

EBERHARD-KARLS-UNIVERSITÄT TÜBINGEN
FAKULTÄT FÜR SOZIAL- UND VERHALTENSWISSENSCHAFTEN
INSTITUT FÜR SOZIOLOGIE

Lebensstile in West- und Ostdeutschland

Ein Vergleich der unterschiedlichen Lebensführungsmuster
und ihrer sozialstrukturellen Verankerung

Vorgelegt von:

Sibylle Schade
sibylle.schade@gmail.com

Stuttgart, im Juni 2007

INHALT

Inhalt.....	I
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis.....	V
0. Einleitung.....	1
I. Problemstellung und theoretische/konzeptuelle Grundlagen.....	6
1. Materielle Lebensbedingungen und sozialer Wandel in West-, Ost- und Gesamtdeutschland.....	6
2. Die kontroverse Diskussion über die Sozialstruktur der Bundesrepublik Deutschland.....	10
3. Gesellschaftsmodelle in der Sozialstrukturforschung.....	13
3.1 Klassen und soziale Schichten.....	13
3.2 Soziale Lagen und Milieus.....	14
3.3 Zur Bedeutung und Definition des „Lebensstilkonzepts“	15
4. Konsum und Gesellschaft.....	18
5. Die soziokulturelle Klassentheorie Pierre Bourdieus.....	21
5.1 Das Habituskonzept.....	21

5.2	Die drei Kapitalsorten – ökonomisches, soziales und kulturelles Kapital – und ihre Umwandlung.....	23
5.3	Klassenlage und Klassenstellung.....	27
5.4	Geschmacks-Dimensionen und Lebensstile.....	29
5.4.1	Doxa, Orthodoxie und Heterodoxie.....	29
5.4.2	Geschmack und ästhetische Kompetenz.....	32
5.5	Zusammenfassung der soziokulturellen Klassentheorie Pierre Bourdieus.....	36
6.	Soziale Lagen und soziale Milieus.....	39
6.1	Gerhard Schulze – „Die Erlebnisgesellschaft“	39
6.2	Die Sinus-Milieus in West- und Ostdeutschland.....	45
6.3	Die agis-Milieus in West- und Ostdeutschland.....	49
7.	Lebensstilmodelle – Sozialstrukturanalyse jenseits von Schicht und Klasse.....	54
7.1	Gunnar Otte – Konzept einer Lebensführungstypologie.....	54
7.2	Annette Spellerberg – Lebensstile und soziale Ungleichheit in West- und Ostdeutschland.....	58
7.3	Anke Wahl – Lebensstilanalyse im Kontext zeitlicher Veränderungen.....	68
8.	Schlussfolgerung aus den behandelten Ansätzen für die eigene empirische Analyse – die Hypothesen.....	75

II.	Empirische Analyse - Lebensstile in West- und Ostdeutschland Anfang des 21. Jahrhunderts.....	77
9.	Die Datenbasis.....	77
10.	Operationalisierung des Lebensstilkonzepts.....	79
10.1	Die Haushaltsausstattung.....	80
10.2	Die audiovisuelle Ausstattung der Haushalte.....	81
10.3	Das Freizeitverhalten.....	81
11.	Die Lebensstiltypologie.....	85
11.1	Die Lebensstiltypen - Westdeutschland.....	86
11.1.1	Der Kulturell-Intellektuelle Typ.....	86
11.1.2	Der Expressive-Anspruchs-Typ.....	89
11.1.3	Der Unterhaltungs-Konsumorientierte Typ.....	92
11.1.4	Der Heimzentrierte-Versorger Typ.....	94
11.1.5	Der Introvertierte Typ.....	97
11.2	Die Lebensstiltypen - Ostdeutschland.....	99
11.2.1	Der Kulturell-Intellektuelle Typ.....	99
11.2.2	Der Aktiv-Vielseitige Typ.....	102
11.2.3	Der Popkulturelle-Unterhaltungs-Typ.....	105
11.2.4	Der Traditionelle-Harmonie Typ.....	108
11.2.5	Der Introvertierte Typ.....	110

12.	Ein Vergleich der west- und ostdeutschen Lebensstillandschaft.....	113
13.	Ein Vergleich der empirischen Ergebnisse mit den behandelten Ansätzen.....	116
14.	Einflusswirkungen auf die Konstitution gesellschaftlicher Gruppen.....	123
14.1	Sozialstruktur und Lebensstile – vertikale und horizontale Bestimmungsfaktoren.....	126
14.2	Vertikale und horizontale Differenzierungserscheinungen im Ost-West-Vergleich.....	131
III.	Zusammenfassung und Schlussfolgerungen.....	135
IV.	Anhang.....	141
16.	Anhang I: Methodisch-statistische Bemerkungen.....	141
16.1	Die Faktorenanalyse.....	141
16.2	Die Clusteranalyse.....	143
16.3	Die multinomiale logistische Regression.....	145
17.	Anhang II: Tabellen.....	150
18.	Literatur.....	177

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildungen

Abb. 1:	Lebensführungstypologien bei Otte.....	56
Abb. 2:	Operationalisierung des Lebensstilkonzepts – die lebensstilindizierenden Variablen.....	84
Abb. 3:	Metaanalyse ausgewählter Milieu- und Lebensstilansätze mit den Ergebnissen dieser Untersuchung für Westdeutschland.....	121
Abb. 4:	Metaanalyse ausgewählter Milieu- und Lebensstilansätze mit den Ergebnissen dieser Untersuchung für Ostdeutschland.....	122
Abb. 5:	Verortung der Lebensstiltypen nach den sozioökonomischen Merkmalen Bildung und Einkommen im sozialen Raum.....	127
Abb. 6:	Lebensstillandschaft in Westdeutschland im Jahr 2000: Vertikales Strukturmerkmal <i>Bildung</i> und soziodemographisches Merkmal <i>Alter</i>	134
Abb. 7:	Lebensstillandschaft in Ostdeutschland im Jahr 2000: Vertikales Strukturmerkmal <i>Bildung</i> und soziodemographisches Merkmal <i>Alter</i>	134

Tabellen

17.1	Haushaltsausstattung und audiovisuelle Ausstattung westdeutscher Haushalte – Deskriptive Statistiken.....	150
17.2	Haushaltsausstattung und audiovisuelle Ausstattung ostdeutscher Haushalte – Deskriptive Statistiken.....	150
17.3	Haushaltsausstattung westdeutscher Haushalte – Deskriptive Statistiken.....	151
17.4	Haushaltsausstattung ostdeutscher Haushalte – Deskriptive Statistiken.....	151
17.5	Audiovisuelle Haushaltsausstattung westdeutscher Haushalte – Deskriptive Statistiken.....	152
17.6	Audiovisuelle Haushaltsausstattung ostdeutscher Haushalte – Deskriptive Statistiken.....	153
17.7	Ausübungshäufigkeit verschiedener Freizeitaktivitäten in Westdeutschland – Deskriptive Statistiken.....	154

17.8	Ausübungshäufigkeit verschiedener Freizeitaktivitäten in Ostdeutschland – Deskriptive Statistiken.....	155
17.9	Haushaltsausstattung der westdeutschen Haushalte nach Lebensstiltypen (Besitz in Prozent, gerundet).....	156
17.10	Haushaltsausstattung der ostdeutschen Haushalte nach Lebensstiltypen (Besitz in Prozent, gerundet).....	157
17.11	Audiovisuelle Ausstattung der westdeutschen Haushalte (Besitz in Prozent, gerundet).....	158
17.12	Audiovisuelle Ausstattung der ostdeutschen Haushalte (Besitz in Prozent, gerundet).....	159
17.13	Ausübungshäufigkeit der Freizeitaktivitäten in Westdeutschland nach Lebensstiltypen.....	160
17.14	Ausübungshäufigkeit der Freizeitaktivitäten in Ostdeutschland nach Lebensstiltypen.....	161
17.15	Persönliche Nutzung von Internet oder Online-Diensten in Westdeutschland (Anteil in Prozent, gerundet).....	162
17.16	Ferienreiseverhalten in Westdeutschland (Anteil in Prozent, gerundet).....	162
17.17	Persönliche Nutzung von Internet oder Online-Diensten in Ostdeutschland (Anteil in Prozent, gerundet).....	162
17.18	Ferienreiseverhalten in Ostdeutschland (Anteil in Prozent, gerundet)..	162
17.19	Dimensionen des Freizeitverhaltens in Westdeutschland (Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation).....	163
17.20	Lebensstilitems in Westdeutschland: Mittelwerte und Standardabweichung der Lebensstiltypen.....	164
17.21	Sozialstrukturelle und sonstige Merkmale der Lebensstiltypen in Westdeutschland (wenn nicht anders angegeben: Anteile in Prozent, gerundet).....	165
17.22	Dimensionen des Freizeitverhaltens in Ostdeutschland (Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation).....	166
17.23	Lebensstilitems in Ostdeutschland: Mittelwerte und Standardabweichung der Lebensstiltypen.....	167

17.24	Sozialstrukturelle und Sonstige Merkmale der Lebensstiltypen in Ostdeutschland (wenn nicht anders angegeben: Anteile in Prozent, gerundet).....	168
17.25	Kulturell-Intellektueller Typ versus Heimzentrierter-Versorger Typ.....	169
17.26	Expressiver-Anspruchs-Typ versus Heimzentrierter-Versorger Typ.....	170
17.27	Unterhaltungs-Konsumorientierter Typ versus Heimzentrierter-Versorger Typ.....	171
17.28	Introvertierter Typ versus Heimzentrierter-Versorger Typ.....	172
17.29	Kulturell-Intellektueller Typ versus Traditioneller-Harmonie Typ.....	173
17.30	Aktiv-Vielseitiger Typ versus Traditioneller-Harmonie Typ.....	174
17.31	Popkultureller-Unterhaltungs-Typ versus Traditioneller-Harmonie Typ.....	175
17.32	Introvertierter Typ versus Traditioneller-Harmonie Typ.....	176

0. Einleitung

In den letzten beiden Jahrzehnten wurde die theoretische Diskussion über Sozialstrukturanalyse stark durch die Frage nach der Entstrukturierung der Gesellschaft, der Auflösung der Klassen- und Schichten, der Pluralisierung von Lebensstilen und der Individualisierung von Lebensläufen, im Zuge der Modernisierung der Gesellschaft geprägt (vgl. Geißler 2004: 75; Rössel 2004: 95; Wahl 2006: 1; Otte 2005: 442; Meyer 2001: 255; Hradil 2001: 273). Die Kontroverse besteht im Wesentlichen zwischen zwei Standpunkten: Auf der einen Seite stehen die Vertreter des „vertikalen Strukturparadigmas“ und auf der anderen Seite die Vertreter der „kulturalistischen Position“. Die ersteren sind der Auffassung, dass die ökonomischen Merkmale, also die „objektiven Lagebedingungen“ der Individuen, als bestimmend für deren „subjektive Lebensweise“ erachtet werden müssen. Die Gesellschaft ist ihrer Meinung nach weiterhin in Klassen bzw. Schichten zu gliedern. Bildung, die berufliche Stellung und das Einkommen sind entscheidend für die soziale Lage der Individuen, konstatieren Geißler (2004: 75), Meyer (2001: 255) und Vester (2001: 136). Die Vertreter der zweiten Position hingegen sind der Auffassung, dass sich die Klassen und Schichten auflösen oder bereits aufgelöst haben. Die ökonomischen Merkmale spielen bei der Herausbildung von „subjektiven Lebensweisen“ kaum noch eine Rolle. Vielmehr können die Individuen durch die stetige Wohlstandssteigerung ihre Lebensweise frei wählen, so etwa Beck (1986) und Schulze (2000).

Seit einige Untersuchungen versucht haben, sich der Diskussion um „Entstrukturierung“ und „Strukturiertheit“ der Gesellschaft mittels empirischer Analyse zu nähern, wird immer deutlicher, dass sowohl vertikale als auch horizontale Differenzierungsmerkmale Einfluss auf die Herausbildung von Lebensstilen haben (Konietzka 1995; Spellerberg 1996; Wahl 1997, 2003; Georg 1998; Hartmann 1999; Risel 2005). Die Untersuchungen zeigen, dass sowohl sozioökonomische Merkmale (Bildung, Beruf, Einkommen) und soziodemographische Merkmale (Alter, Geschlecht, Wohnsituation) bei der Lebensstilwahl determinierend sind.

In meiner Arbeit möchte ich mittels einer repräsentativen Sekundäranalyse der Frage nachgehen, welche Lebensstilgruppen/-typen sich für West- und Ostdeutschland im Jahr 2000 eruieren lassen und wie sich das Einflusswirken der sozioökonomischen und soziokulturellen Merkmale – der sozialstrukturellen Merkmale – darstellt. Meist fand in die Lebensstilforschung ausschließlich Westdeutschland Eingang, mit Ausnahme der empirischen Analyse von Annette Spellerberg (1996). Daher sehe ich hier noch gewisse Defizite, mit denen ich mich in dieser Arbeit auseinandersetzen werden. Der Ost-West-Vergleich, im Hinblick auf die Lebensstiltypologien als auch auf die sozialstrukturellen Einflussfaktoren bei deren Konstitution, ermöglicht einerseits eine Bestandsaufnahme als auch einen Ausblick auf mögliche Entwicklungstendenzen im Zuge der Wiedervereinigung. Die empirischen Ergebnisse der Arbeit werden verglichen und in ausgewählte Forschungsansätze zur Analyse der Sozialstruktur verortet. Die Forschungsfragen, welche dieser Arbeit zu Grunde liegen, lassen sich dann wie folgt konkretisieren:

1. Welche Lebensstiltypen lassen sich für die west- und ostdeutsche Gesellschaft im Jahre 2000 eruieren und wo lassen diese sich in die bisherigen Milieu- und Lebensstilansätze/-forschung verorten?
2. Welche Einflussfaktoren lassen sich bei der Herausbildung bzw. „Wahl“ eines Lebensstils erkennen und benennen? Wie stark sind die Einflusswirkungen sozialstruktureller Merkmale auf die Konstitution eines Lebensstils und welche Bedeutung muss in diesem Zusammenhang, den sozioökonomischen Merkmalen als „objektive“ Lagebedingungen (noch) eingeräumt werden?
3. Welche Erkenntnisse liefert ein Vergleich der Sozialstruktur der west- und ostdeutschen Gesellschaft bezüglich der Lebensstiltypen und ihrer sozialstrukturellen Determinanten?

Zielsetzung der Arbeit ist, einen Beitrag zur Analyse der Sozialstruktur zu leisten und – unter Berücksichtigung und Einbeziehung der bisherigen Standpunkte und Forschungsergebnisse – angemessene Aussagen über den Einfluss sozialstruktureller

Merkmale der Individuen auf die Konstitution von Lebensstilen in West- und Ostdeutschland zu machen und Klarheit in die immer noch bestehende Kontroverse zwischen vertikaler und horizontaler Differenzierung zu bringen.

Die eben benannten Forschungsfragen geben die grobe Gliederung der Arbeit vor, die sich im Einzelnen wie folgt darstellt:

Die Arbeit gliedert sich in zwei Teile, wobei der erste Teil die theoretische/konzeptuelle Grundlage für den zweiten, den empirischen Teil der Arbeit, bilden wird.

Kapitel 1 beschreibt die materiellen Lebensbedingungen und den sozialen Wandel in West- und Ostdeutschland. Diese allgemeine Darstellung der gesellschaftlichen Bedingungen ist grundlegend, um die Unterschiede bei der Herausbildung der Lebensstile im Westen und Osten der Republik nachzuvollziehen und zu interpretieren. In *Kapitel 2* wird die Kontroverse in der Sozialstrukturanalyse in der Bundesrepublik Deutschland nachgezeichnet, um einen Überblick über den Verlauf und den bisherigen Stand der Diskussion, zwischen den Vertretern des *vertikalen Strukturparadigmas* und den Vertretern der *kulturalistischen Position*, zu geben. In *Kapitel 3* wird ein Überblick über die verschiedenen Gesellschaftsmodelle *Klassen und soziale Schichtung, soziale Lagen und soziale Milieus* und das *Lebensstilkonzept* geliefert, ohne bereits auf spezifische Ansätze oder Theorien einzugehen.

Kapitel 4 wird den Zusammenhang von Konsum und Gesellschaft beleuchtet, um bereits zum Lebensstilkonzept hinzuführen. Im Lebensstilkonzept spielt der Konsum eine zentrale Rolle bei der Erfassung subjektiver Lebensweisen.

Kapitel 5 stellt Pierre Bourdieus klassentheoretischen Ansatz dar und erläutert den Zusammenhang zwischen Sozialstruktur und Lebensstilen. Bourdieus Untersuchungen ergaben, dass ein Lebensstil keinesfalls frei wählbar, sondern durch die sozioökonomischen Bedingungen, die Klassenzugehörigkeit, vorgegeben ist. Aus Bourdieus Werk wird das Habituskonzept, die Kapitalsorten, sowie die daraus folgende Klassenlage und -stellung beleuchtet um auf die mit diesen verbundenen Geschmacksdimensionen und Lebensstile der Individuen hinzuführen.

Die in *Kapitel 6* ausgewählten Konzepte der sozialen Lagen und sozialen Milieus sehen die sozioökonomischen Bedingungen nicht als deterministisch bei der Her-

ausbildung einer Lebensweise an. Vielmehr werden hier soziokulturelle Faktoren als ebenso entscheidend oder sogar entscheidender erachtet. Es werden drei ausgewählte empirische Milieuansätze nachgezeichnet: Gerhard Schulzes umfangreiche Untersuchung zur „Erlebnisgesellschaft“ (1992), die Sinus-Milieus (2000) und die agis-Milieus, welche die Arbeitsgemeinschaft Interdisziplinäre Sozialforschung (agis) eruiieren konnte (2000). Die Sinus- und agis-Milieus werden sowohl für den Westen als auch für den Osten der Bundesrepublik vorgestellt.

Nach der soziokulturellen Klassentheorie einerseits und dem soziokulturellen Modell der Milieus andererseits wird *Kapitel 7* anhand dreier ausgewählter Lebensstilkonzepte zeigen, dass sowohl objektive als auch subjektive Faktoren die Lebensweisen der Individuen beeinflussen. Gunnar Ottes Modell der Lebensführungstypen (2004) gibt a priori, abgeleitet aus der bisherigen Lebensstilforschung, Lebensführungstypen vor, die er dann mittels einer empirischen Untersuchung nachprüft. Annette Spellerberg (1996) ermittelte sowohl für West- als auch für Ostdeutschland Lebensstiltypen und bietet daher für meine Untersuchung eine interessante Vergleichsmöglichkeit. Anke Wahls Untersuchungen (1997; 2003) basieren auf aufwendigen empirischen Analysen und zeigen die Veränderung von Lebensstilen im zeitlichen Kontext auf.

Nachdem die vorangegangenen Kapitel einen Überblick über ausgewählte Konzepte der Sozialstrukturforschung gegeben haben, werden in *Kapitel 8* daraus Schlussfolgerungen inhaltlicher und statistisch-methodischer Art für die eigene empirische Untersuchung gezogen und Hypothesen formuliert.

Der zweite Teil der Arbeit besteht aus der empirischen Sekundäranalyse. In *Kapitel 9* wird die Datenbasis der Untersuchung erläutert. Es handelt sich um die Media-Analyse des Jahres 2000. Die Media-Analyse ist eine jährlich stattfindende repräsentative Bevölkerungsumfrage in der Bundesrepublik, bei der rund 50.000 Erwachsene ab 14 Jahren zu ihrem Mediennutzungs-, Konsum- und Freizeitverhalten befragt und Daten zu den soziodemographischen Merkmalen erfasst werden. In *Kapitel 10* findet die Operationalisierung des Lebensstilkonzeptes statt. Es werden die lebensstilindizierenden Variablen, die Haushaltsausstattung, die audiovisuelle Ausstattung der Haushalte sowie das Freizeitverhalten konzipiert. Mittels des Dimen-

sionen reduzierenden Verfahrens der Faktorenanalyse werden einzelne Variablen zum Freizeitverhalten (12) in vier Freizeitdimensionen zusammengefasst. Das Verfahren der Clusteranalyse findet Anwendung, um auf Basis der lebensstilindizierenden Variablen zur Haushaltsausstattung, audiovisuellen Ausstattung der Haushalte sowie der Freizeitdimensionen, jeweils fünf Lebensstiltypen zu eruieren, getrennt für West- und Ostdeutschland. In *Kapitel 11* werden diese fünf Lebensstile bezüglich ihrer sozialstrukturellen und sonstigen Merkmale sowie lebensstilindizierenden Verhaltensmustern beschrieben. Ein Vergleich der Lebensstillandschaften West- und Ostdeutschlands wird in *Kapitel 12* vorgenommen. In *Kapitel 13* werden die eruierten Lebensstiltypen der Media-Analyse mit den vorgestellten Lebensstil- und Milieuansätzen verglichen: Bestehen Lebensweisen über Jahre hinweg konstant? Eine multinomiale logistische Regressionsanalyse soll klären, welche Einflussgrößen und -wirkungen bei der Konstitution von Lebensstilen eine Rolle spielen und welche Bedeutung den vertikalen und horizontalen Differenzierungsfaktoren zukommen. Die Ergebnisse dieser Untersuchung werden in *Kapitel 14* dargestellt und erläutert. Auch nach diesem Teil der Analyse wird ein Ost-West-Vergleich, unter Bezugnahme auf Kapitel 1, Aufschluss über Unterschiede, Gemeinsamkeiten und Besonderheiten in West- und Ostdeutschland geben.

Eine Zusammenfassung der zentralen Aspekte und Ergebnisse der Arbeit sowie eine abschließende Betrachtung, erfolgt in *Kapitel III*.

Im *Anhang* der Arbeit, der aus zwei Teilen besteht, werden die in dieser Untersuchung durchgeführten statistischen Verfahren, Faktoren-, Cluster- und multinomiale logistische Regressionsanalyse, näher erläutert. Auch finden sich im Anhang die Tabellen, auf die in der Arbeit verwiesen wird.

11. Problemstellung und theoretische/ konzeptuelle Grundlagen

1. Materielle Lebensbedingungen und sozialer Wandel in West-, Ost- und Gesamtdeutschland

Obwohl seit der deutschen Wiedervereinigung bereits mehr als eineinhalb Jahrzehnte vergangen sind, müssen immer noch Disparitäten zwischen den alten und den neuen Bundesländern verzeichnet werden. Dem Ost-West-Vergleich muss daher weiter eine besondere Betrachtung und Beobachtung in der Sozialstrukturforschung zukommen (vgl. Habich/Noll 2005: 451).

Nach der Wiedervereinigung eröffnete sich den Ostdeutschen eine neue Fülle an Wahlmöglichkeiten. Nach der Wende kam in Ostdeutschland ein Individualisierungsschub in Gang, der in Folge des riesigen neuen Konsum- und Freizeitangebots, der Bewegungsfreiheit und den schwindenden Reglementierungen durch den Staat ausgelöst wurde. Auch Unsicherheiten und Risiken entstanden durch die Wiedervereinigung. Die unterschiedliche historische Entwicklung der beiden deutschen Staaten nach dem Zweiten Weltkrieg prägte die Gesellschaft in der Zeit bis zur Wiedervereinigung in vielen Bereichen.

Zum Zeitpunkt der Wiedervereinigung Deutschlands konnten die politischen, sozialen, kulturellen und ökonomischen Strukturen der Industriegesellschaften der beiden deutschen Staaten unterschiedlicher kaum sein (vgl. Schäfers 2001: 246). Diese Strukturunterschiede bestehen teilweise bis heute.

Die Untersuchung der Sozialstruktur der Bundesrepublik Deutschland in West- und Ostdeutschland zu trennen ist daher sinnvoll, um Ursachen und Entwicklungen adäquat einschätzen zu können.

Nach dem Zweiten Weltkriegs entwickelten sich die materiellen Lebensbedingungen in der BRD und der DDR höchst unterschiedlich. In der BRD begann ein Wirtschaftsaufschwung, während die DDR enorme Reparationszahlungen zu leisten hat-

te, die um das Sechzigfache über den westdeutschen Pro-Kopf-Zahlungen lagen (vgl. Geißler 2004: 14). Doch nicht nur die Reparationen waren ein Hemmnis in der weiteren Entwicklung. Hinzu kamen die Abwanderung der gut ausgebildeten Arbeiter und die Einbindung in den Rat für Gegenseitige Wirtschaftshilfe (RGW); die Folge war, dass hochwertige Produkte (Schiffbau, Elektronik, chemische Erzeugnisse, Konsumgüter usw.) zu „Dumping-Preisen“ in den Ostblock geliefert wurden (vgl. Voigt 2001: 250). Während sich in der Bundesrepublik eine regelrechte Wohlstandsexplosion vollzog, geriet die DDR immer stärker ins Hintertreffen.

Die Regierung der DDR verfolgte das Ziel, die materiellen Lebensbedingungen auf immer höherem Niveau über alle Schichten anzugleichen. Die Nivellierung von Lohnunterschieden hatte zur Folge, dass die Arbeiter und Genossenschaftsbauern besser, während Selbstständige, Rentner und Angestellte durch die Annäherungspolitik schlechter gestellt wurden (vgl. Geißler 2004: 85; Spellerberg 1996: 31). Der Anreiz stimmte für die arbeitende Bevölkerung nicht mehr. So wurden mit mittlerer Leistung niedrige aber sichere Ziele erreicht.

Durch den Beitritt in den RGW wurde die DDR von den westlichen Zulieferern und Absatzmärkten abgeschnitten und musste infolgedessen mit Partnern im Osten handeln, die auf niedrigerem technischem und wirtschaftlichem Niveau lagen (vgl. Geißler 2006: 75). Der wirtschaftliche Rückstand gegenüber Westdeutschland wurde im Laufe der Zeit immer größer. Vergleicht man die Produktionsniveaus der Bundesrepublik und der DDR 1989, erreichte das der DDR lediglich ein Drittel des westdeutschen. Ein erheblicher Mangel an Konsumgütern des täglichen Bedarfs, aber auch an langlebigen Gütern war das Ergebnis dieser Politik. Das Produktivitätsproblem hatte seine Ursprünge in Planungs- und Organisationsmängeln, fehlendem Wettbewerb, fehlender Koordination über Marktpreise, niedrigen Innovationspotentialen, alten technischen Anlagen, Überbesetzungen von Arbeitsplätzen und Arbeitsmotivationsproblemen, so Geißler (vgl. ebd.). 1988 lag das reale, um die Kaufkraft bereinigte, durchschnittliche Haushaltsnettoeinkommen in der DDR um mehr als 50% hinter dem westdeutschen zurück (vgl. Geißler 2004: 12).

Nach der Wiedervereinigung kam es zwar zu einer stetigen Annäherung, aber keiner Angleichung der Lebensbedingungen in Ostdeutschland. Das Ziel und der

Wunsch der Angleichung des Lebensstandards kollidierte mit der ökonomischen Notwendigkeit, wonach eine Produktivitätssteigerung einer Wohlstandssteigerung voraus gehen muss. Die Produktivitätslücke in Ostdeutschland war jedoch zu groß, um „über Nacht“ (Geißler 2006: 76) geschlossen zu werden. Das ostdeutsche Bruttoinlandprodukt je Einwohner lag 2004 bei 64% des westdeutschen. Auch die Löhne lagen 2001 im Osten der BRD mit 1.206 DM unter denen des Westens der BRD, mit 1.449 DM (vgl. ebd.). „Die nach unten nivellierte „Gesellschaft der kleinen Leute“ verwandelte sich nach und nach in eine Mittelschichtengesellschaft mit stärkeren sozialen Abstufungen auf gehobenem Niveau“ (ebd.: 88).

Heute ist die Freizeit weit aus mehr als eine „Restkategorie“, als die sie in der Zeit unmittelbar nach dem Zweiten Weltkrieg galt. Ging man nicht gerade seinen beruflichen Verpflichtungen nach, so musste der Haushalt erledigt werden. Waschmaschinen, Kühlschränke und andere nützliche, langlebige Haushaltsgüter standen oft noch nicht zur Verfügung und so musste allein zum Wäsche waschen teilweise ein Tag „geopfert“ werden. Als die BRD in den 1960er Jahren das Wirtschaftswunder erlebte wurden zunächst Güter angeschafft, die eine Erleichterung körperlicher, wie auch zeitlicher Art, für den Haushalt brachten. So wurde vor allem in Kühlschränke, Waschmaschinen und Nahrungskonserven investiert (vgl. Müller-Schneider 2001: 231). In den 1970er Jahren kam es in Westdeutschland zu einer wahren Angebotsexplosion an Gütern und Dienstleistungen, die einer Verschönerung des Lebens bzw. der Freizeit dienten (vgl. ebd.). Reisen, Tonträger, Kinofilme, Videorecorder und Fernseher wurden erworben. Nach und nach kam es zu einer Aufweichung der starren Konformitätszwänge und zur Enttabuisierung der Lebensgenüsse. Vor allem im Bereich der audiovisuellen Medien ist ein stetiges Wachstum im Freizeitkonsum zu beobachten (vgl. Spellerberg 1996: 34).

Aufgrund des Mangels an Konsumgütern und Freizeitangeboten entwickelte sich in der DDR das Freizeitverhalten anders als in Westdeutschland. In den 1970er Jahren war zwar die Nachfrage der Jugend da, Freizeitaktivitäten wahrzunehmen, aber die Möglichkeit bestand nicht. Auch war in der DDR das Freizeitbudget etwas geringer als in der BRD. Vorhanden waren in der DDR Freizeiteinrichtungen wie Kulturhäuser, Klubheime und Filmtheater (vgl. Müller-Schneider 2001: 236). Wenn Freizeit

vorhanden war, waren die Bürger der DDR oft in kollektiven gesellschaftlichen Organisationen aktiv. So waren beispielsweise 5,3 Million Menschen durch den Freien Gewerkschaftsbund (FDGB) im Urlaub, nur 3 Million gingen privat, ohne staatliche Reisebüros, auf Reisen (vgl. Spellerberg 1996: 37). Auch Gartenarbeit war beliebt. 55% der Bevölkerung besaß einen Garten oder eine Datsche, in der der Rückzug in ein Privatleben ohne Überwachung gelang (vgl. ebd.). Die Not der geringen Freizeitinfrastruktur und der Ressourcenknappheit machte die DDR-Bürger erfinderisch; so traf man sich mit den Nachbarn und betrieb Naturaltausch. Vieles Fehlende wurde in den eigenen Gärten angebaut oder durch eigene handwerkliche Tätigkeiten geschaffen und dann unter Bekannten getauscht. So hatte die Freizeitgestaltung eine vergesellschaftende Funktion in der DDR (vgl. Prahl 2002: 117).

Im heutigen Osten der BRD ist immer noch die Tendenz zu erkennen, die Freizeit im häuslichen, familiären Bereich zu verbringen (vgl. ebd.: 102). Müller-Schneider stellt fest, dass in Ostdeutschland weiterhin ein geringerer Öffentlichkeitsbezug als in Westdeutschland vorhanden ist (vgl. Müller-Schneider 2001: 236). So sind im Bereich der Freizeitaktivitäten heute die Interessen in Populär- und Spannungskultur angesiedelt (vgl. Spellerberg 1996: 102). In Westdeutschland hingegen liegt bei höherem Lebensstandard das Freizeitinteresse im Bereich der etablierten Kulturformen, der modernen Kreativität und des Hedonismus; die außerhäusliche Freizeitaktivität ist wichtig (vgl. ebd.). Die Ursachen für diese Unterschiede im Bereich der Freizeitorientierungen sind im historisch-gesellschaftlichen Bereich angesiedelt: In der DDR spielte die Familie und die Arbeit eine entscheidendere Rolle als in der BRD. In Folge des Wirtschaftswunders kam der Freizeit in der BRD als eigener Bereich und der individuellen Lebensausrichtung eine wichtige Rolle zu (vgl. ebd.).

Inwieweit sich die gesonderten Wege und unterschiedlichen materiellen Lebensbedingungen der Menschen in West- und Ostdeutschland noch heute in den subjektiven Lebensweisen, bzw. Lebensstilen dieser widerspiegeln und diese prägen, wird in dieser Untersuchung auch zu analysieren sein.

2. Die kontroverse Diskussion über die Sozialstruktur der Bundesrepublik Deutschland

In der Sozialstrukturforschung wurde in den vergangenen Jahrzehnten rege um die Strukturiertheit bzw. Entstrukturiertheit der Gesellschaft diskutiert. Die Frage, die kontrovers erörtert wurde, lautete: Lösen sich Klassen und Schichten im Zuge der Modernisierung der Gesellschaft auf oder haben sie sich bereits aufgelöst? Wie stellt sich die Struktur der Gesellschaft dar, und wie kann sie angemessen untersucht werden? Im Wesentlichen konkurrieren zwei Standpunkte miteinander: Auf der einen Seite halten die Vertreter des „vertikalen Strukturparadigmas“ weiterhin an den vertikalen Strukturmerkmalen, also Bildung, Beruf und Einkommen, als geeignetes Analyseinstrument fest. Auf der anderen Seite halten die Vertreter der Auflösungstheorie das Klassen- und Schichtmodell für obsolet. Beide Standpunkte werden nun nacheinander veranschaulicht.

Geißler, Vester (2001: 136) und Meyer (2001: 268) sehen auch künftig eine Gesellschaft, die sich als „Schichtgefüge“ (Geißler 2001: 128) darstellt. So sind Lebenschancen immer noch schichttypisch verteilt. Ebenso verhielte es sich mit den Lebensrisiken, so Geißler (vgl.: 2006: 116). Die Chance für eine gute Bildung, eine hohe Erbschaft, auf politische Teilhabe und sozialen Aufstieg haben auch heute noch die Menschen, die in der gesellschaftlichen Hierarchie oben stehen. Arbeitslos, krank, kriminell zu werden und einen arbeitsintensiveren Beruf zu haben, drohe demnach weiterhin den Menschen im unteren Segment der Gesellschaft, so Geißler. Der nachgewiesene Zusammenhang zwischen sozialem Status, Erziehung, Sprachstil und Bildungserfolgen zeige, dass die soziale Ungleichheit und Schichtung der Gesellschaft weiter bestehe (vgl. Meyer 2001: 256). Nach Vester kann zwar von einer Umformung der Klassengesellschaft die Rede sein, jedoch ist die Individualisierung keinesfalls als völlige Neuschaffung der Mentalitäten und Milieus zu sehen (vgl. Vester 2001: 145). Auch Bourdieu sieht Lebensstile gekoppelt an sozioökonomische Bedingungen. Sie seien also keinesfalls frei wählbar, sondern vielmehr Resultat der jeweiligen Klassenlage der Personen (vgl. Bourdieu 1987a: 176f). Nach Meyer (2001: 264), seien die Individualisierung und Pluralisierung sozialstrukturelle be-

grenzte Entwicklungen, die nicht vorschnell zu generalisieren seien. So sei der Wandel in den Strukturen sozialer Ungleichheit nicht mit dem Verschwinden der Klassen- und Schichtverhältnisse zu verwechseln (ebd.).

Konträr zu dieser Sichtweise stehen die Vertreter der „kulturalistischen Position“, die soziokulturelle Faktoren als strukturbestimmend ansehen. So ist von der Auflösung der Klassenidentitäten und -bindungen die Rede, was wiederum eine Individualisierung und Diversifizierung von Lebenslagen und Lebensstilen in Gang gesetzt habe; so werde Beck (1986: 122) zufolge das Hierarchiemodell von Schichten und Klassen unterlaufen und müsse in Frage gestellt werden. Infolge von Modernisierungsprozessen der Gesellschaft eröffneten sich den Menschen größere Bewegungsfreiräume. Ein Mehr an Geld mische, so Beck, „... die sozialen Kreise neu und lässt sie im Massenkonsum schwimmen“ (1986: 124). Das Steigen der Lebenserwartung und des Reallohns bei sinkender Arbeitszeit haben zur Folge, dass ein Umbruch im Verhältnis von Arbeit und Leben stattgefunden habe, so Beck (vgl. Beck 1987: 124). Ein Vakuum außerhalb des Erwerbslebens sei die Folge, mehr materielle und zeitliche Entfaltungsmöglichkeiten ließen die traditionellen Konturen sozialer Milieus verschwinden (vgl. ebd.). Das Plus an materiellem Besitz einhergehend mit mehr freier Zeit, habe zur Folge, dass die Ungleichheit immer noch bestehe. Allerdings sei diese eine Ebene höher als einstmals angesiedelt. Die Reichen werden immer reicher und auch den ökonomisch schlechter Gestellten steht zunehmend mehr Geld zur Verfügung. Diese Entwicklung bezeichnet Beck als „Fahrstuhleffekt“ (ebd.). Steigender Wohlstand, zunehmende Freizeit, vermehrte Mobilität und Bildungsexpansion bringen nicht nur mehr Handlungsfreiheit, sondern auch mehr Risiken. Wenn das Individuum freier in seinen Entscheidungen ist, heißt das natürlich auch, dass von ihm Entscheidungen getroffen werden müssen. Dem Einzelnen wird mehr Flexibilität abverlangt. *Ein* Arbeitsverhältnis gibt es in der heutigen Biographie kaum noch, vielmehr wechsele das Individuum seine beruflichen Verpflichtungen mehrmals und dies auch deutschland-, vielleicht europa- oder sogar weltweit. Beck sieht keine vollkommene Auflösung aller Strukturen oder Ungleichheiten. Jedoch werden diese nicht mehr durch Großgruppen wie Klassen und Schichten vermittelt

sondern durch sekundäre Instanzen und Institutionen, wie die des Arbeitsmarkts und der Bildungssysteme (vgl. ebd.: 211).

Schulze attestiert der Sozialstruktur der BRD, dass diese nicht mehr als „geschichtete“ Gesellschaft bezeichnet werden könne (Schulze 2000: 17). Es gehe folglich um die Frage, ob Lebensformen von objektiven Lagebedingungen abhängig sind und somit als unabänderbar „hingenommen“ werden müssen, oder ob das Individuum seinen Lebensstil frei wählen kann.

Wurde über Jahre darum gestritten, ob entweder vertikale oder horizontale Differenzierungsmerkmale bei der Ausbildung von subjektiven Lebensweisen entscheidend sind, mehren sich die Ergebnisse empirischer Studien (Konietzka 1995; Spelberger 1996; Georg 1998; Hartmann 1999; Wahl 1997; 2003; Risel 2005), welche zeigen, dass es kein „weder noch“ gibt. Vielmehr zeigen die Untersuchungen, dass die Haupteinflussfaktoren bei der Herausbildung von subjektiven Lebensweisen die Schulbildung, das Alter, das Geschlecht und die sozioökonomischen Lagen sind.

3. Gesellschaftsmodelle in der Sozialstrukturforschung

Die eben nachgezeichnete Kontroverse in der Sozialstrukturforschung fußt auf verschiedenen Gesellschaftsmodellen, welche zur Sozialstrukturanalyse herangezogen werden.

Nachstehende Kapitel versuchen die Begrifflichkeiten „Klasse und Schicht“, „Soziale Lage und Milieus“ und „Lebensstile“ darzulegen und zu beleuchten. Dies soll einen knappen Überblick ermöglichen, bevor ich dann zu einem späteren Zeitpunkt auf spezielle Ansichten, Theorien und Konzepte zu diesen Gesellschaftsmodellen eingehen werde, um auf meine empirische Analyse hinzuführen.

3.1 Klasse und Schicht

Wenn von einer Gliederung der Gesellschaft in *Klassen* gesprochen wird, handelt es sich hierbei um eine vertikale Einteilung. Die Mitglieder der Schichten einen ähnliche Merkmale, die „Schichtdeterminanten“, welche sich wie folgt zusammenfassen lassen: die Produktionsmittel, die Besitz- und Einkommensverhältnisse durch ähnliche Berufe oder ähnliche Qualifikationen. Grundsätzlich handelt es sich bei Klassen um ökonomisch bestimmte Formationen (vgl.: Schäfers 1998: 233; vgl.: Geißler 1996: 69; vgl.: Habich/Noll 2005: 610). Aus diesen ökonomisch bedingten Situationen ergeben sich für bestimmte Gruppen ähnliche soziale Lagen. Das Modell der Klassen bzw. Schichten untergliedert die Gesellschaft nach ihren „äußeren“ Lebenslagen und Lebensbedingungen und nach ihren „inneren“ („psychischen“) Dispositionen (Mentalitäten, Habitus) und damit verbundenen Handlungsweisen (Geißler 2001: 126). So lassen sich die Klasse der Arbeiterschaft, des Bürgertums, des Adels usw. herausarbeiten.

Die Menschen ähnlicher Klassen- und Sozillagen leben unter ähnlichen Bedingungen und machen somit auch ähnliche Erfahrungen; man könnte auch von klassen- bzw. schichttypischen Prägungen und Subkulturen sprechen (Sozialisationsannahme). Daraus lässt sich ableiten, dass sich, je nach sozialer Lage, auch bestimmte

Verhaltensmuster, Vorstellungen, Mentalitäten, Werte und Interessen herausbilden (vgl. Geißler 1996: 69). Aus den Klassen- und Soziallagen resultieren klassen- und schichtspezifische Lebenschancen.

3.2 Soziale Lagen und Milieus

Bei den Konzepten der *Sozialen Lagen* und *Milieus* handelt es sich um Analysemethoden zur Untersuchung der Sozialstruktur, welche sowohl vertikale als auch horizontale Strukturmerkmale, berücksichtigen. Unter dem Begriff des *Milieus* sind *Lebensumstände* zu verstehen. Die objektiven, natürlichen, geographischen und die soziokulturellen, sozioökonomischen Lebensverhältnisse von Menschen einer spezifischen Bevölkerungsgruppe führen zu Erfahrungen, Wertvorstellungen, Eindrücken und subjektiven Empfindungen über die Lebensumstände und prägen das Handeln, so der Gedanke des Milieukonzeptes (vgl. Hillmann 1994: 554).

Beide Ansätze gehen davon aus, dass sich zwar gewisse *Klasseneinflüsse* aber keine bestimmten *Klassenlagen*, die durch die Bevölkerung so erfahren werden, mehr nachweisen lassen (vgl. Hradil 1987: 7). Im Laufe der 1980er Jahre wurde der Milieubegriff neu diskutiert, nachdem er in den 1960er und 1970er Jahren wenig Anklang fand. Praktiker aus Schule, Marketing und Politik stellten fest, dass mit zunehmendem Wohlstand, Bildung und sozialer Sicherheit auch die Freiheiten und Unterschiede in der Lebensgestaltung wachsen (vgl. Hradil 2006: 4). Im Laufe der 1990er Jahre wurde immer klarer, dass soziale Milieus nur teilweise unabhängig, bzw. auch weiter abhängig von Berufs-, Einkommens-, und Bildungshierarchie bestehen (vgl.: ebd.). Das Untersuchungsmittel der sozialen Milieus unterscheidet sich klar vom Konzept der Schichten. Denn der Milieubegriff betont die „subjektive“ Seite der Gesellschaft. Er bezeichnet Gruppierungen gleicher Mentalitäten. Dabei lässt das Milieukonzept die Entstehung der Mentalitäten offen. Sie können durch berufliche, religiöse, regionale, lebensweisenbedingte, politische oder moralische Ursachen entstehen (vgl. ebd.: 5). In Unterscheidung zum Lebensstilkonzept, welches in erster Linie auf äußerlich beobachtbaren Verhaltensroutinen (Konsum- und

Freizeitpräferenzen) der Bevölkerung fußt, basiert das Milieukonzept auf relativ „tief“ verankerten und langfristig bestehenden Werthaltungen und Einstellungen (vgl. ebd.).

3.3 Zur Bedeutung und Definition des „Lebensstilkonzeptes“

Das Konzept der *Lebensstile* versucht, ähnlich wie das Konzept der Milieus sowohl sozioökonomische als auch soziodemographische Merkmale einzubeziehen. Es werden vertikale und horizontale Strukturmerkmale zur Erklärung der Sozialstruktur in das Modell integriert. Auch subjektive Einstellungen wie „Wertschätzungen“ finden in einige Konzepte Eingang.

Im Zuge der Diskussion der letzten Jahrzehnte um eine „... Entstrukturierung der Klassengesellschaft, der Individualisierung der Lebensläufe und der Pluralisierung von Lebensstilen, (...) wurde vorgeschlagen, die Sozialstrukturanalyse stärker auf begriffliche Konzepte zu begründen, die näher am tatsächlichen sozialen Handeln der Menschen liegen“ (Rössel 2004: 95). Unter diese Konzepte fallen die Untersuchung von Milieus und Lebensstilen.

In der Diskussion um die Abkopplung der lebensweltlichen Mentalitäten und Muster des sozialen Handelns von Schichten und Klassen werden zwei Gründe hierfür in den Mittelpunkt der Untersuchung gestellt: Zum einen haben sich, durch die allgemeine Wohlstandssteigerung, ja sogar Wohlstandsexplosion, in der Bundesrepublik (vgl. Geißler 2001: 98) die Wahlmöglichkeiten der Individuen stark vergrößert und verfeinert. Der Lebensstandard ist mit dem Wirtschaftswunder nach dem Zweiten Weltkrieg stark angestiegen (vgl. ebd.). Im Zuge dieser Entwicklungen kam es zu einem Anstieg des Volkseinkommens. Die Nachfrage und das Angebot an Gütern und Dienstleistungen nahm zu. Die Menschen können durch diese Wohlfahrtsexplosion ihre Wünsche in höherem Maße erfüllen (vgl. Rössle 2001: 96).

Der zweite Grund für die Abnahme der lebensweltlichen Mentalitäten und Muster des sozialen Handelns von Schichten und Klassen ist „... ein unter anderem durch

die Bildungsrevolution induzierter Wertewandel (...), in dem Pflichtwerte und materialistische Orientierungen teilweise durch Werte der Selbstverwirklichung und der individuellen Freiheit verdrängt worden sind“ (ebd.). Immer stärker geht es den Menschen, neben der materiellen Befriedigung und Sicherung der Lebensumstände, auch um postmaterielle Werte. Der postmaterielle Wertewandel ist Folge der Sättigung der materiellen Bedürfnisse (unter anderem durch den Wohlfahrtsstaat). Es kommt zur Verdrängung der materialistischen Werte der Arbeiterklasse durch die postmateriellen Werte der modernen Dienstleistungsgesellschaft (vgl. Vester 2001: 143).

Als Konsequenz dieser sozialstrukturellen Veränderung wurde ein geeignetes Modell gesucht in dem „... regelmäßige Verhaltensmuster, strukturelle Lagen ebenso wie Habitualisierungen, soziale Affinitäten und Präferenzen zum Ausdruck kommen. Das Konzept impliziert das Zusammenspiel von a) Verhaltensvariablen, Interaktion und Artefakten (Performanz), b) subjektiven Merkmalen der Einstellungen, Überzeugungen, Wertorientierungen, des Selbstbilds u. dgl. (Mentalität) und c) Lage-Merkmale als Indikatoren von Ressourcen bzw. Restriktion der Lebensführung einschließlich Region, Familienstruktur, Alters- oder Geschlechtsrollen“ (Lüdtke 2000: 118). Die Regelmäßigkeiten in der Gestaltung des Alltags können als Lebensstile bezeichnet werden (vgl. Hradil 2000: 211). Lebensstile können als Formgeber und Steuerungsprogramme für den Konsum angesehen werden (vgl. Lüdtke 2000: 18). Zu Manifestierungen der Lebensstile kommt es vor allem dann, wenn Personen auf Dauer für sie wichtige Konsumgüter immer wieder erwerben. Lüdtke zählt hierzu Konsumgüter aus den Bereichen „... Kleidung und Körperpflege, Ernährung, Wohnen, Freizeit und Urlaub, Mediennutzung und kulturelle Praxis...“ (ebd.).

Die Lebensbedingungen und -gewohnheiten unterscheiden sich je nach sozialer Lage der Personen. So weist ein Handwerker einen anderen Lebensstil auf als ein Arzt und Stadtbewohner wiederum einen anderen als Bewohner eines kleinen Dorfes. Es ist möglich, dass Personen ihre Lebensstilgruppen im Laufe des Lebens und ihrer Lebensumstände wechseln (vgl. Hradil 2004: 285). Dies ist ein wesentlicher Unterschied gegenüber der Zugehörigkeit zu Klassen und Schichten. Auch Milieus unter-

scheiden sich diesbezüglich von Lebensstilen; so sind Milieuwechsel zwar möglich, es besteht aber eine wesentlich tiefere Verankerungen zu diesen Gruppen (vgl. ebd.).

4. Konsum und Gesellschaft

Wie im vorangegangenen Kapitel beschrieben spielt das Konsumverhalten eine entscheidende Rolle bei der Untersuchung der Sozialstruktur durch das Lebensstilkonzept. Lebensstile können als „Steuerungsprogramme“ für den Konsum gesehen werden. So wird in diesem Kapitel explizit auf das Verhältnis von Konsum und Gesellschaft eingegangen.

Historisch gesehen war der Konsum im 18. Jahrhundert noch fast ausschließlich auf die Anschaffung des Notwendigsten beschränkt. Man war auf die Existenzsicherung bedacht, der Konsum wurde hauptsächlich auf selbst erzeugte Güter beschränkt (vgl. Schneider 2000: 9). Der Zerfall der Ständegesellschaft und die damit verbundenen Verbesserungen in den ökonomischen Lebensbedingungen der Bevölkerung führten zunächst in England zu einer wachsenden Nachfrage nach Gütern. Vor allem versuchten niedrigere Schichten das Konsumverhalten des Adels und des Großbürgertums nachzuahmen. Dieses Nachahmen, eine Diffusion, bei der die unteren Schichten versuchen über den Nachahmungsprozess den höheren Schichten näher zu kommen, wird als Prozess der Differenzierung bezeichnet.

Im 18. Jahrhundert veränderte sich die Nachfrage in England extrem. Der Konsum wurde immer stärker ein Mittel zum Zweck der Darstellung und Differenzierung und zur Schaustellung des materiellen Besitzes. Thorstein Veblen bezeichnet dieses Kaufverhalten als demonstrativen Konsum (vgl. Veblen 1958: 67). Sozialstrukturell relevant, so Schneider, waren vor allem „... der Wegfall der ständischer Konsumbarrieren und die wachsende Massenkaufkraft, wobei auch untere Schichten zunehmend über nennenswerte disponible Einkommensanteile verfügen konnten“ (2000: 10). Wirtschaftlich gesehen kam es zu einem Angebotszuwachs an Waren, welcher in erster Linie durch die einsetzende Massenproduktion zustande kam. Folge dieser Veränderung war eine Verbilligung der Produkte (vgl. ebd.).

Es entstand die Konsumgesellschaft, welche zu wesentlichen gesellschaftlichen Veränderungen beitrug. Die Umwälzungen im Konsumgeschehen lassen sich zusammenfassend beschreiben (ebd.): (1) Gestiegener Umfang und veränderter Inhalt der privaten und öffentlichen Nachfrage (2) Veränderung der Bedeutung des Konsums

für Individuum und Gesellschaft (3) Gewandelte Einstellung zu Konsum, Genuss und Luxus.

Die Bundesrepublik Deutschland kann als Konsumgesellschaft bezeichnet werden. Es wird inzwischen weniger von einer „Industrie-“ als von einer „Konsumgesellschaft“ gesprochen (vgl. Reith 2003: 9). Kennzeichnend für eine Konsumgesellschaft sind folgende Charakterzüge: Zentrale verhaltensbestimmende Wertorientierungen, Anspruchshaltungen und Bestrebungen sind in erster Linie auf den Erwerb, Ge- und Verbrauch von Gütern und Dienstleistungen gerichtet (vgl. Hillmann 1994: 440). „Aus soziologischer Sicht bezeichnet Konsum nicht nur die bloße wirtschaftliche Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen, die, wie aus ökonomischer Sicht, destruktiv nur auf den Verbrauch und die Abnutzung von Gütern gerichtet ist. Mit „Konsum“ bzw. „Konsumverhalten“ oder „privatem Verbrauch“ werden sämtliche Aktivitäten von Einzelpersonen oder privaten Haushalten verstanden, die auf die Entnahme von Gütern oder Dienstleistungen aus dem Markt gerichtet sind“ (Schneider 2000: 11).

Das Konsumverhalten eines Individuums tangiert und bestimmt grundsätzlich auch das Handeln anderer Individuen. Wenn Güter oder Dienstleistungen angeschafft werden, dann funktioniert dies über die Teilnahme am Markt. Käufer und Verkäufer kommen in mehr oder weniger direkten Kontakt miteinander. Die Herstellung des Gutes über den Entwurf, die Produktion, die Vermarktung bis hin zur Konsumtion kann als Prozess des sozialen Handelns bezeichnet werden. Damit ist der beschriebene Ablauf ein gesellschaftlicher Prozess. Der Konsum besteht aus den Ausgaben der Haushalte für Waren und Dienstleistungen und sichert Beschäftigung und Wachstum und somit auch den Bestand der Gesellschaft.

