomorrow*. London. New York: Routledge.
- König, W. (2008): *Kleine Geschichte der Konsumgesellschaft. Konsum als Lebensform der Moderne*. Stuttgart: Franz Steiner.
- Schor, J.B. (1998): *The overspent American. Why we want what we don't need*. New York, NY: Harper Perennial.

## Literaturverzeichnis

- Baudrillard, J. (2006 [1970]): *The Consumer Society. Myths & Structures*. London: Sage.
- Bauman, Z. (2003): *Flüchtige Moderne*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bauman, Z. (2009): *Leben als Konsum*. Hamburg: Hamburger Edition.
- Bourdieu, P. (1982): *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Coutard, O./Shove, E. (2024): *Infrastructures, practices and the materiality of daily life: revisiting urban metabolism*. In: Coutard, O./Florentin, D. [Hrsg.]: *Handbook of infrastructures and cities*. Cheltenham, Northampton: Edward Elgar Publishing, S. 212–224.
- Douglas, M./Isherwood, B. (1996 [1979]): *The world of*

- goods. Towards an anthropology of consumption. London: Routledge.
- Fischer, D./Michelsen, G./Blättel-Mink, B./Di Giulio, A. (2011): Nachhaltiger Konsum: Wie lässt sich Nachhaltigkeit im Konsum beurteilen? In: Defila, R./Di Giulio, A./Kaufmann-Hayoz, R. [Hrsg.]: *Wesen und Wege nachhaltigen Konsums. Ergebnisse aus dem Themenschwerpunkt „Vom Wissen zum Handeln - Neue Wege zum nachhaltigen Konsum“*. München: oekom, S. 73–88.
- Fuchs, D./Sahakian, M./Gumbert, T./Di Giulio, A./Maniates, M./Lorek, S./Graf, A. (2021): *Consumption Corridors*. New York: Routledge.
- Jackson, T. (2017): *Prosperity without growth. Foundations for the economy of tomorrow*. 2. Auflage. London, New York: Routledge.
- John, R./Bormann, I./Rückert-John, J. (2014): *Repräsentativumfrage zu Umweltbewusstsein und Umweltverhalten im Jahr 2012 einschließlich sozialwissenschaftlicher Analysen*. Dessau-Roßlau: Umweltbundesamt. Online: [https://www.umweltbundesamt.de/system/files/medien/378/publikationen/texte\\_78\\_2014\\_repraesentativumfrage.pdf](https://www.umweltbundesamt.de/system/files/medien/378/publikationen/texte_78_2014_repraesentativumfrage.pdf) [Zugriff: 09.02.2026].
- König, W. (2008): *Kleine Geschichte der Konsumgesellschaft. Konsum als Lebensform der Moderne*. Stuttgart: Franz Steiner.
- Kropp, C. (2024): *Infrastrukturen – Hebel der sozial-ökologischen Transformation*. In: Sonnberger, M./Bleicher A./Groß, M. [Hrsg.]: *Handbuch Umweltsoziologie*. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 445–460.
- Kropp, C./Sonnberger, M. (2025): *Verkehrstechnik und Gesellschaft: Verschränkungen von technischen und sozialen Entwicklungen*. In: Schwedes, O./Rammert, A./Stark, K. [Hrsg.]: *Handbuch Verkehrspolitik*. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Leger, M. (2024): *Praxistheorie*. In: Sonnberger, M./Bleicher, A./Sonnberger, M. [Hrsg.]: *Handbuch Umweltsoziologie*. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 49–62.
- Schnaiberg, A. (1980): *The environment. From surplus to scarcity*. New York, NY: Oxford University Press.
- Schor, J.B. (1998): *The overspent American. Why we want what we don't need*. New York, NY: Harper Perennial.
- Shove, E./Pantzar, M./Watson, M. (2012): *The dynamics of social practice. Everyday life and how it changes*. Los Angeles: Sage.
- Trigg, A.B. (2001): *Veblen, Bourdieu, and Conspicuous Consumption*. In: *Journal of Economic Issues*, 35. Jg., Heft 1, S. 99–115.
- Veblen, T. (2007 [1899]): *The Theory of the Leisure Class*. Oxford: Oxford University Press.

## **Autor\*innen:**

**Marco Sonnberger** ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Technik- und Umweltsoziologie der Universität Stuttgart sowie Sprecher des Forschungsbereichs Nachhaltigkeit und Transformation am Zentrum für interdisziplinäre Risiko und Innovationsforschung der Universität Stuttgart (ZIRIUS). Zu seinen Arbeitsschwerpunkten zählt die Erforschung sozial-ökologischer Transformationsprozesse in den Feldern Energie und Mobilität, nachhaltiger Konsum, Risikosoziologie, Umweltsoziologie, Science and Technology Studies und Transdisziplinarität.  
[marco.sonnberger@sowi.uni-stuttgart.de](mailto:marco.sonnberger@sowi.uni-stuttgart.de)

**Dirk Schuck** ist wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Erfurt im Sonderforschungsbereich "Strukturwandel des Eigentums". Seine Forschungsschwerpunkte liegen in der Sozialanthropologie des Konsums, der Genealogie freierheitlicher Regierungstechniken, der Geschichte von psychosozialen Entwicklungs- und Internalisierungsmodellen, der Kulturgeschichte des Kapitalismus, sowie in globalen und ökologischen Ansätzen der Wissensgeschichte und politischen Ideengeschichte.  
[dirk.schuck@uni-erfurt.de](mailto:dirk.schuck@uni-erfurt.de)

## **Impressum**

Soziologie und Nachhaltigkeit  
Beiträge zur sozial-ökologischen Transformationsforschung

ISSN 2364-1282

SuN-Blog DOI: 10.17879/sun-2026-9449  
Editorial Review

Lizenz CC-BY 4.0 ([www.creativecommons.org/licenses/by/4.0](http://www.creativecommons.org/licenses/by/4.0))

Herausgeber\*innen: Matthias Grundmann, Anna Henkel, Melanie Jaeger-Erben, Bernd Sommer, Björn Wendt

Redaktion: Klara Brachmann, Niklas Haarbush, Andreas Huber, Jakob Kreß, Carsten Ohlrogge, Marcel Sebastian

Layout/Satz: Samanta Kaczykowski

Anschrift: Universität Münster, Institut für Soziologie  
Scharnhorststraße 121, 48151 Münster  
Telefon: (0251) 83-25440  
E-Mail: [sun.redaktion@uni-muenster.de](mailto:sun.redaktion@uni-muenster.de)  
Website: [www.sun-journal.org](http://www.sun-journal.org)

Gefördert durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) - Projektnummer 490954504