Neben dieser gesellschaftlichen Funktion hat der Konsum eine bedeutende Funktion für das Individuum – die Möglichkeit der Darstellung, der Inszenierung, der Distinktion. Das Individuum kann sich durch den Kauf bestimmter Güter Eindruck und Ausdruck verschaffen. Der Konsum hat „... eine wesentliche Rolle in Prozessen sozialer Distinktion und damit auch eine wichtige Bedeutung für die Manifestation vertikaler und horizontaler Disparitäten. Für das Individuum selbst hat Konsum selbst zunehmend die Funktion der Identitätsgewinnung und Identitätssicherung“ (ebd.).

Konsumhedonismus bestimmt in der Konsumgesellschaft immer stärker das Leben, es ergibt für den Konsumenten „Sinn“ sich vom Genuss durch den Konsum leiten zu lassen. Der Kauf von Notwendigem tritt bei den Überlegungen der Beschaffung immer stärker in den Hintergrund, der Luxus und das Konsumieren dieser Güter tritt vielmehr selbst in den Vordergrund. Es verschafft Genugtuung und Genuss den Moment des Konsumierens auszukosten.

Das Konsumieren selbst ist in der Konsumgesellschaft Thema und nicht nur bloßes Mittel zum Zweck. Es wird konsumiert um Status zu erlangen und Anerkennung zu genießen.

5. Die soziokulturelle Klassentheorie Pierre Bourdieus

Durch seine Werke prägte Pierre Bourdieu die Lebensstilforschung in starkem Maße. Mit seiner Lebensstilanalyse hat er der Ungleichheitsforschung eine neue Richtung gegeben. Unter der Prämisse, die Gesellschaft als Klassengesellschaft zu betrachten, zeigt Bourdieu, wie der Geschmack und die Lebensstile, als Produkt der Konditionierung und der Klassenzugehörigkeit herausgebildet werden. Somit sind diese aus Bourdieus Sicht keinesfalls als etwas Individuelles, etwas frei Wählbares, sondern als ein rein gesellschaftliches Phänomen zu sehen und zu analysieren.

Bourdieu untersucht „... die Wechselbeziehungen zweier Räume – dem der ökonomisch-sozialen Bedingungen und dem der Lebensstile ...“ (Bourdieu 1987a: 12). Mittels mehr oder weniger Kapital versuchen sich die Akteure, durch Unterschiede in ihrem Geschmack und Lebensstil, voneinander abzugrenzen. Aus Unterschieden zwischen den verschiedenen Klassen ergeben sich soziokulturelle Disparitäten und aus diesen bilden sich wiederum unterschiedliche Lebensstile der Individuen heraus. Es werden in den folgenden Kapiteln die zentralen Konzepte, welche Pierre Bourdieu im Zusammenhang mit der Lebensstiltheorie entwirft, beleuchtet. Zunächst wird das Habituskonzept, dann die Kapital- und die Klassentheorie veranschaulicht. Nachdem die mit den Klassen korrespondierenden Denk-, Wahrnehmungs- und Beurteilungsschemata – Doxa, Orthodoxie und Heterodoxie – nachgezeichnet wurden, schließt sich die Beschreibung der Geschmacksdimensionen und das Lebensstilkonzept Bourdieus an.

5.1 Das Habituskonzept

Im gesamten Werk Bourdieus ist der Begriff des Habitus zentral. Wenn Bourdieus Soziologie als Soziologie der sozialen Praxis gekennzeichnet wird, kann die Kategorie Habitus als deren Kernstück bezeichnet werden (vgl.: Kraus/Gebauer 2002: 5). Das Individuum kann sich in der sozialen Welt nicht nach seiner inneren Freiheit

bewegen. Vielmehr ist es bestimmt durch präformierte Denk- und Handlungsdispositionen, die es zur sozialen Praxis befähigt (vgl. Fuchs-Heinritz/König 2005: 114).

Der Habitus produziert im Verlaufe des Lebens individuelle und kollektive Praktiken. So sind durch ihn ständig Erfahrungen präsent; in Form von Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsschemata stehen diese dem Individuum bereit (vgl. Bourdieu 1987b: 101). Demnach kann der Habitus, „... als System dauerhafter und übertragbarer Dispositionen, als strukturierte Strukturen, die wie geschaffen sind, als strukturierende Strukturen zu fungieren, d.h. als Erzeugungs- und Ordnungsgrundlage für Praktiken und Vorstellungen [verstanden werden]“ (ebd.: 98).

Der Habitus eines Akteurs zeigt dessen Zugehörigkeit zu einer Gruppe oder Klasse und die damit verbundene Prägung, welche er im Laufe seines Leben erfahren hat. Er ermöglicht es dem Individuum, als eine objektive Verbindung zweier Objektivitäten, eine intelligible und notwendige Beziehung, zwischen Praktiken und einer Situation, herzustellen (vgl. Bourdieu 1987a: 174). Der Habitus vermittelt zwischen der Struktur (dem sozialen Raum) und der Praxis (den Lebensstilen). Die Akteure einer Klasse haben gemeinsam geschaffene Praxisformen. Das bedeutet, dass der Habitus Erzeugungsprinzip objektiv klassifizierbarer Formen von Praxis und Klassifikationssystem dieser Formen ist (vgl. Bourdieu 1987a: 277). Die Homogenität der Habitusformen bewirkt, dass in den verschiedenen Klassen Praktiken unmittelbar verständlich und vorhersehbar sind; sie werden demnach als selbstverständlich wahrgenommen (vgl.: Bourdieu 1987b: 108). Da die Mitglieder einer Klasse ähnliche Erfahrungen machen und eine ähnliche Konditionierung erfahren haben, kann von einem „Klassenhabitus“ (ebd.: 112) gesprochen werden.

Der Habitus kann als „Produkt der Geschichte“ (ebd.: 101) bezeichnet werden. Dadurch, dass er ständig um das Erlebte erweitert wird, erzeugt er gewissermaßen die Zukunft, in dem er sie festlegt und so vorwegnimmt (vgl. ebd.: 120).

5.2 Die drei Kapitalsorten – ökonomisches, soziales und kulturelles Kapital – und ihre Umwandlung

Pierre Bourdieu unterscheidet in seinem Werk drei Kapitalsorten, welche den Status einer Person im sozialen Raum definieren. Der soziale Raum ist „... eine abstrakte Darstellung, ein Konstrukt, das analog einer Landkarte einen Überblick bietet, einen Standpunkt oberhalb der Standpunkte, von denen aus die Akteure in ihrem Alltagsverhalten (...) ihren Blick auf die soziale Welt richten“ (Bourdieu 1987a: 277).

Bourdieu's grundlegende Annahme sieht den ökonomischen Tausch nur als einen spezifischen Fall sozialen Tausches an; hieraus wird abgeleitet, dass „... nicht nur eine „Ökonomie der Ökonomie“, sondern auch eine Ökonomie der sozialen Welt ...“ [entwickelt werden muss] (Müller 1992: 263). So lassen sich an Hand des Gesamtvolumens des Kapitals, „... als Summe aller effektiven aufwendbaren Ressourcen und Machtpotentiale, also ökonomisches, kulturelles und soziales Kapital (...), die Hauptklassen der Lebensbedingungen konstituierende Unterschiede erkennen“ (Bourdieu 1987a: 196). „Kapital ist akkumulierte Arbeit, entweder in Form von Materie oder in verinnerlichter, „inkorporierter“ Form“ (Bourdieu 1983: 183). Bourdieu untersucht die verschiedenen Kapitalsorten auf ihre Konvertierbarkeit und das damit verbundene Schwundrisiko, sowie auf seine Erscheinungsweise – sei es in objektivierter, institutionalisierter oder inkorporierter Form (vgl. ebd.).

Das *ökonomische Kapital* setzt sich vorwiegend aus Geld und Eigentum, allgemein ausgedrückt, aus materiellem Reichtum zusammen (vgl.: Bourdieu 1983: 183). Wenn es sich beim ökonomischen Kapital nicht um Geld handelt, bietet sich trotzdem die Möglichkeit es relativ unkompliziert und schnell in Geld zu konvertieren. Das ökonomische Kapital ist ein grundlegendes Medium und der Schlüssel, der Tür und Tor zur sozialen Welt und anderen Kapitalarten für den Akteur öffnet (vgl.: Müller 1992: 263).

Das *soziale Kapital* setzt sich durch die sozialen Kontakte und Beziehungen eines Akteurs zusammen (vgl. Bourdieu 1983: 190). Es kann auch als Ressource angesehen werden, die auf der Zugehörigkeit zu einer Gruppe beruht (vgl. ebd.).

Das soziale Kapital kann als Kapital an „mondänen“ Beziehungen, die bei Bedarf einen nützlichen Rückhalt bieten, bezeichnet werden (vgl.: Bourdieu 1987a: 204). In seinem Umfang, hängt dieses zum einen von dem Beziehungsnetz der Person ab als auch vom Umfang des Kapitals (ökonomisches, kulturelles, symbolisches) seines Umfelds. So ist das soziale Kapital zwar an und für sich unabhängig von den übrigen Kapitalarten, hängt aber sekundär doch mit ihnen zusammen. So wird ein Beziehungsnetzwerk ein gewisses Maß an Homogenität des Kapitals der Personen, die an diesem teilhaben, aufweisen. Das soziale Kapital entfaltet einen Multiplikatoreffekt auf das tatsächlich verfügbare Kapital (vgl. ebd.: 191). Durch die Profite, die die Mitglieder aus der Gruppe schöpfen, entsteht gleichzeitig die Voraussetzung für die weitere Solidarität zu dieser. Man nimmt materielle Profite in Form der einen oder anderen „Gefälligkeit“ genauso an, wie einem die Zugehörigkeit symbolische Profite durch die „Erlesenheit“ (vgl. ebd.: 192) und die „Exklusivität“ in der Gruppe beschert wird. Das soziale Kapital muss mühsam ausgesucht, zusammengestellt und vor allem gepflegt werden. Werden neue Bekanntschaften oder Kontakte geknüpft, muss entschieden werden, ob mehr Zeit und andere Ressourcen in diese gesteckt werden sollen. Der Akteur muss sich fragen ob sich dies lohnen würde, um eine tiefere Freundschaft entstehen zu lassen, oder ob sich solch eine Investition nicht lohnt und es bei einer oberflächlichen Bekanntschaft bleibt. Durch ständigen Austausch von Anerkennung, der „Beziehungsarbeit“ (ebd.: 193), wird das Sozialkapital reproduziert. Bei dieser Beziehungspflege wird unweigerlich direkt oder indirekt ökonomisches Kapital investiert.

Die dritte Kapitalsorte, das *kulturelle Kapital*, spielt eine entscheidende Rolle bezüglich des sozialen Status einer Person. Das kulturelle Kapital lässt sich aufspalten in das inkorporierte, das objektivierte und das institutionalisierte kulturelle Kapital (vgl. Bourdieu 1983: 183).

Das *inkorporierte Kulturkapital* drückt sich im kognitiven Sinne in Kompetenz und im ästhetischen Sinne im Geschmack aus. Es wird vom Individuum im Prozess der Sozialisation in Familie und Schule verinnerlicht, ist daher nicht übertragbar und wird als Mittel zur Distinktion genutzt. So unterscheidet sich das kulturelle Kapital deutlich, wenn es von Geburt an anerzogen wurde und nicht ausschließlich über

eine schulische Bildung erworben wurde. Bourdieu unterscheidet zwei Orte, Schauplätze oder Märkte (vgl. Bourdieu 1987a: 150 ff), auf denen sich die Inkorporation des kulturellen Kapitals abspielt: zum einen die Familie und zum anderen die Schule. Das inkorporierte kulturelle Kapital ist „Besitztum“; es ist fester Bestandteil und ist in den Habitus der Person übergegangen (vgl. Bourdieu 1983: 187).

Das *objektivierte Kulturkapital* zeigt sich „... in Form von kulturellen Gütern, Bildern, Büchern, Lexika, Instrumenten oder Maschinen, in denen bestimmte Theorien und deren Kritiken, Problematiken usw. ihre Spuren hinterlassen oder sich verwirklicht haben ...“ (Bourdieu 1983: 185). Es kann in Kulturgütern zum Ausdruck gebracht werden. „Kulturgüter und insbesondere Wissen in modernen Gesellschaften sind extrem differenziert und spezialisiert. Es ist das Schicksal der Moderne, dass ein Individuum nicht mehr das gesamte Kulturkapital und -potential der Gesellschaft, der es angehört, erwerben kann“ (Müller 1992: 278).

Die Objektivierung des kulturellen Kapitals kann sich in seiner Art stark unterscheiden. Es ist ein Unterschied ob sich der Konsument mit Kleidung von der „Stange“ modisch bewusst ausstaffiert oder ob er Unikate bei der Designerin im „kleinen Laden nebenan“ erwirbt. Auch ist es ein beträchtlicher Unterschied, ob ein Kino oder ein Museum besucht wird. Allen Beispielen ist gemeinsam, dass zwar kulturelles Kapital objektiviert wird, es jedoch völlig unterschiedlich in seiner Beschaffenheit und im Geschmack der Person ist.

Das objektivierte Kulturkapital ähnelt auf eine Art dem ökonomischen Kapital. Beide sind materiell übertragbar, verkörpern Prestige und sind zur Distinktion des Individuums unabdingbar. Jedoch unterscheidet sich das objektivierte Kulturkapital an einer entscheidenden Stelle: Die Genussfähigkeit ist nicht übertragbar. Eine Antiquität oder ein Gemälde sind zwar materiell übertragbar, jedoch ist der Genuss dieses Gutes nur dann dem neuen Besitzer möglich, wenn dieser auch die Kenntnisse hierzu hat, und diese müssen zunächst angeeignet werden; dieser Vorgang kostet Zeit und Geld. Während das inkorporierte Kulturkapital im Zuge der Sozialisation verinnerlicht wird, ist es das Ziel, das objektivierte Kulturkapital in der Produktion zu veräußerlichen und zu vergegenständlichen.

Die dritte Form, in der sich das kulturelle Kapital darstellt, ist das *institutionalisierte Kulturkapital* (vgl.: Bourdieu 1983: 185). Jede moderne Gesellschaft mit autonomer Kulturproduktion bedarf eines Bildungssystems, welches die kulturellen Errungenschaften reproduziert und die Individuen mit Bildungsqualifikationen versieht (vgl. Müller 1992: 279). Das Bildungssystem ist die Instanz einer Gesellschaft, welche Reproduktionsstelle für Qualifikation ist und dafür sorgt, dass Titel als rechtliche Kompetenzverbürgung verliehen werden. Es erzeugt somit Anwartschaften und privilegierte Berufspositionen und präjudiziert gehobene Stellungen der gebildeten Arbeitskräfte in der Sozialstruktur (vgl. ebd.). Der Bildungstitel verschafft seinem Eigentümer ein hohes Maß an Sicherheit, was die Akkumulation von ökonomischem Kapital angeht; denn Titel unterliegen dem Prinzip der Knappheit und ihre Inhaber können somit auch mehr für ihre berufliche Leistung verlangen. In Folge der Bildungsexpansion findet jedoch eine Inflation der Bildungstitel statt, da stetig ein höheres Bildungsniveau und höhere Titel, von einem wachsenden Anteil der Bevölkerung, erlangt werden.

Die Kapitalumwandlung

Die drei Kapitalarten können mittels der Investition von ökonomischem Kapital erworben werden. Für diesen Prozess der Umwandlung muss die Person jedoch Transformationsarbeit leisten, welche mit mehr oder weniger großem Aufwand für diese in Verbindung steht (vgl. Bourdieu 1983: 195). In diesem Vorgang liegt das Moment, in dem durch ökonomisches Kapital, also durch rein materielle Werte, immaterielle, mit der Gesellschaft eng verwobene Werte, erworben werden können. Durch Geld und Eigentum kann kulturelles Kapital in Form einer höheren Schulbildung oder eines Abschlusses und soziales Kapital, beispielsweise in Form von Clubmitgliedschaften, in Yacht-, Golf- oder Wohltätigkeitsvereinen, erworben werden. Wenn ökonomisches Kapital nicht in Form eines direkt sichtbaren materiellen Wertes, also Geld zur Umwandlung in kulturelles Kapital investiert wird, dann eben in Form von Zeit, die freilich genauso ökonomisches Kapital ist. Die Kapitalumwandlung, so das Ziel, muss geringst möglich mit Kapitalumwandlungskosten, also der

Umwandlungsarbeit und der inhärenten Umwandlungsverluste, verbunden sein (vgl.: Bourdieu 1983: 197).

5.3 Klassenlage und Klassenstellung

Pierre Bourdieu versucht seine Klassentheorie nicht nur nach objektiven Unterschieden zu entwickeln, wie es etwa bei Marx der Fall war. Er versucht vielmehr durch einen Bewertungsprozess in der Ungleichartigkeit von Lebenssituationen, die soziale Ungleichheit zu erfassen. Er untersucht, „... wie in dem symbolischen Klassifikationsprozess aus sozioökonomischen Unterschieden in der Ressourcen- und Kapitalausstattung, soziokulturell differenzierte Lebensstile unterschiedlicher Vornehmheiten und Distinktion werden“ (Müller 1992: 286). Damit verknüpft Bourdieu sozioökonomische und soziokulturelle Aspekte miteinander.

Entscheidend ist, dass ein Unterschied zwischen dem Haben und dem Sein besteht. Es ist ein Unterschied, ob man es mit einer wohlhabenden Person zu tun hat, welche in diesen sozioökonomischen und soziokulturellen Situationen aufgewachsen ist und sozialisiert wurde, oder ob es sich um einen Lotto-Gewinner handelt, der zwar bezüglich des Habens scheinbar gleich dasteht, sich jedoch bezüglich des Seins in einer ganz anderen Situation befindet. „Das Haben und Sein sind zwei grundlegend verschiedene Formen menschlichen Erlebens, deren jeweilige Stärke Unterschiede zwischen Charakteren von einzelnen und zwischen verschiedenen Typen des Gesellschafts-Charakters bestimmt“ (Fromm 2005: 20). Der Klassenhabitus wird im Laufe des Lebens eines Akteurs konditioniert und ist somit nicht wählbar oder aneignbar.

Es gilt mittels Kleidung, Sprache oder Akzent und vor allem über die „Manieren“, Geschmack und Bildung, seiner Stellung in der Sozialstruktur Ausdruck und Nachdruck zu verleihen (vgl. Müller 1992: 287). Bourdieu rückt somit in seiner Theorie nicht nur den ökonomischen Klassenkampf in der Gesellschaft, sondern auch den symbolischen Klassenkampf in den Blickwinkel. Denn in einer modernen Gesellschaft geht es nicht nur um den Kampf um materielle Güter, sondern auch um die

Verteilung von Werten, die legitimen Standards und die distinktiven Lebensstile (vgl. ebd.).

Nach Bourdieu lässt sich die Gesellschaft in drei Klassen bzw. soziale Räume einteilen. Klassen sind, wie eben dargelegt, nicht nur auf Grund ähnlicher Stellungen innerhalb der Produktionsverhältnisse (Beruf, Einkommen Ausbildungsniveau) von Individuen zu bestimmen. Es müssen vielmehr noch sekundäre Merkmale, wie Geschlecht, Herkunft und Alter mit einbezogen werden (vgl. Bourdieu 1987a: 176). Anhand der relativen Stellung der Akteure oder Gruppen innerhalb des sozialen Raums lassen sich dann Klassen heraus präparieren. Die Personen in den jeweiligen Klassen verbindet eine ähnliche Stellung, da eine ähnliche Konditionierung erfolgte, auch ein ähnlicher Habitus (vgl. Bourdieu 1985: 11f).

Die Klassifizierung ergibt sich aus der Zusammensetzung des Kapitalvolumens, den drei Kapitalsorten, dem ökonomischen, kulturellen und sozialen Kapital.

Anhand des *Kapitalvolumens* wird die Gesellschaft zunächst in *Ober-, Mittel- und Unterklasse* eingeteilt. Durch die Untersuchung der *Kapitalstruktur* erfolgt dann die Untergliederung der Klassen in die *Klassenfraktionen*: das Besitzbürgertum, das Bildungsbürgertum, das Kleinbürgertum (absteigendes und aufsteigendes) und die Fraktion, die dem „Diktat der Notwendigkeit“ unterworfen ist (vgl. Bourdieu 1987a: 585ff).

Die Grunddimensionen, nach der sich die Gesellschaft in die genannten drei *Klassen* einteilen lässt, lassen sich in einem dreidimensionalen Raum darstellen. Bourdieu trägt hier zum einen das bereits oben erläuterte *Kapitalvolumen* und die *Kapitalstruktur* (ökonomisches, soziales und kulturelles Kapital) sowie die *zeitliche Entwicklung* ab. Das Volumen des Kapitals stellt die quantitative, die Struktur des Kapitals die qualitative und die soziale Laufbahn die zeitliche Dimension dar (vgl.: Bourdieu 1987a: 211ff). Je nach Struktur, also Klassenlage des Individuums, unterscheidet sich der Habitus. Der Habitus wiederum schafft die Klassifikation des Individuums über klassenspezifische Denk-, Wahrnehmungs- und Beurteilungsschemata. Wie erläutert wurde, vermittelt der Habitus zwischen der Struktur und der Praxis. Hier findet sich die Schnittstelle bzw. das dynamische Moment, in dem sich über die Klassenzugehörigkeit eines Individuums der Habitus Klassifikationen

schafft und sich schließlich ein distinkter Lebensstil herausbildet, welcher sich in den verschiedenen Geschmacksvarianten zeigt. Diese Geschmacksvarianten lassen sich wiederum auf die Strukturebene zurückführen; die Struktur des Kapitals (ökonomisches, soziales und kulturelles Kapital) äußert sich in Denk-, Wahrnehmungs- und Beurteilungsschemata. Diese wiederum führen auf der Praxisebene zu den Geschmacksvarianten „Distinktion“, „Prätention“ und der „Notwendigkeit“ (vgl. Kapitel 5.4). Der soziale Raum, in denen sich die Klassen befinden, stellt sich uns folglich als Struktur dar, der Habitus als vermittelndes Moment zwischen dieser und der Praxis, als Raum der Lebensstile. Dieser Zusammenhang zwischen Struktur und Praxis ist auch der Zusammenhang von Sozialstrukturanalyse und Kulturosoziologie (vgl. Müller 1992: 298).

5.4 Geschmacks-Dimensionen und Lebensstile

Der Geschmack, den ein jedes Individuum ausbildet, ist nach Pierre Bourdieu etwas rein Gesellschaftliches und nicht etwa individuell oder das persönliche Verdienst eines Individuums. Geschmack kann als klassifizierende Praxis bezeichnet werden, die es dem Akteur ermöglicht zwischen verschiedenen Personen, Objekten und Qualitäten zu unterscheiden (vgl.: Papilloud 2003: 43). Zusammen mit dem Habitus erlaubt es der Geschmack als Klassifikationsprinzip, Qualität, Objekte und Menschen nach Eindrücken anzuordnen (vgl.: ebd.). Um die Einteilung in gut/schlecht oder schön/hässlich zu vollziehen, also Unterschiede zu Unterscheidungen zu machen, benötigt der Akteur bestimmte soziale Ressourcen, welche Bourdieu als Kapitalstruktur bezeichnet (vgl. Bourdieu 1987a: 25).

5.4.1 Doxa, Orthodoxie und Heterodoxie

Bourdieu „... fasst Erkenntnis als Feld mit bestimmten Positionen, Relationen und Prozessen auf, die sich in dieser Strukturierung in allen möglichen Bereichen der

Gesellschaft – von der Ökonomie bis zur Kultur – niederschlägt“ (Müller 1992: 304). Die alltäglichen Denk-, Wahrnehmungs- und Beurteilungsschemata bezeichnet Bourdieu als *Doxa*. *Doxa* übersetzt die sozial definierten Grenzen, wie Sitten, Bräuche, Institutionen, Normen und Werte der Gesellschaft, in die Naturwüchsigkeit der natürlichen Lebenswelten. Die täglich eingehaltenen Regeln werden nicht bewusst wahrgenommen und reflektiert. Vielmehr werden sie als selbstverständlich hingegenommen (vgl. Bourdieu 1987a: 668). Die Gesellschaft kann als „zweite Natur“ bezeichnet werden, welche nicht hinterfragt wird. „Die naturwüchsige Perzeption und Apperzeption des „common sense“ kann nur aufgebrochen und die zweite Natur selbstverständlicher Regeln als soziokulturelle Konvention durchschaut werden, wenn der Kontakt zu anderen Kulturen mit abweichenden Regeln besteht; aber auch dann lässt sich der naturwüchsige Charakter der *Doxa* aufrechterhalten, wenn das Andersartige als abartig, das Abweichende als widerlich, un- oder untermenschlich, die fremden Sitten als sittenwidrig, die Gebräuche als martialisch oder gar kannibalisch und die anderen Regeln als unzivilisiert und unkultiviert abgestempelt werden können“ (Müller 1992: 304). Die *Doxa* ist also ein sich selbstständig erzeugender Modus, der unreflektiert ist und somit auch objektiven Täuschungen aufsitzen kann. Kommt es zu solch einer objektiven Täuschung, wird der vom „common sense“ gesteuerte Versuch der Erkenntnis zu objektivem Verkennen, die Wahrnehmung zur *Allodoxia*. Die *Allodoxia* stellt eine fehlerhafte Repräsentation dar, die auf einer Verhaftung innerhalb der *Doxa* beruht und deren Erkenntnisgrenzen offenbart (vgl.: Bourdieu 1987a: 504). Man könnte auch von den Grenzen des Wissens sprechen, welche sich in bestimmten Situationen nicht verbergen lassen. Eine andere Art der Fehlperzeption ist die *Paradoxie*. Es handelt sich um einen reflektierten Zustand, der eintritt, wenn sich Widersprüche zwischen individuellen Erwartungen und den kollektiven Ereignissen und Prozessen ergeben.

Wird die *Doxa* ausdifferenziert, entstehen *Orthodoxie* und *Heterodoxie*. Bourdieu versteht unter der *Orthodoxie* die tatsächliche, definitive, offizielle Welt, die herrschende Kultur. Die bewusst gewählte Gegenwelt bezeichnet Bourdieu als *Heterodoxie*. Es ist die beherrschte Kultur und bisweilen daher die Subkultur.

Meist kann davon ausgegangen werden, dass wir „... mehr oder minder in vielen Bereichen oder Phasen unseres Lebens den Doxa verhaftet bleiben und habituelle Reaktionsweisen an den Tag legen“ (Müller 1992: 309). Wenn das Individuum in der Lage ist orthodoxe und heterodoxe Entscheidungen zu treffen, variiert diese Fähigkeit systematisch mit der Stellung innerhalb der Sozialstruktur, mit der Klassenzugehörigkeit und mit der Ausstattung mit ökonomischem und vor allem kulturellem Kapital (vgl. ebd.). Die Fähigkeit ein heterodoxes Urteil bezüglich eines bestimmten Feldes zu fällen (beispielsweise der Künste), setzt die Kenntnis der doxischen Vorurteile und orthodoxen Konventionen voraus. Diese Kenntnisse müssen in der Kindheit durch die Eltern ganz selbstverständlich vermittelt worden sein und durch eine Bildungslaufbahn differenziert werden. Die Bildung muss finanziert werden, so dass das Individuum sich ganz der Lehre widmen kann. Entscheidend sind also sowohl die durch das Elternhaus erlernten Konventionen als auch die durch die schulische Laufbahn erworbenen Kenntnisse. Das Vorhandensein von ökonomischem Kapital begünstigt die Laufbahn des Kindes. Das Beispiel der Kunstkenntnisse lässt erahnen, dass bestimmte Bevölkerungsgruppen, nämlich die mit einer niedrigeren sozialen Stellung und einem niedrigen Einkommen, sich wohl kaum mit Kunst beschäftigen werden, da wichtigere Kenntnisse notwendig sind um den Lebensunterhalt zu bestreiten. Wenn beispielsweise ein Arbeiter Auskunft über einen Kunstgegenstand geben sollte, würde er dies höchstwahrscheinlich nicht über die orthodoxen Konventionen können. Vielmehr würde er über die Erfahrungen, die in der Doxa niedergeschlagen sind, versuchen sich eine Kompetenz zusammen zu rei-men um mitreden zu können. Die Voraussetzung und Bedingung für gewisse Kenntnisse, wie der Kunst, ist ökonomisches Kapital und „Zeit und Muße“ (Müller 1992: 310) kulturelles Kapital auszubilden. „Zieht man die theoretischen Konsequenzen (...), dann wird man soziokulturelles Milieu, Geld und Zeit als entscheidende Kriterien für die differentielle Verteilung von Erkenntnisfähigkeiten und Wahrnehmungsweisen bezeichnen können“ (ebd.). Hierbei handelt es sich auch um die wesentlichen Determinanten des ästhetischen Urteilsvermögens eines Individuums.

5.4.2 Geschmack und ästhetische Kompetenz

Für Bourdieu ist der *Geschmack* entscheidend, wenn es um die Untersuchung des Kräftefeldes der herrschenden Klasse, wie dem der kulturellen Produktion, geht (vgl. Bourdieu 1987a: 31). Diese herausragende Rolle, die Bourdieu dem Geschmack beimisst, ist vor allem darin begründet, dass im Geschmacksurteil die höchste Ausprägung des Unterscheidungsvermögens zu finden ist, „... jenes Vermögen also, das Verstand und Sinnlichkeit, die unsinnliche Begrifflichkeit des Pedanten mit dem begriffslosen Genuss des „Weltmanns“ versöhnt und darin den „vollkommenen Menschen“ definiert“ (ebd.). Das Individuum benötigt im Alltag *kulturelle* und *ästhetische Kompetenz*. Hierunter versteht Bourdieu die erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten um ein Kunstwerk zu dechiffrieren und decodieren (vgl. ebd.: 33f). „Versucht man eingehender zu bestimmen, wie „kultivierte Einstellung“ und „kulturelle Kompetenz“, festgemacht an der Art der konsumierten Güter, wie ihrer besonderen Konsumtionsweise, nicht nur je nach Gruppe von sozialen Akteuren und Anwendungsbereichen variieren – (...), sondern innerhalb der legitimen Bereiche auch abhängig vom Markt, auf dem sie angeboten werden, also dem „schulischen“ oder dem „außerschulischen“, dann sind zwei grundlegende Tatsachen festzuhalten: Zum einen die sehr enge Beziehung zwischen den kulturellen Praktiken (sowie den entsprechenden Meinungen) und dem schulischen Kapital oder Bildungskapital (gemessen an Schul- und Hochschulabschluss), sowie sekundär der sozialen Herkunft (erfasst anhand des Berufs des Vaters); zum anderen das Faktum, das unter Voraussetzung eines gleichwertigen Bildungskapitals mit zunehmender Ferne zu den legitimen Bereichen das Gewicht der sozialen Herkunft bei der Erklärung der Präferenzen und Praktiken stärker durchschlägt“ (ebd.).

Als geeignetes Mittel um die Korrelation von Leistung und Bildungskapital als der von der Institution Schule garantierten und anerkannten Form des kulturellen Kapitals zu prüfen, wurden den Probanden 16 Musikstücke genannt, zu denen sie dann den jeweiligen Komponisten nennen sollten. Die Untersuchung ergab, dass von allen Produkten, die der Wahl des Konsumenten unterliegen, die legitimen Kunstwerke die am stärksten klassifizierenden und Klasse verleihenden sind. Bourdieu nennt

drei Geschmacksdimensionen, die sich im „Universum der individuellen Geschmacksrichtungen“ (ebd.) herausarbeiten lassen. Mit diesen drei Dimensionen korrespondieren wiederum drei Bildungsniveaus und drei gesellschaftliche Klassen.

Der legitime Geschmack der herrschende Klasse

Der legitime Geschmack bezeichnet die kulturelle Praxis des Bildungsbürgertums und Großbürgertums, die zusammen die herrschende Klasse bilden (vgl. Bourdieu 1987a: 405ff). Die herrschende Klasse ist nochmals in drei Berufsgruppen zu unterteilen in: (1) Hochschullehrer und Kulturproduzenten, (2) Freiberufler; hierzu gehören Architekten, Anwälte, Ärzte und (3) Unternehmer. Die Kapitalstruktur der Berufsgruppen unterscheidet sich in seiner Zusammensetzung darin, dass die Gruppe der Hochschullehrer und Kulturproduzenten zwar wenig ökonomisches, jedoch viel kulturelles Kapital inne haben, während die Freiberufler, aber vor allem die Unternehmer, tendenziell mehr ökonomisches, aber weniger kulturelles Kapital besitzen. Die kulturelle Kompetenz der *Hochschullehrer und Kulturproduzenten* ist mittels der Korrespondenzanalyse beispielsweise dadurch zu belegen, dass diese über die größte Kenntnis bezüglich musikalischer Werke (6%) und Komponisten (7,7%) verfügen. Außerdem behaupten sie besonders Werke zu schätzen, die die „reinste“ ästhetische Einstellung vom Hörer verlangen, wie „Das Wohltemperierte Klavier“. Ferner gehen Anhänger dieser Berufsgruppe gerne in Museen und Ausstellungen der modernen Kunst, abstrakte Malerei wird geschätzt und Freunde aus dem Künstlerkreis bevorzugt. Die Bildung dieser Berufsgruppe wurde zum Großteil in der Schule akkumuliert und nicht in der Familie. Die Hochschullehrer und Kulturproduzenten bevorzugen Freizeitbeschäftigungen wie Wandern, Campen, den Besuch von Museen. Zusammenfassend kann man in dieser Berufsgruppe von einem asketischen Aristokratismus sprechen (vgl. Bourdieu 1992: 447).

Der *Freiberufler* weist bei gleichzeitiger Einkommensstärke eine geringe kulturelle Kompetenz auf. Weiter kennzeichnet ihn seine bürgerliche Herkunft. Der Erwerb des Bildungskapitals findet hauptsächlich in der Familie statt. „Kapitalstruktur und soziale Herkunft generieren einen Habitus, den man als Disposition zur luxuriösen Lebensführung bezeichnen kann“ (Müller 1992: 326). Der Freiberufler übt Freizeitaktivitäten aus, die sehr kostspielig und prestigeträchtig, im kulturellen und mate-

riellen Konsum zu finden sind. Hierunter fallen: Kunstbücher, Kameras, Tonbänder, Boote, Golfen, Reiten, Skifahren, Wasserskifahren (vgl. ebb.: 443). Man besucht gerne Cocktailpartys und andere Veranstaltungen, auf denen man Kontakte bzw. Beziehungen ausbauen und neu knüpfen kann, welche einem dann helfen Kapital an Ansehen zu mehren, das für die Ausübung des Berufs unerlässlich ist.

Die *Unternehmer* aus Handel und Industrie auf der anderen Seite bzw. am anderen Pol, zeichnen sich durch ihre Einkommensstärke und ihre geringe kulturelle Kompetenz aus. Diese Berufsgruppe kennt nur wenige musikalische Werke und Komponisten, ziehen gewissenhafte Freunde vor (1,5%) und bevorzugen bürgerliche Kulturobjekte zweiten Ranges, die ihre einstige Geltung verloren haben oder Klassiker geworden sind, wie „L’Arlésienne“, „An der schönen blauen Donau“, „La Traviata“ oder „Da Vinci“. Die Freizeitbeschäftigungen erstrecken sich von „kybernetischen Sportarten“ wie, Segeln, Ski, Wasserski, Tennis (Reiten und Golf in zweiter Linie) und Gesellschaftsspielen wie Bridge und vor allem Schach, die gleichzeitig als „intellektuell“ und „in“ gelten (vgl. Bourdieu 1992: 487f). Die Unternehmer verbindet der „Sinn für Luxus“.

Mittlerer und populärer Geschmack der Klassen des Kleinbürgertums

Der mittlere Geschmack und vor allem der populäre Geschmack sind von einer strikten Orientierung an der Funktion, Substanz und Praktikabilität gekennzeichnet. Die Klasse des Kleinbürgertums lässt sich in drei Lebensstilgruppen unterteilen: (1) das neue Kleinbürgertum, (2) das exekutive Kleinbürgertum und (3) das absteigende Kleinbürgertum.

Das *neue Kleinbürgertum* (vgl. Bourdieu 1987a: 563ff) setzt sich vor allem aus unteren und mittleren Angestellten, Verkaufs- und Vertreterberufen, medizinisch-sozialen Pflegeberufen (Eheberater, Diätetiker etc.) oder aus populären Kulturvermittlern (Journalisten, Animateure, Erzieher etc.) zusammen. Bei den Angehörigen des neuen Kleinbürgertums handelt es sich oft um Personen, die an sich ein hohes ererbtes Kapital haben, aber ohne den beglaubigten Titel der Schule (vgl. Müller 1992: 337). Der Kunstgeschmack dieser Personengruppe nähert sich bei hohem kulturellen und symbolischen Kapital stark dem Geschmack der Bourgeoisie an.

Das *exekutive Kleinbürgertum* übt ausführende Tätigkeiten aus, wie die eines mittleren Angestellten mit gesicherter Berufskarriere nach dem Modell des öffentlichen Dienstes, der einen allmählichen Aufstieg sicherstellt (vgl. Bourdieu 1987a: 549). Diese Personengruppe zeichnet sich durch seine autodidaktische Strebsamkeit und den Geschmack an allen Tätigkeiten (z.B. Sammlungen) aus, die ein bedeutendes Maß an Zeit und Bildungseifer beanspruchen. Angehörige dieser Gruppe wissen, dass alles, was sie bisher erreicht haben, der Bildung zu verdanken ist und dass alles, was noch erreicht werden möchte, über die Bildung zu erlangen ist. Man neigt zum Perfektionismus, ist sehr genau, legt Wert auf ein gepflegtes Äußeres, eine ordentliche Wohnung und hat ein erklärtes Interesse für Film und Fotografie.

Die dritte Form des Kleinbürgertums ist das *absteigende Kleinbürgertum*. In dieser Gruppe sind Handwerker und kleine Händler vereint (vgl. ebd.: 541). Generell ist das Bildungsniveau dieser Gruppe niedrig und die Personen älter. Die Einstellungen sind tendenziell repressiven Charakters. Sie neigen zu konventionellem und althergebrachtem Geschmack, bevorzugen also eine traditionelle französische Küche, klassische Maler und längst anerkannte Sänger.

Der Geschmack für das Notwendige der unteren Klasse

Die untere Klasse setzt sich aus Arbeitern und Angestellten zusammen, welche sich den anderen Klassen unterordnen müssen. Es fehlt am Notwendigsten (vgl. Bourdieu 1987a: 585ff) und aus dieser Notlage bildet sich ein Geschmack für das Notwendige heraus. Das Bildungsniveau ist niedrig. Der materielle Zwang in der unteren Klasse führt zu einer pragmatischen und funktionalistischen „Ästhetik“, dem Sinn für das Praktische und dem Standpunkt, dass alles Unnötige abzulehnen ist. Die Arbeiter wählen saubere und ordentliche, pflegeleichte Wohnungseinrichtungen und preisgünstige Kleidung, was natürlich auch aus ökonomischen Gründen geschieht. Die Kleidung wird nicht nur aus ökonomischer Sichtweise gewählt, sie sollte vielmehr auch unauffällig sein und schnell, ohne großen Zeitaufwand wählbar sein (vgl. ebd.: 593). Der Kulturkonsum ist in dieser Klasse gering. Die Freizeit- bzw. Unterhaltungsbeschäftigungen sind im Bereich der Unterhaltungssendungen, Krimis, Reiseberichte, Liebesgeschichten und Basteltätigkeiten angesiedelt.

5.5 Zusammenfassung der soziokulturellen Klassentheorie Pierre Bourdieus

Pierre Bourdieu untersucht die Sozialstruktur der Gesellschaft unter der Annahme, dass es sich um eine Klassengesellschaft handelt. Somit sind sozioökonomische Merkmale der Akteure determinierend für deren Lebensstile. Der Habitus fungiert als Denk-, Handlungs- und Wahrnehmungsdisposition zwischen Struktur und Praxis. Die sozialen Räume fordern ständig Struktur und Wissen, welche Handlungsweise die „richtige“ ist. Bei diesem Vorgang dient der Habitus als Verhaltenshilfe. Der Habitus vermittelt demnach zwischen Struktur und der Praxis, also dem Lebensstil eines Individuums. Der Habitus ist durch die Konditionierung des Akteurs nicht nur individuell, sondern auch kollektiv als „Klassenhabitus“ zu verstehen. Demnach ist das Individuum keinesfalls frei in seinen Entscheidungen und Handlungen, sondern geprägt und abhängig von seiner Klassenlage. Die Klassenlage wiederum ist abhängig vom Kapitalvolumen und der Kapitalstruktur. Bourdieu führt zusätzlich zum ökonomischen Kapital, das soziale und das kulturelle Kapital ein. Das ökonomische Kapital manifestiert sich in Produktionsmitteln und materiellen Gütern. Soziale Beziehungen und Netzwerke werden als soziales Kapital verstanden. Das kulturelle Kapital kann nochmals in das inkorporierte, das objektivierte und das institutionalisierte Kulturkapital untergliedert werden. Das inkorporierte Kapital umfasst das verinnerlichte Kulturkapital. Es drückt sich in ästhetischer Kompetenz und dem Geschmack einer Person aus. Das objektivierte Kulturkapital bezeichnet Kulturgüter, wie Bilder und Bücher. Das institutionalisierte Kulturkapital kann in Form von Titeln erworben werden und ist somit ein Nachweis für Qualifikation und Kompetenz. Mittels Investition von ökonomischem Kapital können die anderen Kapitalarten erworben werden, es findet eine Kapitalumwandlung statt. Bei der Kapitalumwandlung gilt es, die Umwandlungskosten geringst möglich zu halten. Die Klassifizierung der Gesellschaft bzw. objektive Stellung des Akteurs im sozialen Raum erfolgt über das Kapitalvolumen, die Kapitalstruktur und die soziale Laufbahn als zeitliche Komponente. Das Kapitalvolumen lässt eine Einteilung der Gesellschaft in Klassen (Ober-, Mittel- und Unterklasse) zu. Klassenfraktionen (Besitzbürgertum,

Bildungsbürgertum, aufsteigendes und absteigendes Kleinbürgertum, eine Fraktion die dem Diktat des Notwendigen unterliegt) ergeben sich durch die Kapitalstruktur. Mit der Klassenlage der Akteure korrespondiert der Raum der Lebensstile. Darunter versteht Bourdieu Praktiken und Merkmale der Akteure, welche sich durch die soziale Lage dieser im Lebensstil niederschlagen und ihn determinieren. Der Lebensstil dient zur Distinktion der Klassenfraktionen untereinander. Zwischen dem sozialen Raum (Struktur) und dem der Lebensstile (Praxis) vermittelt der Habitus des Akteurs bzw. der Klassenhabitus. Die Doxa sind alltäglichen Denk-, Wahrnehmungs- und Beurteilungsschemata, die nicht hinterfragt werden und die die jeweiligen Normen einer Gesellschaft impliziert. Da die Doxa ein unreflektierter Modus ist, kann es zu einer fehlerhaften Repräsentation in der Wahrnehmung kommen. Diese objektive Täuschung bezeichnet Bourdieu als Allodoxia, man könnte von den Grenzen des Wissens sprechen. Einen bewussten Zustand der Fehlperzeption stellt die Paradoxie dar. Sie tritt ein, wenn es zu Unstimmigkeiten zwischen dem individuell Erwarteten und dem tatsächlich Eintretenden, herbeigeführt durch das kollektive Handeln der Gesellschaft, kommt. Die vom Akteur als geltende, offizielle wahrgenommene Welt, bezeichnet Bourdieu als Orthodoxie, eine Denk- und Interpretationsleistung, welche sich an der herrschenden Kultur orientiert. Als bewusst gewählte Gegenwelt, eine Art Subkultur, kann die Heterodoxie bezeichnet werden. Die Fähigkeit orthodoxe und heterodoxe Urteile fällen zu können unterscheidet sich stark, je nach Kapitalvolumen und Kapitalstruktur, kurz: der Klassenzugehörigkeit. So sind die Fähigkeit und die Verteilung der Denk- und Wahrnehmungsweisen wichtige Determinanten für den Lebensstil und die Geschmackspräferenzen der Akteure. Der Geschmack und die ästhetische Kompetenz der Akteure sind nach Bourdieu gesellschaftlich konditioniert und ein geeignetes Instrument um die Klassenzugehörigkeit der Individuen zu erfassen. Die kulturelle und ästhetische Kompetenz lässt sich anhand der Fähigkeit ein Kunstwerk zu dekodieren und dechiffrieren, messen. Inwieweit diese Fähigkeit bei den Klassenmitgliedern vorhanden ist, hängt von der schulischen und außerschulischen Bildung, dem kulturellen Kapital ab. So lassen sich der legitime Geschmack der herrschenden Klasse als Orientierungsmaßstab, als Vorbild, der populäre bzw. mittlere Geschmack

re bzw. mittlere Geschmack des Kleinbürgertums und schließlich der Geschmack des Notwendigen der Unterklasse herauspräparieren.

6. Soziale Lagen und soziale Milieus

Das Konzept der sozialen Lagen und das Milieukonzept sind Analyseinstrumente, welche die vertikalen Differenzierungsmerkmale der Individuen in den Hintergrund der Betrachtung stellen. So werden vielmehr Gruppierungen mit ähnlichen Werterhaltungen, Prinzipien der Lebensgestaltung, Beziehungen zu Mitmenschen und Mentalitäten als Milieu gefasst (vgl.: Hradil: 2006: 4). Bei den Konzepten der sozialen Lagen und Milieus stehen die subjektiven Merkmale, die horizontalen Differenzierungsmerkmale im Vordergrund der Betrachtung (vgl. Kapitel 3.2).

Im Folgenden werden drei Konzepte der sozialen Lagen und Milieus vorgestellt. Gerhard Schulzes Untersuchung zur „Erlebnisgesellschaft“ (1992), die Milieuuntersuchung für West- und Ostdeutschland des Sinus-Institutes (2000) und die Milieuuntersuchung der Hannoveraner Arbeitsgemeinschaft Interdisziplinäre Sozialforschung (agis) (2000), ebenfalls für West- und Ostdeutschland.

6.1 Gerhard Schulze – „Die Erlebnisgesellschaft“

Gerhard Schulze führte eine umfangreiche kultursoziologische Analyse durch, welche eine Neuorientierung in der analytischen Perspektive vom Verhältnis zwischen Situation und Subjekt zu Grunde legt. Schulze sieht vertikale Gesellschaftsmodelle als überholt an, da die soziale Ordnung nicht mehr aus der Festlegung des Individuums durch die Außenwelt geschieht, sondern vielmehr durch die Selbstentfaltung dieses in einem riesigen Möglichkeitsraum. Das Individuum sei permanent mit der Ästhetisierung des Alltags beschäftigt und handele somit immer weniger nach ökonomischen Prinzipien als nach subjektbezogenen Kategorien. Somit verblassten hierarchisch interpretierbare Zeichen.

Die Datengrundlage für die empirische Untersuchung zu den Erlebnismilieus in Deutschland bildete eine 1985 im Raum Nürnberg durchgeführte repräsentative und standardisierte Befragung mit über 1000 Personen. Die Befragung gibt Aufschluss

über Alltagsästhetik¹, Sozialkontakte, Beruf oder sonstige Tätigkeiten, Arbeitssituation, Gesundheit, Haushaltsstruktur, politische Einstellung, Grundüberzeugungen, Persönlichkeit, ökologische Situation (vgl. Schulze 2000: 90).

Nach Schulze hat sich, parallel zur sprunghaften Ästhetisierung des Alltags, der kollektive Raum alltagsästhetischer Schemata ausdifferenziert. Es handelt sich bei diesen Schemata um einen mehrdimensionalen Bedeutungskosmos, in dem die zahllosen ästhetischen Zeichen unserer Lebenswirklichkeit bestimmten Erlebnisroutinen zugeordnet werden (vgl. ebd.: 22). Diese Routinen bezeichnet Schulze als Hochkultur-, Trivial- und das Spannungsschema. Diese Schemata werden durch Dimensionen der Stile² beschrieben, bzw. erfasst und kategorisiert.

Durch Beziehungswahl entstehen nach Schulze fünf Erlebnismilieus. Die Milieus unterscheiden sich unter anderem bezüglich des Alters, der Bildung, der Teilnahme bzw. Nichtteilnahme am Erwerbsleben, dem Familienstand, der Haushaltsstruktur, den Arbeitsplatzmerkmalen, der Wohnsituation der Befragten (vgl. ebd.). Auch fließen in die Milieus subjektive Vorstellungen, wie alltagsästhetische Schemata, Persönlichkeitsdispositionen und Wertvorstellungen, ein. Im Folgenden sollen diese fünf Milieus dargestellt werden.

Niveaumilieu

Kennzeichnend für das *Niveaumilieu* (ebd.: 283; 648) ist seine Affinität zum *Hochkulturschema*³ und seine Distanz zu Trivial- und Spannungsschema. Befragte, die zu diesem Milieu zu rechnen sind, gehören zu der Gruppe der über 40-Jährigen. Das Bildungsniveau ist hoch. Man zeichnet sich durch das Interesse für kulturelle Veranstaltungen, wie Theater-, Museums- oder Klassikkonzertbesuche, aus. Man legt Wert auf Qualität und Eleganz, bleibt aber trotzdem dezent.

¹ Musik, Lektüre, Fernsehen, häusliche Tätigkeiten, außerhäusliche Tätigkeiten, außerhäusliche Freizeit, Besuch von Einrichtungen, Veranstaltungen und Stadtteilzentren.

² Schulze verwendet drei Bedeutungsebenen der Stilhermeneutik. Diese drei Dimensionen sind: *Genuss*, *Distinktion* und *Lebensphilosophie*.

³ Das *Hochkulturschema* zeichnet sich durch den Hang zur Perfektion aus. Typische Zeichen dieses Schemas sind das Hören klassischer Musik, der Museums- und Theaterbesuch und die Lektüre „guter Literatur“. Der *Genuss*, als konstitutive Komponente der Erlebnisorientierung, lässt sich im Hochkulturschema als kontemplativ beschreiben. Man genießt und nimmt sich selbst zurück. *Distinktion* wird durch Kultiviertheit im Sinne von Kunstbflissenheit und Bildung angestrebt. Die hochkulturelle Distinktion in unserer Gesellschaft kann als „anti-barbarisch“ bezeichnet werden. Die *Lebensphilosophie* lässt sich mit dem Hang zur Perfektion beschreiben (vgl. Schulze 2000: 143ff).

Die Alltagsästhetik des Niveaumilieus ist geprägt von einer kontemplativen Genusseinstellung. Die Distinktion dieses Milieus lässt sich in erster Linie durch eine anti-barbarische Einstellung beschreiben. Die Lebensphilosophie des Niveaumilieus ist auf Perfektion gerichtet. Man neigt zu einer anspruchsvollen Haltung gegenüber sich selbst und der Welt. Die Neigung zur Reflexivität ist in diesem Milieu am deutlichsten angelegt. Sie sind am politischen Zeitgeschehen interessiert, ihre politische Einstellung ist im konservativen Bereich angesiedelt.

75% der Personengruppe sind verheiratet, nur 5% sind ledig. In einem abhängigen Beschäftigungsverhältnis befinden sich 52% der Personen; 19% sind Hausfrauen; in Ausbildung sind nur 3%. Zum Berufsbild des Personenkreises des Niveaumilieus gehören unter anderem Professoren, Lehrer und Rechtsanwälte.

Harmoniemilieu

Das Harmoniemilieu setzt sich aus Personen zusammen, deren Alter über 40 Jahre beträgt und die eine geringe Bildung genossen haben. Der Stiltypus ist nahe dem Trivialschema⁴ zu finden – in Abgrenzung zum Hochkulturschema. In der Freizeit sieht man gerne fern, hört deutschen Schlager und Blasmusik, liest Illustrierte und Arztromane. Die Anhänger dieses Milieus sind unauffällig in ihrem Auftreten. Man gibt sich gepflegt, ordentlich, schlicht, korrekt, dezent, unauffällig und traditionsbewusst.

Typische Lebenslagen in diesem Milieu sind die Angestelltenwitwe, der ältere Arbeiter, das Rentnerhepaar. Das Milieu zeichnet sich durch seine Behäbigkeit, seine Langsamkeit und Ungelenkigkeit aus. Die Wohnung wird mit Objekten, die scheinbar schön und brauchbar sind, überfrachtet und erzeugt damit einen Raum der Verdichtung, Verengung und Gemütlichkeit.

Das Milieu strebt nach Sicherheit und Geborgenheit, man fürchtet sich vor Bedrohung und Veränderung; es herrscht ein Ur-Misstrauen vor, das sich unter anderem

⁴ Das *Trivialschema* zeichnet sich durch alltagsästhetische *Zeichen* wie den deutschen Schlager, Blasmusik, Liebesfilme, Familienquiz, Heimat- und Arztromane und bunte Illustrierte aus. Das Trivialschema findet seinen *Genuss* in der Gemütlichkeit, bei der aber der Körper eine aktivere Rolle einnimmt als im Hochkulturschema. Das Trivialschema strebt nach Sicherheit, Anlehnung und Geborgenheit. Man zeichnet sich durch eine antiexzentrische *Distinktion* aus. Die *Lebensphilosophie* des Trivialschemas lässt sich kompakt als Streben nach Harmonie bezeichnen (vgl. Schulze 2000: 150ff).

in einem generellen Rückzug widerspiegelt. Das Genussschema lässt sich durch Gemütlichkeit beschreiben. Distinktion wird durch Anti-Exzentrik erreicht und die Lebensphilosophie lautet, ganz dem risikoaversen Verhalten getreu, Harmonie.

Die politische Einstellung im Harmoniemilieu ist eher konservativ, gepaart mit einer hohen Bereitschaft sich politisch unterzuordnen. Es herrscht eine hohe Lebenszufriedenheit vor. 81% der Personengruppe des Harmoniemilieus sind verheiratet, nur 4% sind ledig. 47% sind berufstätig. Der Hausfrauenanteil ist hoch und liegt bei 36%. Das Berufsfeld erstreckt sich von Arbeitern über Verkäuferinnen und Rentner.

Integrationsmilieu

Die Personen, welche im Integrationsmilieu angesiedelt sind, weisen ein Alter über 40 Jahren auf. Das Bildungsniveau ist im mittlere Bereich angesiedelt. Diese Personengruppe zeichnet sich durch ihre Nähe zum Hochkultur- und Trivialschema und Distanz zum Spannungsschema aus. Das Berufsspektrum erstreckt sich von mittleren Angestellten bis zu Beamten.

Die Freizeitgestaltung lässt sich im Integrationsmilieu in zwei Gruppen innerhalb des Milieus aufspalten: Zum einen sind die Präferenzmuster des ungebildeten Milieus zu betrachten und zum anderen die des gebildeten. Das eher ungebildete Milieu beschäftigt sich mit Reparaturen am Haus bzw. der Wohnung, liest Trivilliteratur, sieht fern, hört einfache Musik und liest gerne Illustrierte. Das gebildetere Milieu hingegen hört gerne E-Musik und Jazzmusik, liest gehobene Literatur, besucht Konzerte, Opern, Ausstellungen und ähnliches.

Im Integrationsmilieu sind Persönlichkeitsstrukturen wie Vertrauen, Reflexivität und eine gute Selbstinszenierung typisch. Die primäre Perspektive kann als „soziale Erwartung“ definiert werden, einhergehend mit dem Streben nach Konformität.

Das Genussschema lässt sich als gemütlich und kontemplativ beschreiben. Distinktion wird durch eine antiexzentrische und antibarbarische Haltung erreicht. Das Milieu strebt nach einer Lebensphilosophie, die im Zeichen von Harmonie und Perfektion steht. Die Personengruppe hat eine religiöse Bindung, weist eine hohe Bereitschaft zur politischen Unterordnung, Lebenszufriedenheit und Wohnzufriedenheit auf. 77% der Personen im Integrationsmilieu sind verheiratet, 5% sind ledig. Das Milieu ist durch einen hohen Hausfrauenanteil von 34% gekennzeichnet. Der

Berufstätigenanteil liegt bei 47%, bei einem sehr geringen Anteil an Auszubildenden (3%).

Selbstverwirklichungsmilieu

Im Selbstverwirklichungsmilieu (vgl.: ebd.: 312) sind Personen zu finden, die durchschnittlich unter 40 Jahre alt sind und eine eher mittlere bis höhere Bildung genießen haben. Dieses Milieu zeichnet sich durch seine Nähe zum Spannungsschema⁵ und Hochkulturschema und seine Distanz zum Trivialschema aus. Daraus ergibt sich ein Erlebnis- bzw. Freizeitverhalten, das im Bereich der neuen Kulturszene angesiedelt ist. Man geht gerne auf Konzerte der Pop-, Rock- und Jazzmusik, treibt Sportarten wie Skifahren, Surfen oder Tennis. Die Lektüre ist im Bereich der Sach-, Musik- und Modebücher angesiedelt.

Personen dieses Milieus haben einen ausgeprägten Sinn und Drang zur Selbstdarstellung. Das Selbstverwirklichungsmilieu ist stark vom „Studenten“ geprägt. Man fühlt sich der Kultur- und Kneipenszene nah, wechselt schnell die Orte des Geschehens (Beziehungswechsel, Ortswechsel, Karrierewechsel, Einsteigen, Umsteigen, Aussteigen). Die Berufe der Personengruppe sind meist kreativer Art: Therapeuten, Sozialpädagogen, Lehrer, Designer, Architekten.

Die Alltagsästhetik bezüglich des Genusses ist durch Kontemplation und Action, durch die Nähe zum Spannungsschema, geprägt. Die Lebensphilosophie ist auf Perfektion und Narzissmus ausgerichtet.

Die persönliche Lebenssituation unterscheidet sich sehr stark von den bisher betrachteten Milieus. 57% der Angehörigen des Selbstverwirklichungsmilieus sind ledig, so viele wie in keinem der fünf anderen Milieus. 46% der Personen sind in einem festen Beschäftigungsverhältnis, in Ausbildung sind noch 31%. Im Selbstverwirklichungsmilieu ist der Hausfrauenanteil mit 17% so gering wie in keinem anderen Milieu.

⁵ Typische Zeichen im *Spannungsschema* sind Rockmusik, Thriller und Ausgehen. Man bevorzugt die Unruhe, die Spannung, alles was schnell ist und auch wieder schnell vorbei ist. Man sucht Unterhaltung beim Ausgehen im Kino, in Discos in Bars und Kneipen. Das Genussschema zeichnet sich durch „Action“ aus. Der Körper wird ständig gefordert und bis an seine Grenzen gebracht. Die *Distinktion* im Spannungsschema lässt sich durch Antikonventionalität und die *Lebensphilosophie* als Narzissmus beschreiben (vgl. Schulze 2000: 154ff).

Unterhaltungsmilieu

Das Unterhaltungsmilieu zeichnet sich durch seine Nähe zum Spannungsschema und seine Distanz zum Hochkultur- und Trivialschema aus. Die Angehörigen dieses Milieus sind unter 40 Jahren alt, das Bildungsniveau liegt auf einem niedrigen Niveau.

Angehörige dieses Milieus sind häufig in Einrichtungen des Erlebens und Konsumierens zu finden: man ist im Kino, auf dem Fußballplatz, in Automatensalons, Videotheken, in Fitnessstudios, Diskotheken und der Kneipenszene zuhause. Dieses Milieu ist durch seine Nähe zum Spannungsschema geprägt. Die Lektüre von Trivialliteratur bzw. Zeitschriften gehört ebenso zu diesem Milieu, wie das Hören von leichter Unterhaltungsmusik wie Pop, Rock und Folk oder deutscher Schlager. Das Berufsspektrum reicht vom Fließbandarbeiter über den Kfz-Mechaniker bis zur ungelernten Verkäuferin und Kassiererin.

Herausragend ist im Unterhaltungsmilieu die Suche nach der Bedürfnisbefriedigung durch Stimulation. Das Genussschema im Unterhaltungsmilieu ist ganz auf Action gerichtet. Distinktion wird durch eine antikonventionelle Haltung ausgedrückt. Wie auch im Selbstverwirklichungsmilieu kann die Lebensphilosophie durch die Nähe zum Spannungsschema als narzisstisch bezeichnet werden.

Persönlichkeitstypisch ist im Unterhaltungsmilieu, gegeben durch die junge Altersgruppe, eine relativ geringe Lebenszufriedenheit, korrespondierend mit Unruhe, einer negativen Einstellung zur Umwelt, Angst vor dem Unbekannten und Angst vor Orientierungslosigkeit.

In diesem Milieu sind 68% in einem festen Beschäftigungsverhältnis und nur ein geringer Prozentsatz von 6% befindet sich noch in Ausbildung. Der Hausfrauenanteil ist, mit 20%, deutlich über dem der Selbstverwirklicher zu verorten. 55% der Personengruppe ist bereits verheiratet, 68% leben bereits mit ihrem Partner zusammen und 63% davon haben bereits Kinder.

6.2 Die Sinus-Milieus in West- und Ostdeutschland

Die Milieuforschung wurde in den 1980er-Jahren vom Heidelberger Sinus-Institut für Zwecke der Markt- und Wahlforschung entwickelt. Das Institut entwarf ein standardisiertes Set von 45 Fragen, den sogenannten Milieuindikator, mittels dessen die wichtigsten Milieumerkmale erhoben werden. Der Milieuansatz gliedert die Individuen zunächst nach Wertorientierungen und Lebensstilen. Er geht somit nicht wie die klassische Schichtanalyse vor, die zunächst die „objektiven Soziallagen“ und „objektiven Lebensbedingungen“ erfasst und erst nach dieser Einteilung der Bevölkerung die Mentalitäten, Einstellungen, Verhaltensweisen und Lebenschancen unter den zuvor untersuchten Lebensumständen erforscht.

Der Milieu-Begriff wurde vom Sinus-Institut wie folgt definiert: „Soziale Milieus fassen, um es vereinfacht auszudrücken, Menschen zusammen, die sich in Lebensauffassung und Lebensweise ähneln, die also gleichsam „subkulturelle“ Einheiten innerhalb der Gesellschaft bilden“ (vgl. Sinus-Sociovision 2007). Die Bevölkerung wird nach ihren Lebenszielen, Einstellungen zu Arbeit, Freizeit und Konsum, zu Familie und Partnerschaft, nach ihren Zukunftsperspektiven, politischen Grundüberzeugungen und Lebensstilen befragt und dann nach diesen Merkmalen in soziale Milieus bzw. subkulturelle Einheiten zusammengefasst. Zugeordnet wurden die Personen zu den verschiedenen Milieus mittels eines Verfahrens der Clusteranalyse. Bis zur Wiedervereinigung Deutschlands gab es acht Milieus für Westdeutschland. Nach der Wiedervereinigung wurden, getrennt für West- und Ostdeutschland, zwei eigene Milieumodelle entwickelt, welche dann Mitte der 1990er-Jahre zusammengeführt wurden und immer wieder bearbeitet, aktualisiert und angepasst werden. Im Folgenden werden die Sinus-Milieus jeweils für West- und Ostdeutschland, im Jahre 2000⁶, dargestellt und erläutert (vgl. Sinus-Sociovision 2007; vgl. Geißler 2004: 72f):

⁶ Es werden die Sinus-Milieus aus dem Jahr 2000 verwendet, um diese später besser mit den empirischen Untersuchungen dieser Arbeit, welche ebenfalls im Jahr 2000 erhoben wurden, vergleichen zu können.

Die Sinus-Milieus in Westdeutschland 2000

Für das Jahr 2000 ist für Westdeutschland festzustellen, dass das obere Fünftel der Gesellschaft in zwei etwa gleich große Milieus aufzuteilen ist. Das *etablierte Milieu*, das *intellektuelle Milieu* und das *postmoderne Milieu* gehören zu den gesellschaftlichen Leitmilieus. So lassen sich jeweils 10% der Bevölkerung dem *etablierten Milieu* und dem *intellektuellen Milieu* zuordnen. Das *etablierte Milieu* legt Wert auf eine traditionelle Orientierung, bildet die erfolgsorientierte Konsum-Elite der Gesellschaft und hat ausgeprägte Exklusivitätsansprüche. Das *intellektuelle Milieu* hingegen sieht seine Ambitionen tendenziell eher im Bereich der aufgeklärten, postmaterialistisch orientierten Wert-Avantgarde der Gesellschaft.

Das *postmoderne Milieu* macht in Westdeutschland 6% der Gesellschaft aus. Personen dieser Gruppe gehören der mittleren Mittelschicht und der unteren Mittelschicht zu etwa gleichen Teilen an. Dieses Milieu zeichnet sich durch die individualistische, „multi-optionale“ Life Style-Avantgarde der Gesellschaft aus.

Der traditionelle Mainstream der westdeutschen Gesellschaft wird durch das *traditionelle bürgerliche Milieu* und das *traditionelle Arbeitermilieu* repräsentiert. Das *traditionelle bürgerliche Milieu* setzt sich aus der mittleren Mittelschicht und der unteren Mittelschicht zusammen. In diesem Milieu befinden sich Sicherheits- und Status quo-orientierte Befragte. Man hält sich an traditionelle Werte, die auf Pflicht und Ordnung ausgerichtet sind. Das *traditionelle Arbeitermilieu* setzt sich aus Befragten der unteren Mittelschicht und Unterschicht zusammen. Man orientiert sich an den Notwendigkeiten des Lebens.

Zum modernen Mainstream gehört das *adaptive Milieu*, das *statusorientierte Milieu* und das *moderne bürgerliche Milieu*. Das *adaptive Milieu* macht 8% der Bevölkerung aus und setzt sich aus mittlerer und unterer Mittelschicht zusammen. Man ist gut ausgebildet und gehört zum mobilen, pragmatischen Mainstream der jungen modernen Mitte.

Das *statusorientierte Milieu* ist mit 18% der Gesellschaft das größte Milieu. Das Gros dieses Milieus setzt sich aus der unteren Mittelschicht zusammen, ca. ein Viertel der Bevölkerung aus diesem Milieu gehören der mittleren Mittelschicht an. Das Aufstre-

ben, sowohl beruflich wie auch sozial, steht im Vordergrund; man strebt nach den Erfolgsinsignien unserer Konsumgesellschaft.

Das *moderne bürgerliche Milieu* setzt sich zu etwa gleichen Teilen aus der mittleren Mittelschicht und der unteren Mittelschicht zusammen. 8% der Gesellschaft gehören diesem Milieu an, welches sich durch die Orientierung an traditionellen, konservativen Werten auszeichnet. Tendenziell wollen die Angehörigen dieser Gruppe Harmonie und Sicherheit im Leben.

Die moderne Unterschicht der Gesellschaft in Westdeutschland, lässt sich, nach dem Sinus-Institut im Jahr 2000, in zwei Milieus unterteilen: zum einen in das *konsummaterialistische Milieu* und zum anderen in das *hedonistische Milieu*. Das *konsummaterialistische Milieu* macht 11% der Gesellschaft aus und ist schwerpunktmäßig in der Unterschicht angesiedelt. Diese Personengruppe ist stark von materialistischen Sichtweisen und Zielen geprägt und versucht mittels des Konsumverhaltens Anschluss an die Mittelschicht zu erlangen. Das *hedonistische Milieu* (12%) setzt sich aus Personen der jungen Unterschicht zusammen. Man möchte Spaß haben und sich den konventionellen Vorgaben und Werten bzw. dem Leistungsstreben der Gesellschaft widersetzen oder sich zumindest davon distanzieren.

Die Sinus-Milieus in Ostdeutschland 2000

In Ostdeutschland zeigt sich bei der Betrachtung der Sozialstruktur ein etwas anderes Bild als im Westen der Republik. Der obere gesellschaftliche Bereich ist vom Umfang her kleiner. Das *status- und karriereorientierte Milieu* setzt sich zu einem sehr kleinen Teil aus der Oberschicht und zum Großteil aus der oberen Mittelschicht zusammen. Dieses Milieu macht 9% der Gesellschaft aus und besteht aus Personen, die sich status- und prestigeorientiert geben. Man orientiert sich am Lifestyle der westlichen Gesellschaft.⁷ Das *bürgerlich-humanistische Milieu* (7%) gehört zu den ostspezifischen Milieus, deren Werte und Lebensweisen sich nicht den in Westdeutschland geltenden annähern. Dieses Milieu setzt sich aus der oberen Mittelschicht und der mittleren Mittelschicht der Gesellschaft zusammen und beinhaltet in erster Linie das konservative Bildungsbürgertum, das noch die alten protestanti-

⁷ Das Milieu konvergiert mit dem statusorientierten Milieus in Westdeutschland.

schen Tugenden fortführt. Auch das *DDR-verwurzelte Milieu* umfasst Personen, die an den vergangenen Werten der DDR festhalten. Dieses Milieu macht 8% der Gesellschaft aus und ist das ehemals staatstragende Milieu der „abgewickelten“ Führungskader der Partei, Verwaltung, Wirtschaft und Kultur. Das *DDR-verwurzelte Milieu* ist in der mittleren und unteren Mittelschicht verortet.

Das *linksintellektuell-alternative Milieu* ist in der mittleren und unteren Mittelschicht angesiedelt und macht 7% der Bevölkerung aus. Diese Personengruppe ist postmaterialistisch veranlagt und der Konsumgesellschaft gegenüber kritisch eingestellt.⁸ In der unteren Mittelschicht und Teilen der mittleren Mittelschicht ist das *aufstiegsorientierte Pioniermilieu* mit 7% der Gesellschaft angesiedelt. Es handelt sich bei diesem Milieu um das der unkonventionellen Neuaufsteiger, die „Gewinner der Einheit“.⁹ Das *traditionelle Arbeiter- und Bauernmilieu* liegt im Bereich der unteren Mittelschicht und Unterschicht und stellt 13% der Gesellschaft dar. Diese Personengruppe setzt sich aus dem altproletarischen Milieu der Facharbeiter und Genossenschaftsbauern zusammen.

Das *traditionell-bürgerliche Milieu* ist in Ostdeutschland mit 14% gleich groß wie in Westdeutschland. Das *konsum-materialistische Milieu* ist in Ostdeutschland ebenfalls vorzufinden und macht mit 12% einen ähnlichen Teil der Gesellschaft aus wie im Westen der Republik. Mit 9% ist das *hedonistische Milieu* im Osten kleiner als im Westen Deutschlands. Das *adaptive* und *modern-bürgerliche Milieu* ist in Ostdeutschland annähernd gleich groß wie in Westdeutschland.

Generell lassen sich seit Anfang der 1980er-Jahre Verschiebungen und Trends bezüglich der Milieus in West- und Ostdeutschland feststellen: Zum einen ist ein allgemeiner Wertewandel von traditionellen zu postmateriellen Sichtweisen auszumachen. Abzulesen ist dieser Trend an den schrumpfenden *traditionellen Arbeiter* und *traditionell-bürgerlichen Milieus*. Im Gegenzug zu der eben beschriebenen Tendenz wuchsen Milieus mit konservativem und individualistischem Hintergrund. Der Genuss, das Erleben und die Lebensweise an sich stehen immer stärker im Mittelpunkt der Orientierungen. Des weiteren hat das Sinus-Institut festgestellt, dass sich die

⁸ Die Linksintellektuell-Alternativen konvergieren mit dem in Westdeutschland etablierten intellektuellen Milieu.

⁹ Konvergenz mit dem leistungsorientierten Segment des postmodernen Milieus.

Milieustruktur stärker differenziert; dieser Trend ist an der Zunahme der Milieuanzahl festzustellen.

6.3 Die agis-Milieus in West- und Ostdeutschland

Michael Vester und die Hannoveraner Arbeitsgruppe Interdisziplinäre Sozialstrukturforschung (agis) haben einen interessanten Ansatz zur Milieuanalyse geliefert. Mit aufwendigen qualitativen und quantitativen Methoden wurden Mentalitätstypen erhoben. Dieser Ansatz ist deshalb besonders interessant, da er den klassischen Ansatz Pierre Bourdieus und neuere empirische Erkenntnisse verbindet. Vesters These kann als Gegenthese zu Vertretern der Individualisierungsthese (Beck 1986; Schulze 2000) gesehen werden. So sind Vester und agis der Auffassung, dass die alten Klassenmilieus nicht in zahllose Einzelpersonen zerfallen, die dann ihre Lebensstile und Milieus selbst schaffen und wählen. Vielmehr existieren noch die großen Mentalitätstraditionen, in denen die Milieus stehen, noch und sie haben sich weder spurlos aufgelöst noch sind sie verschwunden (vgl. Vester 2001: 136ff). Vester „... versteht die Individualisierung nicht als völlige Neuschaffung, sondern als „Rekonversion“ oder Umstellung (Pierre Bourdieu), als einen relativen Umbau der Mentalitäten und Milieus“ (ebd.: 145). Die agis-Milieus sind das Ergebnis einer Verknüpfung der bereits dargestellten Sinus-Milieus und der traditionellen Klassenanalyse (vgl. Geißler 2004: 75). Milieus werden weiterhin als Nachfahren der Klassen, Stände und Schichten (und ihren Untergruppen) betrachtet. Jedoch haben, quer zu diesen Traditionslinien, die Milieus der gleichen Generation auch gemeinsame Erfahrungen und Mentalitätszüge (vgl. Vester 2001: 146). So werden bei Vester sowohl die horizontalen Mentalitätsunterschiede als auch die vertikalen Unterschiede in das agis-Milieu-Modell eingeführt. Die horizontalen Unterschiede zeichnen sich auf der Differenzierungsachse ab; die vertikalen Unterschiede sind durch unterschiedliche Herrschaftsbeziehungen, Distinktion, soziale Benachteiligung und Ungerechtigkeiten gekennzeichnet.

Die vertikale Unterteilung der sozialen Milieus kann grob wie folgt zusammengefasst werden: 20% der Gesellschaft stellen die führenden Milieus dar, 70% machen die Volksmilieus und 10% die Unterprivilegierten aus. Diese grobe Einteilung entsteht dadurch, dass sich die Milieus, durch Kulturschranken, untereinander absetzen. Vertikal sind sie durch die Grenzen der Distinktion voneinander getrennt.¹⁰

Die agis-Milieus in Westdeutschland 2000

Die oberen drei Milieus in Westdeutschland teilen sich nach dem klassischen Gegensatz von Bildung und Besitz bzw. Geist und Macht in zwei Traditionslinien. Die Traditionslinie von Macht und Besitz trennt die Milieus der wirtschaftlichen und hoheitlichen Funktionselite von den Milieus der humanistischen und dienstleistenden Funktionselite, welche durch die Traditionslinie der Akademischen Intelligenz begrenzt sind.

Das *konservativ-technokratische Milieu* macht 10% der Gesellschaft aus. Es zeichnet sich durch einen exklusiven Stil, ein klares Elite-, Erfolgs- und Machtbewusstsein, aber auch patriarchalische Verantwortung und verbindliche Formen gegenüber den anderen Milieus aus (vgl. Vester 2001: 149).

Angrenzend an das konservativ-technokratische Milieu befindet sich das *liberal-intellektuelle Milieu*, das ebenfalls ca. 10% der Bevölkerung ausmacht. Das Milieu besteht aus zwei Teilgruppen: Die progressive Bildungselite muss die alten humanistischen Familientraditionen der hochkulturellen Bildung, ein karitatives Ethos und die Überzeugung einer idealistischen Aufklärungsmission gegenüber den anderen Milieus erfüllen. Die moderne Dienstleistungselite will das technokratische Leistungsethos erfüllen und lehnt die Selbstdarstellung ab.

Die kulturelle Avantgarde außen links, trennt sich selbst nicht durch eine eigene Traditionslinie von den anderen Milieus ab. Vielmehr ist sie als Ableger der Nachbarmilieus entstanden. Das *postmoderne Milieu* macht 6% der Gesellschaft aus und artikuliert sich immer wieder neu durch moralische Einstellungen in Form idealistischer Lebens- und Politikentwürfe oder ästhetische Einstellungen in den

¹⁰ Die Trennung verweist auf das Masse-Elite-Schema, das die Welt nach den Gegensatzpaaren rational/emotional, kultiviert/ungebildet, fein/grob, ideell/materiell, spirituell/trivial, asketisch/hedonistisch, individuell/kollektiv einteilt (vgl. Vester 2001: 148).

scher Lebens- und Politikentwürfe oder ästhetische Einstellungen in den schönen Künsten und Lebensstilen.

Die Mehrheit der Gesellschaft von ca. 60% lässt sich in die mittleren bzw. respektablen Volksmilieus aufteilen. Die erste Traditionslinie umfasst die Milieus der Facharbeit und der praktischen Intelligenz. Die mittleren Volksmilieus zeichnen sich durch ihre Skepsis gegenüber allen Autoritäten und großen Ideologien aus. Man baut auf Eigenverantwortung und Gleichberechtigung; man ist gegenseitig für einander da und schreibt Verantwortung groß. Durch Ausbildung und dadurch ermöglichte Leistung kann vieles erreicht und geschaffen werden.

Das *traditionelle Arbeitermilieu* macht fast 4% der Bevölkerung aus und steht für die Großeltern, die noch mit Mangel und Verzicht konfrontiert waren und körperliche Arbeit leisten mussten.

Die mittlere Generation bildet das große *leistungsorientierte Arbeitnehmersmilieu*, das mit 18% die größte Bevölkerungsgruppe stellt. In diesem Milieu lassen sich moderne Facharbeiter und Fachangestellte ausmachen. Diese streben nach mehr Teilhabe an Wohlstand und Bildung und mehr Mitsprache in der Politik, da man sich als Leistungsträger in der Volkswirtschaft sieht.

Das *moderne Arbeitnehmersmilieu* bildet die jüngste Generation dieser Traditionslinie. Diese Bevölkerungsgruppe steht für hoch qualifizierte Arbeitnehmerintelligenz, moderne, technische, soziale und administrative Berufe, die sich an der Basis vor Ort solidarisch engagiert und für unkonventionelle Formen offen ist (vgl. ebd.: 152).

Das *kleinbürgerliche Arbeitnehmersmilieu* ist in der rechten Mitte der Milieulandschaft angesiedelt und macht 14% der Bevölkerung Westdeutschlands aus. In diesem Milieu gelten Väter, Chefs, Honoratioren und Politiker noch als Vorbilder (vgl. ebd.). Daraus ergibt sich aber auch, dass eine Fürsorgepflicht der Vorbilder gegenüber ihrem Gefolge besteht.

Das *moderne bürgerliche Milieu* stellt 8% der Gesellschaft dar; hier sind Personen der mittleren Generation mit mittlerer Qualifikation und mittlerem Einkommen zu finden.

Die Milieus der Jugendkultur am linken Rand der Mitte sind die Kinder der beiden vorangegangenen Milieus. Das *hedonistische Milieu* ist geprägt durch die Erlebnis-

orientierung und die Rebellion gegen die Leistungs- und Pflichtethik der Eltern. Die Altersgruppe in diesem Milieu liegt zwischen 20 und 30 Jahren, gehört zu den Freizeithedonisten und wünscht sich dementsprechend mehr Freiräume für Hobbys.

Ein Zehntel der Bevölkerung gehört den unterprivilegierten Volksmilieus an. Diese *traditionslosen Arbeitnehmersmilieus* zeichnen sich durch den Gegensatz von Macht und Ohnmacht aus, in der sie die soziale Welt erfahren (vgl. ebd.: 153). Als gering Qualifizierte hatte diese Bevölkerungsgruppe wenig von der Bildungsexpansion und findet schwer Arbeitsplätze. Daraus resultiert für dieses Milieu oft eine Dauerarbeitslosigkeit bzw. eine Tätigkeit in prekären Wirtschaftszweigen.

Die agis-Milieus in Ostdeutschland 2000

In Ostdeutschland sind zwar genauso wie in Westdeutschland Traditionslinien, welche auf den gemeinsamen historischen Ursprung der Milieus verweisen, vorhanden, jedoch sind diese deutlich anders unterteilt als im Westen der Republik (vgl. Vester 2001: 153). Der Ursprung dieser Unterschiede kam von außen und lässt sich durch zwei Entwicklungen zusammenfassen: der erste Eingriff in die ostdeutsche Sozialstruktur fand 1945 mit der Einrichtung eines neuen Herrschaftssystems statt. Mit Hilfe der Sowjetunion wurden die früher führenden Milieus aus Politik und Wirtschaft vertrieben und durch eine Pluralität neuer Elitemilieus ersetzt¹¹. Das *status- und karriereorientierte Milieu*, das von den Milieus die engsten und autoritärsten Einstellungen hatte, konnte sich aus der Pluralität der Elitemilieus durchsetzen. Durch die Abdrängung der facharbeiterischen und technokratischen Eliten wurde eine Modernisierung und die leistungsgerechte Allokation der Produktivkräfte verhindert; statt dessen dominierte die politische Macht und das Laufbahnprinzip. „Die DDR wurde eine bürokratische überformte traditionelle Arbeitergesellschaft“ (ebd.). Die Folge dieser Entwicklung war, dass sich modernere Industrie- und Angestelltenberufe und damit auch die Arbeitnehmersmilieus nicht in dem Maße wie in der BRD entwickeln konnten.

¹¹ Diese Elitemilieus setzten sich aus der Intelligenz der Facharbeiter und Bauern, den technokratischen Fachleuten und den anpassungsfähigen kleinbürgerlich-bürokratischen Karrieremilieus zusammen.

Die Wiedervereinigung löste eine Dynamik aus, welche die inneren Kräfte, die für eine Veränderung bereit standen, zu einer wirtschaftlichen Modernisierung bewegten; zu diesen inneren Kräften gehörten moderne Teile der Traditionslinien der Facharbeiter und der technokratischen Eliten.

Der zweite Eingriff in die ostdeutsche Sozialstruktur erfolgte durch die schockartige Umstrukturierung, welche nach 1989 vom Westen eingeleitet wurde. Potentiale zur wirtschaftlichen Modernisierung wurden vom Westen verdrängt (vgl.: ebd.: 154). Die technischen und kulturellen Eliten, die dem DDR-Regime an sich kritisch gegenüber standen, erlebten eine Deklassierung, welche „... eine Rückbesinnung auf die ostdeutsche Identität motivierte“ (ebd.). Andere Führungseliten aus dem Gesundheitswesen, dem Militär, der Polizei, der Verwaltung oder des Schulwesens wurden einfach übernommen. Das *status- und karriereorientierte Milieu*, einst tragende Säule in der DDR, fand sich in dem Umbruch am besten zurecht und schaffte den Sprung in die neue Sozialstruktur und in das neue Karrieremuster.

In der Mitte der Gesellschaft spalteten sich Gewinner von Verlierern ab und bildeten Milieus, die sich zueinander stark konträr verhielten. Zwei Traditionslinien lassen sich in der ostdeutschen Gesellschaft ausmachen. Zum einen sind die Milieus zu betrachten, die in ihrer Vergangenheit durch die DDR geprägt wurden. Diese Milieuzweige suchen tendenziell den vertikalen Aufstieg. Zu diesen Milieus gehört das *status- und karriereorientierte Milieu*, das ca. 9% der Gesellschaft in Ostdeutschland ausmacht und das *aufstiegsorientierte Pioniermilieu*, welches ungefähr 7% der Bevölkerung stellt. Parallel zu diesen befinden sich Milieus, die über Qualifikation einen horizontalen Wechsel der Milieus in qualifizierte Berufe anstreben. Zu diesen Milieus zählen das *moderne bürgerliche Milieu* (ca. 9%) und das *moderne Arbeitnehmersmilieu* (ca. 9%).

Die unterprivilegierten Milieus, die *traditionslosen Arbeitnehmersmilieus* (ca. 12%), reagierten teilweise mit fatalistischer Gelassenheit, aber auch, gerade unter Jugendlichen, mit einer hohen Gewaltbereitschaft aufgrund der Perspektivlosigkeit.

7. Lebensstilmodelle – Sozialstrukturanalyse jenseits von Schicht und Klasse

In den folgenden Kapiteln werden Lebensstilansätze vorgestellt, die wie die vorangegangenen Ansätze dazu dienen, Erkenntnisse für das eigene Vorgehen im empirischen Teil dieser Arbeit zu gewinnen. Zunächst wird der Ansatz der Lebensführungstypen Gunnar Ottes vorgestellt. Ottes Konzept entwickelt a priori Lebensstile auf Basis einer Metaanalyse ausgewählter Lebensstilansätze. Annette Spellerberg liefert eine Untersuchung, welche sowohl Lebensstile für West- als auch für Ostdeutschland ermittelte und daher einen wichtigen Anhaltspunkt, vor allem für Vergleiche mit meinen Untersuchungsergebnissen, bietet. Eine dritte empirische Untersuchung, die in den folgenden Kapiteln beleuchtet wird, sind Anke Wahls Forschungsergebnisse zu Lebensstilen im Kontext von Generations- und Lebenslaufeinflüssen. Diese drei empirischen Untersuchungen decken wichtige Punkte für meine Untersuchung ab: Sie lassen Vergleiche inhaltlicher Art zu den Lebensstilen für West- und Ostdeutschland, sowie Vergleiche über die zeitliche Entwicklung, bzw. Veränderung der Lebensstillandschaft in Deutschland, zu.

7.1 Gunnar Otte – Konzept einer Lebensführungstypologie

Die Lebensstilforschung erlebte in den 1980er-Jahren einen wahren Boom; in den letzten Jahren jedoch kann eine Abnahme beobachtet werden. Gunnar Otte macht für diese Entwicklung sechs Hauptprobleme in der Lebensstilforschung verantwortlich (2004: 12): (i) Zunächst ist da die „Theorielosigkeit“ bzw. die mangelnde Verknüpfung von Empirie und Theorie zu nennen. (ii) Auch bereitete in der Vergangenheit das methodische Vorgehen bei der Operationalisierung von „Lebensstilen“ und der Konstruktion von Typologien Probleme. (iii) Es gibt oft Probleme bei der theoretischen Spezifizierung der „Handlungslogiken“ empirisch identifizierbarer Lebensstiltypen. (iv) Problematisch kann auch die Vergleichbarkeit und Replikation

von Typologien sein. (v) Die fehlende Anbindung an andere Sozialstrukturkonzepte, sowie (vi) das Fehlen von Tests der Erklärungskraft von Lebensstilen im Vergleich mit anderen Sozialstrukturkonzepten hält Otte für problematisch.

Otte versucht in seinem Konzept diesen Problemen zu begegnen und eine Lösung für die Lebensstilforschung zu finden. „Die übergreifende Absicht zielte auf eine allgemeine Bewertung von Lebensstiltypologien als Instrumentarium der Sozialstrukturanalyse, vor allem im Hinblick auf ihr Potential beim „erklärenden Verstehen“ sozialer Phänomene“ (ebd. 347). Otte entwickelt mit seinem Modell der Lebensstiltypologien theoretische und methodische Vorschläge, wie die oben genannten Probleme der Lebensstilforschung überwunden werden sollen.

Im Vordergrund der Neuorientierung Ottes steht ein stark theoriegeleitetes Vorgehen. Das Konzept widmet sich der allgemeinen Sozialstrukturanalyse, in deren Mittelpunkt eine Lebensführungstypologie steht, die neun Typen differenzieller Arten der individuellen Lebensführung unterscheidet (vgl. ebd.: 42). Die zentralen Dimensionen der Lebensführung werden a priori herausgearbeitet und entlang dieser werden Typenbildungen konzeptuell vorgenommen (vgl. ebd.: 57ff). In einer Metaanalyse von mehr als dreißig empirischen Studien der Lebensstilforschung identifiziert Otte zentrale Dimensionen zeitgenössischer Lebensstile und entwickelt auf Basis dieser Erkenntnisse ein mehrdimensionales Modell der Lebensführung, die Lebensstiltypologien. Die Operationalisierung erfolgt mit Hilfe der bisherigen empirischen Erkenntnisse aus der Lebensstilforschung. Otte zieht unter anderem die Ergebnisse des bereits von mir behandelten Sinus-Institutes, von Vester, Schulze und Bourdieu für seine Forschung heran. Die Lebensführungstypen, welche Otte a priori bildet, lassen sich in ein Modell des sozialen Raums verorten. Das Modell des sozialen Raums hat den Vorteil, dass es ermöglicht darin zentrale interindividuelle Verhaltens- bzw. Präferenzunterschiede von der Wohnstandortwahl über das Konsumverhalten bis hin zur Parteienpräferenz abzubilden (vgl. ebd.: 352).

Abbildung 1: Lebensführungstypologien bei Otte

gehoben	1 Konservativ Gehobene	4 Liberal Gehobene	7 Reflexive	
mittel	2 Konventionalisten	5 Aufstiegsorientierte	8 Hedonisten	
niedrig	3 Traditionelle Arbeiter	6 Heimzentrierte	9 Unterhaltungssuchende	
	Traditional/biogr. Schließung	Teilmodern/biogr. Konsolidierung	Modern/biogr. Offenheit	Modernität/biogr. Perspektiven

Die Lebensführungstypen (Otte 2004: 174f)

Die *Konservativ Gehobenen* stehen ganz in der Tradition ihrer Familie, das intakte Familienleben steht an oberer Stelle. Man folgt religiösen Prinzipien und ist sich eines gehobenen Lebensstandards durch berufliche Leistungs- und Führungsbereitschaft sicher. Diese Personengruppe strebt nach Ordnung und Sauberkeit, lebt tendenziell eher sparsam und geht gerne auf Bildungsreisen. Distinktion gegenüber anderen Gruppen findet über die Exklusivität des Wohnstils, des Speisens und des Urlaubsziels, die Orientierung an der klassischen Hochkultur und dem Pochen auf „Manieren“ statt (vgl. ebd.: 79).

Die Personengruppe der *Konventionalisten* ist stark nach oben orientiert. Man hat Vorbehalte gegen alles Neue und Fremde, und bezüglich Veränderungen. Die soziale Herkunft dieser Bevölkerungsgruppe liegt im Kleinbürgerlichen. Daher nehmen Werte wie Ordnung, Pflichterfüllung, Disziplin und volkstümliche Kulturformen eine wichtige Stellung ein. Die Konventionalisten halten sich primär im häuslichen Bereich auf.

Die *Traditionellen Arbeiter* orientieren sich an praktischen Werten, sind mit einem einfachen Lebensstandard zufrieden und streben nach sozialer Sicherheit und Verteilungsgerechtigkeit. Diese Gruppe besteht aus der klassischen Arbeiterschaft. Man ist gewerkschaftlich engagiert.

In der Mitte des Modells von Otte liegen die Lebensführungstypen der teilmodernen, biographisch Konsolidierten. Diese drei Typen sind weder so stark auf den häuslichen Bereich fixiert wie die Typen, die traditional und biografisch geschlossen sind, noch sind sie so an den hedonistischen, außerhäuslichen Werten der modernen und

biografisch geöffneten Fraktion orientiert. „Stärker als in den beiden anderen gilt für dieses Segment eine Vorrangstellung der beruflichen Karriere und der kinderbezogenen Familiarität“ (ebd.: 80).

Die *Liberal Gehobenen* setzen sich zum einen aus Personen zusammen, welche die „bildungsbürgerliche“ Lebensführung bevorzugen und eine geistige Weiterentwicklung im Sinne haben, als auch die „Urban Professionals“, welche stärker den materiellen Konsum vorziehen (vgl. ebd.). Der Lebensstandard dieser Bevölkerungsgruppe ist gegenüber dem Durchschnitt gehobener. Diese Bevölkerungsgruppe ist abgeschlossen gegenüber neuen Entwicklungen und Mode. Auch wird diese gesellschaftliche Gruppe mehr in kulturelles Kapital investieren als andere Typen, da sie im sozialen Raum so verortet ist, dass sie von der Bildungsexpansion profitieren konnten. Die Liberal Gehobenen zeichnen sich durch ihr Gesundheitsbewusstsein, ihre Authentizität und Kennerschaft in der Lebensführung sowie ihren Hang zur Selbstverwirklichung aus.

Die *Aufstiegsorientierten* bilden eine Gruppe von Personen, die sich intern heterogen darstellt. Es sammeln sich hier Personen, welche mitten im Berufsleben stehen und eine „solide“ Karriere anstreben. Meist sind sie aufstiegsorientiert, haben eine Familie und schätzen den Mainstream in Bezug auf die Freizeitkultur. Auch werden Tätigkeiten im häuslichen Bereich präferiert, wie Basteln, Heim- oder Handwerken.

Der Lebensführungstyp der *Heimzentrierten* gehört zur Unterschicht der Gesellschaft, der Lebensstandard ist dementsprechend gering. Geschätzt wird Ordnung, Sauberkeit, ein einfaches schlichtes Leben. Ganz im Zeichen der Sicherheit ist es dieser Personengruppe am liebsten zuhause zu bleiben und es sich gemütlich zu machen. Man genießt Abende vor dem Fernseher im Bewusstsein, dass man sich alles im Leben hart erarbeiten muss. Der Musikgeschmack ist im deutschen volkstümlichen Liedgut angesiedelt.

Die *Reflexiven* zeichnen sich durch einen gehobenen Lebensstandard, ihre Modernität und biografische Offenheit aus. Sie sind offen für neue Erfahrungen und suchen den Lebensgenuss sowie körperliche Stimulation. Im Vordergrund steht bei diesem Typ die eigenverantwortliche Persönlichkeitsentfaltung. Der Reflexive Typ sieht sich nicht nur in der deutschen Gesellschaft, vielmehr verfügt er über ein globales Ver-

ständnis. Die alternative Kulturszene wird geschätzt, man geht gerne in Kneipen und Restaurants, trifft sich mit Freunden. Kommunikation erfolgt unter anderem über die elektronischen Wege, wie zum Beispiel über das Internet.

Ein weiterer Typus, der sich durch Modernität und biografische Offenheit auszeichnet ist der *Hedonist*. Der Genuss nimmt eine sehr hohe Stellung in der Präferenzordnung ein. Es wird viel ausgegangen und ständig dafür gesorgt, dass „etwas los ist“ im Leben. Die Freizeitbeschäftigungen reichen vom Besuch von Diskotheken, Kinos bis hin zu Fitness-Centern; eben alles, was Spaß und Unterhaltung verspricht. Die Hedonisten sind modeorientiert, konsumorientiert und extravertiert. Im Mittelpunkt steht die „Coolnessmaximierung“ und die Sicherstellung sich „antispießig“ zu verhalten (Otte 2004: 82).

Der Lebensführungstypus der *Unterhaltungssuchenden* zeichnet sich durch seinen permanenten Drang zum Konsumieren und dessen Zurschaustellen aus. Durch Konsumgüter, wie Autos, Schmuck, Kleidung, Unterhaltungselektronik und Körperkultur, wird versucht die schlechte Klassenlage, das niedrige Einkommen und Vermögen zu übertünchen. Alle Freizeitbeschäftigungen liegen vornehmlich im außerhäuslichen Bereich.

7.2 Annette Spellerberg – Lebensstile und soziale Ungleichheit in West- und Ostdeutschland

Annette Spellerberg untersuchte auf Basis des Wohlfahrtssurveys von 1993 Lebensstile in West- und Ostdeutschland. Es wurde ein Zusatzfragebogen an den Wohlfahrtssurvey angehängt, welcher eine Untersuchung zu Lebensstilen möglich machte. Interessant ist an dieser Befragung, dass sowohl West- wie auch Ostdeutschland auf seine Lebensstiltypen untersucht wurde.¹²

Zunächst wurde eine Faktorenanalyse¹³ zur Datenstrukturierung und -reduktion durchgeführt. Mittels der Faktorenanalyse konnten sowohl für Ost- als auch für

¹² In Westdeutschland wurden 1.550 und in Ostdeutschland 780 Personen befragt.

¹³ Statistisch-methodische Bemerkungen finden sich im Anhang I

Westdeutschland acht Faktoren ermittelt werden, die dem interaktiven Bereich¹⁴ zugeordnet werden können. Des weiteren können 17 Dimensionen dem expressiven Bereich¹⁵ und neun Dimensionen dem evaluativen Bereich¹⁶ zugeschrieben werden (vgl. Spellerberg 1996: 114). Es wurden also mittels der Datenreduktion insgesamt 34 Faktoren¹⁷ gebildet, welche Spellerberg in eine Clusteranalyse einfließen lässt und daraus neun Lebensstiltypen für West- und Ostdeutschland bildet.

Auf der vertikalen Achse untersucht Spellerberg den „kulturellen Status“ und auf der horizontalen Achse den „Aktionsradius“. Der kulturelle Status reicht von „populär, volkstümlich“ über die „moderne Kultur“ bis hin zur „etablierten Kultur“. Der Aktionsradius kann zwischen „häuslichen Bereich“ und „außerhäuslichen Bereich“ liegen (vgl.: ebd.: 120ff). Spellerberg beschrieb die Lebensstiltypen nach ihrem Freizeitverhalten, dem Musikgeschmack, der Lektüregewohnheit, den Fernsehinteressen, dem Kleidungsstil, den Lebenszielen und der Wahrnehmung des persönlichen Alltags (vgl. ebd. 104). Es konnten neun Lebensstile, „als symbolisch sichtbare Darstellung von sozialer Lage, sozialen Erfahrungen und individuellen Orientierungen“ (ebd.: 11), für West- und Ostdeutschland gebildet werden.

Die Lebensstiltypen für Westdeutschland

Typ 1, der ganzheitlich kulturell Interessierte (vgl. ebd.: 124f), macht 10% der Bevölkerung aus. Diese Bevölkerungsgruppe ist stark sozial engagiert, hat ein ausgeprägtes kulturelles Interesse und neigt zur Selbstverwirklichung. Das Familien- und Arbeitsleben stehen im Vordergrund der Lebensziele dieser Personen. Freizeitaktivitäten finden vornehmlich im häuslichen Bereich statt. So beschäftigt man sich mit Gartenarbeit, Bücher lesen, Handarbeit, Weiterbildung und Basteln. Auch kümmert und spielt man mit den Kindern. Der ganzheitlich kulturell Interessierte kleidet sich

¹⁴ Der interaktive Bereich fasst 18 Variablen des Freizeitverhaltens, fünf Variablen zur Mediennutzung und acht Variablen zur Zeitungslektüre.

¹⁵ Der expressive Bereich beinhaltet elf Variablen zum Musikgeschmack, 15 Variablen zum Fernsehinteresse, zwölf Variablen zur Lektüregewohnheit, 13 Variablen zum Kleidungsstil und acht Variablen zum Einrichtungsstil der Befragten.

¹⁶ Der evaluative Bereich ist aus 16 Variablen zu Lebenszielen und 13 Variablen zur Wahrnehmung des persönlichen Alltags zusammengesetzt.

¹⁷ Und ein Index.

unauffällig, auch in der Ausstattung der Wohnung wird ein funktionaler und behaglicher Stil bevorzugt.

Zwei Drittel der Personen in dieser Gruppe sind weiblich. Das durchschnittliche Alter beträgt 41 Jahre. Die Bildung dieses Typs ist im oberen Bereich angesiedelt, beruflicher Erfolg und ein gehobenes Einkommen sind gegeben.

Typ 2, der etablierte beruflich Engagierte (vgl. ebd.: 126), macht 13% der Gesellschaft Westdeutschlands aus. Das Streben nach Führungspositionen, nach Sicherheit, Unabhängigkeit, einem hohen beruflichen Engagement bei gleichzeitiger Familienorientierung, zeichnen diesen Typ aus. Die Freizeitbeschäftigungen spielen sich zum Großteil im Bereich der Familie ab. Es werden kulturelle Veranstaltungen wie Theater und Konzerte bevorzugt, auch Bücher lesen und andere Formen der Weiterbildung werden genutzt. Im Bereich der Musik schätzt man Anspruchsvolles. Der Kleidungs- und Wohnstil ist qualitätsbewusst, elegant und extravagant.

Die Personengruppe setzt sich zu ähnlichen Teilen aus Frauen und Männern zusammen. Das Durchschnittsalter liegt bei 44 Jahren, über die Hälfte lebt in Zweipersonen Haushalten und nur 6% haben Kinder. Der Bildungsgrad, die berufliche Stellung sowie das Einkommen in dieser Gruppe liegen über dem Durchschnitt der Gesellschaft.

Typ 3, der postmateriell, aktiv Vielseitige (vgl. ebd.: 128), zeichnet sich durch das Streben nach Abwechslung, Unabhängigkeit und sein soziales Engagement aus. Hedonistische Ziele werden groß geschrieben. Die Freizeitaktivitäten finden primär im außerhäuslichen Bereich statt. Man besucht Kneipen, Theater, Konzerte. Weiterbildung ist dieser Gruppe wichtig. Hierzu nutzt man den Computer. Das Fernsehinteresse ist eher gering, wenn doch ferngesehen wird, dann tendenziell eher Informationssendungen. Der Kleidungsstil ist extravagant, figurbetont und elegant. Bei der Wohnungseinrichtung wird auf Funktionalität und die Aussagekraft des persönlichen Stils gesetzt.

Die postmateriell, aktiv Vielseitigen sind etwa zu gleichen Teilen Frauen und Männer. Das Durchschnittsalter dieser Personengruppe liegt bei 30 Jahren. Sie haben einen hohen Bildungsgrad und eine hohe berufliche Stellung. Auch Einkommen und Schichteinstufung liegen weit über dem Durchschnitt. Mit ca. 30% liegt der

Anteil an Personen, die noch in Ausbildung sind, sehr hoch. Über zwei Drittel leben alleine und 50% leben in der Großstadt.

Typ 4, der häuslich Unterhaltungssuchende (vgl. ebd.: 130), gehört zu den vier Lebensstilen, die nach Spannung und Erlebnissen streben. Dieser Typ macht 14% der Gesellschaft aus. Man ist familienorientiert, legt Wert auf Attraktivität und Unterhaltung. Freizeitbeschäftigungen finden vornehmlich im häuslichen Bereich statt; man beschäftigt sich mit Kindern, bastelt, arbeitet im Garten, faulenzte oder sieht fern. Dieser Typ hört gerne Schlager, sieht Unterhaltungsserien, Shows oder Quizsendungen im Fernsehen an. Der Kleidungsstil ist auffällig und jugendlich, der Einrichtungsstil ist modern.

Die Gruppe der häuslich Unterhaltungssuchenden hat einen Frauenanteil von 74%, der Hausfrauenanteil ist in dieser Bevölkerungsgruppe mit 25% am größten. Das Durchschnittsalter liegt bei 36 Jahren. Die Hälfte dieser Personengruppe hat Kinder. Das Bildungsniveau liegt im unteren Bereich, das gleiche gilt für die Einkommensverhältnisse. Tendenziell ist dieser Typ eher in kleineren Orten als in der Großstadt zuhause.

Typ 5 (vgl. ebd.: 132), die *pragmatisch Berufsorientierten* (15%), sind familienorientiert, streben Führungspositionen an, schätzen Sparsamkeit und soziales Engagement. Man geht voll in seiner Arbeit auf und setzt sich für Hilfsbedürftige ein. Die Freizeitaktivitäten finden im Bereich der Familie, Weiterbildung, Computerarbeit, dem Besuch von Sportveranstaltungen, Kneipen und sportlichen Aktivitäten statt. Die primär geschätzte Musikrichtung ist die Rockmusik. Das Fernsehinteresse ist hauptsächlich auf Sportsendungen und politische Magazine, aber auch beliebte Spielfilme zentriert. Man interessiert sich für das politische Zeitgeschehen und bezieht diese Informationen über das Fernsehen, Zeitschriften und den Wirtschafts- und Innenpolitikteil der Zeitung. Der Kleidungsstil dieses Typs ist leger, man richtet sich qualitativ hochwertig ein.

Der Männeranteil in dieser Gruppe ist mit 86% sehr hoch. Es handelt sich um Personen mit mittlerem Bildungsabschluss und dementsprechend durchschnittlichem Einkommen. Die Hälfte lebt mit Kindern zusammen, das durchschnittliche Alter liegt bei 37 Jahren.

Typ 6, der expressiv Vielseitige (vgl. ebd.: 134), macht 4% der Bevölkerung aus. Das größte Interesse liegt darin attraktiv zu sein und ein abwechslungsreiches Leben zu haben. Auffällig ist, dass diese Gruppe sich für fast alles erwärmen kann, bis auf Kinder, das Arbeiten mit dem Computer, Gartenarbeit und Fernsehen. Die freizeithliche Orientierungen liegen im außerhäuslichen Bereich. Es werden Sportveranstaltungen besucht, man geht ins Theater und zu Konzerten oder hält sich in Restaurants und Kneipen auf. Man begeistert sich auch für das Basteln und Handwerken. Der Musikgeschmack ist besonders im Bereich der deutschen Schlager und der Volksmusik angesiedelt. Das Fernsehinteresse konzentriert sich vor allem auf Shows oder Quizsendungen, Sportsendungen und Heimatfilme, man liest gerne Fachbücher, Selbsterfahrungsbücher und Unterhaltungsromane. Die expressiv Vielseitigen nutzen alle möglichen Informationsquellen, besonders die Printmedien. Man liest den Wirtschafts- und Innenpolitikeil der Zeitung und die Werbungsbeilagen. Auch Wochenzeitungen und Zeitschriften dienen zur Informationsbeschaffung. Der Kleidungsstil ist figurbetont, sportlich. Der Einrichtungsstil der Wohnung ist exklusiv und modern.

Sozialstrukturell kann Spellerberg diesen Typus kaum verorten. Männer wie Frauen sind in dieser Gruppe vertreten, genauso wie alle Bildungs- und Altersgruppen.

Typ 7 (vgl. ebd.: 136), der *freizeitorientiert Gesellige* (15%) erachtet Freunde, soziale Anerkennung und Unabhängigkeit als wichtig, während die Familie und soziales Engagement keine Rolle für ihn spielt. Die Freizeit wird vornehmlich im außerhäuslichen Bereich verbracht. Man besucht Kneipen, Sportveranstaltungen, treibt Sport, faulenz, sieht fern und liest Bücher (Comics, Science-Fiction, Fantasy). Das Fernsehinteresse liegt im Bereich der Unterhaltung. Für jegliche Art der Informationsgewinnung zu Wirtschaft und Politik und zum Zeitgeschehen kann sich dieser Typ nicht erwärmen. Der Kleidungsstil ist figurbetont und leger; der Wohnungsstil modern.

Der Typ der freizeitorientiert Geselligen ist mit 27 Jahren die durchschnittlich jüngste Gruppe. Der Frauenanteil liegt bei 59%. Zu 60% lebt diese Bevölkerungsgruppe alleine und nur 12% haben Kinder. Ein relativ großer Teil (22%) ist noch in

Ausbildung. Bildungsniveau und Einkommen liegen etwas unter dem westdeutschen Durchschnitt.

Typ 8 (vgl. ebd.: 138), die *traditionell, zurückgezogen Lebenden* (11%) sind eher passiv und desinteressiert. Es wird nach Sicherheit und Sparsamkeit gestrebt, Regelmäßigkeiten sind wichtig. Die Freizeitaktivitäten liegen im häuslichen Bereich, man sieht fern und arbeitet im Garten, auch Kinder sind wichtig. Der Musikgeschmack ist traditionell und volkstümlich geprägt (Schlager, Volksmusik). Das Fernsehprogramm umfasst Heimatfilme, Shows, Quizsendungen und Unterhaltungsserien. Als Informationsquellen nutzt man die Fernsehnachrichten. Der Kleidungsstil ist unauffällig und zeitlos, die Innenausstattung ist behaglich gestaltet.

Der Frauenanteil in dieser Gruppe liegt bei 67%. Das Durchschnittsalter liegt bei 49 Jahren. Meist leben die Zurückgezogenen auf dem Dorf oder in Kleinstädten. Das Bildungsniveau ist niedrig, dementsprechend ist auch das Einkommen weit unter dem Durchschnitt angesiedelt.

Typ 9 (vgl. ebd.: 140), die *traditionell freizeittaktiv Ortsverbundenen* (11%) präferieren Sparsamkeit, die Familie, ein naturverbundenes Leben und Sicherheit. Ein einfaches Leben steht im Vordergrund. Auch ist es diesem Typ wichtig sich für Hilfsbedürftige einzusetzen und eine gewisse Regelmäßigkeit im Leben vorzufinden. Die Freizeitaktivitäten liegen sowohl im außerhäuslichen als auch im häuslichen Bereich. Man beschäftigt sich gerne mit Gartenarbeit, Basteln oder Heimwerken, geht zu Sportveranstaltungen und spielt mit den Kindern. Der deutsche Schlager und die Volksmusik sind die Musikrichtungen, die dem traditionell freizeittaktiv Ortsverbundenen zusagen. Das Fernsehinteresse liegt im Bereich der Sportsendungen, Heimatfilmen, Shows, Quizsendungen und Dokumentationen. Die Personengruppe kleidet sich unauffällig, zeitlos aber qualitätsbewusst.

In dieser Gruppe überwiegen Männer, mit einem Durchschnittsalter von 49 Jahren. 81% der Personen dieser Gruppe haben bestenfalls einen Hauptschulabschluss, dementsprechend ist das Einkommen gering.

Die Lebensstiltypen für Ostdeutschland

Typ 1 (vgl. ebd.: 146), der *hochkulturell Interessierte* (12%), ist stark arbeits- und familienorientiert. Man ist naturverbunden, Freunde und soziales Engagement sind wichtig. Das Freizeitinteresse liegt tendenziell eher im häuslichen Bereich – es wird gerne gebastelt und geheimwert, man geht ins Theater und in Konzerte, bildet sich weiter und liest gerne. Wenn dieser Typ fern sieht, dann Sendungen mit kulturellem Anspruch, Dokumentationen und politische Magazine. Ebenso liegt die Lektüre im anspruchsvollen Bereich. Man kleidet sich elegant und zeitlos. Auch im Bereich der Einrichtung legt man Wert auf den persönlichen Stil und eine hohe Qualität.

Diese Bevölkerungsgruppe besteht zu etwa gleichen Teilen aus Frauen und Männern, das Durchschnittsalter liegt bei 44 Jahren. 44% dieses Typus haben das Abitur und damit liegt der Bildungsniveau sehr hoch. In dieser Gruppe ist das Einkommen am höchsten.

Typ 2 (vgl. ebd.: 148), die *erlebnissuchend Häuslichen* (19%), suchen die Abwechslung; Freunde sind diesem Typ besonders wichtig. Man genießt das Leben, bevorzugt es einfach und geordnet. Die Freizeitaktivitäten finden zum Großteil im häuslichen Bereich statt; es wird mit den Kindern gespielt, gefaulenzt und fern gesehen. Wenn überhaupt Musik gehört wird, dann Rock- und Popmusik. Das Fernsehinteresse konzentriert sich auf Science-Fiction-, Fantasy- und Actionfilme, sowie Unterhaltungsserien. Man liest gerne Arzt- und Schicksalsromane sowie moderne Literatur. Die Nachrichten im Fernsehen dienen zur Informationsbeschaffung. Man kleidet sich figurbetont und leger. Im Einrichtungsstil spiegelt sich Funktionalismus und Modernität wider.

Der Frauenanteil in dieser Gruppe überwiegt und das Durchschnittsalter liegt bei 45 Jahren. 60% dieser Bevölkerungsgruppe leben mit Kindern zusammen. Das Bildungsniveau ist im mittleren Bereich, das Einkommen liegt etwas unter dem Durchschnitt.

Typ 3 (vgl. ebd.: 150), der *familien-, arbeitsorientierte Stilbewusste* (9%), hat als primäres Lebensziel die eigene Attraktivität im Sinn, gefolgt von den Zielen soziale Anerkennung und Unabhängigkeit. Man geht in seiner Arbeit auf und strebt danach seine eignen Bedürfnisse und Wünsche zu erfüllen. In seiner Freizeit beschäftigt

sich dieser Typ mit der Familie, den Kindern oder geht in Theatervorstellungen und Konzerte. Der deutsche Schlager und die Volksmusik sind die Musikrichtungen, die diesem Typ zusagen. Überdurchschnittlich häufig werden Fernseher, Zeitschriften und die Wochenzeitung zur Nachrichtengewinnung herangezogen. Es besteht Interesse für Innenpolitik und Wirtschaft. Sich elegant, figurbetont und qualitätsbewusst zu kleiden, gehört zu diesem Typ genauso wie eine moderne und behagliche Einrichtungswahl.

Der Männeranteil ist in dieser Gruppe etwas höher als der Frauenanteil, das durchschnittliche Alter liegt bei 45 Jahren. Bildungsniveau und Einkommen entsprechen dem Durchschnitt.

Typ 4 (vgl. ebd.: 152), die *pragmatisch Berufsorientierten* (15%), zeichnen sich durch starkes gesellschaftliches Engagement, Streben nach Führungspositionen und sozialer Anerkennung aus. In der Freizeit beschäftigt man sich vor allem mit Tätigkeiten im außerhäuslichen Bereich, wie Sport treiben und Sportveranstaltungen besuchen, in Theater und Kneipen gehen. Der Fernseher dient als Informationsmedium, es werden Sendungen wie politische Magazine und Dokumentationen angesehen. Das Informationsinteresse spiegelt sich bei diesem Typ auch im Lesen der Zeitung, speziell des Innenpolitik- und Wirtschaftsteils wider. Beim Kleidungsstil wird darauf Wert gelegt sich sportlich und leger, teilweise auch elegant, zu kleiden. Die Wohnungseinrichtung ist modern und von hoher Qualität geprägt.

Die Gruppe setzt sich zu 60% aus Frauen und 40% aus Männern zusammen, das durchschnittliche Alter beträgt 36 Jahre. Beim Bildungsniveau zeigt sich ein recht hohes Niveau. So haben 50% Abitur oder Fachhochschulreife. Auch das Einkommen liegt über dem Mittelwert.

Typ 5 (vgl. ebd.: 154), der *expressiv Vielseitige* (7%), legt besonders großen Wert auf Führungspositionen und soziales Engagement, auch Unabhängigkeit und Attraktivität sind für ihn wichtige Lebensziele. Familie und Sicherheit sind diesem Typ nicht wichtig. Obgleich Angehörige dieser Gruppe sich gerne für Hilfsbedürftige einsetzen, sind individualistische Züge erkennbar. In der Freizeit geht man gerne in Kneipen, ins Theater und in Konzerte, macht aber genauso Gartenarbeit und bildet sich fort. Auch der Fernseher dient der Freizeitgestaltung und nimmt einen wichti-

gen Platz ein, was vor allem am überdurchschnittlichen Interesse für alle möglichen Genres zu erkennen ist. Der expressiv Vielseitige hat ein ausgesprochen hohes Informationsinteresse. Dies zeigt sich in Bezug auf ein hohes Lektüreinteresse und dem Lesen der Zeitung. Der Kleidungsstil dieser Personengruppe weist extrovertierte Züge auf. Im Bereich der Einrichtungsstils zeigt sich ebenso der expressive Charakter dieses Typs.

Das Geschlechterverhältnis ist in dieser Gruppe nahezu ausgeglichen, alle Altersklassen sind gleichmäßig vertreten. Das Bildungsniveau und das Einkommen liegen über dem Mittelwert.

Typ 6 (vgl. ebd.: 156), *der hedonistisch Freizeitorientierte* (13%), strebt nach Abwechslung und trifft sich gern mit Freunden. Auch die Lebensweise ist ganz auf Genuss und Spaß ausgerichtet. Die Freizeit wird weniger mit der Familie oder intellektuellen Tätigkeiten verbracht, als vielmehr mit sportlichen Aktivitäten, dem Besuch von Kneipen und Restaurants und dem Faulenzen. Die Fernsehvorlieben liegen im Bereich der Spielfilme und Sportsendungen. Die Genuss- und Erlebnisorientierung dieses Typs spiegelt sich im unterdurchschnittlichen Interesse für Informationen und das Zeitgeschehen in Politik und Wirtschaft wider. Man kleidet sich gerne leger und figurbetont. Bei der Einrichtung der Wohnung zählt Exklusivität und Modernität.

In dieser Bevölkerungsgruppe liegt der Männeranteil bei 82%, durchschnittlich sind die Personen 25 Jahre alt und damit im Vergleich zu den übrigen Typen am jüngsten. Das Bildungsniveau in dieser Gruppe liegt im mittleren Bereich. Das Einkommen ist etwas über dem Durchschnitt angesiedelt.

Typ 7 (vgl. ebd.: 158), *der traditionelle, zurückgezogen Lebende*, macht 7% der ostdeutschen Gesellschaft aus. Es handelt sich um eine häuslichorientierte Gruppe, die auf Sparsamkeit, Ordnung, Regelmäßigkeit und Einfachheit viel Wert legt. Freizeitaktivitäten zentrieren sich demnach auch auf die eigenen vier Wände. Man betreibt Gartenarbeit, heimwerkelt und sieht fern. Der Musikgeschmack ist traditionell und volkstümlich geprägt. Das Fernsehinteresse bezieht sich in erster Linie auf Unterhaltungsserien und Shows. Diesem Typ sind Informationen aller Art unwichtig. Der

Kleidungsstil steht ganz im Zeichen der Unauffälligkeit und Sparsamkeit und muss einfach nur zeitlos und funktional sein.

Das Geschlechterverhältnis ist ausgeglichen. Durchschnittlich ist dieser Typ 50 Jahre alt und lebt zu 80% in einem Dorf oder einer Kleinstadt. Das Bildungsniveau, sowie das Einkommen, liegen unterhalb des Durchschnitts. 60% in dieser Gruppe sind nicht mehr erwerbstätig und 29% gehören zur Gruppe der Arbeitslosen.

Typ 8 (vgl. ebd.: 160), der *traditionell Konforme* (10%), schätzt soziale Kontakte und die Familie, möchte aber in jedem Fall ein unauffälliges und einfaches Leben führen. Die Freizeitaktivitäten spielen sich klar im häuslichen Bereich ab und werden mit Gartenarbeit, den Kindern und mit Fernsehen verbracht. Man hört gerne deutsche Schlager und Volksmusik und sieht sich Heimatfilme und einfache Unterhaltungsserien an. Interesse am politischen und wirtschaftlichen Zeitgeschehen ist nicht vorhanden. Beim Kleidungsstil zählt Unauffälligkeit und Zeitlosigkeit, im Wohnungsbereich schätzt man Qualität und Behaglichkeit.

Der Frauenanteil erreicht in dieser Gruppe 91%. Das Alter liegt in dieser Gruppe im oberen Drittel. Man lebt in der Kleinstadt oder auf dem Dorf und nur noch 40% in dieser Personengruppe sind erwerbstätig. 22% dieses Typs sind arbeitslos. Einkommen und Bildungsniveau liegen unter dem Durchschnitt.

Typ 9 (vgl. ebd.: 162), der *traditionelle, freizeitaktive Ortsverbundene*, macht 9% der Gesellschaft Ostdeutschlands aus und zeichnet sich durch Sparsamkeit, Naturverbundenheit und die Familienorientierung aus. Man ist sehr hilfsbereit, schätzt das einfache Leben und die Regelmäßigkeit. Die Freizeit wird im häuslichen Bereich, mit Kindern, Basteltätigkeiten und Gartenarbeit verbracht. Der Musikgeschmack ist im volkstümlichen Segment angesiedelt. Man sieht sich gerne Heimatfilme und Unterhaltungsserien sowie Shows und Quizsendungen an. Das Interesse an Politik und Wirtschaft ist in dieser Gruppe vorhanden und wird durch das Lesen der Zeitungs- teile zu diesen Komplexen und dem Verfolgen von Fernsehnachrichten gesättigt. Beim Kleidungsstil steht Unauffälligkeit und Zeitlosigkeit im Vordergrund. Der Einrichtungsstil ist funktional und behaglich.

Der Großteil dieser Gruppe sind Männer des höheren Alters. Niedrige Bildungsabschlüsse und ein durchschnittliches Einkommen zeichnen sich in dieser Gruppe ab.

7.3 Anke Wahl – Lebensstilanalyse im Kontext zeitlicher Veränderungen

Anke Wahl untersucht den Wandel von Lebensstilen in der westdeutschen Gegenwartsgesellschaft. Wahl geht der Frage nach, „... inwieweit die zu beobachtende Ausdifferenzierung und Veränderung von Lebensstilen an bestimmten Phasen im Lebensverlauf und/oder an den Austausch von Geburtskohorten gebunden ist“ (Wahl 2006: 1). Mittels einer empirischen Sekundäranalyse werden Lebensstilgruppierungen eruiert und dargestellt. Wahls Analyse basiert auf dem Media-Mikrozensus aus den Jahren 1987, 1991 und 1995, der im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (AG.MA) und der Media-Micro-Census GmbH durchgeführt wurde.¹⁸ In die Untersuchung fanden Personen ab 18 Jahren aus Westdeutschland und West-Berlins, die einen eigenen Haushalt führen bzw. an der Haushaltsführung beteiligt sind, Eingang. Wahl fasst die einzelnen Datensätze (1987, 1991, 1995) mittels eines nicht-hierarchischen, partitionierenden Clusterverfahrens zu einem Datensatz zusammen, der 60.030 Befragte umfasst.

In eine weitere Clusteranalyse gingen sechs lebensstilindizierende Variablen als „aktiv clusterbildende“ Variablen ein. Zu diesen „aktiven“ Variablen gehören der Besitz audiovisueller Konsumgüter, der Besitz von Haushaltsführungsgegenständen und Freizeitverhalten (Kulturelle Freizeit, Technisierte Medienfreizeit, an sozialen Bezugsgruppen orientierte Freizeit, Heimwerkfreizeit). Anke Wahl konnte sechs Lebensstiltypologien eruiieren, für das Jahr 1995 sieben. Im Folgenden werde ich diese Lebensstiltypen kurz darstellen.

Der Anspruchsorientierte

Der Anspruchsorientierte zeichnet sich durch eine gehobene berufliche Stellung, ein überdurchschnittliches disponibles Haushaltsnettoeinkommen und ein hohes Bildungsniveau aus. In dieser Gruppe finden sich vor allem Selbstständige, Freiberufler, qualifizierte und leitende Angestellte, sowie gehobene und höhere Beamte. Das

¹⁸ Da ich in meiner empirischen Sekundäranalyse auch mit den Media-Analyse Daten arbeite und später ausführlich auf diese Datenbasis eingehen werde, wird hier von einer genaueren Beschreibung abgesehen.

Durchschnittsalter beträgt 43 Jahre. Der Anspruchsorientierte hat Kinder und lebt in mittleren bis größeren Städten, wobei 59% ein eigenes Haus besitzen.

Der Anspruchsorientierte hat eine gehobene Lebensführung und setzt sich mit intellektuellen, hochkulturellen Inhalten auseinander. Es wird nach Freizeitbeschäftigungen gesucht, die „kulturelle Höherwertigkeit“ (Wahl 1997: 80) versprechen und sich vom Praktischen, Trivialen und Unruhigen absetzen. Auch ist es für diesen Typ wichtig, sich durch Freizeitaktivitäten und deren Verwertung und Konsum einen maximalen Prestigegewinn zu verschaffen. Der technisierten Medienfreizeit kommt in dieser Lebensstilgruppe ebenfalls eine überdurchschnittliche Bedeutung zu, man bedient sich moderner Möglichkeiten der Unterhaltungsangebote, hört CDs, sieht sich Videofilme an und geht ins Kino (vgl. Wahl 2003: 107). Ferner sind Ausgleichsaktivitäten sind diesem Lebensstiltyp wichtig. Im Bereich der Einkaufsgewohnheiten und der Wohnungsausstattung zeichnet sich der Anspruchsorientierte durch eine gehobene Lebensführung aus. Man kauft hochwertige und erlesene Lebensmittel und legt bei der Wohnungsausstattung großen Wert auf Güter, welche die Arbeit und den Aufwand zeitlich in Grenzen halten.

Der Selbstverwirklichungsorientierte

Der Selbstverwirklichungsorientierte macht die kleinste und zusammen mit dem Unterhaltungsorientierten die jüngste Gruppe (40 Jahre) aus. Er besetzt die höheren beruflichen Positionen der qualifizierten Angestellten und Beamten. Oft ist der Selbstverwirklichungsorientierte noch in Ausbildung, das Bildungsniveau ist hoch, 42% haben Abitur. Mitglieder dieser Personengruppe sind in 42% der Fälle ledig und leben oft in der Großstadt, selten sind Kinder im Haushalt zu versorgen (vgl. ebd. 117). Typisches lebensstilindizierendes Verhaltensmuster dieser Gruppe ist eine Mischung aus Kontemplation und Aktion. Man beschäftigt sich in der Freizeit oft mit kulturellen Tätigkeiten, wie ins Theater, zu Konzerten und in Kunstaustellungen gehen. Das Einfache, Anspruchslose oder Triviale wird abgelehnt. Der Selbstverwirklichungsorientierte geht gerne ins Kino, hört Musik, besucht Kneipen und Discos und trifft sich mit Freunden. Wenn sich dieser Typ für Unterhaltung und Erlebnis entscheidet, dann ist meist ein kultureller, intellektueller Inhalt vorhanden.

Die Ausstattung der Wohnung ist gering. Zwar besitzen 77% einen Kühlschrank und 80% eine Waschmaschine, jedoch verfügen nur 26% über eine Geschirrspülmaschine und nur 17% über eine Mikrowelle. Im Bereich der audiovisuellen Ausstattung besitzen 76% ein Radio (als Teil einer Stereoanlage), nur 17% verfügen über einen Farbfernseher mit Videotextempfang. Einen Fotoapparat haben 87%, nur 8% besitzen jedoch einen Personalcomputer. Generell ist es dieser Personengruppe wichtig sich selbst zu erfahren und Kontemplation und Reflexion genügend Raum zu lassen.

Der Versorgungsorientierte

Der Versorgungsorientierte ist durchschnittlich 59 Jahre alt und besetzt meist die unteren beruflichen Stellungen. Das Bildungs- und Einkommensniveau dieser Gruppe ist vergleichsweise gering. Im Durchschnitt stehen Haushalten dieser Lebensstilgruppe im Monat 2.300 DM zur Verfügung. Der Frauenanteil in dieser Gruppe ist so hoch wie in keiner anderen (88%). Der Versorgungsorientierte ist verheiratet, wohnt in städtischen Gebieten und meist zur Miete.

Mitglieder dieser Personengruppe in Westdeutschland suchen das Bekannte, Vertraute, Einfache und Unkomplizierte, jedoch zieht man sich dabei nicht völlig zurück (vgl. ebd.: 122ff). Freizeitbeschäftigungen, die sich an sozialen Bezugsgruppen orientieren, werden in dieser Gruppe häufig gewählt. Man geht spazieren, trifft sich mit Freunden, geht in die Stadt zum Bummeln, häkelt, strickt und näht gerne. Kulturelle Veranstaltung und mediale Unterhaltungserlebnisse sind im Leben des Versorgungsorientierten weniger von Bedeutung. Man sucht eher Aktivitäten, welche dem Bedürfnis nach Ruhe, Verbindlichkeit und Sicherheit entgegen kommen. So sieht diese Lebensstilgruppe gerne fern oder liest eine Illustrierte. Die Wohnungsausstattung zeigt einmal mehr, dass diese Gruppe zu den Benachteiligten gehört. Sowohl im Bereich der Haushaltsausstattung als auch im Bereich der audiovisuellen Ausstattung besitzt diese Gruppe wenig. Das Notwendigste ist in diesen Haushalten vorhanden. So besitzen 77% einen Kühlschrank, 90% eine Waschmaschine und 58% eine Nähmaschine. Im Bereich der audiovisuellen Konsumgüter zeigt sich folgendes Bild: Nur 14% verfügen über einen Farbfernseher mit Videotextempfang,

35% über ein Radio (als Teil einer feststehenden Stereoanlage), ein Laptop oder Notebook ist nie vorhanden. Wenn audiovisuelle Geräte vorhanden sind, dann einfache, nicht allzu komplexe. Moderne elektronische Apparate des Unterhaltungssegments sind kaum vorhanden.

Der Integrationsorientierte

Der Integrationsorientierte besetzt die mittleren bis gehobenen Berufspositionen, das Bildungsniveau ist durchschnittlich. Überdurchschnittlich hoch ist jedoch das Einkommen des Integrationsorientierten (ca. 3300 DM). Das Durchschnittsalter dieser Gruppe liegt bei 48 Jahren, meist ist man verheiratet und hat Kinder. Oft wohnt man in ländlichen Gebieten und besitzt ein eigenes Haus (vgl. ebd.: 110). Typisches lebensstilindizierendes Verhaltensmuster ist die Mäßigung. Der Integrationsorientierte beschäftigt sich vor allem mit praktisch-nützlichen Tätigkeiten und Freizeitaktivitäten, die an soziale Bezugsgruppen orientiert sind. So sind dieser Lebensstilgruppe der Verein, Sportveranstaltungen und die eigene sportliche Betätigung wichtig. Man trifft sich gerne mit Freunden und spielt mit den Kindern, geht spazieren und macht Ausflüge. Durchschnittlich oft besucht man das Theater und Konzerte. Für moderne mediale Unterhaltungserlebnisse kann sich dieser Typ nicht begeistern. Die Wohnung des Integrationsorientierten ist überdurchschnittlich gut ausgestattet, besonders im Bereich der Konsumgüter der Haushaltsführung. Dieser Typ ist besser als die anderen Typen versorgt. Die Haushaltsausstattung umfasst in erster Linie Geräte, welche in der Wohnung die konventionellen Vorstellungen von Sauberkeit und Ordnung unterstützen, wie Waschmaschine, Nähmaschine, Kühlschrank und Heimwerk- und Bohrmaschine. Im Bereich der audiovisuellen Ausstattung besitzt dieser Typ Geräte, die als „gewöhnlich“ und nicht technisch komplex gelten können, wie Fernseher, Stereoanlage und Fotoapparat (vgl. ebd.: 111ff). Der Integrationsorientierte legt Wert auf Sicherheit, Ordnung und Konventionalität.

Der Unterhaltungsorientierte

Der Unterhaltungsorientierte hat ein Durchschnittsalter von 37 Jahren und gehört somit zu der jüngsten Lebensstilgruppe Westdeutschlands. Der Abituranteil liegt bei 13%. Das monatliche Haushaltsnettoeinkommen liegt mit 3.100 DM leicht über dem

Durchschnitt der Stichprobe (vgl. ebd.: 114). Der Unterhaltungsorientierte ist in zwei Drittel der Fälle verheiratet und hat Kinder. Man lebt oft in Großstädten. Typisches lebensstilindizierendes Verhaltensmuster ist das Bedürfnis nach Abwechslung und Unterhaltung, auch der Lebensgenuss darf nicht zu kurz kommen. Diese Personen-Gruppe ist häufig dort zu finden, wo Vergnügen, Dynamik und Unterhaltung in Distanz von Anspruch zu finden sind. So sucht der Unterhaltungsorientierte oft Kneipen, Discos, Cafes und Kinos auf. Er hört gerne Musik, sieht fern, schaut Videos an und liest Zeitschriften. Die medialen Unterhaltungsangebote werden von diesem Typ so oft wie von keinem anderen Typ genutzt. Kulturelle Veranstaltungen hingegen stehen nicht so hoch im Kurs. Die an sozialen Bezugsgruppen orientierte Freizeit spielt nur dann eine Rolle, wenn sie gepaart ist mit Unterhaltung, Vergnügen und Erleben. So geht man gerne in die Stadt bummeln, empfängt Freunde zu Besuch; Beschäftigungen jedoch wie Stricken, Häkeln oder Heimwerken spielen in dieser Gruppe keine Rolle. Die Unterhaltungsorientierten weisen im Bereich der Haushaltsausstattung einen unterdurchschnittlichen und im Bereich der audiovisuellen Ausstattung einen überdurchschnittlichen Besitz auf. Nur 21% besitzen einen Trockner, 29% eine Mikrowelle und 39% eine Gefriertruhe. Allerdings verfügen die Unterhaltungsorientierten zu 87% über ein Radio (als Teil einer Stereoanlage), 90% über einen Fotoapparat und 36% über einen CD-Player.

Der Zurückgezogene

Der Zurückgezogene hat meist eine untere berufliche Stellung inne, das Bildungsniveau ist vergleichsweise gering, nur 6% haben Abitur. Der Großteil dieser Bevölkerungsgruppe Westdeutschlands ist nicht mehr voll erwerbstätig, das monatlich zur Verfügung stehende Haushaltsnettoeinkommen liegt, mit 2.700 DM, unter dem des Durchschnitts. Überdurchschnittlich häufig ist oder war dieser Typ verheiratet, die Kinder sind „aus dem Haus“, man lebt in mittelgroßen Städten und besitzt oft ein eigenes Haus.

Der Zurückgezogene zeichnet sich durch Unauffälligkeit und den Rückzug ins Private aus (vgl. Wahl 2003: 120f). Diese Lebensstilgruppe geht weder kulturellen noch erlebnisorientierten Freizeitbeschäftigungen nach, man sitzt lieber vor dem Fernseh-

her, hört Radio oder liest Zeitung. Es handelt sich um Tätigkeiten, die im Haus stattfinden, also in einer Umgebung, welche Sicherheit, Ruhe und Gemütlichkeit verspricht. Wenn dieser Typ die Inaktivität bricht, dann um Freunde zu besuchen oder diese zu empfangen, spazieren zu gehen, zu stricken, zu häkeln oder um zu heimgewerken.

Die Wohnungsausstattung ist durch Distanz zu Neuem und Fremdem bestimmt. Man hat das Notwendigste und meidet Dinge, welche die Harmonie stören könnten und allzuviel Herausforderung bedeuten. Man besitzt einen Kühlschrank (77%), eine Waschmaschine (89%) und in zwei Drittel der Fälle einen PKW. Im Bereich der audiovisuellen Konsumgüter verfügt dieser Typ nur in 15% der Fälle über einen Farbfernseher mit Videotextempfang, 7% haben einen CD-Player, 69% besitzen einen Fotoapparat. Moderne komplexe Güter, wie Computer oder Videokamera begeistern den Zurückgezogenen nicht. Diese Lebensstilgruppe zeichnet sich durch Inaktivität, Sicherheitsstreben und den Hang zur Gemütlichkeit aus.

Der Eklektizistisch Konsumorientierte

Wahl konnte seit dem Jahr 1995 einen neuen Lebensstiltyp eruieren, den Eklektizistisch Konsumorientierten (vgl. Wahl 2003: 137f). Sein Durchschnittsalter beträgt 36 Jahre. Somit gehört dieser Typ zu den jüngeren Lebensstilgruppen. Diese Personengruppe ist in den gehobenen beruflichen Positionen zu finden, das Bildungsniveau ist vergleichsweise hoch. Das zur Verfügung stehende Haushaltsnettoeinkommen liegt mit 3.200 DM leicht unter dem Durchschnitt (3.500 DM). Dieser Lebensstiltyp bedient sich der großen Auswahl an Konsum- und Kulturangeboten. Im Unterschied zum Selbstverwirklichungstyp geht es ihm nicht primär um den kulturellen Inhalt des Erlebens, sondern vielmehr um reine Unterhaltung, welche auch im kulturellen Bereich zu finden ist. Der Eklektizistisch Konsumorientierte kombiniert, konsumiert und inszeniert ganz nach seinen persönlichen Bedürfnissen (vgl. ebd.). In ihrer Freizeit gehen die Eklektizistisch Konsumorientierten gerne zu kulturellen Veranstaltungen und Konzerten, sehen sich Video- und Kinofilme an, gehen bummeln oder treffen sich mit Freunden. Für häuslichen Aktivitäten wie Basteln, Heimwerken oder Stricken kann sich diese Gruppe vergleichsweise selten begeistern. Der

Eklektizistisch Konsumorientierte ist im Bereich der audiovisuellen Ausstattung recht gut gestellt. So befinden sich in seinem Haushalt oft eine Stereoanlage, ein PC, ein Anrufbeantworter und ein Fax-Gerät (vgl. ebd.). Vergleichsweise schlechter ausgestattet ist dieser Typus mit Gegenständen der allgemeinen Haushaltsausstattung, wie mit einer Gefrierkombination (25%), einem Trockner (5%) oder einer Mikrowelle (15%).

8. Schlussfolgerung aus den behandelten Ansätzen für die eigene empirische Analyse – die Hypothesen

Die behandelten Ansätze und Studien zur Analyse der Sozialstruktur konnten für die eigene empirische Untersuchung sowohl wichtige Erkenntnisse für das statistisch-methodische Vorgehen als auch Annahmen inhaltlicher Art über die möglichen Ergebnisse dieser Untersuchung liefern.

Es ist anzunehmen, dass sich für die Bundesrepublik Deutschland im Jahre 2000 distinkte Lebensstile eruieren lassen. Es kann vermutet werden, dass sich diese aufgrund der immer noch bestehenden „Ost-West-Lücke“ bezüglich des Lebensstandards (vgl. Kapitel 1), im Westen und dem Osten der Republik unterscheiden. Mit Bourdieu und Vester ist anzunehmen, dass der Lebensstil der Individuen von den sozioökonomischen Lagebedingungen, also den objektiven Merkmalen, wie Bildung, beruflicher Stellung und Einkommen abhängt; also nicht etwa frei wählbar ist. Weiter kann mit Bourdieu gemutmaßt werden, dass mit besseren sozioökonomischen Bedingungen auch der Lebensstil distinguiert ausfällt; vice versa gilt: je schlechter die sozioökonomische Lage, desto unauffälliger auch der Lebensstil der Person.

Konträr zu Bourdieu und Vester muss überprüft werden, ob Schulzes Annahme ihre Gültigkeit hat, dass das Individuum seinen Lebensstil aus einer Fülle von Möglichkeiten frei wählen kann; die sozioökonomischen Merkmale spielen dabei kaum noch eine Rolle. Es muss somit von einer „Entkopplung“ der subjektiven Lebensweisen von den objektiven Lagebedingungen gesprochen werden, wie es die Vertreter der Auflösungsthese fordern.

Weiter muss geprüft werden, ob nicht sowohl sozioökonomische Merkmale als auch soziokulturelle Bestimmungsfaktoren bei der Wahl eines Lebensstils eine signifikante Rolle spielen. Insbesondere der Schulbildung und dem Alter würden demnach differenzierende Wirkung bei der subjektiven Lebensweise der Individuen zukommen, wie Wahl (1997; 2003), Spellerberg (1996), Hradil (2001), Otte (2004), die Sinus-Milieus (2000) und die agis-Milieus (2000) zeigen.

Mit zunehmendem Alter fällt die Wahl auf Lebensstile mit unauffälligem, häuslich-orientiertem Charakter; je jünger die Personen, desto abwechslungsreicher, konsum-

freudiger und außerhäuslicher der Lebensstil, so ist mit Wahl (1997; 2003), Spellerberg (1996) und Schulze (2000) zu vermuten.

Mit Wahl (2003) wird angenommen, dass es zu einer Pluralisierung der Lebensstile kommt, die von konsum- und medienorientierten Inhalten maßgeblich geprägt sind. Mit Spellerberg (1996) wird vermutet, dass im Osten der Bundesrepublik Lebensstile mit häuslich, familiären und traditionellen Bezug dominieren, während im Westen Lebensstile mit hochkulturellen Inhalten stärker vertreten sind.

Aus den verschiedenen Ansätzen bzw. Forschungsergebnissen lassen sich bereits hypothetische Aussagen über mögliche Lebensstiltypen in der Bundesrepublik Deutschland generieren. Zu vermuten ist, dass sich die Lebensstillandschaft in jüngere und ältere Stile aufteilt. Es werden Lebensstiltypen erwartet, die bei einem höheren Durchschnittsalter, tendenziell Gemütlichkeit und Inaktivität präferieren; ebenso wird es wahrscheinlich jüngere Lebensstiltypen geben, die das Erleben und die Aktivität suchen. Auf Basis der bisherigen Lebensstilforschung kann gemutmaßt werden, dass es mindestens einen Lebensstiltypus gibt, der sich für hochkulturelle, anspruchsvolle Inhalte begeistert. Weiter wird vermutet, dass sich eine Gruppe von Personen abzeichnen wird, der die Familie wichtig ist und die einen qualitativ hochwertiger Lebensraum bevorzugt.

11. Empirische Analyse - Lebensstile in West- und Ostdeutschland Anfang des 21. Jahrhunderts

9. Die Datenbasis

Der hier durchgeführten empirischen Analyse liegen die Daten des Media-Mikrocensus aus dem Jahr 2000 zu Grunde, die mir von der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. überlassen und vom Medienwissenschaftlichen Lehr- und Forschungsinstitut der Universität zu Köln bereitgestellt wurden. Auf meine Anfrage überließ mir Herr Akinci freundlicherweise die Daten für diese Untersuchung.

In der jährlich durchgeführten Media-Analyse wird die Nutzung der elektronischen Medien und der Printmedien als Stichtagsbefragung und Tagesablaufstudie erfasst. Die Anzahl der Befragten liegt bei 57.273¹⁹, erfasst wurden Personen ab 14 Jahren. Die Befragung wird mündlich-persönlich und telefonisch, per mehrfach geschichteter Zufallsauswahl (ADM-Mastersample), im Auftrag der beiden Primärforscher, der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (AG.MA), ein Verbund aus Medien, Werbeagenturen und Werbungstreibenden, sowie der Media-Micro-Census GmbH (Frankfurt a. M.) durchgeführt. Die Media-Analyse ist eine repräsentative Datenbasis, welche sowohl Daten zur Mediennutzung als auch nicht medialen Tätigkeiten erfasst. Die Datensätze enthalten umfangreiche Angaben zur technologischen Ausstattung der Haushalte, zu Freizeitpräferenzen, soziodemographische Variablen und rudimentären Konsumpräferenzen (vgl. Akinci; Hagenah 2003: 1). Seit 1987 findet aus organisatorischen und inhaltlichen Gründen eine Erhebungstrennung statt, also eine Trennung der Daten in unterschiedlichen Tranchen. So lassen sich die verschiedenen Medien (Tranchen) in das Fernsehpanel (Messung der TV-Nutzung), die Radio-Tranche (Erhebung der Elektronischen Medien: Hörfunk, TV), die Print-Tranche (Erhebung zur Nutzung der Printmedien: Publikationszeitung, Lesezirkel,

¹⁹ Für den von mir ausgewählten Datensatz „Radio 2000“.

Konpress, Stadtilustrierte, Supplement, Tageszeitungen) und die Basisdatenerhebung (Erhebung der allgemeinen Kauf und Konsumdaten, Tageszeitungen) aufsplitten. Für meine Untersuchung habe ich mich für die Daten zur Nutzung von Elektronischen Medien (sog. „Radio-ma“) entschieden. Die Daten zur Elektronischen Mediennutzung sind für die Analyse der Sozialstruktur Deutschlands auf Basis von Lebensstilen besonders geeignet, da dieser Datensatz umfangreiche Angaben zur Nutzung von Fernseher, Radio und dem Internet beinhaltet. Sowohl die alten, wie auch die neuen Medien können als durchaus bedeutungsvoll für den Prozess sozialer Ungleichheit eingeschätzt werden (Hradil 1999: 447) und findet daher auch in das Lebensstilkonzept in dieser Arbeit Eingang.

Die Media-Analyse eignet sich besonders gut für die Lebensstilforschung, da sie ein breites Spektrum an Variablen erfasst. Zum einen werden Variablen abgedeckt, die zu den lebensstilindizierenden gezählt werden können und zum anderen Variablen, welche soziodemographische und sozialstrukturelle Informationen zu den Befragten enthalten. So werden zum einen die eben bereits genannten Variablen zur Mediennutzung, sowie Variablen zum Freizeit- und Einkaufsverhalten und Ausstattung des Haushalts durch den Datensatz bereitgestellt. Sie können zur Bildung des Lebensstilkonzeptes verwendet werden.

In dieser Arbeit werden nur Personen *ab 18 Jahren*, die einen *eigenen Haushalt* führen oder an der *Haushaltsführung* beteiligt sind, mit einbezogen.²⁰ Auch sind nur *gültige Fälle* berücksichtigt, das heißt Personen, die in allen hier relevanten Bereichen gültige Angaben gemacht haben. Nach dieser Selektion der Daten ergibt sich für dieser Untersuchung eine Grundgesamtheit von *45.920* Personen für Gesamtdeutschland, *36.888* Personen für Westdeutschland und *9.032* Personen für Ostdeutschland.

²⁰ Der Haushaltsvorstand wird in dieser Untersuchung als Bezugsperson gewählt, da dieser die Wahlfreiheit, welche den Lebensstil ausmacht, besitzt.

10. Operationalisierung des Lebensstilkonzeptes

Es stellt sich nun die Frage, wie man *Lebensstile*, mit Hilfe der Daten zum Konsum- und Freizeitverhalten aus der Media-Analyse bilden kann. Aus den oben besprochenen Ansätzen ließ sich bereits ableiten, dass der Lebensstilbegriff sehr komplex ist und keine klare Definition hierzu besteht. Nicht eindeutig ist klar, welche Variablen diesen indizieren. Das Problem der bisherigen Lebensstilforschung bestand in der Notwendigkeit, die Lebensstile der Befragten auf Basis einer Vielzahl von Indikatoren zu bilden (vgl. Rössel 2004: 102; Otte 2004). In dieser empirischen Untersuchung wird das Lebensstilkonzept in Anlehnung an die oben besprochenen Theorien zur Lebensstilforschung entwickelt.

Die unter anderem von Spellerberg (1997), Müller (1989) und Klocke (1994) vorgeschlagenen Dimensionen - expressiv, interaktiv, evaluativ und kognitiv - zur Bildung des Lebensstilkonzeptes sind mit der Media-Analyse nicht umzusetzen, da weder Informationen über die Kontakte und Beziehungen der Befragten (interaktiv), noch Informationen bezüglich Wertorientierungen (evaluativ) erfragt wurden. Am evidentesten scheint Anke Wahls Lebensstilkonzept als Ansatzpunkt für diese Untersuchung, nicht zuletzt, weil ihre Analyse ebenfalls auf Basis der Media-Analyse durchgeführt wurde. Allerdings muss das Konzept leicht abgeändert und auf den Datensatz „Radio 2000“ angepasst werden, da keine Informationen über das Einkaufsverhalten bzw. den Nahrungsmittelkonsum (1997: 72f), den Wahl als eine Dimension des lebensstilindizierenden Konzeptes verwendet,²¹ erfragt wurden.

So lassen sich drei Hauptdimensionen zur Operationalisierung des Lebensstilkonzeptes für die Media-Analyse des Jahres 2000 erstellen: Die Haushaltsausstattung, die audiovisuelle Ausstattung des Haushalts und das Freizeitverhalten.

²¹ Wahl verwendete das Einkaufsverhalten bzw. den Nahrungsmittelkonsum in ihrer Untersuchung aus dem Jahre 1989. In ihrer Untersuchung mittels des von ihr gebildeten Quasi-Panels auf Basis der Daten aus den Jahren 1987, 1991 und 1995 verwendete sie diese Variable nicht mehr, da sie nicht für alle Jahre zur Verfügung standen.

10.1 Die Haushaltsausstattung

Die *Haushaltsausstattung* der Befragten kann als lebensstilindizierend angesehen werden (vgl. Wahl 1997: 73; Wahl 2003: 86). Die Ausstattung der Haushalte mit langlebigen Gebrauchsgütern lässt Aussagen über den materiellen Lebensstandard zu, den ein Haushalt erreicht hat (vgl. Statistisches Bundesamt 2005:134).

Die Datenbasis erfasst den Besitz (Codewert 1) und den Nicht-Besitz (Codewert 0) eines Gutes. Durch das Aufsummieren der einzelnen Variablen, welche den Besitz angeben, lässt sich ein Summenindex bilden, welcher dann Aussagen zum Ausstattungsgrad der Befragten Person zulässt.²²

In die Variable *Haushaltsausstattung* flossen über die Summation folgende Einzelitems ein: Privat-PKW; elektrische Nähmaschine; Kühlschrank; Kühl-Gefrier-Kombination; Tiefkühlschrank/-truhe; Trockner, Trockenautomat; Mikrowellenherd/-gerät; Motorrad/Motorroller. Der Haushalt kann demnach einen Ausstattungsgrad von neun Punkten erreichen.

Der durchschnittliche westdeutsche Haushalt besitzt 5,03 Güter der allgemeinen Haushaltsausstattung langlebiger Gebrauchsgüter (vgl. Tabelle 17.1, Anhang II). Das entspricht einem Ausstattungsgrad von 56%. In Ostdeutschland verfügen die Haushalte im Durchschnitt über 4,12 Gebrauchsgüter (vgl. Tabelle 17.2, Anhang II). Der Ausstattungsgrad liegt mit 46% deutlich unter dem der westdeutschen Haushalte.

²² In der Datenbasis sind keine Aussagen über Marken oder Modelle einzelner Güter erfragt, anhand derer man über die Ausstattung der Haushalte mit luxuriöseren oder alltäglichen Gütern Aussagen machen könnte. So wurde der Summenindex als Maßinstrument für die Ausstattung der Haushalte als geeignetes Instrument errechnet.

Eine sehr interessante Methode zur Untersuchung der Haushaltsausstattung und -zusammensetzung entwickelte Wahl, in dem sie einen Prestigewert (in Anlehnung an die Lebensstiltheorie Bourdieus) konstruierte. So ermöglichen es gewichtete Summenindizes verschiedene Haushaltsausstattungsgegenstände approximativ durch die Vergabe von Gewichten, die als Prestigewerte interpretiert werden, abzustufen (vgl. Wahl 2003: 86).

10.2 Die audiovisuelle Ausstattung des Haushalts

Eine weitere stilindizierende Variable für das Lebensstilkonzept ist die *audiovisuelle Ausstattung* der Haushalte. Diese setzt sich aus Variablen zusammen, welche Angaben zum Besitz (Codewert 1) und Nicht-Besitz (Codewert 0) technischer und hochtechnischer Konsumgüter im Haushalt machen. Diese Variable wird ebenfalls, wie die Variable *Haushaltsausstattung*, durch Summation von Einzelitems zu einem Summenindex zusammengefasst. Somit kann auch hier der Ausstattungsgrad gemessen werden. Folgende Einzelitems bilden die Variable *audiovisuelle Ausstattung*: Fernsehgerät mit Videotextempfang; Radio/Tuner²³; Kassettenrecorder; tragbares Radio; Ghetto Blaster; Personalcomputer; Laptop/Notebook/Pentop²⁴; Anrufbeantworter; Telefax-Gerät; Walkman; Diskman; Videokamera/Camcorder; Videorecorder. Der Haushalt kann somit einen Ausstattungsgrad von 13 Punkten erreichen. Der durchschnittliche westdeutsche Haushalt besitzt 4.89 audiovisuellen Güter (vgl. Tabelle 17.1, Anhang II). Das entspricht einem Ausstattungsgrad von 38%. In Ostdeutschland verfügen die Haushalte im Durchschnitt über 4,65 audiovisuelle Güter (vgl. Tabelle 17.2, Anhang II). Der Ausstattungsgrad liegt damit bei 36%.

10.3 Das Freizeitverhalten

Um den Begriff des Lebensstils zu fassen, ist es nicht ausreichend ausschließlich Variablen zum Konsumverhalten, wie die oben genannten Variablen *Haushaltsausstattung* und *audiovisuelle Ausstattung*, einfließen zu lassen; vielmehr müssen auch weitere Variablen in das Konzept Eingang finden, welche das tägliche und das kontinuierliche Verhalten einer Person abdecken. Hierzu eignet sich das *Freizeitverhalten*, welches als lebensstilindizierend gelten kann (vgl. Lüdtkke 2000: 18; vgl. Lüdtkke 1995: 38; vgl. Wahl 1997: 95; vgl.: Spellerberg 1996: 114). „Anhand von Freizeitaktivitäten können zwar nur Segmente von Lebensstilen abgebildet werden, diese

²³ als Teil einer feststehenden Stereo-/Kompakt- oder Minianlage

²⁴ im Folgenden nur noch Laptop genannt

repräsentieren aber „mehr“ als „Freizeitstile“, da Freizeit den Orientierungs- und Handlungskern moderner Lebensstile darstellt“ (Lüdtke 1995: 40).

Mittels einer Faktorenanalyse, einem explorativen Verfahren zur Dimensionenreduktion²⁵, werden zwölf Variablen zum Freizeitverhalten, genauer der Ausübungshäufigkeit bestimmter Freizeittätigkeiten, auf vier Dimensionen des Freizeitverhaltens reduziert. Nach diesem Rechenschritt erhält man so vier „neue“ Variablen, welche als lebensstilindizierend gelten können.

Die zwölf Variablen, welche zu den vier Dimensionen „zusammengeschmolzen“ werden, setzen sich wie folgt zusammen: ‚Fernsehen; Radio hören‘; ‚Schallplatten, CDs, Kassetten, Tonbänder hören‘; ‚Videokassetten ansehen‘; ‚ins Kino gehen‘; ‚in Theater, Konzert, kulturelle Veranstaltungen gehen‘; ‚Zeitung lesen; Zeitschriften, Illustrierte lesen‘; ‚Bücher lesen‘; ‚Stricken, Schneiden, Basteln, Heimwerken‘; ‚Sport treiben, sich trimmen‘; ‚Ausgehen: Restaurant, Gaststätten, Kneipen, Disco‘.

Mittels der Faktorenanalyse lässt sich die Komplexität des Freizeitverhaltens reduzieren. So können vier Dimensionen des Freizeitverhaltens errechnet werden, welche die einzelnen Freizeitaktivitäten/Freizeitvariablen zu homogenen Gruppen zusammenfassen, die sich untereinander aber heterogen verhalten. Im Folgenden werden diese Dimensionen kurz erläutert:

Freizeitdimensionen für Westdeutschland

Faktor 1 – Kulturell-gesellige Freizeit

Diese(r) Faktor/Dimension wird durch die Variablen ‚Schallplatten, CDs, Kassetten, Tonbänder hören‘; ‚Videokassetten ansehen‘; ‚ins Kino gehen‘; ‚in Theater, Konzert, kulturelle Veranstaltungen gehen‘; ‚Bücher lesen‘; ‚Sport treiben, sich trimmen; Ausgehen (Restaurant, Gaststätten, Kneipen, Disco)‘ gebildet. Im Vordergrund steht in dieser Gruppe der kulturelle Aspekt im Freizeitverhalten, dem vermehrt im außerhäuslichen Bereich nachgegangen wird.

Faktor 2 – Medial-unterhaltungsorientierte Freizeit

Diese(r) Faktor/Dimension setzt sich aus den Variablen ‚Fernsehen‘; ‚Schallplatten, CDs, Kassetten, Tonbänder hören‘; ‚Videokassetten ansehen‘; ‚ins Kino gehen‘ zu-

²⁵ Erläuterungen, methodisch-statistischer Art, finden sich im Anhang I der Arbeit.

sammen. In dieser Freizeitdimension stehen offenbar Aktivitäten im Vordergrund, die vornehmlich durch die Suche nach Unterhaltung motiviert sind. Die Unterhaltung findet vor allem im medialen Bereich statt.

Faktor 3 – Massenmediale Freizeit

Auf diesen Faktor laden die Variablen des Freizeitverhaltens aus dem Bereich der Massenmedien: ‚Fernsehen‘, ‚Radio hören‘, ‚Zeitung lesen und Zeitschriften/Illustrierte‘ lesen.

Faktor 4 – Häuslichorientierte Freizeit

Dieser Faktor setzt sich aus den Variablen ‚Bücher lesen‘, ‚Stricken/Schneidern/Basteln/Heimwerken‘ zusammen. Es handelt sich bei diesen Variablen des Freizeitverhaltens um Tätigkeiten, die primär im häuslichen Bereich angesiedelt sind.

Freizeitdimensionen für Ostdeutschland

Faktor 1 – Kulturell-gesellige- Freizeit

Diese Freizeitdimension setzt sich aus den Variablen ‚Schallplatten, CDs, Kassetten, Tonbänder hören‘; ‚Videokassetten ansehen‘; ‚ins Kino gehen‘; ‚in Theater, Konzert, kulturelle Veranstaltungen gehen‘; ‚Bücher lesen‘; ‚Sport treiben, sich trimmen‘ und ‚Ausgehen (Restaurant, Gaststätten, Kneipen, Disco)‘ zusammen. Das Gros der Aktivitäten, welche auf diesen Faktor laden, werden im außerhäuslichen Bereich ausgeübt.

Faktor 2 – Medial-unterhaltungsorientierte Freizeit

In diesem Faktor laden die Variablen ‚Fernsehen‘; ‚Radio hören‘; ‚Schallplatten/CDs/Kassetten/Tonbänder hören‘ und ‚Videokassetten sehen‘. Alle Variablen hängen mit der Gestaltung der Freizeit mittels Unterhaltungsgütern aus dem audiovisuellen Bereich zusammen.

Faktor 3 – Massenmediale Freizeit

Auf diesem Faktor laden die Variablen ‚Fernsehen‘, ‚Zeitung lesen‘ und ‚Zeitschriften/Illustrierte lesen‘. Es handelt sich um Massenmedien aus den Bereichen elektronische Medien und Printmedien.

Faktor 4 – Häuslichorientierte Freizeit

Der Faktor setzt sich aus Freizeitaktivitäten aus dem häuslichen Bereich zusammen. Der Faktor beinhaltet die beiden Variablen ‚Bücher lesen‘ und ‚Stricken/Schneidern/Basteln/Heimwerken‘.

Abbildung 2: Operationalisierung des Lebensstilkonzepts – die lebensstilindizierenden Variablen

Dimension	Variablen/Einzelitems	Indextyp/Erstellung der Dimension
Allgemeine Haushaltsausstattung	<ul style="list-style-type: none"> - Privat-PKW - Elektrische Nähmaschine - Kühlschrank - Kühl-Gefrier-Kombination - Tiefkühlschrank/ -truhe - Trockner, Trockenautomat - Geschirrspülmaschine - Mikrowellenherd/-gerät - Motorrad/Motorroller 	Additiv/Summation der Einzelitems
Audiovisuelle Ausstattung des Haushalts	<ul style="list-style-type: none"> - Fernsehgerät mit Videotextempfang - Radio/Tuner, Teil einer feststehenden Stereoanlage - Radio als Teil einer tragbaren Stereoanlage, Ghetto Blaster - Radio, tragbar - Kassettenrecorder - Walkman - CD-Player, Diskman - Personalcomputer - Laptop/Notebook/Pentop - Videokamera - Videorecorder - Telefaxgerät - Anrufbeantworter 	Additiv/Summation der Einzelitems
Freizeitverhalten	<ul style="list-style-type: none"> - Fernsehen - Radio hören - Schallplatten, CDs, Kassetten, Tonbänder hören - Videokassetten ansehen - Ins Kino gehen - In Theater, Konzert, kulturelle Veranstaltungen gehen - Zeitung lesen - Zeitschriften, Illustrierte lesen - Bücher lesen - Stricken, Schneidern, Basteln, Heimwerken - Sport treiben, sich trimmen - Ausgehen: Restaurant, Gaststätten, Kneipen, Disco 	Analytisch/Faktorenanalyse

11. Die Lebensstiltypologie

Nachdem nun sowohl für West- als auch für Ostdeutschland jeweils fünf lebensstilindizierenden Variablen ermittelt werden konnten – die *Haushaltsausstattung*, die *audiovisuelle Ausstattung*, die *kulturell-gesellige Freizeit*, die *medialunterhaltungsorientierte Freizeit* und die *häuslichorientierte Freizeit* –, können nun mittels des Verfahrens der Clusteranalyse²⁶ fünf Lebensstiltypen, jeweils für West- und Ostdeutschland, eruiert werden.²⁷ Diese Lebensstiltypen zeichnen sich durch ein ähnliches Verhalten im Konsum- und Freizeitbereich aus. Die oben genannten lebensstilindizierenden Variablen gehen „aktiv“ in die Clusteranalyse ein.²⁸ Zur Beschreibung der Cluster werden jedoch nicht nur diese „aktiven“ Variablen herangezogen, sondern zusätzlich auch die Einzelitems der Indexvariablen, sowie das Ferienerreiseverhalten und das Onlinenutzungsverhalten als „passive“ Variablen. Im Anhang dieser Arbeit werden in Tabellen (vgl. Anhang II) alle Einzelitems, welche zur Beschreibung der Lebensstiltypen herangezogen werden, genau dargestellt.

Die Lebensstiltypen werden zunächst nach *sozialstrukturellen* und *sonstigen Merkmalen* (sozioökonomische und soziodemographische Merkmale) beschrieben, bevor sie im zweiten Abschnitt nach den *lebensstilindizierenden Verhaltensmustern*, also der Haushaltsausstattung, der audiovisuellen Ausstattung und dem Freizeitverhalten, dargestellt werden.

²⁶ Das Verfahren der Clusteranalyse wird statistisch-methodisch im Anhang I näher erläutert.

²⁷ Eine getrennte Typologie für den Westen und Osten der Republik erwies sich allein schon wegen des Übergewichts der westdeutschen Fälle von 36.888 zu 9.032 in Ostdeutschland als unumgänglich um Verzerrungen und Verwässerungen entgegenzutreten. Es wurde eine Clusterlösung mit ebenfalls fünf Typen für Gesamtdeutschland errechnet (N=45.920), welche durch die Überzahl der westdeutschen Fälle ein nahezu ähnliches Ergebnis hervorbrachte, wie es in der getrennten Berechnung für Westdeutschland eruiert wurde.

²⁸ Die Variable „Massenmediale Freizeit“ geht nicht als „aktive“ Variable in die Clusteranalyse ein, da nahezu alle Befragten angeben dieser Form der Freizeitbeschäftigung nachzugehen und daher nur eine sehr geringe Streuung vorhanden ist. Daher trägt diese Variable nicht dazu bei Lebensstilgruppen zu klassifizieren.

11.1 Die Lebensstiltypen - Westdeutschland

11.1.1 Der Kulturell-Intellektuelle Typ (18,9%)

Sozialstrukturelle und sonstige Merkmale

Der Kulturell-Intellektuelle Typ ist oft als mittlerer oder gehobener Angestellter, Beamter oder Freiberufler tätig (vgl. Tabelle 17.21, Anhang II). Diese Gruppe ist im Bereich der beruflichen Stellung im oberen Segment der Gesellschaft angesiedelt und wird diesbezüglich nur vom Expressiven-Anspruchs-Typ übertroffen. Das durchschnittliche Haushaltsnettoeinkommen dieses Typs liegt bei 3.267 DM; das relative Haushaltsnettoeinkommen²⁹ beträgt durchschnittlich 3.104 DM. Aufgrund eines geringen Kinderanteils im Haushalt, liegt das monatliche relative Haushaltsnettoeinkommen weit über dem des Durchschnitts in Westdeutschland und wird sogar von keiner anderen Lebensstilgruppe übertroffen. Das Bildungsniveau des Kulturell-Intellektuellen Typs ist hoch. So haben 20% der Gruppe mindestens Abitur und 33% mittlere Reife. Der Kulturell-Intellektuelle Typ hat, so häufig wie kein anderer Typ, ein Studium als Schulbildung angegeben (28%), wobei offen ist, ob dieses bereits abgeschlossen ist. 7% sind noch in Ausbildung (Schüler, Lehrling, Student). So wundert es kaum, dass das Durchschnittsalter 43 Jahre beträgt und deutlich unter dem westdeutschen Durchschnitt von 48 Jahren liegt. Entsprechend der Position im Lebenslauf haben nur wenige der Lebensstilgruppe Kinder zu versorgen (11%).

Rund 73% der Kulturell-Intellektuellen sind erwerbstätig. Damit ist die sozioökonomische Situation vergleichsweise günstig. Die Angehörigen dieser Personengruppe leben wesentlich öfter in der Großstadt³⁰ als der Durchschnitt. Es wundert nicht, dass dieser Lebensstiltyp nur seltener (34%) eine eigene Wohnung oder ein eigenes Haus besitzt, wenn man das durchschnittliche Alter von 43 Jahren berücksichtigt (vgl. Tabelle 17.21, Anhang II).

²⁹ Anmerkungen zur Berechnung des relativen Haushaltsnettoeinkommens finden sich in Kapitel 14 des empirischen Teils der Arbeit.

³⁰ Städte mit über 500.000 Einwohnern

Lebensstilindizierende Verhaltensmuster

Der Kulturell-Intellektuelle Typ zeichnet sich durch seine Zurücknahme im Bereich des Güterkonsums und sein Interesse für intellektuelle und kulturelle Inhalte aus. Man strebt nach Abgrenzung vom Niedrigen und Trivialen, mit Tendenz zur Askese. Die Personengruppe weist im Bereich der Haushaltsausstattung (vgl. Tabelle 17.20, Tabelle 17.9, Anhang II) und der audiovisuellen Ausstattung des Haushalts (vgl. Tabelle 17.20, Tabelle 17.11, Anhang II) unterdurchschnittlichen Besitz auf. Es scheint, als lege dieser Typ wenig Wert auf Dinge, die das Leben erleichtern. Nur 64% der Kulturell-Intellektuellen besitzt einen Kühlschrank, während der durchschnittliche Haushalt in Westdeutschland zu 73% über dieses Haushaltsgut verfügt. Auch einen Tiefkühlschrank besitzen nur 28% in dieser Gruppe.

Die audiovisuelle Ausstattung ist ebenso, wie die allgemeine Ausstattung der Haushalte, kaum vorhanden. Betrachtet man jedoch die anderen Lebensstilgruppen, so besitzt der Introvertierte und der Heimzentrierte-Versorger Typ noch weniger Güter in diesem Bereich. Auffällig ist, dass in dieser Personengruppe, wenn überhaupt audiovisuelle Güter angeschafft werden, dann besonders Ausstattungsgegenstände wie Personalcomputer (45%) und Laptops (9%), die zur Ausbildung, Weiterbildung oder zum Arbeiten verwendet werden. (vgl. Tabelle 17.11, Anhang II). Das Radio als Teil einer Stereoanlage ist das einzige Gerät der Unterhaltungselektronik, welches überdurchschnittlich häufig in dieser Lebensstilgruppe zu finden ist (82%). Der Kulturell-Intellektuelle Typ, so scheint es, beschäftigt sich vorwiegend mit Inhalten, welche ihn intellektuell weiter bringen und benötigt hierzu keine unnötigen Güter in der Ausstattung der Wohnung.

Das Freizeitverhalten dieser Bevölkerungsgruppe ist so stark wie in keiner anderen Gruppe von kulturellen Inhalten geprägt (vgl. Tabelle 17.19, Anhang II). Auch der medial-unterhaltungsorientierten Freizeit kann der Kulturell-Intellektuelle Typ etwas abgewinnen. Man hört Schallplatten, CDs, Kassetten und Tonbänder oder geht ins Kino. Man möchte gerne am kulturellen Leben teilhaben und durch Besuche kultureller Veranstaltungen, wie etwa Theater, sein kulturelles Kapital ausbauen und sich darstellen. Kultur ist und wird immer mehr „... wesentliche Komponente der Individualisierung, die zwischen Selbststilisierung und einer selbstreflexiven Gestal-

tung des eigenen Lebens changiert“ (Thomas 2001: 499). Der Kulturell-Intellektuelle Typ geht außer ins Theater und zu Konzerten auch gerne ins Kino. Es wird häufig in der Zeitung oder in einem Buch gelesen, was nochmals den anspruchsvollen Charakter, den Drang nach Weiterbildung und die Distanzierung vom Einfachen, Trivialen zum Ausdruck bringt. Ferner nutzen die Kulturell-Intellektuellen in Westdeutschland das Internet und Online-Dienste überdurchschnittlich oft, mutmaßlich nicht zuletzt aus beruflichen Gründen oder Motiven der Ausbildung (vgl. Tabelle 17.15, Anhang II). Der Kulturell-Intellektuelle Typ weist die stärkste Ausübungshäufigkeit aller Lebensstilgruppen im Bereich der kulturell-geselligen Freizeit auf (vgl. Tabelle 17.20, Anhang II). Man mischt sich gerne unter Leute und tauscht sich aus, beispielsweise bei sportlichen Betätigungen oder beim Ausgehen in Diskotheken, Gaststätten und Kneipen. Hier verbringt dieser Typ so viel Zeit wie keine andere Gruppe. Es scheint, als möchte der Kulturell-Intellektuelle überall dabei sein, wo etwas zu erleben ist, dort, wo neue Ideen und Trends entstehen. Jedoch hebt sich dieser Typus deutlich von dem des Unterhaltungs-Konsumorientierten ab, der ebenfalls das Erleben sucht. 71% der Kulturell-Intellektuellen haben innerhalb des letzten Jahres eine größere Ferienreise unternommen. Damit liegen sie über dem westdeutschen Durchschnitt (62%) (vgl. Tabelle 17.16, Anhang II).

Mitglieder der Kulturell-Intellektuellen suchen nach dem tieferen Erleben, der Identifikation mit den Beschäftigungen. Man hinterfragt sein Handeln und reflektiert. So werden Theater-, Konzert- und Vernissagebesuche, erst in Verbindung mit dem sich danach anschließenden Gespräch über das Gesehene bzw. Gehörte, zum vollkommenen und befriedigenden Erlebnis.

Der Kulturell-Intellektuelle befindet sich im Lebenslauf im Übergang von der „Vorbereitungs-“ (vgl. Kohli 1985: 8ff; Wahl 2003: 71ff) zur „Aktivitätsphase“ (ebd.). Noch verfügt der Kulturell-Intellektuelle über eine relativ große Handlungsfreiheit, was sich unter anderem an der umfangreichen Nutzung der Freizeitangebote ablesen lässt. Gleichzeitig verlangt die Gesellschaft von den Individuen mit zunehmendem Alter, dass Anforderungen erfüllt werden (Berufsleben, Familie).

Zusammenfassend ist festzuhalten: Der Kulturell-Intellektuelle gehört zu den Lebensstilgruppen mit dem höchsten Bildungsniveau. Er nimmt sich, was den mate-

riellen Besitz und die Wohnungsausstattung anbelangt, zurück. Im kulturellen Bereich jedoch verbringt dieser Typ so viel Zeit wie keine andere Lebensstilgruppierung. Mitglieder dieser Gruppe suchen das Erlebnis in Verbindung mit dem Anspruchsvollen und der Weiterbildung in Abgrenzung zum Trivialen.

11.1.2 Der Expressive-Anspruchs-Typ (25,3%)

Sozialstrukturelle und sonstige Merkmale

Die Gruppe des Expressiven-Anspruchs-Typs stellt die größte Gruppe Westdeutschlands dar. Mitglieder dieser Personengruppe arbeiten häufig als einfache oder mittlere Angestellte und Beamte. Auch Selbstständige gehören am häufigsten dieser Gruppe an (13%). Der Expressive-Anspruchs-Typ hat ein hohes Bildungsniveau. So geben 14% an mindestens Abitur zu haben³¹. Der Anteil an Studierenden liegt bei 24%³², womit diese Gruppe, was das Bildungsniveau anbelangt, nur vom Kulturell-Intellektuellen Typ übertroffen wird (vgl. Tabelle 17.21, Anhang II). Die gute Ausbildungssituation und berufliche Stellung spiegelt sich mit 5.210 DM im höchsten monatlichen Haushaltsnettoeinkommen Westdeutschlands wider. In dieser Gruppe wird deutlich, welche herausragende Bedeutung der Bildung, dem kulturellen Kapital, zukommt. Sie ist eine unabdingbare Ressource für die individuelle Wohlfahrt und für die Leistungs- und Integrationsfähigkeit einer Gesellschaft (vgl.: Becker 2005: 489). Durch den hohen Kinderanteil in dieser Gruppe schmälert sich jedoch das relative Haushaltsnettoeinkommen und beträgt somit nur noch 2.962 DM. Die Situation des Expressiven-Anspruchs-Typs ist günstig, auch das relative Haushaltsnettoeinkommen ist überdurchschnittlich hoch.

Das durchschnittliche Alter dieses Lebensstiltyps beträgt 43 Jahre und liegt somit unter dem des westdeutschen Durchschnitts (48 Jahre). Der Expressive-Anspruchs-Typ hat in 45% der Fälle Kinder und gehört somit zu der Personengruppe, die am häufigsten Kinder im Haushalt zu versorgen hat. Mitglieder dieser Gruppe sind zu

³¹ Gefragt wurde nach der zuletzt besuchten Bildungseinrichtung

³² bzw. noch Studierenden

79% erwerbstätig und es ist zu vermuten, dass die vergleichsweise gute Ausbildung und die damit verbundene hohe berufliche Stellung auch zu einem sichereren Erwerbsleben führt. Die Wohnsituation ist günstig, da 69% der Expressiv-Anspruchsvollen über eine eigene Wohnung oder ein eigenes Haus verfügen (vgl. Tabelle 17.21, Anhang II).

Lebensstilindizierende Verhaltensmuster

Der Expressive-Anspruchs-Typ zeichnet sich durch eine überaus gute Situation bezüglich der Wohnungsausstattung aus. Man besitzt alles, was das Leben erleichtert und Zeit spart. Diese Personengruppe besitzt sowohl bei der allgemeinen Haushaltsausstattung sowie bei der audiovisuellen Güterausstattung überdurchschnittlich viele Gegenstände (vgl. Tabelle 17.20, Anhang II), womit ein gewisser Anspruch an die Qualität des Lebensraums der Gruppe zu erkennen ist. Keine andere westdeutsche Lebensstilgruppe weist solch einen hohen Ausstattungsgrad auf (vgl. Tabelle 17.9, Anhang II). Nahezu alle Angehörigen des Expressiven-Anspruchs-Typs besitzen einen privaten PKW (99%). Sogar ein Motorrad oder Motorroller wird von einem Viertel der Gruppe besessen. Im Bereich der Küchenausstattung scheint alles vorhanden, was die alltäglichen Abläufe in einer Familie erleichtert. So besitzen 70% eine Nähmaschine, 82% einen Kühlschrank, 92% eine Geschirrspülmaschine und 86% eine Mikrowelle. Es ist deutlich zu erkennen, dass mehr als das Notwendige in dieser Gruppe vorhanden ist. Der Besitz an audiovisuellen Gütern im Haushalt ist noch stärker ausgeprägt als der an allgemeinen Gütern (vgl. Tabelle 17.11, Anhang II). Der Expressive-Anspruchs-Typ weist vor allem im Bereich der hochtechnisierten Geräte weit überdurchschnittlich hohe Ausstattungszahlen auf. Der Fernseher (92%), das Radio (95%) und der Videorecorder (94%) gehört zu den Selbstverständlichkeiten in dieser Gruppe. Es handelt sich um Geräte, welche in der Freizeit sowohl zur Informationsgewinnung, als auch zur Entspannung dienen. Auffällig ist der hohe Ausstattungsgrad im Bereich der Personalcomputer und des Laptops. 83% der Expressiv-Anspruchsvollen sind im Besitz eines PCs, während der Durchschnitt aller westdeutschen Haushalte nur in 45% der Fälle einen PC zur Verfügung hat (vgl. Tabelle 17.9, Anhang II). Noch deutlicher wird die gute Ausstattung in dieser

Personengruppe, betrachtet man den Besitz von Laptops; knapp ein Viertel gibt an im Besitz eines solchen Gerätes zu sein (Stichprobenmittel 9%). In dieser Lebensstilgruppe nutzen so viele Personen (40%), wie in keiner anderen Gruppe, das Internet oder Online-Dienste für persönliche Zwecke (vgl. Tabelle 17.15, Anhang II).

Der Expressive-Anspruchs-Typ kann sich für Freizeitaktivitäten im kulturell-geselligen sowie im medial-unterhaltungsorientierten Bereich begeistern (vgl. Tabelle 17.20, Anhang II). Im Bereich der häuslichen Freizeit betätigt sich dieser Typ durchschnittlich oft. Man sieht gerne fern, hört Radio und Schallplatten, geht gerne ins Kino und treibt Sport (vgl. Tabelle 17.13, Anhang II). Der Expressive-Anspruchs-Typ, so ist zu vermuten, hat ein relativ sorgloses Leben. Es wird alles gerne mitgenommen, was den Alltag vergessen lässt und soziale Kontakte pflegt (Sport, Ausgehen, Kino). In den außerhäuslichen Freizeitbeschäftigungen spiegelt sich der expressive Charakter dieses Typs wider. Man tritt in Erscheinung und versucht sich darzustellen. In dieser Lebensstilgruppe stehen Reisen gut im Kurs: so geben 75% an in den letzten zwölf Monaten eine größere Ferienreise gemacht zu haben. Es ist zu erkennen, dass man es sich offensichtlich in der Urlaubszeit besonders gut gehen lassen will und sich vom Alltag erholen möchte (vgl. Tabelle 17.16, Anhang II). Diese Tatsache leuchtet gerade vor dem Hintergrund ein, dass dieser Typ sich stark im Berufsleben engagiert, was an der beruflichen Stellung und dem höchsten Haushaltsnettoeinkommen abzulesen ist.

Der Expressive-Anspruchs-Typ befindet sich in der „Aktivitätsphase“ (vgl. Kohli 1985: 8ff, 20; Wahl 2003: 73) des Lebenslaufs. Die Handlungsfreiräume sind geringer als noch in der „Vorbereitungsphase“; so ist es nicht verwunderlich, dass dieser Typ bei seinem beruflichen Engagement auch seine Freizeit in allen möglichen Bereichen nutzt und bezüglich der Haushaltsausstattung keine Kosten scheut um seine wertvolle Zeit zu sparen.

Zusammenfassend wird festgehalten: Der Expressive-Anspruchs-Typ weist ein hohes Bildungsniveau auf, das monatliche Haushaltseinkommen ist das höchste aller Lebensstiltypen und beschert dieser Personengruppe ein bequemes und komfortables Leben. Haushalte, welchen dieser Typ vorsteht, sind oft Familien mit Kindern

und eigenem Heim. Dieser Lebensstiltyp genießt seine Freizeit in allen Bereichen überdurchschnittlich häufig im westdeutschen Vergleich.

11.1.3 Der Unterhaltungs-Konsumorientierte Typ (17,5%)

Sozialstrukturelle und sonstige Merkmale

Der Unterhaltungs-Konsumorientierte Typ besetzt meist die mittleren Positionen im Erwerbsleben. So sind 48% dieser Gruppe als einfache oder mittlere Angestellte und Beamte, 16% als Facharbeiter und 14% als un- oder angelernte Arbeiter beschäftigt (vgl. Tabelle 17.21, Anhang II). Das Bildungsniveau des Unterhaltungs-Konsumorientierten ist im mittleren Bereich angesiedelt. Mitglieder dieser Bevölkerungsgruppe haben in 12% der Fälle mindestens das Abitur; 32% haben die Mittlere Reife absolviert. Während der westdeutsche Durchschnitt bei 17% liegt, haben lediglich 13% in dieser Gruppe bereits ein Studium absolviert oder sind im Begriff dazu. Das monatliche relative Haushaltsnettoeinkommen liegt mit 2.514 DM unter dem westdeutschen Durchschnitt (2.721 DM) (vgl. Tabelle 17.21, Anhang II).

In dieser Bevölkerungsgruppe sind Männer stärker vertreten als Frauen (46%). Der Unterhaltungs-Konsumorientierte ist, mit einem durchschnittlichen Alter von 39 Jahren, der jüngste Typ. Das niedrige Alter in dieser Personengruppe geht mit einem überdurchschnittlichen Auszubildendensatz von 4% (durchschnittlich 3%) einher. Ein Drittel der Unterhaltungs-Konsumorientierten haben Kinder zu versorgen. Etwas über die Hälfte wohnen in der Großstadt. Dementsprechend und in Anbetracht des niedrigen Durchschnittsalters, wundert es nicht, dass nur 32% angeben ein eigenes Haus oder eine eigene Wohnung zu besitzen.

Lebensstilindizierende Verhaltensmuster

Der Unterhaltungs-Konsumorientierte ist der Typ bei dem das Erleben und Zerstreuen ganz oben steht. Man sucht ständig nach Abwechslung und neuen audiovisuellen Reizen.

Es scheint, als verzichte dieser Typ, zu Gunsten der audiovisuellen Ausstattung, auf das Notwendigere im Haushalt. So werden unterdurchschnittlich viele Gebrauchsgü-

ter im Haushalt, jedoch etwas überdurchschnittlich viele Güter aus der audiovisuellen Abteilung, besessen (vgl. Tabelle 17.9, Tabelle 17.11, Anhang II). Nur die Hälfte der Personen dieses Lebensstils besitzt eine Geschirrspülmaschine. Über einen Kühlschrank verfügen nur 67%. Auffällig ist jedoch, dass trotz der niedrigen Haushaltsausstattung zwei Besitzgüter hervorstechen: der Privat-PKW, er ist in 84% der Haushalte vorhanden, und das Motorrad oder der Motorroller, welcher in 10% der Fälle vorhanden ist. Bei beiden Gütern handelt es sich um Mittel, die für ein „schnelles“, erlebnisreiches Leben unabdingbar sind. „Wohlstand und Überfluss zwingt die Menschen (...), sich bewusst auf die Suche nach genussvollen Reizen zu machen, (...) der Genuss ist Ziel nicht länger Nebenprodukt des Handelns“ (Stiehler 2000: 173). Im Bereich der audiovisuellen Ausstattung der Haushalte sind primär Geräte der Unterhaltungselektronik überdurchschnittlich häufig vorhanden. Man legt keinen besonderen Wert auf Güter, die einfach nur nützlich sind, wie etwa das Telefaxgerät (15%); es müssen schon Güter sein, welche den Unterhaltungswert des Typs unterstützen. So besitzt diese Personengruppe vor allem Geräte wie Fernseher (84%), Videorecorder (90%), Radio als Teil einer Stereoanlage (86%) und der Walkman (32%) (vgl. Tabelle 17.11, Anhang II). Es sind Konsumgüter, welche den Unterhaltungs-Konsumorientierten Typ „berieseln“ und einfach „vor sich hin laufen“. Anspruch, so scheint es, soll den Alltag nicht unbedingt anstrengender als nötig machen.

Die Freizeitaktivitäten finden folglich auch verstärkt im Bereich der Medialen-Unterhaltung statt (vgl. Tabelle 17.20, Tabelle 17.13, Anhang II). Man möchte sich in die Erlebniswelt fallen lassen, ja, in eine einfache, sich selbst erzeugende Welt abtauchen und sich treiben lassen; nur keine anspruchsvolle Denkleistung darf gefragt sein, wie es etwa die kulturell-gesellige Freizeit fordert. Der Unterhaltungs-Konsumorientierte Typ zieht die einfache Unterhaltung durch die Medien der anspruchsvollen Unterhaltung kultureller Veranstaltungen vor. Weiterbildung durch Lektüre kann dieser Typ nichts abgewinnen (vgl. Tabelle 17.13, Anhang II). Auch sportive Betätigungen werden nicht bevorzugt; Freunde und die Geselligkeit sucht man vorzugsweise bei Tätigkeiten, die keine besondere Eigeninitiative fordern, wie es etwa beim Ausgehen der Fall ist. Ganz dem Genussstreben getreu, lassen sich

55% die jährlich „wohl verdiente“ Ferienreise nicht nehmen, um vom Alltag abzuschalten (vgl. Tabelle 17.16, Anhang II). Doch die Freizeitaktivität, welche in dieser Gruppe an vorderster Stelle steht, ist das Fernsehen, das Videokassetten ansehen und Musik hören, kurz: passive Freizeitaktivitäten, das bloße Konsumieren, gekoppelt mit geringer Denkleistung. Das Hedonismusstreben und die Erlebnisorientierung, die gerade bei diesem Lebensstiltyp im Vordergrund stehen, gehören zu den wichtigsten konsumrelevanten Trends sowohl in Deutschland als auch in anderen Wohlstandsgesellschaften (vgl. Stiehler 2000: 172).

Der Unterhaltungs-Konsumorientierte, zeichnet sich durch einen „Erlebnishunger“ aus, der die „Vorbereitungsphase“ (vgl. Kohli 1986: 184; Wahl 2003: 71) im Lebenslauf kennzeichnet. Verantwortung muss noch nicht im großen Maße übernommen werden.

Zusammenfassend wird konstatiert: Der Unterhaltungs-Konsumorientierte Typ hat ein mittleres Bildungsniveau, ist der jüngste Lebensstiltyp in Westdeutschland und verfügt über ein unterdurchschnittliches Haushaltsnettoeinkommen. Er sucht die Unterhaltung und die Zerstreuung – die anspruchslose Freizeitgestaltung ist für ihn wichtig. Der Konsum avanciert in dieser Gruppe zum reinen Selbstzweck.

11.1.4 Der Heimzentrierte-Versorger Typ (20,9%)

Sozialstrukturelle und sonstige Merkmale

Der Heimzentrierte-Versorger Typ ist vorwiegend im Bereich der einfachen und mittleren Angestellten und Beamten sowie der Arbeiter zu finden. Das Bildungsniveau dieser Personengruppe ist im mittleren Bereich zu verorten. Dieser Lebensstiltyp hat in 9% der Fälle mindestens Abitur, 13% haben studiert³³. Das monatliche Haushaltsnettoeinkommen liegt mit 3.937 DM etwas unter dem westdeutschen Durchschnitt; das relative Haushaltsnettoeinkommen liegt dadurch, dass 24% Kinder im Haushalt zu versorgen haben, mit 2.514 DM deutlich unter dem unbereinigten Haushaltsnettoeinkommen (vgl. Tabelle 17.21, Anhang II). Der Frauenanteil in

³³ oder sind noch im Zuge eines Studiums

dieser Gruppe liegt, im Vergleich zu den anderen Gruppen, mit 63% deutlich über dem Durchschnitt Westdeutschlands. Der Heimzentrierte-Versorger Typ ist in der westdeutschen Stichprobe der zweitälteste Typ (53 Jahre). Es verwundert in Anbetracht des hohen Durchschnittsalters nicht, dass über ein Drittel bereits Rentner oder Pensionäre sind, und damit überrascht es auch nicht, dass nur noch 50% dieser Gruppe erwerbstätig sind. Das Leben in kleineren Städten und Dörfern wird von diesem Typ dem Leben in der Großstadt vorgezogen. In 64% der Fälle in dieser Personengruppe ist ein eigenes Haus oder eine eigene Wohnung vorhanden (vgl. Tabelle 17.21, Anhang II).

Lebensstilindizierende Verhaltensmuster

Dem Heimzentrierten-Versorger Typ kann die Neigung zur Kontemplation und Gemütlichkeit, wie es etwa im Integrations- und Harmoniemilieu bei Schulze gegeben ist, zugeschrieben werden.

Man verfügt über eine durchaus gut ausgestattete Wohnung und wird diesbezüglich nur vom Expressiven-Anspruchs-Typ übertroffen (vgl. Tabelle 17.1, Tabelle 17.3, Tabelle 17.9, Anhang II). Im Bereich der Ausstattung mit audiovisuellen Gütern weist dieser Typ einen unterdurchschnittlichen Besitz auf (vgl. Tabelle 17.2, Tabelle 17.5, Tabelle 17.11, Anhang II). Besonders gut ist der Heimzentrierte-Versorger mit Gegenständen bestückt, die den täglichen Tagesablauf vereinfachen und erleichtern. Man besitzt einen Privat-PKW (88%) und Gegenstände wie Nähmaschine (68%), einen Geschirrspüler (66%) und eine Mikrowelle (65%), kurz: Güter, welche ein bequemes häusliches Leben ermöglichen. Im Bereich der audiovisuellen Güter ist durchweg ein unterdurchschnittlicher Besitz zu verzeichnen. Von Bedeutung scheinen für den Heimzentrierten-Versorger Typ Güter der häuslichen Unterhaltung, wie der Fernseher (76%), das Radio (73%) und der Videorecorder (56%). Elektronische Geräte, die ihm nicht notwendig erscheinen und nicht zur häuslichen Freizeitbeschäftigung dienen, wie ein Telefaxgerät (11%), ein Anrufbeantworter (7%) oder ein Laptop (3%), wurden in den wenigsten Fällen angeschafft (vgl. Tabelle 17.11, Anhang II). Zu vermuten ist auch, in Anbetracht des höheren Durchschnittsalters, dass man sich nicht unnötig in „komplizierte“ Bedienungsanleitungen einarbeiten und

mit Dingen beschäftigen möchte, die Unordnung und Unruhe in den Alltag bringen könnten.

Im Bereich der Freizeitbeschäftigungen ist der Heimzentrierte-Versorger besonders der häuslichen Freizeit zugewandt (vgl. Tabelle 17.20, Anhang II). So häufig wie kein anderer Lebensstiltyp verbringt er seine Freizeit im Bereich der eigenen Wohnung. Man beschäftigt sich am liebsten mit Tätigkeiten wie Basteln, Stricken und Heimwerken. Auch sitzt man gerne vor dem Fernseher oder hört Radio (vgl. Tabelle 17.13, Anhang II). Informationen über das tägliche Geschehen in der Welt sind dieser Personengruppe wichtig. So liest man neben den elektronischen Medien auch Zeitung um auf dem Laufenden zu bleiben. Das Internet wird unterdurchschnittlich häufig in Anspruch genommen. Für Aktivitäten im kulturell-geselligen Bereich kann sich diese Personengruppe erwärmen. Ablehnend stehen Mitglieder dieser Gruppe der medial-unterhaltungsorientierten Freizeit gegenüber. Wenn man sich dennoch für außerhäusliche Aktivitäten begeistert, dann für einen Theater-, oder Konzertbesuch. Freizeitbeschäftigungen, die der reinen Unterhaltung und dem Erlebnis dienen, wie etwa ins Kino gehen oder Schallplatten, Kassetten und CDs hören, sind in dieser Bevölkerungsgruppe nicht besonders beliebt (vgl. Tabelle 17.13, Tabelle 17.20, Anhang II). Durchschnittlich häufig hat der Heimzentrierte-Versorger im letzten Jahr eine größere Ferienreise unternommen (vgl. Tabelle 17.16, Anhang II).

Der Heimzentrierte-Versorger befindet sich in der „Aktivitätsphase“ (Kohli 2001: 1f; Wahl 2003: 73ff), geht aber bereits auf die „Ruhephase“ zu. Man hat noch gesellschaftliche Verpflichtungen, doch die Handlungsfreiräume nehmen mit dem Ausscheiden aus dem Erwerbsleben wieder zu und führen in dieser Gruppe zu einem eher maßvollen Aktivitätsverhalten.

Zusammenfassend ist festzuhalten: der Heimzentrierter-Versorger Typ ist in mittleren und unteren beruflichen Positionen angesiedelt und viele Mitglieder dieser Gruppe sind bereits im Ruhestand. Die Familie spielt eine wichtige Rolle, so sind oft Kinder im Haushalt zu versorgen. Im Bereich der Haushaltsausstattung sind langlebige Gebrauchsgüter, die den Tagesablauf vereinfachen, vorhanden. Man beschäftigt sich gerne mit Tätigkeiten im Haus.

11.1.5 Der Introvertierte Typ (17,4%)

Sozialstrukturelle und sonstige Merkmale

Der Introvertierte Typ besetzt die unteren und mittleren beruflichen Stellungen. Als un- oder angelernte Arbeiter sind 18%, als Facharbeiter 13% und als einfache oder mittlere Angestellte oder Beamte 44% tätig (vgl. Tabelle 17.21, Anhang II); erwerbstätig sind jedoch nur noch 39%. Dieser Lebensstiltypus ist in der gesellschaftlichen Hierarchie vergleichsweise am niedrigsten angesiedelt. Nur 6% der Introvertierten haben mindestens Abitur, studiert haben nur 6%. Diese Zahlen müssen jedoch vor dem Hintergrund betrachtet werden, dass Mitglieder dieser Personengruppe im Durchschnitt bereits 59 Jahre alt sind und ihnen somit in ihrer Jugend noch nicht die heutigen Bildungschancen zur Verfügung standen. Der Introvertierte Typ verfügt über das geringste relative Haushaltsnettoeinkommen. Mit 2.344 DM liegt das relative Haushaltsnettoeinkommen deutlich unter dem relativen Durchschnittshaushaltsnettoeinkommen von 2.721 DM (vgl. Tabelle 17.21, Anhang II).

Der Anteil der Frauen in dieser Bevölkerungsgruppe liegt mit 59% deutlich über dem Durchschnitt und wird nur vom Heimzentrierten-Versorger Typ übertroffen. Kinder sind in Haushalten des Introvertierten Typs nur noch selten zu versorgen. Das Leben in der Großstadt wird in 48% der Fälle gewählt, ein Eigenheim ist bei knapp der Hälfte der Introvertierten vorhanden (vgl. Tabelle 17.21, Anhang II).

Lebensstilindizierende Verhaltensmuster

Das herausragende lebensstilindizierende Verhaltensmuster des Introvertierten Typs ist der Rückzug, die Passivität und die Nähe zum Einfachen. Er taucht kaum im alltäglichen Leben auf, lebt zurückgezogen und besitzt nur das Notwendigste.

Die Haushaltsausstattung dieser Personengruppe ist niedrig. So besitzen nur rund zwei Drittel der Lebensstilgruppe einen Privat-PKW, knapp die Hälfte verfügt über einen Tiefkühlschrank, nur ein Drittel hat eine Geschirrspülmaschine und 27% einen Trockner (vgl. Tabelle 17.9, Tabelle 17.20, Anhang II). Es scheint, dass dieser Typ sich, eventuell auf Grund des hohen Alters, nicht mit neueren hilfreichen Gütern ausstatten möchte. Man kennt und schätzt die alt hergebrachten Haushaltsfüh-

rungsmethoden, und so ist eine Geschirrspülmaschine, und ein Trockner schlichtweg unnötig und zusätzlich noch teuer. Auch ein Kraftfahrzeug ist nicht mehr notwendig, denn man sucht die Gemütlichkeit und Harmonie in den eigenen vier Wänden und man geht somit der Gefahr plötzlicher Änderungen und Überraschungen aus dem Wege.

Die audiovisuelle Ausstattung des Introvertierten Typs ist so niedrig wie in keinem anderen Haushalt der westdeutschen Lebensstiltypen (vgl. Tabelle 17.1, Tabelle 17.13, Tabelle 17.20, Anhang II). Zwei Drittel besitzen einen Fernseher mit Videotextempfang, die Hälfte verfügt über ein Radio (als Teil einer Stereoanlage), ein Drittel hat einen Videorecorder. Hochtechnisierte Geräte, wie Personalcomputer, Laptop oder Videokamera (6%) werden von dieser Bevölkerungsgruppe kaum besessen. Man hat nur das Notwendige, denn Unnötiges kostet nur Geld, das ohnehin schon knapp ist; zudem kostet die Einarbeitung in die neuartige Technik Zeit und verursacht Ärger. Dementsprechend nutzen auch nur 3% der Introvertierten persönlich das Internet oder Online-Dienste, während der westdeutsche Durchschnitt bei 21% liegt (vgl. Tabelle 17.15, Anhang II).

In der Freizeit sind Mitglieder dieser Gruppe kaum im öffentlichen, außerhäuslichen Bereich anzutreffen (vgl. Tabelle 17.20, Tabelle 17.13, Anhang II). Sie treten kaum in Erscheinung, fürchten die Unsicherheit und bevorzugen somit die Häuslichkeit. Jeder Schritt ist riskant und birgt die Gefahr des Scheiterns. So fürchtet sich der Mensch oft vor der eigentlich ersehnten Freiheit, bietet jeder Schritt nach vorne doch viele neue Möglichkeiten (vgl. Fromm 2005: 134). So gaben auch nur 42% der Introvertierten an im letzten Jahr eine größere Ferienreise gemacht zu haben (westdeutscher Durchschnitt 62%); 10% geben sogar an, noch nie solch eine Reise unternommen zu haben (vgl. Tabelle 17.16, Anhang II).

Man sieht fern, hört Radio und versucht auch über die Zeitung und Zeitschriften das Geschehen in der Welt einzufangen und so in die vertraute, häusliche „Welt“ zu überführen. Man zieht das passive Konsumieren dem selbstbestimmten, aktiven Konsumieren vor. Das passive Konsumieren verschafft zwar an sich weniger Befriedigung, geht allerdings auch mit geringeren Kosten einher. Denn das einfache „berieseln lassen“ fordert keinerlei psychische Energie, was nach Scherhorn vor allem

für die Menschen wichtig ist, die nie gelernt haben Herausforderung und Einsatz als befriedigend zu betrachten (vgl. 2000: 298). Kulturellen Veranstaltungen kann man nichts abgewinnen und auch das Kino bietet keine willkommene Abwechslung. Interessant ist, dass dieser Typus, trotz der häuslichen Orientierung in der Freizeit, kein Interesse für Beschäftigungen wie Basteln, Heimwerken oder Stricken aufweist (vgl. Tabelle 17.13, Anhang II).

Der Introvertierte zeichnet sich durch einen Lebensstil aus, der deutlich die Zeichen der „Ruhephase“ (vgl. Kohli 1985: 9; Wahl 2003: 76) im Lebenslauf aufweist. Man hat die Anforderungen und Verpflichtungen der „Aktivitätsphase“ hinter sich gebracht, könnte nun die wieder zunehmenden Handlungsspielräume nutzen, verspürt aber den Drang nach Gleichförmigkeit und Ruhe und zieht sich somit vorzugsweise zurück (vgl. Kohli 2001: 1).

Zusammenfassend kann festgehalten werden: der Introvertierte Typ ist die älteste Gruppe Westdeutschlands. Die Bildung ist niedrig, auch die berufliche Stellung ist oder lag (wenn nicht mehr erwerbstätig) im niedrigen bis mittleren Bereich. Der Introvertierte verfügt über das geringste relative Haushaltnettoeinkommen; daraus resultiert ein Besitz des Notwendigsten. Fernsehen und Radio hören werden als willkommene Abwechslung genutzt, während andere Freizeitaktivitäten abgelehnt werden.

11.2 Die Lebensstiltypen - Ostdeutschland

11.2.1 Der Kulturell-Intellektuelle Typ (16,5%)

Der Kulturell-Intellektuelle Typ ist die kleinste Lebensstilgruppe Ostdeutschlands. Typisch für diesen Lebensstiltyp ist die vergleichsweise hohe berufliche Stellung (vgl. Tabelle 17.24, Anhang II). Der Kulturell-Intellektuelle hat Positionen als leitender, gehobener oder höherer Angestellter oder Beamte (20%) inne. Das Bildungsniveau ist in dieser Gruppe so hoch wie in keiner anderen Lebensstilgruppe Ost-

deutschlands. 14% haben zuletzt das Abitur erworben, 39% haben zuletzt studiert oder sind im Begriff dazu, während im ostdeutschen Durchschnitt nur 23% studiert haben. Die gute Ausbildung verschafft dieser Bevölkerungsgruppe das höchste relative monatliche Haushaltsnettoeinkommen mit 2.586 DM (durchschnittlich 2.260 DM).

Der Frauenanteil in dieser Personengruppe liegt bei 58%. Der Kulturell-Intellektuelle gehört mit einem Durchschnittsalter von 43 Jahren zu den jüngeren Bevölkerungsgruppen (vgl. Tabelle 17.24, Anhang II) und hat dementsprechend noch selten Kinder im Haushalt zu versorgen. Erwerbstätig sind 72% der Mitglieder dieser Bevölkerungsgruppe. Der junge Lebensstiltyp bevorzugt das Leben in der Großstadt.

Lebensstilindizierende Verhaltensmuster

Der Kulturell-Intellektuelle Typ zeichnet sich durch seine Neigung zu kulturell-geselligen Freizeittätigkeiten aus (vgl. Tabelle 17.23, Anhang II). Man bevorzugt das Gehobene, Anspruchsvolle, es darf jedoch nicht das Erlebnis fehlen. Distanziert steht der Kulturell-Intellektuelle dem Niedrigen, Trivialen gegenüber.

Die Personengruppe verfügt über eine unterdurchschnittliche Haushaltsausstattung und eine durchschnittliche audiovisuelle Ausstattung des Haushalts. Der Kulturell-Intellektuelle Typ besitzt in 79% der Fälle einen Privat-PKW, 5% steht ein Motorrad oder ein Motorroller zur Verfügung (vgl. Tabelle 17.10, Anhang II). Im Bereich der Küchenausstattung ist festzuhalten, dass nur 63% einen Kühlschrank besitzen, während der ostdeutsche Durchschnitt in 68% der Fälle im Besitz eines solchen Gerätes ist. In einen Trockner (15%) und eine Geschirrspülmaschine (36%) wird unterdurchschnittlich investiert. Es scheint, als verzichte dieser Typ auf Güter, welche zwar praktisch, jedoch nicht unbedingt notwendig sind. Es ist zu vermuten, dass solche Güter erst später im Lebenslauf, insbesondere, wenn eine Familie zu versorgen ist, gekauft werden. Diese Vermutung wird dadurch gestützt, dass Einpersonenhaushalte in dieser Bevölkerungsgruppe so häufig vertreten sind wie in keiner anderen Gruppe. Die audiovisuelle Ausstattung des Kulturell-Intellektuellen ist durchschnittlich (vgl. Tabelle 17.12, Anhang II). Dreiviertel der Gruppe verfügen über ein Fernsehgerät, und ein Radio (als Teil einer Stereoanlage) ist in 81% der Fälle vorhanden.

Auffällig ist, dass knapp die Hälfte einen Personalcomputer und 9% einen Laptop besitzen. Dies mag auch darauf zurückzuführen sein, dass diese Gegenstände in den höheren beruflichen Positionen dieses Typs vorhanden sein müssen und auch im Studium, welches Mitglieder dieser Gruppe oft absolvieren, ein Computer kaum noch zu entbehren ist. Deutlich kommt hier auch der intellektuelle Charakter dieser Gruppe zum Vorschein, denn man investiert in die Bildung, das kulturelle Kapital.

Der Besitz von Walkman (30%), Diskman (16%), Radio oder Ghetto-Blaster (17%) ist dieser Gruppe wichtiger als dem ostdeutschen Durchschnitt, worin der Zusammenhang zu dem jüngeren Durchschnittsalter der Kulturell-Intellektuellen zu sehen ist (vgl. Tabelle 17.24, Anhang II).

Seine Freizeit verbringt der Kulturell-Intellektuelle vornehmlich und so häufig wie kein anderer Lebensstiltyp im kulturell-geselligen Bereich (vgl. Tabelle 17.23, Anhang II). Man besucht einmal im Monat eine kulturelle Veranstaltung, wie eine Theatervorstellung oder ein Konzert, während der ostdeutsche Durchschnitt darunter liegt. Auch das Ausgehen in Kneipen, Discos und Restaurants ist diesem Personenkreis wichtig. Der Kulturell-Intellektuelle ist mehrmals im Monat in der Kneipenszene oder anderen Orten des Vergnügens und der Geselligkeit anzutreffen. Mehrmals im Monat sind die Mitglieder dieser Gruppe auch sportlich aktiv und damit so häufig wie kein anderer Lebensstiltyp (vgl. Tabelle 17.14, Anhang II). Weiter fällt ins Auge, dass der Kulturell-Intellektuelle in seiner freien Zeit Wert auf seine Weiterbildung und das Anspruchsvolle legt, er liest gerne Bücher und informiert sich in Zeitungen und im Radio über das Weltgeschehen. Ferner nutzen die Kulturell-Intellektuellen das Internet und Online-Dienste, was den Weiterbildungsanspruch in dieser Gruppe untermauert (vgl. Tabelle 17.17, Anhang II).

Man kennt die „Vergnügungswirklichkeiten“ (Schirrmeister 2002: 95) und weiß, wie die Handlungs- und Kommunikationsrahmen funktionieren. Die Vergnügungswelt des Kulturell-Intellektuellen Typs ist eine Enklave, in der sich Außenstehende nicht zurecht finden. Über die Zeit bilden sich Kommunikationsformen heraus, die es den Mitgliedern dieser Lebensstilgruppe ermöglichen sich von den übrigen Gruppen abzugrenzen. So würde zum Beispiel ein Mitglied aus der Gruppe der Introvertierten im Foyer eines Theaters „aus der Rolle fallen“, da er die Formen der Kommunikati-

on und der Selbstdarstellung dieser Lokalität nicht beherrscht. Über die kulturell-gesellige Freizeit kann sich der Kulturell-Intellektuelle darstellen und ständig neu erfinden und somit von den anderen Gruppen absetzen.

Die Tendenz sich für außerhäusliche Freizeitbeschäftigungen zu begeistern, unterstreicht die Tatsache, dass dieser Typ überdurchschnittlich häufig angegeben hat, eine Ferienreise im letzten Jahr gemacht zu haben (vgl. Tabelle 17.18, Anhang II).

Für häusliche Freizeitaktivitäten, die nicht geistig anspruchsvoll sind, wie Basteln, Stricken und Heimwerken, kann sich diese Personengruppe nur selten begeistern.

Das niedrige Durchschnittsalter und die Selbstverwirklichung, die bei diesem Typus zu erkennen sind, verweisen auf die „Vorbereitung-“ bzw. den Übergang zur „Aktivitätsphase“ (Wahl 2003: 73ff). Deutlich ist in diesem Typ noch die „Ich-Verankerung“ vorhanden. Man schaut auf seine Entwicklung und nutzt die *noch* relativ großen Handlungsspielräume aus (vgl. Kohli 2001: 2).

Zusammenfassend wird konstatiert: der Kulturell-Intellektuelle Typ in Ostdeutschland zeichnet sich insbesondere durch ein hohes Bildungsniveau, ein hohes relatives monatliches Haushaltsnettoeinkommen und seine Neigung zu anspruchsvollen und intellektuellen Beschäftigungen aus.

11.2.2 Der Aktiv-Vielseitige Typ (17,3%)

Sozialstrukturelle und sonstige Merkmale

Der Aktiv-Vielseitige Typ ist in den Positionen der einfachen oder mittleren Angestellten und Beamten (51%), der leitenden Angestellten oder gehobenen und höheren Beamten (19%) tätig. Mit 10% sind unter den Aktiv-Vielseitigen so häufig Selbstständige bzw. selbstständige Landwirte anzutreffen wie in keiner der anderen ostdeutschen Lebensstilgruppen (vgl. Tabelle 17.24, Anhang II). Nur 5% der Personengruppe ist un- oder angelernter Arbeiter. Das Bildungsniveau des Aktiv-Vielseitigen ist vergleichsweise hoch und wird nur von dem des Kulturell-Intellektuellen übertroffen. In 8% der Fälle kann dieser Typ das Abitur, in 35% der Fälle sogar ein Studium als letzte Schulbildung (durchschnittlich 23%) angeben.

Vor diesem Hintergrund verwundert es kaum, dass diese Bevölkerungsgruppe über das höchste monatliche Haushaltsnettoeinkommen von 4.569 DM und das zweithöchste relative Haushaltsnettoeinkommen im Monat (2.555 DM) verfügt. Da Haushalte des Aktiv-Vielseitigen in 41% der Fälle Kinder haben, liegt das relative monatliche Haushaltsnettoeinkommen dementsprechend deutlich unter dem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen. Die Aktiv-Vielseitigen sind so häufig erwerbstätig (81%) wie keine andere Lebensstilgruppen. Der Großteil der Aktiv-Vielseitigen lebt in Städten unter 500.000 Einwohnern (vgl. Tabelle 17.24, Anhang II).

Lebensstilindizierende Verhaltensmuster

Das prägnanteste lebensstilindizierende Verhaltensmuster des Aktiv-Vielseitigen Typs ist die komfortable Ausstattungssituation im Haushalt und die Begeisterungsfähigkeit für alle betrachteten Freizeitaktivitäten.

Diese Gesellschaftsgruppe ist sowohl im Bereich der allgemeinen Haushaltsausstattung, sowie im audiovisuellen Bereich so gut ausgestattet wie keine andere (vgl. Tabelle 17.10, Tabelle 17.12, Tabelle 17.20, Anhang II). Im Bereich der Haushaltsausstattung geben nahezu alle an, einen Privat-PKW zu besitzen. 13% sind sogar im Besitz eines Motorrads oder Motorrollers, während die Stichprobe für Ostdeutschland im Durchschnitt nur in 5% der Fälle angibt über ein solches Fahrgerät zu verfügen. Knapp die Hälfte der Haushalte der Aktiv-Vielseitigen besitzt einen Trockner, 78% (durchschnittlich 41%) über eine Geschirrspülmaschine und 83% (durchschnittlich 53%) über Mikrowelle (vgl. Tabelle 17.10, Anhang II). Diese Zahlen machen deutlich, dass diesem Lebensstiltyp offensichtlich alles zur Verfügung steht, was die Haushaltsführung erleichtert und Zeit spart. Durch das überdurchschnittliche Haushaltsnettoeinkommen ist es den Aktiv-Vielseitigen möglich, auch im Bereich der audiovisuellen Güter ein gutes Ausstattungsniveau zu erreichen. Langlebige Güter aus dem elektronischen Bereich sind sogar noch häufiger in dieser Gruppe zu finden als allgemeine Güter der Haushaltsausstattung. So besitzen nahezu alle Mitglieder dieser Gruppe ein Fernsehgerät mit Videotextempfang, 92% steht ein Radio (als Teil einer Stereoanlage) zur Verfügung und 94% wollen nicht auf den Unterhaltungswert eines Videorecorders verzichten. Die Hälfte der Aktiv-

Vielseitigen besitzen zur mobilen Unterhaltung einen Walkman, 34% einen Diskman oder einen Ghetto-Blaster. Keiner anderen Lebensstilgruppierung stehen diese Güter so häufig zur Verfügung. Aufgrund der tendenziell höheren beruflichen Position dieses Lebensstiltyps lässt sich der Besitz eines Personalcomputers in 75% der Fälle und eines Laptops in 15% der Fälle unter anderem auf die berufliche Nutzung zurückführen (vgl. Tabelle 17.12, Anhang II). Auch spielt beim Besitz dieser Güter sicher der hohe Anteil an Studiumsabschlüssen eine Rolle, da der Computer, wie bereits erläutert, hierbei oft benötigt wird. Die Hälfte der Aktiv-Vielseitigen sind im Besitz einer Videokamera und diesbezüglich den anderen Lebensstiltypen in Ostdeutschland voraus.

Seine Freizeit verbringt der Aktiv-Vielseitige hauptsächlich im Bereich der medial-unterhaltungsorientierten Aktivitäten, jedoch sind auch die häuslichen und kulturellen Freizeittätigkeiten für diesen Lebensstiltyp eine willkommene Möglichkeit sich von der Arbeit abzulenken. Der Aktiv-Vielseitige, so ist auf Grund der Ausübungshäufigkeiten bzw. Frequenzen zu vermuten, legt Wert auf ein umfangreiches Informationsangebot. Man möchte „auf dem Laufenden“ sein und wissen was sich in der Welt ereignet. So wird fern gesehen, Radio gehört sowie Zeitung und Zeitschriften gelesen. 33% der Aktiv-Vielseitigen (ostdeutscher Durchschnitt 15%) nutzen das Internet oder Online-Dienste für persönliche Zwecke (vgl. Tabelle 17.17, Anhang II). Auch geht man gerne ab und zu ins Theater und in ein Konzert oder besucht andere kulturelle Veranstaltungen. Sportlichen Aktivitäten geht man etwa einmal im Monat nach, während gesellige Beschäftigungen, wie etwa ein Kneipen- oder Discobesuch, ebenso häufig auf dem Programm des Aktiv-Vielseitigen stehen (vgl. Tabelle 17.14, Anhang II). In der Gruppe der Aktiv-Vielseitigen gaben 70% an im letzten Jahr eine größere Ferienreise unternommen zu haben; dies unterstreicht nochmals das Streben nach Aktivität und außerhäuslichem Erleben (vgl. Tabelle 17.18, Anhang II).

Die Stellung im Erwerbsleben, sowie das Durchschnittsalter und die qualitativ hochwertige Haushaltsausstattung, spiegeln die „Aktivitätsphase“ (vgl. Kohli 1986: 184; Wahl 2003: 73) im Lebenslauf des Aktiv-Vielseitigen wider. Man hat Verant-

wortung für Familie und Beruf, nutzt aber seine Freizeit dementsprechend auch intensiver zur Kompensation.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass dieser Lebensstiltyp im mittleren bis oberen Bereich der gesellschaftlichen Hierarchie angesiedelt ist und ein vergleichsweise hohes Bildungsniveau aufweist. Die Familie spielt für den Aktiv-Vielseitigen eine wichtige Rolle. Seine Wohnungsausstattung ist im ostdeutschen Vergleich gut. Im Bereich der Freizeitaktivitäten begeistert sich dieser Typ vor allem für Beschäftigungen im außerhäuslichen Bereich. Auch darf die Weiterbildung und der kulturelle Gehalt in der freien Zeit nicht fehlen.

11.2.3 Der Popkulturelle-Unterhaltungs-Typ (21,4%)

Sozialstrukturelle und sonstige Merkmale

Der Popkulturelle-Unterhaltungs-Typ ist in den unteren und mittleren beruflichen Stellungen vertreten. So sind 21% (durchschnittlich 17%) der Personengruppe als Facharbeiter und 13% (durchschnittlich 10%) als un- oder angelernte Arbeiter tätig (vgl. Tabelle 17.24, Anhang II). Im Bereich der einfachen bzw. mittleren Angestellten und Beamten arbeiten 48%. Das Bildungsniveau des Popkulturellen-Unterhaltungs-Typs ist im unteren bis mittleren Bereich angesiedelt. Mindestens Abitur haben 7% der Lebensstilgruppe, wobei mit 15% unterdurchschnittlich viele ein Studium verfolgen, oder bereits abgeschlossen haben. Die niedrigere Bildung und die niedrigere berufliche Stellung, im Vergleich zu den bereits behandelten Typen, hat zur Folge, dass das relative monatliche Haushaltsnettoeinkommen von 2.167 DM unter dem ostdeutschen Durchschnitt rangiert, was unter anderem darauf zurückzuführen ist, dass in 27% der Fälle Kinder im Haushalt zu versorgen sind. In dieser, mit durchschnittlich 43 Jahren, jungen Lebensstilgruppe ist das Geschlechterverhältnis ausgewogen. Erwerbstätig sind 77% der Popkulturellen-Unterhaltungs-Typen. Das Leben in der Großstadt wird von 42% gewählt (vgl. Tabelle 17.24, Anhang II).

Lebensstilindizierende Verhaltensmuster

Auffälligstes Merkmal des Popkulturellen-Unterhaltungs-Typs ist der ausgeprägte Hang zur medial-unterhaltungsorientierten Freizeit, gepaart mit einem niedrigen Haushaltsausstattungs-niveau (vgl. Tabelle 17.10, Tabelle 17.23, Anhang II). Man möchte ständig etwas erleben und visuellen Reizen ausgesetzt sein. Der Popkulturelle-Unterhaltungs-Typ lebt von Aktion und Spannung, es wird alles abgelehnt, was zu langsam ist und Stillstand ausstrahlt. Anspruchsvolles wird gemieden. In diesem Typ spiegelt sich der „moderne Hedonismus“ wider. Die Abkehr von der sinnlichen Wahrnehmung und die Zuwendung zu Emotionen, sind für diese Lebensrichtung kennzeichnend (vgl.: Stiehler 2000: 173).

Die Haushaltsausstattung des Popkulturellen-Unterhaltungs-Typs ist auf das Notwendigste reduziert (vgl. Tabelle 17.10, Anhang II). Zwei Drittel haben einen Kühlschrank, ein Drittel einen Gefrierschrank und eine Geschirrspülmaschine. Nur 15% geben an über einen Trockner zu verfügen, über die Hälfte eine Mikrowelle. Einen Privat-PKW hingegen besitzen 80% der Personengruppe und damit mehr als der Durchschnitt der ostdeutschen Stichprobe (77%).

Im Bereich der audiovisuellen Ausstattung hingegen kann der Popkulturelle-Unterhaltungs-Typ mit dem Durchschnitt mithalten (vgl. Tabelle 17.12, Anhang II). Dieser Typ ist gerade im Bereich der Unterhaltungselektronik gut ausgestattet, um seinen medial-unterhaltungsorientierten Interessen nachzukommen. So haben 88% ein Fernsehgerät, 87% einen Videorecorder und 85% ein Radio (als Teil einer Stereoanlage). Durchschnittlich häufig ist diese Bevölkerungsgruppe mit einem Walkman, einem Diskman, einer Videokamera und einem Kassettenrecorder inklusive Radio ausgestattet, um auch unterwegs unterhalten zu werden (vgl. Tabelle 17.12, Anhang II).

Freizeitaktivitäten geht dieser Typ vor allem im Bereich der medialen Unterhaltung nach. Häusliche, sowie kulturell-gesellige Aktivitäten, übt diese Gruppe unterdurchschnittlich oft aus. Besonders hoch im Kurs steht das Fernsehen, mit dem man so viel Freizeit verbringt, wie kein anderer Lebensstiltyp. Betrachtet man die Ausübungsfrequenzen, so scheint es, dass sich der Popkulturelle-Unterhaltungs-Typ gerne berieseln lässt, sei es vom Radio oder Musik aus der Konserve. Das Medien-

system wird heute zur Unterhaltung, Entspannung, Ablenkung, Zerstreuung und zum Spaß genutzt (vgl. Prahl 2002: 193). Man informiert sich durch die Zeitung und Illustrierte, wobei nicht gesagt ist, ob es sich um anspruchsvolle Zeitungsblätter handelt, oder ob diese eher der Unterhaltung dient. Durchschnittlich viele Popkulturell-Unterhaltungsorientierte nutzen das Internet (vgl. Tabelle 17.17, Anhang II). Gemieden werden Theatervorstellungen und Konzertbesuche, generell alles, was mit Kultur und Anspruch zu tun hat. In der Freizeit, so scheint es, soll es einfach zugehen, man möchte nicht groß nachdenken müssen oder gar reflektieren. Jedoch darf die Geselligkeit auch bei diesem Typus nicht zu kurz kommen. So geht man mehrmals im Monat aus und besucht Kneipen, Diskotheken und Restaurants (vgl. Tabelle 17.20, Tabelle 17.14, Anhang II). Auch bei diesen Beschäftigungen steht einmal mehr das Konsumieren als das Reflektieren im Vordergrund des Interesses.

Freizeitaktivitäten im häuslichen Bereich werden abgelehnt. Basteln, Heimwerken und Stricken entsprechen nicht dem Credo der Popkultur, ebenso wenig passen zur Spaß- und Erlebnisgesellschaft Tätigkeiten wie Bücher lesen (vgl. Tabelle 17.14, Anhang II). Die jährliche Ferienreise ist für 53% der Gruppe eine willkommene Abwechslung (vgl. Tabelle 17.18, Anhang II).

Der Popkulturelle-Unterhaltungs-Typ befindet sich in der „Vorbereitungsphase“ seines Lebenslauf, was vor allem darin zum Ausdruck kommt, dass viele Mitglieder dieser Gruppe noch in der Ausbildung sind und sich auf der Suche nach Erlebnis und Spaß befindet, nach dem „Austesten“ der Grenzen. Noch kann viel Zeit zur freien Gestaltung des Lebens verwendet werden (vgl. Kohli 1985: 9; Wahl 2003: 71). Zusammenfassend kann festgehalten werden: Der Popkulturelle-Unterhaltungstyp ist in den niedrigen und mittleren beruflichen Stellungen anzutreffen. Das Bildungsniveau ist tendenziell eher niedrig. Diese Bevölkerungsgruppe Ostdeutschlands sucht das zwanglose, spannungsgeladene, anspruchslose Erlebnis, gepaart mit Spaß.

11.2.4 Der Traditionelle-Harmonie Typ (21,7%)

Sozialstrukturelle und sonstige Merkmale

Der Traditionelle-Harmonie Typ gehört zu der zweitgrößten Lebensstilgruppe in Ostdeutschland. Er ist vor allem in den unteren beruflichen Positionen zu finden. So sind 21% als Facharbeiter, 12% als un- oder angelernte Arbeiter und 45% als einfache und mittlere Angestellte und Beamte tätig (vgl. Tabelle 17.24, Anhang II). Die Bildung rangiert auf einem niedrigen Niveau; so geben 5% Abitur und 18% ein Studium als letzte Ausbildung an. Aufgrund der niedrigen Bildung und beruflichen Stellung ist das relative monatliche Haushaltsnettoeinkommen mit 2.054 DM vergleichsweise gering. Der Frauenanteil ist unter den durchschnittlich 55-Jährigen Traditionellen-Harmonie Typen (ostdeutscher Durchschnitt 49 Jahre), mit 60% vergleichsweise hoch. In Anbetracht des Alters ist es nicht verwunderlich, dass noch 14% der Haushalte Kinder zu betreuen haben und bereits 55% nicht mehr berufstätig sind (vgl. Tabelle 17.24, Anhang II). Man bevorzugt das ruhigere Leben der Kleinstadt, was zwei Drittel des Traditionellen-Harmonie Typs mit einem Eigenheim abrunden und somit über eine günstige Wohnsituation verfügen.

Lebensstilindizierende Verhaltensmuster

Der Traditionelle-Harmonie Typ zeichnet sich durch seine Neigung zur Gemütlichkeit und der Wahl des Bewährten aus. Man hat das Notwendigste, ist in seiner häuslichen Umgebung zufrieden und verbringt somit dort auch die meiste Zeit. Distanziert und skeptisch steht man außerhäuslichen Aktivitäten und medialunterhaltungsorientierten Beschäftigungen gegenüber. Man zieht die einfache der anspruchsvollen Unterhaltung und Beschäftigung klar vor.

Im Bereich der Haushaltsausstattung zeigt sich, dass gegenüber dem durchschnittlichen ostdeutschen Haushalt weniger Gegenstände vorhanden sind, wobei dies für allgemein Gebrauchsgüter, sowie für audiovisuelle Güter gilt (vgl. Tabelle 17.2, Tabelle 17.4, Tabelle 17.6, Tabelle 17.10, Tabelle 17.12, Anhang II). Die allgemeine Haushaltsausstattung umfasst in erster Linie das Notwendigste. Man besitzt einen Privat-PKW (74%), die Hälfte eine Nähmaschine, zwei Drittel einen Kühlschrank.

Jedoch haben nur 13% einen Trockner und 31% eine Geschirrspülmaschine (vgl. Tabelle 17.10, Anhang II). Die Zahlen machen deutlich, dass man bereit ist, auf gewisse Gegenstände, die nicht notwendig sind (beispielsweise Trockner), eventuell auch aufgrund des unterdurchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommens, zu verzichten. Die audiovisuelle Haushaltsausstattung des Traditionellen-Harmonie Typs ist gering. Man besitzt Güter, welche für die häuslichorientierte Freizeit notwendig sind. Ansonsten bleibt man bei dem, was man kennt, beim Vertrauten, Traditionellen. So haben 78% dieser Gruppe einen Fernseher mit Videotextempfang, die Hälfte einen Videorecorder und zwei Drittel ein Radio (als Teil einer Stereoanlage). Gegenstände der modernen Unterhaltungselektronik liegen dieser älteren Lebensstilgruppe fern (Diskman, Walkman). So besitzen auch nur 18% einen Computer und nur 1% einen Laptop (vgl. Tabelle 17.12, Anhang II).

Im Bereich der Freizeitaktivitäten begeistert sich der Traditionelle-Harmonie Typ für den häuslichen Bereich, in dem er so viel freie Zeit wie kein anderer Lebensstiltyp Ostdeutschlands verbringt. Häufig bastelt, strickt oder heimwerkt dieser Typ. Der Fernseher und das Radio bieten Abwechslung und Zerstreuung im Alltag, die gerne genutzt wird. Auch Musik hören, egal, ob Schallplatten, Kassetten oder CDs, ist bei dieser Personengruppe beliebt (vgl. Tabelle 17.14, Anhang II). Über Zeitung und Illustrierte werden Informationen zum Geschehen in der Welt bezogen. Das Internet und Online-Dienste würden die traditionsbewusste Orientierung des Typs brechen und werden somit von diesem so gut wie nie genutzt (vgl. Tabelle 17.17, Anhang II). Abgeneigt ist der Traditionelle-Harmonie Typ dem Anspruchsvollen, Komplizierten, Ungewissen und Uneinschätzbaren. So meidet man kulturelle Veranstaltungen und auch ein Kinobesuch wäre ein Ausflug ins Ungewisse, der mit geistiger Anstrengung verbunden, und somit abzulehnen ist. Trotz dieser Abneigung gegen das Neue und Fremde kann sich dieser Typ für größere Ferienreisen begeistern; so gab knapp die Hälfte der Gruppe an, innerhalb des letzten Jahres solch eine Reise unternommen zu haben (vgl. Tabelle 17.18, Anhang II).

Der Traditionelle-Harmonie Typ befindet sich in seinem Lebenslauf im Übergang zwischen „Aktivitäts-“ und „Ruhephase“ (vgl. Kohli 1985: 184; Wahl 2003: 73ff). Man ist teilweise bereits im Ruhestand und kann die „neuen“, „alten“ Handlungs-

freiräume wieder nutzen. Jedoch geht dieser Typus nicht dem gesamten Freizeitangebot nach, sondern bleibt dem häuslichen Bereich treu und genießt die abnehmende Verantwortung in Beruf und Familie.

Zusammenfassend wird festgehalten: der Traditionelle-Harmonie Typ ist in den unteren Positionen des Erwerbsleben angesiedelt und auch das Bildungsniveau ist vergleichsweise niedrig. In Anbetracht des höheren Durchschnittsalters schätzt man das Altbewährte, und indem die freie Zeit im häuslichen Bereich verbracht wird, vermeidet man unnötig riskante, neuartige Situationen und geht Anspruchsvollem aus dem Weg.

11.2.5 Der Introvertierte Typ (23,1%)

Sozialstrukturelle und sonstige Merkmale

Der Introvertierte Typ ist in der ostdeutschen gesellschaftlichen Hierarchie am niedrigsten angesiedelt. Als un- oder angelernte Arbeiter sind 16%, als Facharbeiter 17% und als einfache oder mittlere Angestellte und Beamte 48% beschäftigt, womit dieser Typ die unteren beruflichen Positionen besetzt. (vgl. Tabelle 17.24, Anhang II). In dieser Gruppe haben lediglich 6% mindestens Abitur, nur 11% haben studiert somit ist das Bildungsniveau vergleichsweise niedrig. Demgegenüber geben 61% an, zuletzt eine Volks-, Haupt- oder Grundschule besucht zu haben. Das relative monatliche Haushaltsnettoeinkommen ist folglich, mit 1.924 DM, auch das niedrigste unter den fünf Lebensstilen in Ostdeutschland.

Vor dem Hintergrund, dass es sich bei dieser Personengruppe mit 61 Jahren im Durchschnitt um die älteste der ostdeutschen Stichprobe handelt, verwundert es nicht, dass nur noch 34% erwerbstätig sind. Zwei Drittel der Introvertierten sind Frauen. Kinder sind nur noch in 15% der Haushalte anzutreffen.

Ein Drittel zieht das Leben in einer Stadt über 500.000 Einwohnern dem Leben in einer kleineren Stadt vor, 28% besitzen eine eigene Wohnung oder ein eigenes Haus (vgl. Tabelle 17.24, Anhang II).

Lebensstilindizierende Verhaltensmuster

Der Introvertierte Typ fällt im Hinblick auf die lebensstilindizierenden Verhaltensmuster auf, da er, ähnlich wie der Introvertierte in Westdeutschland, keine Freizeitaktivität auch nur durchschnittlich häufig ausübt. Auch die Haushaltsausstattung ist niedrig.

Im Bereich der allgemeinen Ausstattung des Haushaltes besitzt nur die Hälfte der Gruppe einen Privat-PKW. Zwei Drittel haben einen Kühlschrank, ein Drittel einen Gefrierschrank, nur 7% einen Trockner (vgl. Tabelle 17.10, Anhang II). Der Introvertierte beschränkt seinen Besitz auf das Notwendigste.

Ein ähnliches Bild zeigt sich im Bereich der audiovisuellen Ausstattung, wobei hier der Ausstattungsgrad noch geringer ist als bei der allgemeinen Ausstattung. Zwei Drittel verfügen über ein Fernsehgerät mit Videotextempfang, ein Viertel hat einen Videorecorder. Neumodische elektronische Geräte sind kaum vorhanden. So sind Computer in dieser Lebensstilgruppe kaum zu finden, 3% besitzen eine Videokamera, 2% ein Telefax und nur 1% einen Anrufbeantworter (vgl. Tabelle 17.12, Anhang II). Das Internet oder Online-Dienste werden nicht genutzt (vgl. Tabelle 17.17, Anhang II).

Der Introvertierte kann sich für keinen Bereich der Freizeitbeschäftigungen überdurchschnittlich begeistern (vgl. Tabelle 17.23, Anhang II). Man lebt in Zurückhaltung, zieht das Gemütliche dem Erleben vor und bleibt zu Hause. Der Fernseher wird vom Introvertierten geschätzt, er kann angeschaltet werden und fordert keinerlei Interaktion, kann den Betrachter aus seiner einfachen Umgebung in eine andere Welt führen, ohne das Haus verlassen zu müssen. Auch das Radio vermag teilweise, diese Aufgabe zu erfüllen, da es einfach vor sich hin laufen kann und für Unterhaltung sorgt, ohne ein Eingreifen zu erfordern. Die Massenmedien haben „... die Funktion, Unterhaltung zu bieten, von Begrenzungen der Primäraktivitäten abzulenken, gesellschaftliche Differenzierungen zu überwinden und die beschränkten Primärerfahrungen wenigstens scheinhaft zu erweitern“ (Prah 2002: 194).

Eine weitere Freizeitbeschäftigung, die dem allgemeinen Rückzug des Introvertierten entgegenkommt, ist die Zeitungslektüre, wobei etwa einmal im Monat auch eine Zeitschrift gelesen wird (vgl. Tabelle 17.14, Anhang II). Abgelehnt werden von die-

ser Personengruppe Aktivitäten, die außerhalb des Hauses stattfinden und einen eher anspruchsvollen Charakter haben. Alle Freizeitbeschäftigungen, die mit Spannung, Aktion oder etwas Schöngestigem zusammenhängen, werden in dieser Bevölkerungsgruppe nicht ausgeübt. So werden kulturelle Veranstaltungen oder das Kino so gut wie nie aufgesucht (vgl. Tabelle 17.23, Tabelle 17.14, Anhang II). Videokassetten ansehen gehört ebenso zu den Tätigkeiten, welchen der Introvertierte nicht zugeneigt ist. Ausgehen in Gaststätten, Restaurants oder Kneipen sind eine von den Introvertierten eher selten wahrgenommene Tätigkeit, fordert diese doch von der Personengruppe sich der Gefahr des Ungewissen, dem Risiko schlechter Erfahrungen zu öffnen. So haben auch nur 36% der Introvertierten im letzten Jahr eine größere Ferienreise unternommen (Tabelle 17.18, Anhang II)

Der Introvertierte hat die „Ruhephase“ (vgl. Kohli 2001: 1; Wahl 2003: 77) im Lebenslauf erreicht. Er nutzt die durch das Ausscheiden aus dem Erwerbsleben neugewonnene Freiheit nicht, für Aktivitäten. Vielmehr zieht er sich völlig zurück und meidet die Gesellschaft.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass der Introvertierte, als älteste Lebensstilgruppe Ostdeutschlands, meist nicht mehr erwerbstätig ist. Sein Bildungsniveau und Haushaltsnettoeinkommen sind vergleichsweise gering und somit ist er in der gesellschaftlichen Hierarchie am niedrigsten angesiedelt. Der Introvertierte lebt im Rückzug, schätzt das Häusliche und kann sich demnach vor allem für passive Unterhaltungsmöglichkeiten erwärmen.

12. Ein Vergleich der west- und ostdeutschen Lebensstillandschaft

Die in den vorangegangenen Kapiteln ermittelten Lebensstile in West- und Ostdeutschland im Jahr 2000 ähneln sich zwar auf den ersten Blick, doch bei genauerer Betrachtung fällt auf, dass es immer noch erhebliche Unterschiede in der Lebensstillandschaft und den sozialstrukturellen Gegebenheiten im Westen und Osten der Bundesrepublik gibt. Im Westen Deutschlands ist das obere gesellschaftliche Segment größer als in Ostdeutschland. Der Kulturell-Intellektuelle Typ macht in Westdeutschland 18,9% (vgl. Tabelle 17.20, Anhang II) und in Ostdeutschland nur 16,9% (vgl. Tabelle 17.23, Anhang II) der jeweiligen Stichprobe aus. Der Expressive-Anspruchs-Typ ist mit 25,3% die größte Gruppe Westdeutschlands und im Bereich der oberen Mittelschicht angesiedelt. In Ostdeutschland hingegen ist die Gruppe der Aktiv-Vielseitigen mit 17,3% zwar in der gesellschaftlichen Hierarchie ähnlich zu verorten, aber im Vergleich deutlich kleiner als die des Expressiven-Anspruchs-Typs in Westdeutschland. Festzuhalten ist demnach, dass im mittleren Bereich der gesellschaftlichen Hierarchie in Ostdeutschland eine Lücke besteht. Die insbesondere unmittelbar nach der Wende erfolgte Abwanderung vieler qualifizierter Angestellter und auch Selbstständiger in den Westen könnte eine der Ursachen hierfür sein. Nachdem der „alte Mittelstand“ in der DDR nahezu vernichtet wurde, fand erst nach der Wende ein Neuaufbau eines handwerklich-tertiären Mittelstandes statt (vgl. Geißler 2004: 67). Während die subjektive Schichteinstufung der Westdeutschen ergab, dass sich 61% zur Mittelschicht und nur 25% zur Arbeiterschicht zählen, fühlen sich die Ostdeutschen hingegen im Jahr 2002 immer noch als Arbeitergesellschaft. Im Jahr 2001 gaben 52% an, sich zur Unter- und Arbeiterschicht zu rechnen, nur 45% gaben an zur Mittelschicht zu gehören: Vor den Ergebnissen der hier durchgeführten empirischen Untersuchung ist vor allem interessant, dass sich in Westdeutschland 14% zur oberen Mittel- bzw. Oberschicht zählen, während es in Ostdeutschland nur 7% sind (vgl. Habich/ Noll: 2004: 612f). In Westdeutschland sind der Expressive-Anspruchs-, der Heimzentrierte-Versorger- und der Unterhaltungs-Konsumorientierte Typ im Bereich der oberen bzw. mittleren gesellschaftli-

chen Hierarchie angesiedelt, in Ostdeutschland hingegen ist in diesem Bereich nur der Aktiv-Vielseitige verortet. Der Traditionelle-Harmonie Typ sowie der Popkulturelle-Unterhaltungstyp sind im Bereich der mittleren bis unteren gesellschaftlichen Hierarchie zu lokalisieren. Der Introvertierte Typ Westdeutschlands macht 17,4% aus, während diese, in der Hierarchie am niedrigsten angesiedelte Gruppe, in Ostdeutschland 23,1% ausmacht und somit erheblich größer ist als die in Westdeutschland (vgl. Tabelle 17.20, Tabelle 17.23, Anhang II). Dieses breitere Spektrum an Lebensstilgruppierungen des unteren gesellschaftlichen Segments lässt sich in erster Linie dadurch erklären, dass nach der Wiedervereinigung vor allem für die Generation der Erwerbstätigen, die 1989 etwa 45 bis 55 Jahre alt waren, der Umbruch gleichzeitig zu früh und zu spät kam. Somit waren sie noch zu jung, um, wie die Rentner, von der neuen Situation zu profitieren und zu alt, um im Konkurrenzkampf auf dem neuen Arbeitsmarkt eine Chance zu haben (vgl. Geißler 2004: 68). Folge dieser prekären Situation ist die Tendenz zum Rückzug in die Häuslichkeit, die Suche nach Sicherheit und traditionellen Werten, wie sie in der Gruppe des Traditionellen-Harmonie und des Introvertierten Typs der ostdeutschen Gesellschaft zu finden sind.

Der Unterhaltungs-Konsumorientierte Typ Westdeutschlands gehört, wie auch der Popkulturelle-Unterhaltungs-Typ in Ostdeutschland, zu den jüngeren Lebensstilgruppen. Während diese beiden Gruppen auf den ersten Blick eine gewisse Ähnlichkeit aufweisen, ist bei genauer Betrachtung zu erkennen, dass der ostdeutsche Typus in der gesellschaftlichen Hierarchie unter dem westdeutschen angesiedelt ist. Der Anteil an Facharbeitern ist beim Popkulturellen-Unterhaltungs-Typ höher. Der Unterhaltungs-Konsumorientierte Typ in Westdeutschland hingegen hat etwas häufiger die berufliche Stellung der qualifizierten Angestellten und Beamten inne. Der Abituranteil beim westdeutschen Typ liegt deutlich über dem des ostdeutschen. Auch das durchschnittliche Haushaltsnettoeinkommen der westdeutschen Gruppe liegt über dem der ostdeutschen. Den beiden Stilen ist die Erlebnisorientierung, die Neigung zu Abwechslung und Zerstreuung und die Suche nach Freizeitbeschäftigung im medial-unterhaltungsorientierten Bereich gemeinsam.

Generell kann festgehalten werden, dass die Lebensstiltypen Westdeutschlands kulturell-gesellige und außerhäusliche den häuslichen und familienbezogenen Freizeitaktivitäten vorziehen. In Ostdeutschland hingegen dominieren häuslichorientierte Freizeitbeschäftigungen (vgl. Tabelle 17.20, Tabelle 17.23, Tabelle 17.13, Tabelle 17.14, Anhang II). Die etablierte Kultur findet im Osten der Republik bei einer, im Verhältnis zum Westen der Republik, relativ kleinen Gruppe Anklang. Diese Resultate unterstreichen auch heute noch Spellerbergs Ergebnisse aus dem Jahre 1993. Festzuhalten ist, dass sich in Westdeutschland, was die Verteilung der Lebensstile im sozialen Raum angeht, ein *ausgeglicheneres* Bild zeigt als in Ostdeutschland. So ist in Ostdeutschland ein kleiner Teil im oberen Segment der Gesellschaft angesiedelt, während sich ein Grossteil im unteren Mittelfeld und im unteren Bereich des sozialen Raums verorten lässt. Die beiden älteren Lebensstiltypen Ostdeutschlands, der Traditionelle-Harmonie Typ und der Introvertierte Typ, so ist zu vermuten, werden langsam an Umfang verlieren und unter Umständen zu einer Gruppe verschmelzen. Die Gruppe der Aktiv-Vielseitigen, so ist zu erwarten, wird sich vergrößern und dem Expressiv-Vielseitigen Typ in Westdeutschland annähern.³⁴

³⁴ Diese Vermutung könnte durch eine Längsschnittanalyse bzw. ein Quasi-Panel, wie es beispielsweise Anke Wahl bereits für Westdeutschland und die Jahre 1987, 1991 und 1995 konstruiert und errechnet hat, überprüft werden.

13. Ein Vergleich der empirischen Ergebnisse mit den behandelten Ansätzen

An dieser Stelle wird ein Vergleich der fünf eruierten Lebensstiltypen mit den Ansätzen, die bereits in dieser Arbeit vorgestellt wurden (Schulze, Sinus-Milieus, agis-Milieus, Otte, Wahl, Spellerberg) gezogen. Da die Ansätze und Konzepte einen Zeitraum von über zehn Jahren abdecken, kann auch abgelesen werden, ob es subjektive Lebensweisen gibt, die konstant immer wieder auftauchen oder ob andere nicht mehr vorhanden bzw. neue hinzu gekommen sind.

Westdeutschland

Der von mir eruierte *Kulturell-Intellektuelle Typ* ist vergleichbar mit Schulzes Niveau- und Selbstverwirklichungsmilieu, sowie mit dem etablierten, dem intellektuellen und dem postmodernen Milieu des Sinus-Instituts (2000) im Bereich der oberen gesellschaftlichen Hierarchie.³⁵ Die hannoveranische Arbeitsgruppe Interdisziplinäre Sozialforschung (agis) ermittelte für Westdeutschland (2000) das Milieu der Postmodernen, das liberal-intellektuelle und das konservativ-technokratische Milieu, welche mit den *Kulturell-Intellektuellen* dieser Untersuchung verglichen werden können. Der Reflexive, der liberal Gehobene und zum Teil der konservativ Gehobene bei Otte lassen sich mit dem *Kulturell-Intellektuellen* vergleichen. Der Selbstverwirklichungsorientierte sowie der Eklektizistisch Konsumorientierte bei Wahl, ähneln dem *Kulturell-Intellektuellen*. Spellerbergs postmateriell, aktiv Vielseitiger, der beruflich Engagierte und der ganzheitlich, kulturell Interessierte, kommen dem *Kulturell-Intellektuellen* dieser Untersuchung nahe. Diese eben aufgeführten Milieus und Lebensstile haben mit dem *Kulturell-Intellektuellen Typ* die gehobene berufliche Stellung, das hohe Bildungsniveau, ein überdurchschnittlich hohes monatliches relatives Haushaltsnettoeinkommen, das niedrige Durchschnittsalter und das überdurchschnittliche Interesse an Kultur und anspruchsvollen Themen gemein.

³⁵ Ein klarer, gestochener Vergleich mit den Sinus- und agis-Milieus ist schwierig, da bei dieser Untersuchung die Werte und Einstellungen der Personen eine entscheidende Rolle spielen. Nichts desto Trotz ist es sinnvoll diese Untersuchung zu verwenden, da durch die Wertevorstellungen der einzelnen Milieus und Lebensstile die hier durchgeführte Studie ergänzt werden kann, da diese in der Media-Analyse nicht erhoben worden sind.

Der *Expressive-Anspruchs-Typ* in Westdeutschland kann zum Teil mit Schulzes Niveau- und Selbstverwirklichungsmilieu verglichen werden. Zum Teil sind deutliche Parallelen mit dem postmodernen, dem statusorientierten, dem modern bürgerlichen und dem adaptiven Sinus-Milieu, dem modernen Arbeitnehmer, dem leistungsorientierten Arbeitnehmer und zum Teil dem kleinbürgerlichen Arbeitnehmer Milieu der Untersuchung von agis 2000 auszumachen. Im Bereich der Lebensstilforschung kann Ottes Konventionalist und Aufstiegsorientierter Lebensführungstyp mit dem *Expressiven-Anspruchs-Typ* verglichen werden. Wahls Anspruchsorientierter und Spellerbergs Expressiv-Vielseitiger, die ganzheitlich kulturell Interessierten (z.T.) sowie die etabliert beruflich Engagierten (z.T.), ähneln dem *Expressiven-Anspruchs-Typ* in dieser Untersuchung für Westdeutschland im Jahre 2000. Die Milieus bzw. Lebensstiltypen sind alle in der gesellschaftlichen Hierarchie oben angesiedelt. Eine gehobene berufliche Stellung, ein hoher Abiturienten- und Studentenanteil sowie ein überdurchschnittliches Haushaltsnettoeinkommen eint diese Gruppen. Auch handelt es sich oft um Gruppen mit Familie. Die Ausstattung der Haushalte bzw. Wohnung der Personen sind vergleichsweise sehr gut. Das Freizeitverhalten umfasst viele Bereiche, man kann sich für nahezu alles begeistern.

Der *Unterhaltungs-Konsumorientierte Typ* ist mit Schulzes Unterhaltungsmilieu, den konsum-materialistischen und hedonistischen Sinus-Milieus, sowie dem hedonistischen agis-Milieu zu vergleichen. Ottes hedonistischer und unterhaltungsorientierter Lebensführungstyp ähnelt dem *Unterhaltungs-Konsumorientierten Typ*. Auch Wahl konnte den Unterhaltungsorientierten ermitteln und Spellerberg die freizeitorientiert Geselligen. Im Vergleich der Personengruppen fällt auf, dass es sich hier um die jüngeren Mitglieder der Gesellschaft handelt. Das Ausbildungsniveau ist im niedrigen Bereich angesiedelt, so auch die berufliche Stellung und das Einkommen. Diese Personengruppen drängt es nach ständigem Erleben, dem Genuss, der Unterhaltung und der Selbstdarstellung. Man sucht den Kontakt zu Vergnügungswelten. Diese „... befriedigen und wecken den Wunsch nach Abwechslung von alltäglichen Routinen des Lebens, die dem Dasein eine weitgehende Kontrollierbarkeit, Berechenbarkeit und damit ein hohes Maß an Sicherheit bescheren“ (Schirrmeister 2002:

98). Mit den geltenden Werten, Regeln und Konventionen der Gesellschaft kann dieser Typ tendenziell weniger anfangen.

Der *Heimzentrierte-Versorger Typ* kann mit Schulzes Integrationsmilieu und zum Teil auch dem Harmoniemilieu verglichen werden. Auch können Ähnlichkeiten mit dem traditionellen bürgerlichen und dem traditionellen Arbeiter Milieu des Sinus-Institutes, sowie dem kleinbürgerlichen Arbeitnehmer (z.T.) und dem traditionellen Arbeitermilieu der agis ausgemacht werden. Ottes traditionelle Arbeiter und Konventionalisten, Wahls Versorger und zum Teil Integrationsorientierten, sowie Spelbergs häuslich Unterhaltungssuchende, der pragmatisch Berufsorientierte und traditionelle, freizeitaktive Ortsverbundene, lassen sich mit dem hier eruierten *Heimzentrierten-Versorger Typ* vergleichen. Die Parallelen dieser Milieus und Lebensstile sind ihre niedrigen bis mittleren beruflichen Positionen und das mittlere Bildungsniveau. Das Freizeitverhalten ist geprägt von häuslichen Aktivitäten. Diese Milieus und Lebensstile eint ihre untere bis mittlere Stellung in der gesellschaftlichen Hierarchie, gekoppelt mit einem überdurchschnittlich hohen Durchschnittsalter und einem vorzugsweise häuslichen Freizeitverhalten.

Der *Introvertierte Typ* Westdeutschlands kann mit Schulzes Harmoniemilieu, dem traditionellen Arbeitermilieu des Sinus-Instituts, sowie dem traditionellen Arbeitermilieu und dem traditionslosen Arbeitnehmersmilieu der agis verglichen werden. Der Heimzentrierte sowie teilweise der traditionelle Arbeiter bei Otte, ähneln dem *Introvertierten* dieser Untersuchung. Der Zurückgezogene in Wahls Analyse, sowie Spelbergs traditionell, zurückgezogen Lebender, haben deutliche Gemeinsamkeiten mit dem *Introvertierten Typ*. Alle Gruppen eint die Ansiedlung im unteren Bereich des gesellschaftlichen Segments. Die berufliche Position der Personen ist niedrig, ebenso das Bildungsniveau sowie das monatlich zur Verfügung stehende Haushaltsnettoeinkommen. Dies ist so niedrig wie in keiner anderen gesellschaftliche Gruppe. Auch zählen Mitglieder dieses gesellschaftlichen Segments zu denen des höheren Alters. Dementsprechend ist der Anteil der Erwerbstätigen geringer. In der Freizeit werden diese Milieus und Lebensstiltypen wenig aktiv, sie bevorzugen den Rückzug in die Sicherheit und distanzieren sich von allem Neuen und Fremden.

Ostdeutschland

Der *Kulturell-Intellektuelle Typ* ist vergleichbar mit dem linksintellektuell-alternativen, dem status- und karriereorientierten und dem bürgerlich humanistischen Sinus- und agis-Milieu. Spellerbergs hochkulturell Interessierte kommen dem *Kulturell-Intellektuellen* in der von mir durchgeführten Untersuchung jedoch noch näher. Spellerbergs pragmatisch Berufsorientierte und expressiv Vielseitigen teilen ebenso lebensstilindizierende Verhaltensmuster mit dem Kulturell-Intellektuellen. Die Milieus und Lebensstiltypen haben ihre gehobene berufliche Stellung, das hohe Bildungsniveau und Haushaltsnettoeinkommen gemein. Sie gehören zu den jüngeren Gruppen Ostdeutschlands, leben oft in der Großstadt und beschäftigen sich in der Freizeit mit kulturellen Inhalten. Man besucht das Theater, Konzerte, bildet sich fort und geht gerne aus.

Der *Aktiv-Vielseitige* kann teilweise mit dem bürgerlich-humanistischen, dem status- und karriereorientierten, dem modernen bürgerlichen, dem adaptiven und dem aufstiegsorientierten Pioniermilieu des Sinus-Instituts und der agis verglichen werden. Spellerberg ermittelte die Expressiv Vielseitigen und die pragmatisch Berufsorientierten, die mit dem *Aktiv-Vielseitigen* der hier durchgeführten Analyse vergleichbar sind. Die berufliche Stellung dieses Bevölkerungssegments Ostdeutschlands ist im oberen Bereich der gesellschaftlichen Hierarchie angesiedelt. Angehörige dieser Gruppe können eine gute Schulbildung vorweisen und haben meist ein überdurchschnittlich hohes Haushaltsnettoeinkommen. Gemeinsam ist diesen Gruppen die gute Ausstattung der Wohnung und das Interesse für ein breites Spektrum an Freizeitaktivitäten.

Der *Popkulturelle-Unterhaltungs-Typ* kann mit dem hedonistischen und konsummaterialistischen Sinus-Milieu, dem hedonistische agis-Milieu sowie dem hedonistisch Freizeitorientierten von Spellerberg, verglichen werden. Auch die aufstiegsorientierten Pioniermilieus bei Sinus und agis sind in dieser Bevölkerungsgruppe wieder zu erkennen. Diese Gruppen vereinen eine niedrige bis mittlere berufliche Stellung, wobei das Bildungsniveau ebenso im unteren bis mittleren Bereich liegt. Die Personengruppe weist ein niedriges Durchschnittsalter auf. Man beschäftigt sich

in seiner Freizeit mit vergnüglichen Aktivitäten, Spannung und Aktion, in Verbindung mit Anspruchslosigkeit, wird bevorzugt gesucht. Das Erlebnis ist wichtig.

Der *Traditionell-Harmonie Typ* kann mit dem traditionell bürgerlichen, dem traditionellen Arbeiter- und Bauernmilieu, den DDR-verwurzelten Milieus und dem kleinbürgerlichen Arbeitnehmermilieu der agis und des Sinus-Institutes verglichen werden. Der erlebnissuchend Häusliche (z.T.), der traditionell freizeitaktiv Ortsverbundene, der familien-, arbeitsorientiert Stilbewusste und der traditionell Konforme bei Spellerberg sind dem *Traditionell-Harmonie Typ* ähnlich.

Der *Introvertierte Typ* Ostdeutschlands weist ähnliche Eigenschaften wie das traditionelle Arbeiter- und Bauernmilieu und das traditionslose Arbeitnehmermilieu (agis) auf. Spellerbergs traditionell zurückgezogen Lebender entspricht dem *Introvertierten* am ehesten. Diese Gruppen haben ihre niedrige Stellung in der gesellschaftlichen Hierarchie die unterdurchschnittliche Bildung, gepaart mit einem unterdurchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen, gemeinsam. Größtenteils handelt es sich um die ältere Bevölkerung Ostdeutschlands. Die Erwerbstätigkeit ist in diesen Gruppen gering. Mitglieder dieser Milieus und Lebensstile haben sich zurückgezogen. So verbringt man die Freizeit im Haus und schätzt die Sicherheit. Außerhäusliche Aktivitäten kommen nicht in Frage, da diese mit Risiko und Ungewissheit verbunden sind. Man schätzt die Gemütlichkeit und das Vertraute.

Abbildung 3: Metaanalyse ausgewählter Milieu- und Lebensstilansätze mit den Ergebnissen dieser Untersuchung für Westdeutschland

Schulze	Spellerberg	Wahl	Sinus 2000	agis 2000	Otte	Schade
Niveaumilieu	Postmateriell, aktiv Vielseitige	Selbstverwirklichungsorientierte	Intellektuelles Milieu	Postmodernes Milieu	Reflexive z.T.	Kulturell-Intellektueller Typ
Selbstverwirklichungsmilieu z.T.		Eklektizistisch Konsumorientierter	Postmodernes Milieu z.T.			
Niveaumilieu z.T.	Ganzheitlich kulturell Interessierte	Anspruchsorientierte	Etabliertes Milieu	Konservativ-technokratisches Milieu	Liberal Gehobene	Expressiver-Anspruchs-Typ
Selbstverwirklichungsmilieu z.T.	Expressiv Vielseitige		Postmodernes Milieu z.T.	Modernes Arbeitnehmer	Konservativ Gehobene	
Niveaumilieu z.T.	Etablierte beruflich Engagierte	Anspruchsorientierte	Adaptives Milieu	Leistungsorientiertes Arbeitnehmer Milieu	Reflexive z.T.	Expressiver-Anspruchs-Typ
Selbstverwirklichungsmilieu z.T.			Statusorientiertes Milieu	Modernes bürgerliches Milieu	Aufstiegsorientierte	
Unterhaltungsmilieu	Freizeitorientiert Gesellige	Unterhaltungsorientierte	Hedonistisches Milieu	Hedonistisches Milieu	Hedonisten	Unterhaltungs-Konsumorientierte Typ
			Konsum-materialistisches Milieu		Unterhaltungssuchende	
Integrationsmilieu	Pragmatisch Berufsorientierten	Versorgungsorientierte	Traditionelles Bürgerliches Milieu	Kleinbürgerliches Arbeitnehmermilieu	Konventionalisten	Heimzentrierter-Versorger Typ
	Häuslich Unterhaltungssuchende				Traditionelle Arbeiter	
Harmoniemilieu	Traditionell freizeitaktiv Ortsverbundenen	Integrationsorientierte	Traditionelles Arbeitermilieu	Traditionelles Arbeitermilieu	Heimzentrierte	Introvertierter Typ
	Traditionell zurückgezogen Lebender	Zurückgezogene				

Abbildung 4: Metaanalyse ausgewählter Milieu- und Lebensstilansätze mit den Ergebnissen dieser Untersuchung für Ostdeutschland

Spellerberg	Sinus 2000	agis 2000	Schade
Hochkulturell Interessierte	Linksintellektuell-alternatives Milieu z.T.	Linksintellektuell-alternatives Milieu	Kulturell-Intellektueller Typ
Pragmatisch Berufsorientierte z.T.	Status- und karriereorientiertes Milieu	Bürgerlich-humanistisches Milieu	
Expressiv Vielseitigen	Bürgerlich-humanistisches Milieu	Status- und Karriereorientiertes Milieu	
Pragmatisch Berufsorientierte z.T.	Modernes bürgerliches Milieu	Modernes Arbeitnehmermilieu	Aktiv-Vielseitiger Typ
	Adaptives Milieu		
	Aufstiegsorientiertes Pioniermilieu	Aufstiegsorientiertes Pioniermilieu	
	Modernes bürgerliches Milieu		
Erlebnissuchend-Häusliche	DDR-verwurzeltes Milieu	DDR-verwurzeltes Milieu	Traditioneller-Harmonie Typ
		Traditionelles Arbeiter und Bauernmilieu z.T.	
Traditionell freizeitaktive Ortsverbundene	Traditionelles Arbeiter- und Bauernmilieu z.T.	Kleinbürgerliches Arbeitnehmermilieu	
Familien-, arbeitsorientierte Stilbewusste			
Traditionell Konforme	Traditionell bürgerliches Milieu		
Hedonistisch Freizeitorientierten	Aufstiegsorientiertes Pioniermilieu	Aufstiegsorientiertes Pioniermilieu	Popkultureller-Unterhaltungs-Typ
	Konsum-materialistisches Milieu		
	Hedonistisches Milieu	Hedonistisches Milieu	
Traditionell-Konforme z.T.	Traditionelles Arbeiter- und Bauernmilieu z.T.	Traditionelles Arbeiter- und Bauernmilieu z.T.	Introvertierter Typ
Traditionell zurückgezogen Lebender		Traditionslose Arbeitnehmer Milieus	

14. Einflusswirkungen auf die Konstitution gesellschaftlicher Gruppen

Für die Bundesrepublik Deutschland des beginnenden 21. Jahrhunderts konnten sowohl für West- als auch für Ostdeutschland fünf Lebensstiltypen eruiert werden. Im nächsten Analyseschritt möchte ich den Zusammenhang zwischen sozialstrukturellen Merkmalen der Befragten und der Wahl bzw. Herausbildung eines Lebensstils untersuchen. Wie hängen objektive Lagebedingungen mit subjektiven Lebensweisen zusammen? Welche Bedeutung muss den vertikalen und horizontalen Differenzierungsmerkmalen bei der Konstitution von Lebensstilen beigemessen werden?

Antwort auf diese Fragen kann eine multinomiale logistische Regressionsanalyse³⁶ geben. Diese erlaubt es Aussagen zu Einflussfaktoren zu machen, welche zur Wahl eines bestimmten Lebensstils beitragen. Die logistische Regression beantwortet, mit welcher Wahrscheinlichkeit bestimmte Ereignisse (die Wahl eines Lebensstils) eintreten und welche Einflussgrößen (sozialstrukturelle Merkmale) diese Wahrscheinlichkeit bestimmen (vgl. Backhaus et al. 2006: 426). Somit können die fünf Lebensstiltypen, jeweils für West- und Ostdeutschland, als abhängige Variable benannt werden. In die multinomiale logistische Regressionsanalyse gehen als unabhängige, erklärende Variablen, sozioökonomische und soziodemographische Merkmale ein.

Die sozioökonomischen Merkmale

Zu den sozioökonomischen Merkmalen, also den objektiven Lagebedingungen, gehören die berufliche Stellung, die Bildung und das Haushaltsnettoeinkommen des Befragten.

Die berufliche Stellung umfasst die, zum Zeitpunkt der Befragung, ausgeführte Tätigkeit bzw., wenn der Befragte nicht mehr berufstätig ist, die frühere Tätigkeit. Dem Befragten wurde der Beruf des Haupteinkommensbeziehers zugeordnet, wenn er angab noch nie berufstätig gewesen, Lehrling, Schüler oder Student zu sein.³⁷ Die

³⁶ Methodisch-statistische Erläuterungen zur multinomialen logistischen Regression sind im Anhang I zu finden.

³⁷ Dies ist möglich, da in den vorangegangenen Analyseschritten, die *Haushaltsausstattung* und Ausstattung mit audiovisuellen Gütern im *Haushalt* abgefragt bzw. einbezogen worden ist.

ursprünglich im Datensatz 16 Kategorien umfassende Variable *berufliche Stellung*, wurden wie folgt zu fünf Kategorien zusammengefasst:

- Un- oder angelernte Arbeiter
- Facharbeiter
- Einfache und mittlere Angestellte; Beamte im einfachen und mittleren Dienst
- Qualifizierte und leitende Angestellte; Beamte im gehobenen und höheren Dienst; Freiberufler
- Kleinere, mittlere und größere Selbstständige; Landwirte (Vollerwerbsbetrieb)

Die Variable *berufliche Stellung* wurde binär kodiert (0= nein; 1=ja) und ging dann als Dummy-Variable in das multinomiale logistische Regressionsmodell ein.

Die Bildung, als wichtiger Bestandteil des kulturellen Kapitals, geht ebenfalls binär in die Regression ein und wurde aus ursprünglich vier Kategorien zu zwei Kategorien zusammengefasst:

- Volksschule/Grundschule; Hauptschule; weiterführende Schule ohne Abitur/Mittlere Reife (Codewert 0)
- Abitur; Studium (Universität, Hochschule, Fachhochschule, Polytechnikum, Akademie) (Codewert 1)

Eine weitere Kategorie, welche zu den sozioökonomischen Merkmalen des Befragten zählt, ist *das Haushaltsnettoeinkommen*. Das ökonomische Kapital wird in dieser Untersuchung durch das *relative Haushaltsnettoeinkommen* erfasst, da nur dieses ein realistisches Abbild der ökonomischen Verhältnisse eines Haushaltes zulässt. Das relative Haushaltsnettoeinkommen berücksichtigt die Größe des Haushalts sowie dessen Zusammensetzung, also die Anzahl der Erwachsenen und Kinder. Das Haushaltsnettoeinkommen wurde im Datensatz durch sieben Kategorien, in 1000 DM Intervallen erfasst, wobei die letzte Kategorie nach oben hin offen ist. In dieser Analyse wurden die Einkommensangaben durch den Kategorialmittelwert, als Indikator für das Durchschnittseinkommen einer Einkommensklasse, ersetzt. Für die siebte, offene Kategorie, wird der Mittelwertsintervall der übrigen Kategorien fortgeschrieben, womit die oberste Haushaltsnettoeinkommenskategorie 6.500 DM beträgt.

Das Haushaltseinkommen kann wenig oder nur begrenzt Auskunft über die tatsächlichen materiellen Bedingungen eines Haushalts geben (vgl. Hradil 1987: 121; Suter/Meyer-Fehr 1989: 525; Wahl 1997: 107). Aussagekräftiger ist die Einbeziehung der Haushaltsgröße. So ist es sinnvoll, mittels einer *Äquivalenzskala* das Haushaltseinkommen zu gewichten und so das relative Haushaltsnettoeinkommen zu errechnen. Als geeignete Äquivalenzskala wurde, nach dem Test verschiedener Skalen, die neue *OECD-Skala* erachtet. Laut der neuen OECD-Skala erhält der Haushaltsvorstand bzw. Haupteinkommensbezieher ein Gewicht von 1, jede weitere Person über 14 Jahre wird mit einem Gewicht von 0,5, Personen im Haushalt unter 14 Jahren mit einem Gewicht von 0,3 versehen.³⁸ So liegt das relative Haushaltsnettoeinkommen beispielhaft für einen Fünf-Personen-Haushalt (Haushaltsvorstand, Partner, 10-jähriges Kind, 13-jähriges Kind, 17-jähriges Kind), dem ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von 3.500 DM zur Verfügung steht, bei $3.500/(1+0,5+0,5+0,3+0,3)=1.346$ DM. Wie zu sehen ist, ergibt sich nach der Gewichtung für den Haushalt ein erheblicher Unterschied, was die Höhe des monatlich zur Verfügung stehenden Haushaltsnettoeinkommens anbelangt. Die Variable *relatives Haushaltsnettoeinkommen* geht z-transformiert in die Regressionsanalyse ein.³⁹

Die soziodemographischen Merkmale

Die soziodemographischen Merkmale der Befragten, welche in diese Analyse eingehen, sind das *Geschlecht* (1= weiblich; 0=männlich), das *Alter* in Jahren, die *Kinderanzahl* (Personen bis 14 Jahren), *Kinder im Haushalt* (1=ja; 0= nein), *Erwerbstätigkeit* zum Zeitpunkt der Befragung (1=ja; 0= nein), *Gemeindegröße*⁴⁰ (Gemeinde-

³⁸ Im hier verwendeten Datensatz gibt es die Einteilung nach Personen im Haushalt und Kinder unter 14 Jahren. Daraus ergibt sich, dass Personen unter 15 Jahren eine Gewichtung von 0,3, Personen über 15 Jahren eine Gewichtung von 0,5 erhalten. Diese Abweichung von der Vorgabe der OECD-Skala ist gerechtfertigt, da weitere Äquivalenzskalen (Suter & Meyer-Fehr 1989; Leu et al. 1986; alte OECD-Skala) getestet wurden und weniger plausible Ergebnisse erbrachten.

³⁹ Mittelwert = 0 und Standardabweichung = 1

⁴⁰ Die BIK-Stadtregionen bauen sich aus Kernbereich, Verdichtungsbereich, Übergangsbereich und Peripheriebereich auf. Von Bereichen wird gesprochen, da sich in engen Stadt-Umland-Verflechtungen mehr als nur eine Kernstadt herausgebildet haben kann und sich andererseits nur bedingt geschlossene Zonen erhalten haben (vgl. Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. und Media-Micro-Census GmbH: MA 2000 Radio Datensatz Codeplan: 82). Verdichtungs- und Übergangsbereiche bilden eine Einheit; die Peripherie bleibt unberücksichtigt. Entsprechend der Gesamtein-

größe ≥ 500.000 Einwohner=1; Gemeindegröße < 500.000 Einwohner=0), sowie der *Besitz einer eigenen Wohnung bzw. eines Hauses* (Besitz=1; Nicht-Besitz=0). Angaben zur Werteorientierung der Befragten bzw. der Haushalte, beispielsweise über die Konfession oder die Parteienpräferenz, sind im Datensatz nicht vorhanden und können somit nicht in die Analyse einfließen.

14.1 Sozialstruktur und Lebensstile – vertikale und horizontale Bestimmungsfaktoren

Die fünf Lebensstiltypen West- und Ostdeutschlands gehen nun als abhängige, zu erklärende Variable in ein multinomiales logistisches Regressionsmodell für West- und Ostdeutschland ein. Die unabhängigen Variablen, wie sie im vorangegangenen Kapitel beschrieben wurden, werden auf ihre Erklärungskraft, im Hinblick auf die Wahl eines Lebensstils, in das Modell Eingang finden.

So setzen sich die vertikalen Differenzierungsmerkmale aus der beruflichen Stellung, der Bildung und dem relative Haushaltsnettoeinkommen zusammen. Die horizontalen Differenzierungsmerkmale setzen sich aus dem Geschlecht, dem Alter, Kinder im Haushalt, der Kinderanzahl im Haushalt, der Erwerbstätigkeit, dem Wohnort (Stadt/Land) und dem Wohnungs- bzw. Hausbesitz zusammen. Bereits die Beschreibung der Lebensstiltypen in Kapitel 11 ergab ein relativ deutliches hierarchisches Bild in Bezug auf die Anordnung der Lebensstiltypen in Abhängigkeit von den vertikalen Merkmalen, im sozialen Raum. Dieses erste Bild kann nun durch die logistische Regression bestätigt und erhärtet werden.

wohnerzahl der so definierten Stadtregions-Bereiche erfolgt die Zuordnung zu einer Gemeindegrößenklasse (ebd.: 83).

Abbildung 5: Verortung der Lebensstiltypen nach den sozioökonomischen Merkmalen Bildung und Einkommen im sozialen Raum

	Westdeutschland	Ostdeutschland
hoch	Kulturell-Intellektueller Typ; Expressiver-Anspruchs-Typ	Kulturell-Intellektueller Typ; Aktiv-Vielseitiger Typ
mittel	Unterhaltungs-Konsumorientierter Typ; Heimzentrierter-Versorger Typ	Traditioneller-Harmonie Typ
niedrig	Introvertierter Typ	Popkultureller-Unterhaltungs-Typ; Introvertierter Typ

(Abbildung angelehnt an Wahl 1997: 115; Risel 2005: 91)

Westdeutschland

Es kann festgestellt werden, dass mit steigendem Bildungsniveau die Wahrscheinlichkeit zunimmt, zu den beiden, im sozialen Raum, höchstangesiedelten Gruppen, dem Kulturell-Intellektuellen und Expressiven-Anspruchs-Typ zu gehören (vgl. Tabelle 17.26; 17.27, Anhang II).⁴¹ Umgekehrt gilt, dass mit niedrigem Bildungsniveau die Wahrscheinlichkeit zunimmt, zum Unterhaltungs-Konsumorientierten, Introvertierten und Heimzentrierten-Versorger Typ zu gehören (vgl. Tabelle 17.27, Tabelle 17.28, Anhang II). Die Wahrscheinlichkeit mit höherer Bildung zum Heimzentrierten-Versorger Typ (Referenzkategorie) zu tendieren, sinkt im Vergleich zum Kulturell-Intellektuellen Typ fast um das Doppelte (vgl. Tabelle 17.26, Anhang II). Die Wahrscheinlichkeit sich für den Lebensstil des Expressiven-Anspruchs-Typ zu entscheiden, steigt mit einer gehobenen beruflichen Stellung. Wenn man die Rolle des Einkommens, als wichtiges sozioökonomisches Merkmal bei der Wahl eines Lebensstils betrachtet, fällt auf, dass ein hohes Einkommen besonders für die Wahl des Kulturell-Intellektuellen und Expressiven-Anspruchs-Typs spricht (vgl. Tabelle 17.25, Tabelle 17.26, Anhang II). Je geringer das relative Haushaltsnettoeinkommen ist, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, sich für die Lebensweise des Introvertierten und Heimzentrierten-Versorger Typs zu entscheiden. Somit können Bourdieus Untersuchungen unterstrichen werden, welche belegen, dass mit besseren so-

⁴¹ Bei der Untersuchung der Einflussfaktoren auf die Konstitution der Lebensstile wurde im multinomialen logistischen Regressionsmodell der Heimzentrierte-Versorger Typ als Referenzkategorie gewählt. Das heißt, dass die Wahrscheinlichkeiten, was die Wahl eines Lebensstils angeht immer, im Verhältnis zum Heimzentrierten-Versorger Typ betrachtet werden. Genauere methodisch-statistische Erklärungen finden sich im Anhang I.

zioökonomischen Bedingungen auch ein exklusiverer Lebensstil korrespondiert und umgekehrt. Es zeigt sich an den Ergebnissen dieser Untersuchung deutlich, dass nicht von einer Entkopplung der subjektiven Lebensweisen von den objektiven Lagebedingungen, wie es etwa Beck und Schulze behaupten, gesprochen werden kann. Es zeigt sich ein deutlicher Zusammenhang zwischen den Lagebedingungen und dem Lebensstil eines Individuums und somit ein klar hierarchisches Bild.

Der Einfluss der horizontalen Differenzierungsmerkmale zeigt, dass mit zunehmendem Alter die Wahrscheinlichkeit steigt zu den Lebensstilgruppen des Introvertierten und Heimzentrierten Versorgers zu gehören. Jedes weitere Lebensjahr lässt die Wahrscheinlichkeit sinken, zum Kulturell-Intellektuellen, Expressiven-Anspruchs-Typ und Unterhaltungs-Konsumorientierten Typ zu gehören (vgl. Tabelle 17.27, Tabelle 17.27, Tabelle 17.28 Anhang II). Spellerberg, Wahl und Schulze konnten dem Lebensalter der Individuen ein klares Prägungsmoment nachweisen, was durch diese Untersuchung untermauert werden kann. Junge Männer ohne Kinder, die gut ausgebildet sind, ziehen den Lebensstil des Kulturell-Intellektuellen dem des Heimzentrierten-Versorgers vor. Aufgrund des höchsten Durchschnittsalters der westdeutschen Stichprobe (vgl. Tabelle 17.21, Anhang II) konnte bereits vermutet werden, dass die Wahrscheinlichkeit zum Introvertierten Typ zu gehören, mit steigendem Alter zunimmt, was nun durch die Regression bestätigt wird (vgl. Tabelle 17.28, Anhang II). Wenn Kinder im Haushalt zu versorgen sind und der Haushaltsvorstand erwerbstätig ist, so nimmt die Wahrscheinlichkeit deutlich zu, zum Expressiven-Anspruchs-Typ und nicht etwa zum Heimzentrierten-Versorger zu gehören. Es verwundert nicht, dass zu der wirtschaftlich am besten ausgestatteten Gruppe besonders Personen tendieren, die im Erwerbsleben stehen. Auch die Wahrscheinlichkeit, zum Kulturell-Intellektuellen zu gehören, steigt mit der Erwerbstätigkeit an (vgl. Tabelle 17.27, Anhang II). Wahrscheinlich ist es, dass Männer, die nicht mehrere Kinder im Haushalt zu versorgen haben und nicht im Erwerbsleben stehen, sich dem Lebensstil der Unterhaltungs-Konsumorientierten anschließen (vgl. Tabelle 17.27, Anhang II). Aber auch der Expressive-Anspruchs-Typ und der Introvertierte Typ werden, im Vergleich zum Heimzentrierten-Versorger Typ, eher von Männern gewählt. Lebt man in der Großstadt, nimmt die Wahrscheinlichkeit zu, zum Typus

des Kulturell-Intellektuellen und Unterhaltungs-Konsumorientierten zu gehören und nicht zum Heimzentrierten-Versorger Typ, der eher in kleineren Städten oder auf dem Land wohnt. Die Wahrscheinlichkeit, sich mit eigener Wohnung oder eigenem Haus für die Lebensweise des Kulturell-Intellektuellen zu begeistern, ist um das Zweieinhalbfache geringer, als sich für die Lebensweise des Heimzentrierten-Versorgers zu entscheiden (vgl. Tabelle 17.27, Anhang II). Ist eine eigene Wohnung oder ein eigenes Haus vorhanden, so entscheidet man sich wesentlich häufiger für den Lebensstil des Expressiven-Anspruchs-Typs als für den des Heimzentrierten-Versorgers. Umgekehrt nimmt in einem solchen Fall die Wahrscheinlichkeit enorm ab, zum Unterhaltungs-Konsumorientierten zu gehören. Man schließt sich eher dem Introvertierten an als dem Heimzentrierten-Versorger, was auch mit dem hohen Durchschnittsalter der Gruppe der Introvertierten (59 Jahre) zusammenhängt, da der Aufwand zu hoch sein könnte, sich noch um ein eigenes Haus oder eine Wohnung zu kümmern.

Ostdeutschland

Betrachtet man den Einfluss der vertikalen Strukturierungsmerkmale, so kann der Bildung ein klares Prägungsmoment beigemessen werden. Vor allem die Konstitution des Kulturell-Intellektuellen Typs ist, wie bereits zu vermuten war, gekennzeichnet durch den Zustrom der gut ausgebildeten Personen der ostdeutschen Bevölkerung.⁴² In keiner andere Lebensstilgruppe Ostdeutschlands erhöht sich, bei hoher Bildung, die Wahrscheinlichkeit (um den Faktor 2.16) so prägnant, zu diesem Lebensstil zu gehören (vgl. Tabelle 17.29, Anhang II). Der Lebensstil der Aktiv-Vielseitigen wird von gut Ausgebildeten gesucht. Während Personen mit niedrigerer Bildung die Lebensweise des Popkulturellen-Unterhaltungs-Typs oder Introvertierten wählen (vgl. Tabelle 17.31, Anhang II). Schon bei der Beschreibung der Lebensstilgruppen fiel auf, dass diese Gruppen ein relativ geringes kulturelles Kapital aufweisen, wobei sich nun bestätigt, dass gerade Personen mit geringer beruflicher

⁴² Bei der Untersuchung der Einflussfaktoren auf die Konstitution der Lebensstile, wurde im multinomialen logistischen Regressionsmodell der Traditionellen-Harmonie Typ als Referenzkategorie gewählt. Das heißt, dass die Wahrscheinlichkeiten, was die Wahl eines Lebensstils angeht immer im Verhältnis zum Traditionellen-Harmonie Typ betrachtet werden. Genauere methodisch-statistische Erklärungen finden sich im Anhang I.

Stellung sowie geringer Bildung die Zugehörigkeit zu diesen Gruppe suchen (vgl. Tabelle 17.24, Tabelle 17.32, Anhang II). Unwahrscheinlich ist (um den Faktor 3.12), dass Menschen mit niedriger beruflicher Stellung, wie der des un- oder angelernten Arbeiters, sich für den Lebensstil des Aktiv-Vielseitigen an Stelle des Traditionellen-Harmonie Typs entscheiden. Die Wahrscheinlichkeit den Lebensstil des Popkulturellen-Unterhaltungs-Typs dem des Traditionellen-Harmonie Typs vorzuziehen, verringert sich um das Zweifache, wenn der Beruf des Facharbeiters, der qualifizierten bzw. gehobenen Angestellten oder des gehobenen bzw. höheren Beamten ausgeübt wird (vgl. Tabelle 17.31, Anhang II). Um das Sechsfache unwahrscheinlich ist es, dass Personen, welche die berufliche Stellung des un- oder angelernter Arbeiter ausüben, den Lebensstil des Kulturell-Intellektuellen praktizieren. Eine gute Ausstattung mit ökonomischem Kapital erhöht die Wahrscheinlichkeit zu den Lebensstilen im oberen Segment des sozialen Raums, also zum Kulturell-Intellektuellen und Aktiv-Vielseitigen Typ zu gehören. Auch der Popkulturelle-Unterhaltungs-Typ wird dem Traditionellen-Harmonie Typ bei höherem Einkommen vorgezogen. Umgekehrt tendieren Menschen mit geringerem Einkommen eher zu der Gruppe der Introvertierten, als zur Gruppe des Traditionellen-Harmonie Typs, die etwas höher im sozialen Raum angesiedelt sind. Diese Ergebnisse unterstützen die Vermutung, dass die objektiven Lagemerkmale einen deutlichen Einfluss bei der Ausübung eines bestimmten Lebensstils haben, wie es Bourdieu, Vester und Geißler vertreten. Keinesfalls kann die Rede sein von einer Loslösung der Lebensweisen von den sozioökonomischen Bedingungen der Akteure.

Bezüglich des Geschlechts zeigt sich, dass Männer dem Popkulturellen-Unterhaltungs-Typ zugetan sind, während Frauen zum Traditionellen-Harmonie Typ tendieren (vgl. Tabelle 17.31, Anhang II). Deutlich ist hier die klassische Rollenverteilung zu erkennen, denn Frauen tendieren eher zum häuslich-familiär geprägten Lebensstil, während Männer die Unverbindlichkeit und außerhäuslichorientierte Lebensweise des Popkulturellen-Unterhaltungs-Typs suchen. Die Wahrscheinlichkeit, die Gruppe des Aktiv-Vielseitigen der des Traditionellen-Harmonie Typs vorzuziehen, wird nicht geschlechterspezifisch erhöht (vgl. Tabelle 17.30, Anhang II). Frauen im jüngeren Alter bevorzugen den Lebensstil der Kulturell-Interessierten

klar vor dem des Traditionell-Harmonieorientierten. Mit steigendem Alter, wenn die Kinder das Haus verlassen haben, steigt die Wahrscheinlichkeit den Introvertierten Typ dem Traditionellen-Harmonie Typ vorzuziehen. Im Gegensatz dazu wählen jüngere Menschen, die mehrere Kinder im Haushalt zu versorgen haben, den Aktiv-Vielseitigen Lebensstil mit größerer Wahrscheinlichkeit als den des Traditionellen-Harmonie Typs. Junge Erwerbstätige, die keine Kinder haben und in der Stadt leben ziehen den Popkulturellen-Unterhaltungs-Stil dem Traditionellen-Harmonie Stil vor. Mit zunehmender Kinderzahl steigt die Wahrscheinlichkeit, diesen zu wählen, zu Gunsten des Traditionellen-Harmonie Typs und zu Ungunsten des Kulturell-Intellektuellen Typs (vgl. Tabelle 17.29, Anhang II). Der Kulturell-Intellektuelle wird – in erster Linie – von jungen Menschen, die das Leben in der Stadt dem auf dem Land vorziehen, konstituiert. Auch ist es wahrscheinlich, dass Menschen, die in der Stadt leben und eine eigene Wohnung oder ein eigenes Haus besitzen den Lebensstil des Aktiv-Vielseitigen dem des Traditionellen-Harmonie Typ vorziehen (vgl. Tabelle 17.30, Anhang II). Ist eine eigene Wohnung oder ein Haus vorhanden, wird die Lebensweise des Traditionellen-Harmonie Typs dem des Popkulturellen-Unterhaltungs-Typs, des Kulturell-Intellektuellen und des Introvertierten vorgezogen (vgl. Tabelle 17.29; 17.31; 17.33, Anhang II).

14.2 Vertikale und horizontale Differenzierungserscheinungen im Ost-West-Vergleich

Interessant ist es nun, die eben evaluierten Ergebnisse im Hinblick auf ihre Bedeutung im Ost-West-Vergleich nochmals durchzugehen und zu erörtern. Zunächst fällt bei der Betrachtung der vertikalen Differenzierungsmerkmale auf, dass diese in Ostdeutschland scheinbar eine größere Bedeutung in Bezug auf die subjektiven Lebensweisen haben. Die Bildung hat, über alle Lebensstilgruppen hinweg, einen stärkeren Einfluss auf deren Wahl als in Westdeutschland (vgl. Tabelle 17.27 - 17.32, Anhang II). In Ostdeutschland sind nach wie vor Werte wichtig, die mit Fleiß und Leistung zusammenhängen, wie sie der Bevölkerung in der ehemaligen DDR vermit-

telt wurden. Dagegen spielen diese in Westdeutschland keine so herausragende Rolle (vgl. Habich/Noll 2005: 611f). Das Streben nach Leistung wird auch in dem Einflusswirken der beruflichen Stellung auf die Konstitution von Lebensstilen in Ostdeutschland deutlich, die stärker sind als im Westen der Republik. Dem Einkommen, als weiteres sozioökonomisches Merkmal, kommt in Ostdeutschland ebenfalls eine einflussreichere Rolle bei der Wahl eines Lebensstils zu als in Westdeutschland. Es scheint so, als komme den materiellen Lebensbedingungen im Osten der Republik (vgl. Kapitel 1), die immer noch hinter denen des Westens liegen, eine brisantere Rolle bei der Differenzierung zu. Auch ist es den Ostdeutschen wichtiger als den Westdeutschen, ihr Leben in einer Gesellschaft zu führen, die wirtschaftliche Sicherheit und Wohlstand bietet (vgl. Habich/Noll 2005: 611f). Bei diesen Wünschen der Ostdeutschen, so kann vermutet werden, spielt teilweise immer noch die frühere relative Arbeitsplatzsicherheit in der DDR, im Vergleich zu der heutigen *unsicheren* Situation auf dem Arbeitsmarkt, eine Rolle.

Eine Erklärung für die stärkere Verhaftung der Ostdeutschen in den sozioökonomischen Bedingungen könnten die, im Vergleich mit dem Westen, immer noch schlechteren materiellen Lebensbedingungen sein (vgl. Tabelle 17.1-17.4, Anhang II). Viele Ostdeutsche müssen immer noch hart für eine Angleichung an das westdeutsche Wohlstandsniveau arbeiten. So betrug das Bruttoinlandsprodukt pro Kopf in Ostdeutschland im Jahr 2003 immer noch nur 64% des Westdeutschen (vgl. Geißler 2004: 13). Vor dem Hintergrund des enormen Einflusscharakters der sozioökonomischen Bedingungen auf die subjektiven Lebensweisen der Ostdeutschen wird die Notwendigkeit einer Angleichung der materiellen Lebensbedingungen noch deutlicher.

Ein etwas anderes Bild ergibt sich, betrachtet man die horizontalen Differenzierungsmerkmale und ihren Einfluss auf die Herausbildung von Lebensstilen im Westen und Osten der Bundesrepublik. Das Geschlecht spielt in Ostdeutschland eine etwas geringere Rolle bei der Wahl eines Lebensstils als in Westdeutschland. Insofern kann hier immer noch die Gleichstellung der Geschlechter (vgl. Geißler 2001: 124), die in der DDR verfolgt wurde, abgelesen werden. Der Einfluss des Wohnortes, ob Stadt oder Land, spielt bei der Entscheidung für einen Lebensstil in Ostdeutsch-

land eine etwas stärkerer Rolle als in Westdeutschland (vgl. Tabelle 17.27 - 17.32, Anhang II). Dies mag in erster Linie mit der schlechteren kulturellen, sozialen und ökonomischen Infrastruktur außerhalb der Großstädte Ostdeutschlands zusammenhängen, die nach der Wende noch nicht an den Westen angeglichen werden konnten. Somit drängt es Menschen mit einem stärker ausgeprägten Aktivitätsverhalten, ob nun kulturell, sportlich oder einfach nur erlebnisorientiert, in die Lebensstile der Großstädte. Dies trifft vor allem auf die jüngeren Menschen in der Bevölkerung zu. Im ländlichen Bereich bleiben in Ostdeutschland die Älteren zurück und verhaften sich in die traditionellen, zurückgezogenen Lebensstile. Diese klare „Verlierer-Gewinner-Tendenz“ ist bei der Konstitution der Lebensstile Ostdeutschlands recht deutlich zu sehen: So stehen die jungen aufstiegs- und anpassungsorientierten Lebensstile der Kulturell-Intellektuellen, Aktiv-Vielseitigen und Popkulturell-Unterhaltungsorientierten denen des traditionell- und rückzugsorientierten Traditionellen-Harmonie und Introvertierten Typs gegenüber.

Abbildung 6: Lebensstillandschaft in Westdeutschland im Jahr 2000:
Vertikales Strukturmerkmal Bildung und soziodemographisches Merkmal Alter

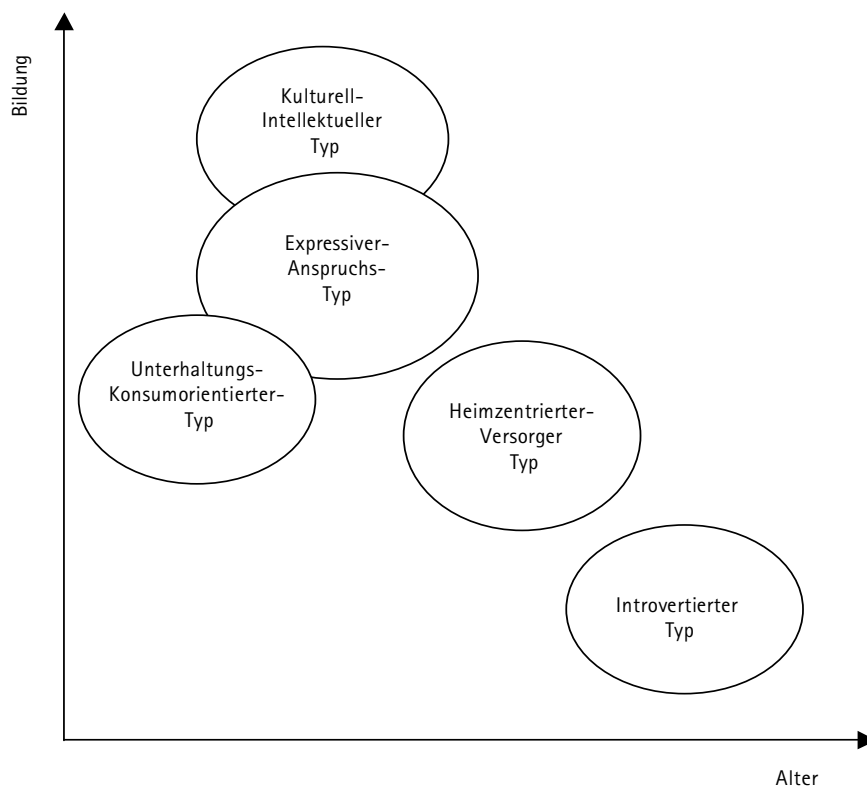


Abbildung angelehnt an Spellerberg 1996: 122; Risel 2005: 93

Abbildung 7: Lebensstillandschaft in Ostdeutschland im Jahr 2000:
Vertikales Strukturmerkmal *Bildung* und soziodemographisches Merkmal *Alter*

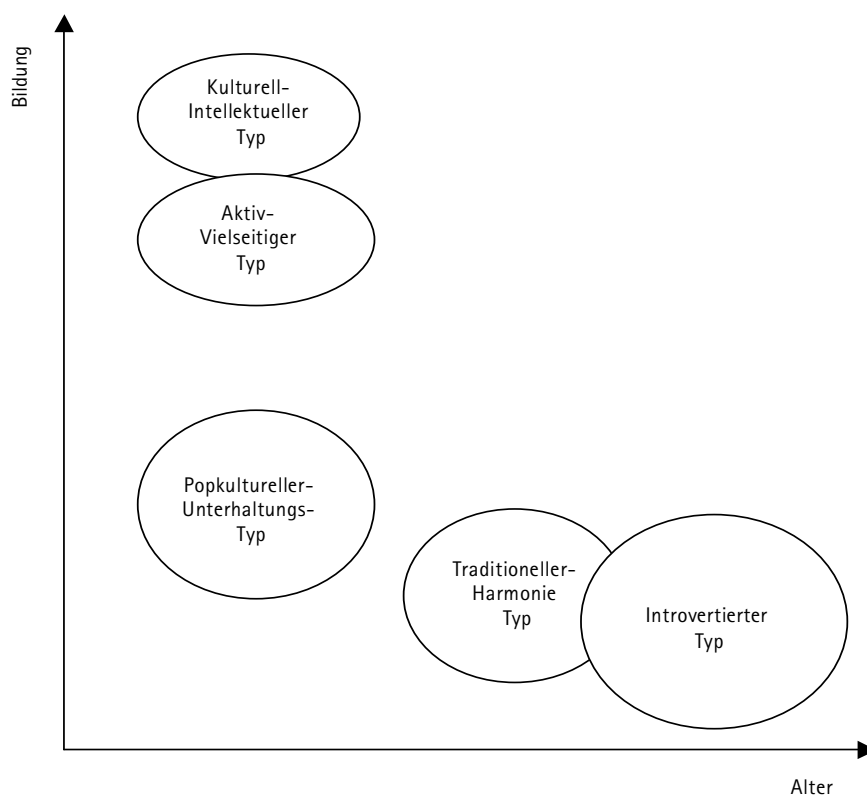


Abbildung angelehnt an Spellerberg 1996: 145; Risel 2005: 93

III. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Die Lebensverhältnisse in den beiden Teilen Deutschlands entwickelten sich nach dem Zweiten Weltkrieg bis zur Wiedervereinigung höchst unterschiedlich. Im Zeitraum von der Wiedervereinigung bis heute, kann eine stete Annäherung aber keine Angleichung der materiellen Lebensbedingungen festgestellt werden. So besteht weiter eine Ost-West-Lücke im Bereich der Einkommen, der Wohnungsausstattung und in anderen Bereichen des Lebensstandards. Aufgrund der langen Trennung der beiden Teile Deutschlands müssen heute weiterhin Unterschiede in den genannten Lebensbereichen, Mentalitäten und Traditionslinien bei der Konstitution von Lebensstilen beachtet werden.

In der Sozialstrukturanalyse stehen verschiedene Ansätze mit unterschiedlichen Fragestellungen und Modellen zur Disposition. Vertreter des vertikalen Strukturparadigmas halten an der bis in die 1980er Jahre unangefochtenen Strukturierung und Untersuchung der Gesellschaft in Klassen- und Schichtmodelle fest. Die Gegner dieser Position sehen soziokulturelle Einflussfaktoren als bestimmend an und halten eine Klassengesellschaft schlicht für obsolet erachten. Die klassischen Sozialstrukturkonzepte sehen nach wie vor eine hierarchische Gliederung nach sozioökonomischen Merkmalen, den objektiven Lagebedingungen (Bildung, berufliche Stellung und Einkommen), als gegeben an. Die Vertreter der kulturalistischen Position halten diese Sichtweise hingegen für überholt und sehen vielmehr eine Pluralisierung und Individualisierung der subjektiven Lebensweisen infolge des Modernisierungsprozesses als erwiesen an. Folglich müssen nach diesem Standpunkt die starren Klassen- oder Schichtmodelle durch andere Konzepte abgelöst werden, da die subjektiven Lebensweisen nicht mehr mit den sozioökonomischen Lagebedingungen korrespondieren. Es mehren sich jedoch die empirischen Untersuchungen, welche hervorbringen, dass sowohl vertikale als auch horizontale Differenzierungsfaktoren die subjektiven Lebensweisen der Individuen determinieren. So kann das Lebensstilkonzept als geeignetes Analyseinstrument zur Untersuchung der Sozialstruktur bewertet werden. Lebensstile umfassen regelmäßig wiederkehrende Verhaltensmuster im All-

tag und beziehen sowohl sozioökonomische als auch soziokulturelle Merkmale in die Untersuchung und Erklärung ein.

Dem Konsumverhalten kommt neben dem Freizeitverhalten bei der konzeptionellen Bildung von Lebensstilen eine zentrale Rolle zu. In Anbetracht dessen wurde der Entwicklung des Konsums in der Gesellschaft genauere Beachtung geschenkt. Die Bundesrepublik Deutschland kann als Konsumgesellschaft bezeichnet werden, in der Verhalten und Orientierungen der Individuen auf den Erwerb, die Konsumtion und den Verbrauch von Dienstleistungen und Gütern ausgerichtet sind. Der Konsum ist nicht mehr nur Mittel zum Zweck, sondern vielmehr Selbstzweck geworden.

Um Erkenntnisse inhaltlicher und methodischer Art für das Vorgehen in der eigenen empirischen Untersuchung zu gewinnen, wurden unterschiedliche Konzepte zur Analyse der Sozialstruktur beleuchtet.

Pierre Bourdieu erachtet den Lebensstil als abhängig von der sozioökonomischen Lage des Individuums. So korrespondieren Klassenlage und Lebensstil unweigerlich miteinander; die Lebensweise kann demnach keinesfalls frei gewählt werden. Je nach Ausstattung mit ökonomischem, kulturellem und sozialem Kapital, lässt sich der Akteur im sozialen Raum verorten. Mit der Klassenlage korrespondiert ein Klassenhabitus, welcher den Akteuren als Handlungsgrundlage bereitsteht. Als Denk-, Wahrnehmungs- und Beurteilungsschemata dienen Doxa, Heterodoxie und Orthodoxie. Die Klassenfraktionen unterscheiden sich und versuchen sich vor allem durch unterschiedliche Lebensstile und Geschmackspräferenzen voneinander abzugrenzen. Nach Bourdieu ist der Geschmack etwas rein Gesellschaftliches. Er wird in der Kindheit durch Familie und Schule vermittelt und folglich können die aus dem Geschmack resultierenden distinkten Lebensstile nicht frei gewählt werden.

Neben Bourdieus klassentheoretischer Analyse der französischen Gesellschaft wurden sechs weitere Untersuchungen zur deutschen Sozialstruktur vorgestellt. Gerhard Schulze (1992) konnte fünf Milieus für Westdeutschland bilden. Das Sinus-Institut (2000) stellt für Westdeutschland zehn und für Ostdeutschland elf Milieus fest, die Arbeitsgemeinschaft Interdisziplinäre Sozialforschung (agis) (2000) konnte für den Westen zehn und den Osten der Republik elf Milieus ermitteln. Gunnar Otte (2004) eruierte für Westdeutschland neun Lebensstile, Annette Spellerberg (1996) konnte

für West- und Ostdeutschland ebenfalls neun Lebensstile bilden. Anke Wahl (1997; 2003) ermittelte sechs Lebensstile (1987, 1991, 1995), wobei für das Jahr 1995 ein Stil hinzukam.

Für die eigene empirische Untersuchung wurde mir durch das medienwissenschaftliche Lehr- und Forschungszentrum der Universität zu Köln, mit der Media-Analyse aus dem Jahr 2000, eine für die Bundesrepublik repräsentative Untersuchung meiner Forschungsfragen ermöglicht. Die Sekundäranalyse sollte die bisherigen Forschungsergebnisse ergänzen und erweitern. Im Vordergrund des Interesses stand die Frage, inwieweit sich jeweils für den Westen und den Osten der Bundesrepublik distinkte Lebensstile herauspräparieren lassen und welche Einflussfaktoren deren Konstitution determinieren. Dabei wurde das Augenmerk speziell auf den Ost-West-Vergleich gerichtet, um zu prüfen, ob nach wie vor bestehende Disparitäten bezüglich der Lebensbedingungen in West- und Ostdeutschland auch Unterschiede in den subjektiven Lebensweisen zur Folge haben. Nach einer Datenselektion standen zwei getrennte Datensätze mit 36.888 Befragten für Westdeutschland und 9.032 Befragten für Ostdeutschland bereit. Als lebensstilindizierende Variablen wurden die Summenindizes „Haushaltsausstattung“ und „audiovisuelle Ausstattung“ sowie mittels Faktorenanalyse drei Variablen zum Freizeitverhalten der Haushalte errechnet: die kulturell-gesellige, die medial-unterhaltungsorientierte und die häuslichorientierte Freizeit. Diese fünf Variablen gingen als „aktive“ Variablen in eine Clusteranalyse ein, welche getrennt für West- und Ostdeutschland durchgeführt wurde. Die erste Forschungsfrage kann, mit der Bildung von fünf Lebensstiltypen für die west- als auch für die ostdeutsche Gesellschaft, als beantwortet gelten. Der Kulturell-Intellektuelle, der Expressive-Anspruchs-, der Konsum-Unterhaltungsorientierte, der Heimzentrierte-Versorger und der Introvertierte Typ wurden für den Westen extrahiert, während sich im Osten der Republik der Kulturell-Intellektuelle, der Aktiv-Vielseitige, der Popkulturelle-Unterhaltungs-, der Traditionelle-Harmonie und der Introvertierte Typ ermitteln ließen. Beschrieben wurden die Lebensstiltypen nach ihren sozialstrukturellen (sozioökonomischen und soziodemographischen) sowie sonstigen Merkmalen und nach den lebensstilindizierenden Verhaltensmustern, welche sowohl die „aktiv-clusterbildenden“ als auch die „passiven“ Variablen um-

fassen. Ein Vergleich der in dieser Arbeit dargestellten Milieu- und Lebensstilkonzepte mit den Ergebnissen dieser Untersuchung zeigte, dass die Lebensweisen relativ konstant in der Gesellschaft nachweisbar sind. Dies gilt sowohl für den Westen als auch für den Osten der Republik. Auf die zu Beginn der Arbeit gestellte dritte Forschungsfrage nach Unterschieden in den Lebensstillandschaften West- und Ostdeutschlands, kann nun Antwort gegeben werden. Es sind diesbezüglich weitere Unterschiede im Westen und Osten der Republik zu verzeichnen. So dominieren im Westen der etablierten Kultur zugewandte, nach Anspruch und Aktivität strebende Lebensstile, während sich im Osten der Bundesrepublik Lebensstile herauspräparieren lassen, die eher im häuslichen, traditionellen und popkulturellen Bereich angesiedelt sind. In Ostdeutschland lässt sich eine „Verlierer-Gewinner-Tendenz“ diagnostizieren. Für die jüngeren Lebensstile, welche sich im oberen Bereich der gesellschaftlichen Hierarchie befinden, stellte sich die Wiedervereinigung als neue Chance dar, die genutzt werden wollte und auch wird. Das untere Segment der Gesellschaft ist im Osten größer als im Westen Deutschlands und zeigt in traditionellen Werten verhaftete und im Rückzug befindliche Lebensstile.

Mit der Prüfung möglicher Einflussfaktoren, welche bei der Herausbildung der Lebensstile in West- und Ostdeutschland maßgeblich sind, schloss sich der nächste Analyseschritt und die Überprüfung der zweiten Forschungsfrage an. Es wurde untersucht, welche Rolle zum einen den vertikalen Differenzierungsmerkmalen, also den sozioökonomischen Lagebedingungen und zum anderen den horizontalen Differenzierungsmerkmalen, den soziokulturellen Merkmalen bei der Konstitution von Lebensstilen zukommt. Die Ergebnisse einer multinomialen logistischen Regressionsanalyse ergaben, dass sowohl den sozioökonomischen als auch den horizontalen Merkmalen ein prägendes Moment zugesprochen werden muss. Damit kann weder den klassischen Schicht- und Klassenmodellen, noch der Auffassung einer völligen Auflösung der hierarchischen Gesellschaftsstrukturen und Pluralisierung der Lebensweisen ausschließlich recht gegeben werden. Die Forschungsfrage kann folglich dahingehend beantwortet werden, dass im Westen und Osten der Bundesrepublik die Lebensstile deutlich mit sozioökonomischen Merkmalen korrespondieren, wobei horizontale Faktoren wie das Alter als prägende und intervenierende Faktoren hin-

zukommen. Im Osten der Republik kommt den sozioökonomischen Merkmalen bei der Konstitution der Lebensstile ein stärkerer Einfluss zu als im Westen.

Die Lebensstile lassen sich hierarchisch anordnen, was die Untersuchungsergebnisse Bourdieus bestätigt, welche den Lebensstil als Ergebnis der Geschmacksfähigkeit, korrespondierend mit der Klassenlage des Akteurs im sozialen Raum sehen. In Westdeutschland sind im oberen Segment der Gesellschaft der Kulturell-Intellektuelle und der Expressive-Anspruchs-Typ verortet. Beide verfügen über eine überaus günstige Kapitalausstattung. Der Kulturell-Intellektuelle besitzt das größte Volumen an kulturellem Kapital, während der Expressive-Anspruchs-Typ die beste Ausstattung an ökonomischem Kapital vorzuweisen hat. Diese beiden Lebensstile haben folglich das Wissen und die entsprechenden exklusiven und anspruchsvollen Kulturpraktiken. Im Osten zeigt sich, dass ebenfalls zwei, vom Umfang her jedoch deutlich kleinere Gruppen, im oberen Segment des sozialen Raums zu finden sind. Diese verfügen über vergleichsweise viel kulturelles und ökonomisches Kapital und bescheren ihnen somit das Wissen zur Praktizierung avantgardistischer Lebensstile. Während sich in Westdeutschland im mittleren Bereich der gesellschaftlichen Hierarchie der Konsum-Unterhaltungsorientierte und der Heimzentrierte-Versorger Typ verorten lassen, zeigt sich in Ostdeutschland ein etwas anderes Bild. So lassen sich der Traditionelle-Harmonie- und Popkulturelle-Unterhaltungs-Typ im unteren Bereich des mittleren und unteren gesellschaftlichen Segments lokalisieren. Da die Ausstattung mit ökonomischem und kulturellem Kapital mittelmäßig ist, verfügt dieser Gesellschaftsteil über eine dementsprechend mittlere Geschmacksfähigkeit und bildet im Alltagsleben populäre Lebensstile heraus.

Geringes ökonomisches und kulturelles Kapital lassen dem unteren Segment der Gesellschaft nicht die Möglichkeit, eine über den Geschmack des Notwendigen hinausreichende Geschmacksfähigkeit auszubilden. Demnach sind für den Introvertierten in West- und Ostdeutschland Lebensstilmuster des Rückzugs, der Passivität und des Einfachen kennzeichnend.

Betrachtet man die horizontalen Differenzierungsmerkmale, so kann festgehalten werden, dass in Westdeutschland vor allem der Stellung im Lebenslauf und dem Geschlecht prägender Charakter zukommt. In Ostdeutschland hingegen spielt die

Stellung im Lebenslauf (Alter und Familiensituation) sowie der Wohnort (Stadt/Land) bei der Wahl eines Lebensstils eine entscheidende Rolle.

In Folge der Modernisierung verfügen die Akteure über zunehmende Entfaltungs- und Individualisierungsfreiräume. Durch diese Freiräume treten zu den sozioökonomischen Merkmalen weitere Differenzierungsmerkmale hinzu. Somit muss festgehalten werden, dass die Lebensstile keinesfalls „frei“ im sozialen Raum schweben. Ebenso wenig lässt sich die Gesellschaft in das Korsett eines Klassenmodells zwingen. Von einer Pluralisierung der Lebensstile kann höchstens im Bereich der Stile mit Medienorientierung gesprochen werden; die empirische Analyse ergab, dass die medial-unterhaltungsorientierte Freizeit in einer Mehrzahl der Lebensstile eine Rolle spielt.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass nicht von der Entstrukturierung, sondern höchstens von einer dynamischen Umstrukturierung der Gesellschaft gesprochen werden kann.

Interessant wäre es, im Anschluss an diese Untersuchung eine Längsschnittanalyse durchzuführen um zu prüfen, welchem Wandlungsprozess die Lebensstile im Zeitverlauf unterliegen. Mit geeigneten Messinstrumenten könnte verfolgt werden, wie sich die oben genannte mögliche dynamische Umstrukturierung der Gesellschaft vollzieht. Treten neue Lebensstile hinzu, verändern sich bestehende oder scheiden andere aus der Gesellschaft aus? Vermutlich werden diesbezüglich die Medien, angesichts des enormen Bedeutungszuwachses des Internets, verstärkt auch in den Lebensstilen mit höherem Durchschnittsalter eine bedeutendere Rolle spielen. Zu untersuchen wäre auch, wie sich die Dynamik im Bereich der Annäherung und Angleichung von Lebensstilen West- und Ostdeutschlands darstellt. Darüber hinaus könnte eine Längsschnittuntersuchung auch über die Veränderungen der Einflusswirkung sozialstruktureller Determinanten auf die Lebensstilwahl im Verhältnis zum sozialen Wandel in der Bundesrepublik, eine interessante Forschungsperspektive bieten.

IV. Anhang

16. Anhang I: Methodisch-statistische Bemerkungen zu den durchgeführten Analyseverfahren

In den folgenden Kapiteln werden die in dieser Arbeit verwendeten statistischen Verfahren näher erläutert. Die Faktorenanalyse wurde verwendet um lebensstilindizierende Variablen zum Freizeitverhalten zu gewinnen. Die Clusteranalyse kam bei der Bildung der Lebensstiltypen zum Tragen und die multinomiale logistische Regression brachte Aufschluss über den Zusammenhang zwischen der Sozialstruktur in West- und Ostdeutschland und den Lebensstiltypen.

16.1 Die Faktorenanalyse

Die Faktorenanalyse ist ein mehrdimensionales Modell, welches zu den entdeckenden, explorativen Verfahren zu zählen ist. „Entdeckend“ deshalb, weil die Faktorenanalyse versucht, untereinander unabhängige Beschreibungs- und Erklärungsvariablen zu finden. Die explorative Datenanalyse muss sich gegebenenfalls den Daten anpassen (vgl. Kockläuner 2000: 9). Die Faktorenanalyse soll Variablen erkennen und zusammenfassen, die hinter Gruppen von Variablen stehen und hoch korrelieren (vgl. Schöneck; Voß 2005: 199). Für den Forscher erleichtert die Faktorenanalyse die Arbeit, da diese eine Vielzahl an Einflussfaktoren auf wenige reduziert und strukturiert. In dieser Untersuchung wurde die Faktorenanalyse herangezogen, um zwölf Freizeitaktivitäten auf ihren Zusammenhang und ihre Homogenität untereinander zu untersuchen, um schließlich nur noch die wesentlichen Freizeitdimensionen zu erhalten. So konnten die zwölf ursprünglichen Freizeitvariablen mittels der Faktorenanalyse, genauer der Hauptkomponentenanalyse, auf fünf Freizeitdimensionen, welche untereinander heterogen sind, reduziert werden. Die Fakto-

renanalyse bietet dem Forscher somit die Möglichkeit, Daten für weitere Analysen aufzubereiten.

Der Ablauf der Faktorenanalyse erfolgt in vier Schritten: (1) Variablenauswahl und Errechnung der Korrelationsmatrix, (2) Extraktion der Faktoren (3) Rotation der Faktoren (4) Schätzung der Faktorwerte. Die Faktorenanalyse wird in dieser Arbeit nach dem Modell der Hauptkomponenten-Lösung, mittels der Prozedur 'Factor' des Statistik-Paketes „Statistical Package for Social Science“, gerechnet. Bei der Hauptkomponentenanalyse lautet die Frage bei der Interpretation der Faktoren, wie sich die auf einen Faktor hochladenden Variablen durch einen Sammelbegriff zusammenfassen lassen (vgl. Backhaus et al. 2006: 293). Da in dieser Arbeit das Hauptkomponentenverfahren verwendet wird und bei diesem keine explizite Schätzung der Kommunalitäten erfolgt, wurde diese hier nicht durchgeführt. „Die Hauptkomponentenanalyse geht davon aus, dass die Varianz einer Ausgangsvariable vollständig durch die Extraktion von Faktoren erklärt werden kann. Das heißt, sie unterstellt, dass keine Einzelrestvarianz (=spezifische Varianz + Messfehlervarianz) in den Variablen existiert“ (ebd.). Daraus folgt, dass der „Startwert“ bei der Kommunalitätenschätzung immer 1 ist und damit die Kommunalitäten von 1 auch immer vollständig reproduziert werden, wenn ebenso viele Faktoren wie Variablen extrahiert werden. In der hier durchgeführten Analyse wurde das Kaiser-Kriterium bei der Wahl der Anzahl der Faktoren verwendet, das besagt, dass die Zahl der zu extrahierenden Faktoren gleich der Zahl der Faktoren mit Eigenwert größer eins sind (vgl. ebd.: 295). Die Eigenwerte sind die Summe der quadrierten Abweichungen der Faktorladungen eines Faktors (über alle Variablen). Es konnten fünf Faktoren extrahiert werden, welche im Modell „Westdeutschland“ 49,40% und im Modell „Ostdeutschland“ 50,45% der Gesamtvarianz erklären vgl. Tabelle 17.19 und 17.22). Um eine eindeutigere Interpretation der Faktoren zu erreichen, wird in dieser Arbeit die gewonnene Faktorladungsmatrix varimax-rotiert. Bei der Varimax-Rotationsmethode handelt es sich um eine orthogonale Rotation. Durch die Rotation wird eine Einfachstruktur erreicht, die eine Zuordnung beobachteter Variablen zu extrahierten Faktoren erlaubt (vgl. Kockläuner 2000: 79). Es werden mittels der Varimax-Rotation die Anzahl der Variablen mit hohen Ladungen für jeden Faktor mi-

nimiert. Nun können die rotierten Faktorladungen der einzelnen Faktoren interpretiert werden. Die Faktorladungen sind mathematisch gesehen Regressionskoeffizienten, welche den Zusammenhang der Faktoren und der Variablen, die in die Analyse eingegangen sind, beschreiben. Gleichzeitig sind die Ladungen auch Korrelationskoeffizienten, welche die Stärke des Zusammenhangs angeben (vgl. Schöneck; Voß 2005: 203). Die Faktorwerte sagen aus, welche Ausprägung die Faktoren in den einzelnen Fällen (Personen) annehmen. Ein positiver Faktorwert sagt aus, dass die befragte Person überdurchschnittlich oft eine betrachtete Freizeitaktivität, im Vergleich zu den übrigen befragten Personen, ausübt. Ein Faktorwert von 0 bedeutet, dass die befragte Person die Freizeitaktivität durchschnittlich häufig ausübt. Ein negativer Faktorwert drückt eine unterdurchschnittliche Ausübungshäufigkeit der Freizeitaktivität aus. Mit Hilfe des Statistik-Paketes "Statistical Package for the Social Science" wird die Rohdatenmatrix mit der Koeffizientenmatrix multipliziert und die Faktorwerte erzeugt. Das Statistikprogramm SPSS erlaubt es, die Faktoren als neue Variablen im Datensatz zu speichern. So wurden in dieser Untersuchung mittels der „Regressionsmethode“ für die Faktorwerte Koeffizienten geschätzt und gespeichert.

16.2 Die Clusteranalyse

Die Clusteranalyse gehört zu den Interdependenzverfahren, „... bei denen die gegenseitige Abhängigkeit aller Variablen eines Datensatzes untersucht wird“ (Kockläuner 2000: 10). Die Verfahren der Clusteranalyse haben alle zum Ziel, aus einer heterogenen Gesamtheit von Objekten (z.B. Personen) homogene Teilmengen von Objekten aus der Objektgesamtheit zu identifizieren (vgl. Backhaus et al. 2006: 490). In der hier durchgeführten Analyse werden die Befragten, anhand der fünf lebensstil-indizierenden Variablen, in intern möglichst homogenen und extern möglichst klar voneinander zu unterscheidenden Gruppen eingeteilt.

Mit Hilfe des Statistik-Paketes "Statistical Package for the Social Science" wurde die Prozedur 'Quick Cluster' gerechnet.

Die Clusteranalyse gliedert sich in drei Ablaufschritte: (1) Bestimmung der Ähnlichkeiten (2) Auswahl des Fusionierungsalgorithmus (3) Bestimmung der Clusteranzahl. In dieser Untersuchung wurde das Clusterzentrenverfahren, ein nicht-hierarchisches, partitionierendes Verfahren, gewählt, da dieses für größere Fallzahlen geeignet ist. Zunächst wird die Quantifizierung der Ähnlichkeit zwischen den Befragten bezüglich der lebensstilindizierenden fünf Variablen, mittels einer statistischen Maßzahl (Proximitätsmaß), bestimmt. Das geeignete Proximitätsmaß für diese Untersuchung ist die euklidische Distanz, da die fünf eingehenden Variablen eine metrische Skalierung aufweisen. Die euklidische Distanz misst die Unähnlichkeit zwischen Objekten bzw. Personen. Je größer die Distanz, desto unähnlicher die Personen. Nachdem eine Distanzmatrix aus den Ausgangsdaten berechnet wurde, kann nun mittels eines geeigneten Algorithmus die Gruppenbildung der Personen erfolgen. Wie bereits oben erwähnt, wurde für die hier durchgeführte Analyse das Clusterzentrenverfahren gewählt, welches ein partitionierendes Verfahren ist. „Partitionierende Verfahren gehen von einer gegebenen Gruppierung der Objekte/Personen (Startpartition) aus und ordnen die einzelnen Elemente mit Hilfe eines Austauschalgorithmus zwischen den Gruppen so lange um, bis eine gegebene Zielfunktion ein Optimum erreicht“ (Backhaus et al. 2006: 511). Auf Grund des enormen Rechenaufwands wird vor der Berechnung der Cluster bereits eine festgelegte Clusteranzahl vorgegeben. Bei dem Fusionierungsalgorithmus wurde die „k-mean-Methode“ verwendet. Pro Gruppe wird je Eigenschaft das arithmetische Mittel berechnet. Für die jeweils gültige Gruppenzuordnung wird dann die Fehlerquadratsumme errechnet. Dann werden die Personen daraufhin untersucht, ob eine Verlagerung in eine andere Gruppe eine Verminderung des Varianzkriteriums herbei führt. Die Person bzw. das Objekt, welche die größte Veränderung des Varianzkriteriums herbeiführt, wird in die entsprechende Gruppe verlagert. Dann müssen entsprechend der Verlagerung auch die neuen Mittelwerte in der abgebenden und der empfangenden Gruppe berechnet werden, bevor das Verfahren weiter geht, bis alle Personen/Objekte auf ihre Verlagerung hin untersucht wurden (vgl. ebd.: 512).

In dieser Analyse fanden fünf Variablen „aktiv“ in die Clusterzentrenanalyse Eingang: die Haushaltsausstattung und die audiovisuelle Haushaltsausstattung, die

kulturell-gesellige Freizeit, die medial-unterhaltungsorientierte Freizeit und die häuslichorientierte Freizeit.⁴³ Bei den Variablen zum Freizeitverhalten handelt es sich um die Ergebnisse der Faktorenanalyse, also um Faktorwerte, wobei es sich um standardisierte Werte handelt. Auch die Variablen Haushaltsausstattung und audiovisuelle Haushaltsausstattung, welche Summenindizes sind, wurden z-transformiert und sind somit ebenfalls standardisiert.

Mit den genannten Variablen wurden verschiedene Cluster-Lösungen gerechnet (3-6 Cluster) und verglichen. Die Fünf-Cluster-Lösung wurde auf Grund statistischer und inhaltlicher Kriterien als optimal für West- und Ostdeutschland erachtet. Diese Lösung wies die deutlichste Abgrenzung der Cluster untereinander (Heterogenität) und die deutlichste Ähnlichkeit (Homogenität) innerhalb der Cluster auf und war somit auszuwählen.

16.3 Die multinomiale logistische Regression

Die logistische Regression (multinomiale und binäre) ist ein Verfahren zur statistischen Schätzung von Eintrittswahrscheinlichkeiten bestimmter Ergebnisse und welche Einflussgröße diese Wahrscheinlichkeiten bestimmt (vgl.: Backhaus et al. 2006: 418; vgl.: Harrell 2001: 215; vgl.: Bühl 2006: 381; vgl.: Pampel 2000: 1; vgl.: Fahrmeir/Hamerle 1984: 221; vgl.: Urban 1993: 75). In Unterscheidung zum linearen Regressionsmodell ist die abhängige Variable im logistischen Regressionsmodell keine streuende kontinuierliche Variable im Intervall $[-\infty; +\infty]$, sondern eine binäre Variable mit den Ausprägungen 0/1. Der Verlauf der logistischen Regressionsfunktion ist dementsprechend nicht linear, sondern nimmt eine s-Form an; sie hat die Eigenschaft, dass sich selbst für unendlich kleine oder große Werte des Prädiktors X_{M^p} die Wahrscheinlichkeit für das Eintreten des Ereignisses immer in dem Intervall $[0;1]$ abspielen wird. Der s-förmige Kurvenverlauf weist darauf hin, dass sich mit jeder erklärenden Variable X_{M^p} die in das Modell Eingang findet, über $J-1$

⁴³ Die Massenmediale Freizeit, welche durch in der Faktorenanalyse eruiert wurde findet in das Clustermodell keinen Eingang, da nahe zu alle Befragten angeben diesen Freizeitaktivitäten nachzugehen.

Regressionskoeffizienten β_j , die Wahrscheinlichkeitsverhältnisse der J Kategorien der abhängigen Variablen verändern.

Die multinomiale logistische Regression ist eine Variante der logistischen Regression. Diese Variante kommt zum Einsatz, wenn die abhängige Variable, in dieser Untersuchung die Lebensstiltypen, nicht dichotom sind, wie bei der binären logistischen Regression, sondern mehr als zwei Kategorien aufweisen.⁴⁴ Die unabhängigen Variablen sollten bei der multinomialen logistischen Regression kategorial unabhängig sein, gleichgültig, ob sie nominal- oder ordinalskaliert sind (vgl. Bühl/Zöfel 2002: 359). Intervallskalierte Variablen können dennoch in das Modell Eingang finden, wenn man diese als Kovariaten beigibt (vgl. ebd.). Mit Hilfe des Statistik-Paketes "Statistical Package for the Social Science" wurde die Prozedur 'Nomreg', eine multinomiale logistische Regression, gerechnet. Es wird in dieser Untersuchung das aufwendigere multinomiale logistische Regressionsmodell dem 'einfacheren' binären Modell vorgezogen, da es sich für diesen Fall mit mehreren abhängigen Variablen schlichtweg anbietet. So gehen die Lebensstiltypen mit den Ausprägungen 1-5 als abhängige Variable in das Modell (jeweils West- und Ostdeutschland getrennt) ein. Die unabhängigen Variablen werden teils als Dummy Variable, teils auch als nominale und metrische Variablen, in die Modelle eingefügt. Es werden jeweils für West- und Ostdeutschland drei Modelle geschätzt (Sozioökonomisches, Soziodemographisches und Gesamtmodell). Als Referenzkategorie wählt SPSS immer die Gruppe mit der höchsten Ordnungszahl aus (hier Lebensstilgruppe fünf). Die Darstellung der Schätzergebnisse wird in den Tabellen 17.25 - 17.32 im „Paarvergleich“ (Lebensstiltyp J versus Lebensstiltyp 5) dargestellt.

Die Wahrscheinlichkeit einer Gruppenzugehörigkeit lässt sich wie folgt in $J-1$ (in dieser Untersuchung 4) Logit-Gleichungen darstellen, wobei im Nenner der Wahrscheinlichkeitsquotienten jeweils die Referenzkategorie J (Gruppe 5⁴⁵) auftritt:

⁴⁴ Modell Westdeutschland: Kulturell-Intellektueller Typ, Expressiver-Anspruchs-Typ, Heimzentrierter-Versorger Typ, Unterhaltungs-Konsumorientierter Typ, Introvertierter Typ; Modell Ostdeutschland: Kulturell-Intellektueller Typ, Aktiv-Vielseitiger Typ, Popkultureller-Unterhaltungs-Typ, Traditioneller-Harmonie Typ, Introvertierter Typ.

⁴⁵ Westdeutschland: Heimzentrierter-Versorger Typ; Ostdeutschland: Traditioneller-Harmonie Typ

$$\ln\left(\frac{P(Y = j)}{P(Y = J)}\right) = \beta_j X, \text{ mit } \beta_j := [\beta_{j0}, \beta_{j1}, \beta_{j2}, \dots, \beta_{jM}], j = 1, \text{ und } X := \begin{bmatrix} 1 \\ X_1 \\ X_2 \\ \vdots \\ X_M \end{bmatrix}$$

Nachdem die Exponentialfunktion angewendet wurde, erhält man die äquivalente Gleichung über $J-1$ Wahrscheinlichkeitsquotienten (odds):

$$\frac{P(Y = j)}{P(Y = J)} = e^{\beta_j X} = e^{\beta_{j0} + \beta_{j1} X_1 + \beta_{j2} X_2 + \dots + \beta_{jM} X_M} = e^{\beta_{j0}} e^{\beta_{j1} X_1} \dots e^{\beta_{jM} X_M}, j = 1, \dots, J-1$$

Zu einem Prädiktor X_m sagt der Exponentialwert $e^{\beta_{jm}}$ des Parameters β_{jm} aus, um welchen Faktor sich der j -te Wahrscheinlichkeitsquotient ändert, wenn sich X_m um eine Einheit erhöht und alle anderen Prädiktoren unverändert bleiben (vgl.: Baltes-Götz 2006: 50).

Für die Wahrscheinlichkeit der Referenzkategorien J , *Heimzentrierter-Versorger* (West) und *Traditioneller-Harmonie Typ* (Ost), erhält man denn:

$$P(Y = J) = \frac{1}{1 + \sum_{j=1}^{J-1} e^{\beta_j X}}$$

Für die Wahrscheinlichkeiten der übrigen vier Gruppen, jeweils für West- und Ostdeutschland, gilt dann:

$$P(Y = j) = e^{\beta_j X} P(Y = J) = \frac{e^{\beta_j X}}{1 + \sum_{i=1}^{J-1} e^{\beta_i X}}, j = 1, \dots, J-1$$

Aus diesen Wahrscheinlichkeiten ergibt sich das folgende Logit-Modell:

$$\ln\left(\frac{P(Y = j)}{P(Y = J)}\right) = \ln\left(\frac{\frac{e^{\beta_j X}}{1 + \sum_{j=1}^{J-1} e^{\beta_j X}}}{\frac{1}{1 + \sum_{j=1}^{J-1} e^{\beta_j X}}}\right) = \ln(e^{\beta_j X}) = \beta_j X, j = 1, \dots, J - 1$$

Vollständigerweise müsste an dieser Stelle noch das multinomiale Modell für aggregierte Daten formuliert werden, da der Algorithmus in der Prozedur 'Nomreg' des Statistik-Paketes SPSS mit aggregierten Daten rechnet. Jedoch würde diese Ausführung zu komplex werden.

Die Schätzung der Regressionskoeffizienten β_j erfolgt nach der Maximum-Likelihood-Methode. Ziel dieses Schätzverfahrens ist es, die Parameter β_j des multinomialen logistischen Regressionsmodells, die die Einflussgewichte der unabhängigen Variablen (X_m) widerspiegeln, so zu bestimmen, dass die Wahrscheinlichkeit (Likelihood), die beobachteten Erhebungsdaten zu erhalten, maximiert wird (vgl.: Backhaus et al. 2003: 428). Das Statistik-Paket SPSS verwendet zur Maximierung der Likelihood-Funktion den Newton-Raphson-Algorithmus (vgl. SPSS Inc. 2006).

Der Parameterschätzer β_j gibt die Einflussstärke und Einflussrichtung an, während $Exp(\beta)$, der Effekt-Koeffizient, die Veränderung des Wahrscheinlichkeitsverhältnisses angibt. Demnach kann an negativen β -Werten abgelesen werden, dass eine Tendenz zur Referenzgruppe besteht, wobei positive β -Werte darauf hinweisen, dass die Tendenz, zur betrachteten Lebensstilgruppe und nicht zur Referenzgruppe zu gehören, besteht. Ein β -Wert nahe null, sagt aus, dass die Variable im Schätzmodell keinen Beitrag zur Trennung leistet. Anhand des Effekt-Koeffizienten $Exp(\beta)$ können Aussagen darüber getroffen werden, wie sich das Wahrscheinlichkeitsverhältnis verändert, wenn die unabhängige Variable um eine Einheit zunimmt.

Aussage über die Gesamterklärungskraft der Variablen liefert die Pseudo- R^2 -Statistik. Die Werte variieren zwischen 0 bzw. 1; die Pseudo- R^2 -Statistiken versuchen den Anteil der „Variation“ des logistischen Regressionsmodells zu quantifizieren. Der Pseudo- R^2 -Wert greift auf das Verhältnis zwischen dem Likelihood des

Nullmodells LL_0 und dem vollständigen Modell LL_v , also dem Modell, das erklärende Variablen enthält, zurück.

17. Anhang II: Tabellen

Tabelle 17.1: Haushaltsausstattung und audiovisuelle Ausstattung westdeutscher Haushalte – Deskriptive Statistiken

	Median	Arithmetisches Mittel	Standardabweichung
Haushaltsausstattung	5	5.03	1.90
Audiovisuelle Ausstattung	5	4.89	2.43
N _{gesamt} 36.888			

Die Haushaltsausstattung kann Werte zwischen 0 und 9 annehmen; die audiovisuelle Ausstattung kann Werte zwischen 0 und 13 annehmen.

Tabelle 17.2: Haushaltsausstattung und audiovisuelle Ausstattung ostdeutscher Haushalte – Deskriptive Statistiken

	Median	Arithmetisches Mittel	Standardabweichung
Haushaltsausstattung	4	4.12	1.73
Audiovisuelle Ausstattung	4	4.65	2.35
N _{gesamt} 9.032			

Die Haushaltsausstattung kann Werte zwischen 0 und 9 annehmen; die audiovisuelle Ausstattung kann Werte zwischen 0 und 13 annehmen.

Tabelle 17.3: Haushaltsausstattung westdeutscher Haushalte – Deskriptive Statistiken

Besitz		
	in absoluten Zahlen	in %, gerundet
Privat-PKW	31.348	85
Elektrische Nähmaschine	18.301	50
Kühlschrank	26.947	73
Kühl-Gefrier-Kombination	23.487	64
Tiefkühlschrank/-truhe	19.666	53
Trockner, Trockenautomat	16.129	44
Geschirrspülmaschine	22.240	60
Mikrowellenherd/-gerät	22.983	62
Motorrad/Motorroller	4.385	12
N _{gesamt} 36.888		

Tabelle 17.4: Haushaltsausstattung ostdeutscher Haushalte – Deskriptive Statistiken

Besitz		
	in absoluten Zahlen	in %, gerundet
Privat-PKW	6.966	77
Elektrische Nähmaschine	3.564	40
Kühlschrank	6.096	68
Kühl-Gefrier-Kombination	5.962	66
Tiefkühlschrank/-truhe	3.807	42
Trockner, Trockenautomat	1.849	21
Geschirrspülmaschine	3.672	41
Mikrowellenherd/-gerät	4.818	53
Motorrad/Motorroller	492	5
N _{gesamt} 9.032		

Tabelle 17.5: Audiovisuelle Haushaltsausstattung westdeutscher Haushalte – Deskriptive Statistiken

Besitz		
	in absoluten Zahlen	in %, gerundet
Fernseher mit Videotextempfang	29.041	79
Radio/Tuner (Teil einer Stereoanlage)	28.795	78
Radio (tragbar)	13.827	38
Kassettenrecorder mit Radio	16.822	46
Walkman	10.485	28
Diskman	6.739	18
Radio/ Ghetto-Blaster	6.363	18
Personalcomputer	16.610	45
Laptop/Notebook	3.245	9
Anrufbeantworter	7.142	19
Telefax-Gerät	7.525	20
Videokamera/Camcorder	8.317	23
Videorecorder	25.281	69
N _{gesamt} 36.888		

Tabelle 17.6: Audiovisuelle Haushaltsausstattung ostdeutscher Haushalte – Deskriptive Statistiken

Besitz		
	in absoluten Zahlen	in %, gerundet
Fernseher mit Videotextempfang	7.394	82
Radio/Tuner (Teil einer Stereoanlage)	6.583	73
Radio (tragbar)	3.682	41
Kassettenrecorder mit Radio	4.622	51
Walkman	2.291	25
Diskman	1.336	15
Radio/ Ghetto-Blaster	1.652	18
Personalcomputer	3.379	37
Laptop/Notebook	547	6
Anrufbeantworter	1.273	14
Telefax-Gerät	1.275	14
Videokamera/Camcorder	2.043	23
Videorecorder	5.936	66
N _{gesamt} 9.032		

Tabelle 17.7: Ausübungshäufigkeit verschiedener Freizeitaktivitäten in Westdeutschland – Deskriptive Statistiken

	Median	Arithmetisches Mittel	Standardabweichung
Fernsehen	5	4.85	0.57
Radio hören	5	4.66	0.96
Schallplatten, CDs, Kassetten, Tonbänder hören	4	3.76	1.45
Videokassetten ansehen	2	2.39	1.34
Ins Kino gehen	2	1.94	0.90
Ins Theater, Konzert, kulturelle Veranstaltungen gehen	2	.04	0.83
Zeitung lesen	5	4.66	0.96
Zeitschrift, Illustrierte lesen	4	3.70	1.42
Bücher lesen	4	3.53	1.49
Basteln, Heimwerken, do-it-yourself	2	2.69	1.60
Sport und Gymnastik treiben	4	3.35	1.63
Ausgehen (Restaurant, Gaststätte, Kneipe, Disco)	4	3.33	1.18
N _{gesamt} 36.888			

Tabelle 17.8: Ausübungshäufigkeit verschiedener Freizeitaktivitäten in Ostdeutschland – Deskriptive Statistiken

	Median	Arithmetisches Mittel	Standardabweichung
Fernsehen	5	4.85	.58
Radio hören	5	4.73	.86
Schallplatten, CDs, Kassetten, Tonbänder hören	4	3.76	1.43
Videokassetten ansehen	2	2.43	1.34
Ins Kino gehen	2	1.91	.93
Ins Theater, Konzert, kulturelle Veranstaltungen gehen	2	1.87	.81
Zeitung lesen	5	4.65	1
Zeitschrift, Illustrierte lesen	4	3.73	1.40
Bücher lesen	4	3.36	1.51
Basteln, Heimwerken, do-it-yourself	2	2.70	1.60
Sport und Gymnastik treiben	3	3.05	1.66
Ausgehen (Restaurant, Gaststätte, Kneipe, Disco)	3	2.86	1.22
N _{gesamt} 9.032			

Tabelle 17.9: Haushaltsausstattung der westdeutschen Haushalte nach Lebensstiltypen (Besitz in Prozent, gerundet)

Lebensstiltypen	Kulturell- Intellektueller Typ	Expressiver- Anspruchs-Typ Typ	Unterhaltungs- Konsumorientierter Typ	Heimzentrierter- Versorger Typ	Introvertierter Typ	Stichprobe Westdeutschland
Haushaltsausstattung						
Privat-PKW	83	99	84	88	64	85
Elektrische Nähmaschine	26	70	36	68	37	50
Kühlschrank	64	82	67	78	72	73
Kühl-Gefrier-Kombination	62	70	63	62	57	64
Tiefkühlschrank/-truhe	28	75	42	65	46	53
Trockner, Trockenautomat	24	74	34	47	27	44
Geschirrspülmaschine	44	92	50	66	36	60
Mikrowellenherd/-gerät	43	86	63	65	44	62
Motorrad/Motorroller	7	25	10	9	4	12

Tabelle 17.10: Haushaltsausstattung der ostdeutschen Haushalte nach Lebensstiltypen (Besitz in Prozent, gerundet)

Lebensstiltypen \ Haushaltsausstattung	Kulturell-Intellektueller Typ	Aktiv-Vielseitiger Typ	Popkultureller-Unterhaltungs-Typ	Traditioneller-Harmonie Typ	Introvertierter Typ	Gesamtstichprobe Ostdeutschland
Privat-PKW	79	97	80	74	49	77
Elektrische Nähmaschine	27	65	27	48	22	40
Kühlschrank	63	78	61	69	65	68
Kühl-Gefrier-Kombination	67	73	69	60	59	66
Tiefkühlschrank/-truhe	28	62	33	48	32	42
Trockner, Trockenautomat	15	46	15	13	7	21
Geschirrspülmaschine	36	78	35	31	14	41
Mikrowellenherd/-gerät	45	83	56	47	28	53
Motorrad/Motorroller	5	13	4	3	1	5

Tabelle 17.11: Audiovisuelle Ausstattung der westdeutschen Haushalte (Besitz in Prozent, gerundet)

Lebensstiltypen Audiovisuelle Haushaltsausstattung	Kulturell- Intellektueller Typ	Expressiver- Anspruchs- Typ	Unterhaltungs- Konsumorientierter Typ	Heimzentrierter- Versorger Typ	Introvertierter Typ	Stichprobe West- deutschland
Fernseher mit Videotextempfang	72	92	84	76	66	79
Radio/Tuner (Teil einer Stereoanlage)	82	95	86	73	47	78
Radio (tragbar)	30	50	30	37	35	38
Kassettenrecorder mit Radio	35	64	42	43	37	46
Walkman	28	54	32	14	6	28
Diskman	15	40	18	8	3	18
Radio/ Ghetto-Blaster	12	35	17	11	7	18
Personalcomputer	45	83	42	31	11	45
Laptop/Notebook	9	22	5	3	1	9
Anrufbeantworter	21	42	17	7	2	19
Telefax-Gerät	16	45	15	11	6	20
Videokamera/Camcorder	11	49	23	15	6	23
Videorecorder	62	94	90	56	33	69

Tabelle 17.12: Audiovisuelle Ausstattung der ostdeutschen Haushalte (Besitz in Prozent, gerundet)

Lebensstiltypen	Kulturell- Intellektueller Typ	Aktiv-Vielseitiger- Typ	Popkultureller- Unterhaltungs- Typ	Traditioneller- Harmonie Typ	Introvertierter Typ	Stichprobe Ost- deutschland
Freizeitverhalten						
Fernseher mit Videotextempfang	78	95	88	78	66	82
Radio/Tuner (Teil einer Stereoanlage)	81	92	85	62	37	73
Radio (tragbar)	36	53	34	42	36	41
Kassettenrecorder mit Radio	47	69	49	47	40	51
Walkman	30	49	28	11	4	25
Diskman	16	34	13	5	3	15
Radio/ Ghetto-Blaster	17	34	17	13	8	18
Personalcomputer	48	75	35	18	6	37
Laptop/Notebook	9	15	4	1	1	6
Anrufbeantworter	20	33	11	3	1	14
Telefax-Gerät	15	34	11	5	2	14
Videokamera/Camcorder	16	50	25	12	3	23
Videorecorder	63	94	87	49	26	66

Tabelle 17.13: Ausübungshäufigkeit der Freizeitaktivitäten in Westdeutschland nach Lebensstiltypen

Lebensstiltypen	Kulturell- Intellektueller Typ	Expressiver- Anspruchs- Typ	Unterhaltungs- Konsumorientierter Typ	Heimzentrierter- Versorger Typ	Introvertierter Typ	Stichprobe West- deutschland
Freizeitverhalten						
Fernsehen	4.71	4.86	4.96	4.83	4.88	4.85
Radio hören	4.70	4.84	4.67	4.79	4.18	4.66
Videokassetten ansehen	2.24	2.71	3.70	1.86	1.43	2.39
Schallplatten, CDs, Kassetten, Tonbänder hören	4.32	4.19	4.39	3.54	2.13	3.76
Ins Kino gehen	2.59	2.13	2.07	1.57	1.26	1.94
Ins Theater, Konzert, kulturelle Veranstaltungen gehen	2.62	2.20	1.65	2.09	1.50	2.04
Zeitung lesen	4.83	4.86	3.91	4.84	4.74	4.66
Zeitschriften, Illustrierte lesen	3.68	3.90	3.74	3.57	3.58	3.70
Bücher lesen	4.13	3.74	2.87	4.03	2.64	3.53
basteln, Heimwerken, do-it-your-self	1.72	2.81	2.55	4.32	1.77	2.69
Sport, Gymnastik betreiben	4.12	3.72	2.89	3.43	2.36	3.35
Ausgehen (Restaurant, Gaststätte, Kneipe, Disco)	4.11	3.6	3.34	2.81	2.68	3.33

Die Freizeitaktivitäten werden durch die Vorgaben der Kategorien 'mehrmals in der Woche'=5, 'mehrmals im Monat'=4, 'etwa einmal im Monat'=3, 'seltener'=2 und 'nie'=1 gemessen.

Tabelle 17.14: Ausübungshäufigkeit der Freizeitaktivitäten in Ostdeutschland nach Lebensstiltypen

Lebensstiltypen	Kulturell- Intellektueller Typ	Aktiv-Vielseitiger- Typ	Popkultureller- Unterhaltungs- Typ	Traditioneller- Harmonie Typ	Introvertierter Typ	Stichprobe Ost- deutschland
Freizeitverhalten						
Fernsehen	4.60	4.92	4.98	4.87	4.84	4.85
Radio hören	4.79	4.27	4.90	4.82	4.08	4.73
Videokassetten ansehen	2.15	2.94	3.36	2.03	1.35	3.76
Schallplatten, CDs, Kassetten, Tonbänder hören	4.27	4.27	4.24	3.58	2.20	2.43
Ins Kino gehen	2.75	2.16	2	1.42	1.27	1.91
Ins Theater, Konzert, kulturelle Veranstaltungen gehen	2.70	2.03	1.60	1.68	1.45	1.87
Zeitung lesen	4.78	4.76	4.38	4.72	4.62	4.65
Zeitschriften, Illustrierte lesen	3.67	3.87	3.84	3.72	3.48	3.73
Bücher lesen	4.18	3.64	2.62	3.66	2.79	3.36
basteln, Heimwerken, do-it-your-self	1.97	3.34	1.81	4.41	1.56	2.70
Sport, Gymnastik betreiben	4.06	3.38	2.57	3.01	2.27	3.05
Ausgehen (Restaurant, Gaststätte, Kneipe, Disco)	3.80	3.12	3.06	2.23	2.16	2.86

Die Freizeitaktivitäten werden durch die Vorgaben der Kategorien 'mehrmals in der Woche'=5, 'mehrmals im Monat'=4, 'etwa einmal im Monat'=3, 'seltener'=2 und 'nie'=1 gemessen.

Tabelle 17.15: Persönliche Nutzung von Internet oder Online-Diensten in Westdeutschland (Anteil in Prozent, gerundet)

	Kulturell- Intellektueller Typ	Expressiver- Anspruchs- Typ	Unterhaltungs- Konsumorientierter Typ	Heimzentrier- ter- Versorger Typ	Introvertierter Typ	Stichprobe West- deutsch- land
Nutzung Inter- net/ Online- Dienste	27	40	19	7	3	21
N _{gesamt} 36.888						

Tabelle 17.16: Ferienreiseverhalten in Westdeutschland (Anteil in Prozent, gerundet)

	Kulturell- Intellektueller Typ	Expressiver- Anspruchs- Typ	Unterhaltungs- Konsumorientier- ter Typ	Heimzentrier- ter- Versorger Typ	Introvertierter Typ	Stichprobe West- deutsch- land
Größere Ferienrei- se innerhalb des letzten Jahres	71	75	55	60	42	62
Noch nie eine größere Ferienrei- se gemacht	1	1	4	4	10	4
N _{gesamt} 36.888						

Tabelle 17.17: Persönliche Nutzung von Internet oder Online-Diensten in Ostdeutschland (Anteil in Prozent, gerundet)

	Kulturell- Intellektueller Typ	Aktiv- Vielseitiger Typ	Popkultureller- Unterhaltungs- Typ	Traditioneller- Harmonie Typ	Introvertierter Typ	Stichprobe Ostdeutsch land
Nutzung Inter- net/Online- Dienste	25	33	13	3	1	15
N _{gesamt} 9.032						

Tabelle 17.18: Ferienreiseverhalten in Ostdeutschland (Anteil in Prozent, gerundet)

	Kulturell- Intellektueller Typ	Aktiv- Vielseitiger Typ	Popkultureller- Unterhaltungs- Typ	Traditioneller- Harmonie Typ	Introvertierter Typ	Stichprobe Ostdeutsch land
Größere Ferienrei- se innerhalb des letzten Jahres	71	70	53	49	36	56
Noch nie eine größere Ferienrei- se gemacht	2	2	5	7	13	6
N _{gesamt} 9.032						

Tabelle 17.19: Dimensionen des Freizeitverhaltens in Westdeutschland (Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation)

	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4	h
Fernsehen			.53		.37
Radio hören			.40		.25
Schallplatten, CDs, Kassetten, Tonbänder hören	.38	.64			.55
Videokassetten ansehen		.77			.63
Ins Kino gehen	.51	.48			.56
Ins Theater, Konzert, kulturelle Veranstaltungen gehen	.72				.53
Zeitungen lesen		-.39	.62		.61
Zeitschriften, Illustrierte lesen			.65		.44
Bücher lesen	.59				.43
basteln, Heimwerken, do-it-your-self				.86	.76
Sport, Gymnastik betreiben	.55				.32
ausgehen (Restaurant, Gaststätte, Kneipe, Disco)	.48			-.42	.49
Eigenwert	2.42	1.28	1.20	1.04	5.94
Erklärte Varianz (%)	16.46	12.83	11.00	9.12	49.40
N _{gesamt} 36.888					

Faktor 1: Kulturell-gesellige Freizeit
 Faktor 2: Medial-unterhaltungsorientierte Freizeit
 Faktor 3: Massenmediale Freizeit
 Faktor 4: Häuslichorientierte Freizeit

h: Kommunalitäten

Aus Gründen der Übersichtlichkeit sind die Ladungen gerundet und nur Ladungen > .30 auf einem Faktor aufgeführt

Tabelle 17.20: Lebensstilitems in Westdeutschland: Mittelwerte und Standardabweichung der Lebensstiltypen

	Haushalts- ausstattung	Audiovisuelle Ausstattung	kulturell-gesellige Freizeit	medial- unterhaltungsorien- tierte Freizeit	häuslichorientierte Freizeit	N (in L- Gruppen)	% an N (gesamt)
Kulturell-Intellektueller Typ	-.64 (.80)	-.21 (.71)	.93 (.68)	.04 (.78)	-.72 (.64)	6.972	18,9
Expressiver-Anspruchs- Typ	.90 (.59)	1.13 (.72)	.30 (.77)	.22 (.76)	.01 (.87)	9.345	25,3
Heimzentrierter- Versorger Typ	.24 (.82)	-.43 (.65)	.16 (.79)	-.46 (.72)	1.12 (.59)	7.692	20,9
Unterhaltungs- Konsumorientierter Typ	-.28 (.84)	.05 (-.72)	-.72 (.77)	1.18 (.69)	.07 (.92)	6.455	17,5
Introvertierter Typ	-.61 (.93)	-.95 (.61)	-.50 (.76)	-.61 (.63)	-.50 (.78)	6.424	17,4
N _{gesamt}						39.785	100

Die Cluster-Mittelwerte sind fett gedruckt; die Standardabweichungen der Cluster-Mittelwerte sind in Klammern angegeben.

Tabelle 17.21: Sozialstrukturelle und sonstige Merkmale der Lebensstiltypen in Westdeutschland (wenn nicht anders angegeben: Anteil in Prozent, gerundet)

		Kulturell- Intellektueller Typ	Expressiver- Anspruchs- Typ	Heimzentrierter- Versorger Typ	Unterhaltungs- Konsumorientierter Typ	Introvertierter Typ	Stichprobe West- deutschland
Sozioökonomische Merkmale	Un- oder angelernte Arbeiter	4	4	10	14	18	10
	Facharbeiter	7	8	12	16	13	11
	Einfache, mittlere Angestellte/Beamte	51	48	49	48	44	48
	Qualifizierte, leitende Angestellte/ gehobene, höhere Beamte/ Freiberufler	23	25	19	12	12	19
	kleinere, größere Selbstständige/ Landwirte	8	13	8	6	9	9
	Abitur	20	14	9	12	6	12
	Studium (Universität, Hochschule, Fachhochschule, Akademie, Polytech- nikum)	28	24	13	13	6	17
	Ø monatliches Nettoeinkommen (bei Erwerbstätigkeit) in DM	3267,80	3738,68	2854,44	2774,85	2498,32	3079,41
	Ø monatliches Haushaltsnettoein- kommen in DM	4010,61	5210,86	3937,60	3694,42	3152,71	4094,72
	Ø monatliches relatives Haushaltsnet- toeinkommen in DM	3104,65	2962,03	2514,72	2514,72	2344,82	2721,21
Soziodemographi- sche Merkmale	Frauen	54	50	63	48	59	55
	Ø Alter in Jahren	43	43	53	41	59	48
	Ø Kinderanzahl im Haushalt	0,16	0,77	0,42	0,48	0,18	0,43
	Erwerbstätige	73	79	50	71	39	63
	Großstadt > 500.000 Einwohner	58	45	41	52	46	48
Sonstige Merkmale	Wohnungs- bzw. Hausbesitz	34	69	64	32	48	51

Tabelle 17.22: Dimensionen des Freizeitverhaltens in Ostdeutschland (Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation)

	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4	h
Fernsehen		.33	.49		.43
Radio hören		.47			.27
Schallplatten, CDs, Kassetten, Tonbänder hören	.35	.64			.54
Videokassetten ansehen		.76			.58
Ins Kino gehen	.65	.34			.61
Ins Theater, Konzert, kulturelle Veranstaltungen gehen	.72				.53
Zeitungen lesen			.72		.57
Zeitschriften, Illustrierte lesen			.67		.47
Bücher lesen	.49			.35	.43
basteln, heimwerken, do-it-yourself				.87	.78
Sport, Gymnastik betreiben	.55				.31
ausgehen (Restaurant, Gaststätte, Kneipe, Disco)	.59			-.32	.53
Eigenwert	2.50	1.39	1.15	1.01	6.05
Erklärte Varianz (%)	17.28	13.05	11.04	9.08	50.45
N _{gesamt} 9.032					

Faktor 1: Kulturell-gesellige Freizeit
 Faktor 2: Medial-unterhaltungsorientierte Freizeit
 Faktor 3: Massenmediale Freizeit
 Faktor 4: Häuslichorientierte Freizeit

h: Kommunalitäten

Aus Gründen der Übersichtlichkeit sind die Ladungen gerundet und nur Ladungen > .30 auf einem Faktor aufgeführt

Tabelle 17.23: Lebensstilitems in Ostdeutschland: Mittelwerte und Standardabweichung der Lebensstiltypen

	Haushaltsausstat- tung	Audiovisuelle Aus- stattung	kulturell-gesellige Freizeit	medial- unterhaltungs- orientierte Freizeit	häuslichorientierte Freizeit	N (in L.-Gruppen)	% an N(gesamt)
Kulturell- Intellektueller Typ	-.27 (.80)	.04 (.79)	1.35 (.70)	-.23 (.84)	-.40 (.77)	1.491	16,5
Aktiv-Vielseitiger- Typ	1.06 (.69)	1.12 (.79)	.25 (.73)	.45 (.75)	.32 (.82)	2.088	17,3
Popkultureller- Unterhaltungs- Typ	-.20 (.79)	.09 (.70)	-.42 (.72)	.78 (.66)	-.72 (.65)	1.956	21,4
Traditioneller- Harmonie Typ	-.11 (.83)	-.51 (.61)	-.33 (.77)	-.17 (.80)	1.17 (.53)	1.933	21,7
Introvertierter Typ	-.78 (.81)	-.99 (.57)	-.68 (.76)	-1.13 (.77)	-.61 (.67)	1.564	23,1
N _{gesamt}						9.032	100

Die Cluster-Mittelwerte sind fett gedruckt; die Standardabweichungen der Cluster-Mittelwerte sind in Klammern angegeben.

Tabelle 17.24: Sozialstrukturelle und Sonstige Merkmale der Lebensstiltypen in Ostdeutschland (wenn nicht anders angegeben: Anteil in Prozent, gerundet)

		Kulturell- Intellektueller Typ	Aktiv- Vielseitiger- Typ	Popkultureller- Unterhaltungs- Typ	Traditioneller- Harmonie Typ	Introvertierter Typ	Stichprobe Ost- deutschland
Sozioökonomische Merkmale	Un- oder angelernte Arbeiter	4	5	13	12	16	10
	Facharbeiter	9	15	21	21	17	17
	Einfache, mittlere Angestellte/Beamte	53	51	48	45	48	49
	Qualifizierte, leitende Angestellte/ gehobene, höhere Beamte/Freiberufler	20	19	10	17	13	16
	kleinere, größere Selbstständi- ge/Landwirte	8	10	5	4	6	7
	Abitur	14	8	7	5	4	8
	Studium (Universität, Hochschule, Fachhochschule, Akademie, Polytech- nikum)	39	35	15	18	11	23
	Ø monatliches Nettoeinkommen (bei Erwerbstätigkeit) in DM	2734,12	2985,11	2272,75	2108,27	1913,95	2414,06
	Ø monatliches Haushaltsnettoein- kommen in DM	3614,69	4569,92	3291,92	3018,88	2515,98	3447,85
	Ø monatliches relatives Haushaltsnet- toeinkommen in DM	2586,82	2555,13	2167,48	2054,16	1924,69	2260,03
Soziodemographi- sche Merkmale	Frauen	58	52	50	60	66	57
	Ø Alter in Jahren	43	43	43	55	61	49
	Ø Kinderanzahl im Haushalt	0.23	0.61	0.37	0.20	0.10	0.32
	Erwerbstätige	72	81	77	45	34	64
	Großstadt > 500.000 Einwohner	52	39	42	29	31	38
Sonstige Merkmale	Wohnungs- bzw. Hausbesitz	21	48	23	41	28	33

Multinomiale logistische Regression Westdeutschland

Tabelle 17.25: Kulturell-Intellektueller Typ versus Heimzentrierter-Versorger Typ

		Sozioökonomisches Modell		Soziodemographisches Modell		Gesamtmodell	
		β	Exp (β)	β	Exp (β)	β	Exp (β)
Sozioökonomische Merkmale	Un- oder angelernte Arbeiter	-1.90	1/6.71			-1.41	1.05
	Facharbeiter	-1.63	1/5.10			-1.31	1/3.70
	Einfache, mittlere Angestellte/Beamte	-1.30	1/3.66			-.74	1/2.10
	Qualifizierte, gehobene Angestellte/gehobene, höhere Beamte/Freiberufler	-1.66	1/5.24			-.72	1/2.06
	Kleinere, mittlere, größere Selbstständige/Landwirte	-1.61	1/5			-.68	1/1.98
	Bildung	.93	2.53			.62	1.86
	Ø monatliches relatives Haushaltsnettoeinkommen	.44	1.54			.37	1.40
Soziodemographische Merkmale	Geschlecht			-.20	1/1.22	-.14	1/1.15
	Alter			-.06	1/1.06	-.05	1/1.05
	Kinder			-.64	1/1.90	-.53	1/1.70
	Kinderzahl			-.67	1/1.96	-.54	1/1.72
	Erwerbstätigkeit			.24	1.27	.24	1.27
	Stadt/Land			.76	2.14	.45	1.57
Sonstige Merkmale	Wohnungs- bzw. Hausbesitz					-.89	1/2.43
Konstante		.96		2.69		3.29	
Pseudo R ²		.15		.29		.41	
N _(gesamt) 14.664		N _(Kulturell-Intellektueller Typ) 6.972		N _(Heimzentrierter-Versorger Typ) 7.692			

Referenzkategorie: Heimzentrierter-Versorger Typ

n.s.: nicht signifikant auf dem 95%-Niveau

β : Parameterschätzer gibt die Einflussstärke und Einflussrichtung an

Exp (β): Effekt-Koeffizient gibt die Veränderung des Wahrscheinlichkeitsverhältnisses an

Tabelle 17.26: Expressiver-Anspruchs-Typ versus Heimzentrierter-Versorger Typ

		Sozioökonomisches Modell		Soziodemographisches Modell		Gesamtmodell	
		β	Exp (β)	β	Exp (β)	β	Exp (β)
Sozioökonomische Merkmale	Un- oder angelernte Arbeiter	-.19 n.s.	1/1.21 n.s.			-.70	1/2.00
	Facharbeiter	.22	1.25			-.55	1/1.73
	Einfache, mittlere Angestellte/Beamte	.43	1.54			-.08	1/1.08
	Qualifizierte, gehobene Angestellte/gehobene, höhere Beamte/Freiberufler	.47	1.60			.11	1.12
	Kleinere, mittlere, größere Selbstständige/Landwirte	.81	2.25			.30	1.36
	Bildung	.57	1.77			.26	1.29
	Ø monatliches relatives Haushaltsnettoeinkommen	.24	1.27			.38	1.46
Soziodemographische Merkmale	Geschlecht			-.40	1/1.49	-.33	1/1.39
	Alter			-.03	1/1.03	-.04	1/1.04
	Kinder			.50	.96	.62	1.86
	Kinderzahl			-.05 n.s.	1/1.05 n.s.	-.01	1/1.01
	Erwerbstätigkeit			.75	2.11	.54	1.71
	Stadt/Land			.35	1.41	.33	1.39
Sonstige Merkmale	Wohnungs- bzw. Hausbesitz					.39	1.48
Konstante		-.39		1.05		1.34	
Pseudo R ²		.15		.29		.41	
N _(gesamt) 17.037		N _(Expressiver-Anspruchs-Typ) 9.345		N _(Heimzentrierter-Versorger Typ) 7.692			

Referenzkategorie: Heimzentrierter-Versorger Typ

n.s.: nicht signifikant auf dem 95%-Niveau

β : Parameterschätzer gibt die Einflussstärke und Einflussrichtung an

Exp (β): Effekt-Koeffizient gibt die Veränderung des Wahrscheinlichkeitsverhältnisses an

Tabelle 17.27: Unterhaltungs-Konsumorientierter Typ versus Heimzentrierter-Versorger Typ

		Sozioökonomisches Modell		Soziodemographisches Modell		Gesamtmodell	
		β	Exp (β)	β	Exp (β)	β	Exp (β)
Sozioökonomische Merkmale	Un- oder angelernte Arbeiter	-.42	1/3.31			.12 n.s.	1.13 n.s.
	Facharbeiter	-.45	1/1.57			-.19 n.s.	1/1.20 n.s.
	Einfache, mittlere Angestellte/Beamte	-.80	1/2.23			-.14 n.s.	1/1.15 n.s.
	Qualifizierte, gehobene Angestellte/gehobene, höhere Beamte/Freiberufler	-1.29	1/3.64			-.33	1/1.39
	Kleinere, mittlere, größere Selbstständige/Landwirte	-1.14	1/3.13			-.18	1/1.20
	Bildung	.29	1.33			-.11	1/1.12
	Ø monatliches relatives Haushaltsnettoeinkommen	.03 n.s.	1.04 n.s.			.03	1.03
Soziodemographische Merkmale	Geschlecht			-.58	1/1.79	-.64	1/1.90
	Alter			-.06	1/1.07	-.06	1/1.06
	Kinder			.05 n.s.	1.06 n.s.	.00	1.04
	Kinderzahl			-.31	1/1.37	-.27	1/1.31
	Erwerbstätigkeit			-.04	1/1.04	-.08	1/1.08
	Stadt/Land			.58	1.79	.40	1.50
Sonstige Merkmale	Wohnungs- bzw. Hausbesitz					-.91	1/2.49
Konstante		.54		3.05		3.46	
Pseudo R ²		.15		.29		.41	
N _(gesamt) 14.147		N _(Unterhaltungs-Konsumorientierter Typ) 6.455		N _(Heimzentrierter-Versorger Typ) 7.692			

Referenzkategorie: Heimzentrierter-Versorger Typ

n.s.: nicht signifikant auf dem 95%-Niveau

β : Parameterschätzer gibt die Einflussstärke und Einflussrichtung an

Exp (β): Effekt-Koeffizient gibt die Veränderung des Wahrscheinlichkeitsverhältnisses an

Tabelle 17.28: Introvertierter Typ versus Heimzentrierter-Versorger Typ

		Sozioökonomisches Modell		Soziodemographisches Modell		Gesamtmodell	
		β	Exp (β)	β	Exp (β)	β	Exp (β)
Sozioökonomische Merkmale	Un- oder angelernte Arbeiter	-23	1/1.25			.80 n.s.	1/1.08 n.s.
	Facharbeiter	-.67	1/1.95			-.60	1/1.82
	Einfache, mittlere Angestellte/Beamte	-.80	1/2.22			-.62	1/1.86
	Qualifizierte, gehobene Angestellte/gehobene, höhere Beamte/Freiberufler	-.87	1/2.38			-.82	1/2.27
	Kleinere, mittlere, größere Selbstständige/Landwirte	-.42	1/1.52			-.32	1/1.38
	Bildung	-.64	1/1.89			-.51	1/1.67
	Ø monatliches relatives Haushaltsnettoeinkommen	-.13	1/1.14			-.19	1/1.21
Soziodemographische Merkmale	Geschlecht			-.15	1/1.16	-.33	1/1.39
	Alter			.02	1.02	.28	1.03
	Kinder			-.20	1/1.22	-.26	1/1.30
	Kinderzahl			-.16	1/1.17	-.15	1/1.16
	Erwerbstätigkeit			.05 n.s.	1/.95 n.s.	.17	1.19
	Stadt/Land			.11	1.12	.05 n.s.	1.05 n.s.
Sonstige Merkmale	Wohnungs- bzw. Hausbesitz					-.69	1/1.99
Konstante		.55		-1.34		-.58	
Pseudo R ²		.15		.29		.41	
N _(gesamt) 14.116		N _(Introvertierte Typ) 6.424		N _(Heimzentrierter-Versorger Typ) 7.692			

Referenzkategorie: Heimzentrierter-Versorger Typ

n.s.: nicht signifikant auf dem 95%-Niveau

β : Parameterschätzer gibt die Einflussstärke und Einflussrichtung an

Exp (β): Effekt-Koeffizient gibt die Veränderung des Wahrscheinlichkeitsverhältnisses an

Multinomiale logistische Regression Ostdeutschland

Tabelle 17.29: Kulturell-Intellektueller Typ versus Traditioneller-Harmonie Typ

		Sozioökonomisches Modell		Soziodemographisches Modell		Gesamtmodell	
		β	Exp (β)	β	Exp (β)	β	Exp (β)
Sozioökonomische Merkmale	Un- oder angelernte Arbeiter	-2.92	1/18.52			-1.84	1/6.29
	Facharbeiter	-2.67	1/14.49			-1.59	1/4.93
	Einfache, mittlere Angestellte/Beamte	-2.11	1/8.26			-.99	1/2.68
	Qualifizierte, gehobene Angestellte/gehobene, höhere Beamte/Freiberufler	-2.57	1/12.99			-.88	1/2.40
	Kleinere, mittlere, größere Selbstständige/Landwirte	-1.82	1/6.17			-.41 n.s.	1/1.51 n.s.
	Bildung	.94	2.55			.77	2.16
	Ø monatliches relatives Haushaltsnettoeinkommen	.51	1.67			.50	1.65
Soziodemographische Merkmale	Geschlecht			.12	1.13	.20	1.23
	Alter			-.06	1.06	-.06	1/1.06
	Kinder			-.31 n.s.	1/1.35 n.s.	-.23 n.s.	1/1.26 n.s.
	Kinderzahl			-.30	1/1.35	-.15	1/1.16
	Erwerbstätigkeit			.21	1.24	.15 n.s.	1/0.86 n.s.
	Stadt/Land			1.02	2.77	.65	1.91
Sonstige Merkmale	Wohnungs- bzw. Hausbesitz					-.80	1/2.22
Konstante		1.62		2.32		3.44	
Pseudo R ²		.16		.29		.41	
N _(gesamt) 3.424		N _(Kulturell-Intellektueller Typ) 1.491		N _(Traditioneller-Harmonie Typ) 1.933			

Referenzkategorie: Traditioneller-Harmonie Typ

n.s.: nicht signifikant auf dem 95%-Niveau

β : Parameterschätzer gibt die Einflussstärke und Einflussrichtung an

Exp (β): Effekt-Koeffizient gibt die Veränderung des Wahrscheinlichkeitsverhältnisses an

Tabelle 17.30: Aktiv-Vielseitiger Typ versus Traditioneller-Harmonie Typ

		Sozioökonomisches Modell		Soziodemographisches Modell		Gesamtmodell	
		β	Exp (β)	β	Exp (β)	β	Exp (β)
Sozioökonomische Merkmale	Un- oder angelernte Arbeiter	-1.22	1/3,38			-1.14	1/3.12
	Facharbeiter	-.74	1/2.11			-.74 n.s.	1/2.09 n.s.
	Einfache, mittlere Angestellte/Beamte	-.57	1/1.77			-.41 n.s.	1/1.50 n.s.
	Qualifizierte, gehobene Angestellte/gehobene, höhere Beamte/Freiberufler	-.95	1/2.60			-.34 n.s.	.71 n.s.
	Kleinere, mittlere, größere Selbstständige/Landwirte	.04 n.s.	1.04 n.s.			.11 n.s.	1/0.90 n.s.
	Bildung	.62	1.86			.49	1.63
	Ø monatliches relatives Haushaltsnettoeinkommen	.47	1.60			.52	1.68
Soziodemographische Merkmale	Geschlecht			-.16	1/1.18	-.08 n.s.	1/1.08 n.s.
	Alter			-.03	1/1.03	-.04	1/1.04
	Kinder			.26 n.s.	1.29 n.s.	.29 n.s.	1.33 n.s.
	Kinderzahl			.29	1.34	.38	1.46
	Erwerbstätigkeit			1.02	2.79	.70	2.02
	Stadt/Land			.54	1.72	.45	1.56
Sonstige Merkmale	Wohnungs- bzw. Hausbesitz					.28	1.31
Konstante		.54		.62		1.46	
Pseudo R ²		.16		.29		.41	
N _(gesamt) 4.021		N _(Aktiv-Vielseitiger Typ) 2.088		N _(Traditioneller-Harmonie Typ) 1.933			

Referenzkategorie: Traditioneller-Harmonie Typ

n.s.: nicht signifikant auf dem 95%-Niveau

β : Parameterschätzer gibt die Einflussstärke und Einflussrichtung an

Exp (β): Effekt-Koeffizient gibt die Veränderung des Wahrscheinlichkeitsverhältnisses an

Tabelle 17.31: Popkultureller-Unterhaltungs-Typ versus Traditioneller-Harmonie Typ

		Sozioökonomisches Modell		Soziodemographisches Modell		Gesamtmodell	
		β	Exp (β)	β	Exp (β)	β	Exp (β)
Sozioökonomische Merkmale	Un- oder angelernte Arbeiter	-1.23	1/3.44			-.46 n.s.	1/1.58 n.s.
	Facharbeiter	-1.34	1/3.83			-.67	1/1.95
	Einfache, mittlere Angestellte/Beamte	-1.32	1/3.75			-.43	1/1.54
	Qualifizierte, gehobene Angestellte/gehobene, höhere Beamte/Freiberufler	-2.00	1/7.35			-.64	1/1.90
	Kleinere, mittlere, größere Selbstständige/Landwirte	-1.15	1/3.17			-.10 n.s.	1/1.10 n.s.
	Bildung	-.09 n.s.	1/1.09 n.s.			-.25	1/1.29
	Ø monatliches relatives Haushaltsnettoeinkommen	.24	1.27			.22	1.25
Soziodemographische Merkmale	Geschlecht			-.25	1/1.28	-.24	1/1.27
	Alter			-.06	1/1.06	-.05	1/1.06
	Kinder			-.01 n.s.	1/1.01 n.s.	-.00 n.s.	1/1 n.s.
	Kinderzahl			-.07 n.s.	1/1.07 n.s.	-.02 n.s.	1/1.02 n.s.
	Erwerbstätigkeit			.33	1.40	.25	1.28
	Stadt/Land			.61	1.84	.43	1.54
Sonstige Merkmale	Wohnungs- bzw. Hausbesitz					-.75	1/2.11
Konstante		1.44		2.41		3.31	
Pseudo R ²		.16		.29		.41	
N _(gesamt) 3.889		N _(Popkultureller-Unterhaltungs-Typ) 1.956		N _(Traditioneller-Harmonie Typ) 1.933			

Referenzkategorie: Traditioneller-Harmonie Typ

n.s.: nicht signifikant auf dem 95%-Niveau

β : Parameterschätzer gibt die Einflussstärke und Einflussrichtung an

Exp (β): Effekt-Koeffizient gibt die Veränderung des Wahrscheinlichkeitsverhältnisses an

Tabelle 17.32: Introvertierter Typ versus Traditioneller-Harmonie Typ

		Sozioökonomisches Modell		Soziodemographisches Modell		Gesamtmodell	
		β	Exp (β)	β	Exp (β)	β	Exp (β)
Sozioökonomische Merkmale	Un- oder angelernte Arbeiter	-.13 n.s.	1/1.14 n.s.			-.34 n.s.	1/1.40 n.s.
	Facharbeiter	-.63	1/1.88			-.77	1/2.16
	Einfache, mittlere Angestellte/Beamte	-.24 n.s.	1/1.27 n.s.			-.51	1/1.55
	Qualifizierte, gehobene Angestellte/gehobene, höhere Beamte/Freiberufler	-.46	1/1.58			-.85	1/1.18
	Kleinere, mittlere, größere Selbstständige/Landwirte	.09	1.10			-.03 n.s.	1/1.03 n.s.
	Bildung	-.48	1/1.62			-.40	1/1.49
	Ø monatliches relatives Haushaltsnettoeinkommen	-.13	1/1.14			-.16	1/1.17
Soziodemographische Merkmale	Geschlecht			.25	1.28	.06 n.s.	1.06 n.s.
	Alter			.02	1.03	.03	1.03
	Kinder			-.42 n.s.	1/1.52 n.s.	-.45	1/1.57
	Kinderzahl			.14 n.s.	1.15 n.s.	.14 n.s.	1/.87 n.s.
	Erwerbstätigkeit			.01 n.s.	1.01	.10 n.s.	1.11 n.s.
	Stadt/Land			.04 n.s.	1.04 n.s.	-.03 n.s.	1/1.03 n.s.
Sonstige Merkmale	Wohnungs- bzw. Hausbesitz					-.62	1/1.86
Konstante		.15 n.s.		-1.78		-1.09	
Pseudo R ²		.16		.29		.41	
N _(gesamt) 4.606		N _(Introvertierter Typ) 1.564		N _(Traditioneller-Harmonie Typ) 1.933			

Referenzkategorie: Traditioneller-Harmonie Typ

n.s.: nicht signifikant auf dem 95%-Niveau

β : Parameterschätzer gibt die Einflussstärke und Einflussrichtung an

Exp (β): Effekt-Koeffizient gibt die Veränderung des Wahrscheinlichkeitsverhältnisses an

18. Literatur

- Akinci, Haluk; Hagenah, Jörg (2003): Auszug aus dem Zwischenbericht des medienwissenschaftlichen Lehr- und Forschungszentrum der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln: <http://www.wiso.uni-koeln.de/medien/ma/index.htm> [2006-10-25].
- Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. und Media-Micro-Census GmbH (2000): MA 2000 Radio, Datensatz Codeplan.
- Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. und Media-Micro-Census GmbH (2000): MA 2000 Radio, CATI-Frageprogramm, 2.Welle.
- Backhaus, Klaus; Erichson, Bernd; Plinke, Wulff; Weiber, Rolf (2003): Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung, 10. Aufl., Springer, Berlin/ Heidelberg/New York.
- Backhaus, Klaus; Erichson, Bernd; Plinke, Wulff; Weiber, Rolf (2006): Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung, 11. Aufl., Springer, Berlin/Heidelberg/New York.
- Baltes-Götz, Bernhard (2006): Logistische Regressionsanalyse mit SPSS, Universitäts-Rechenzentrum Trier (Hrsg.): <http://www.uni-trier.de/urt/user/baltes/docs/logist/logist.pdf> [2007-04-11].
- Beck, Ulrich (1986): Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne, Suhrkamp, Frankfurt am Main.
- Becker, Rolf (2004): Bildung, in: Statistisches Bundesamt, in Zusammenarbeit mit dem WZB und dem ZUMA (Hrsg.) (2005): Datenreport 2004. Zahlen und Fakten über die Bundesrepublik Deutschland, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn, S. 489-502.

- Bourdieu, Pierre (1983): Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital, in: Kreckel, Reinhard (Hrsg.) (1983): Soziale Ungleichheiten, Soziale Welt, Sonderband 2, Göttingen, S. 183-198.
- Bourdieu, Pierre (1985): Sozialer Raum und „Klassen“. Leçon sur la leçon, 2. Aufl., Suhrkamp, Frankfurt am Main.
- Bourdieu, Pierre (1987a): Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, übers. von Schwibs, Bernd und Russer, Achim, 4. Aufl., Suhrkamp, Frankfurt am Main.
- Bourdieu, Pierre (1987b): Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft, Suhrkamp, Frankfurt am Main.
- Bühl, Achim; Zöfel, Peter (2002): SPSS, 11. Einführung in die moderne Datenanalyse unter Windows, 8., überarb. und erw. Aufl., Pearson Studium, München.
- Bühl, Achim (2006): SPSS 14, Einführung in die moderne Datenanalyse, 10., überarb. und erw. Aufl., Pearson Studium, München.
- Dangschat, Jens; Blasius, Jörg (Hrsg.) (1994): Lebensstile in den Städten. Konzepte und Methoden, Leske+ Budrich, Opladen.
- Fahrmeir, Ludwig (Hrsg.); Hamerle, Alfred (Hrsg.) (1984): Multivariate statistische Verfahren, de Gruyter, Berlin/New York.
- Fromm, Erich (2005): Haben oder Sein, 33. Aufl., Deutscher Taschenbuch Verlag, München.
- Fuchs-Heinritz, Werner; König, Alexandra (2005): Pierre Bourdieu. Eine Einführung, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz.
- Gebauer, Gunter; Wulf, Christoph (1993): Praxis und Ästhetik. Neue Perspektiven im Denken Pierre Bourdieus, Suhrkamp, Frankfurt am Main.
- Geißler, Rainer (2001): Sozialstruktur und Gesellschaftlicher Wandel, in: Korte, Karl-Rudolf; Weidenfeld, Werner (Hrsg.): Deutschland-Trendbuch. Fakten und Orientie-

- rungen, Schriftenreihe Band 375, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn, S. 97-135.
- Geißler, Rainer (2004): Sozialer Wandel in Deutschland, in: Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): Informationen zur politischen Bildung Nr.: 269, Bonn.
- Geißler, Rainer (2006): Die Sozialstruktur Deutschlands. Zur gesellschaftlichen Entwicklung mit einer Bilanz zur Vereinigung, 4., überarb. und aktual. Aufl., VS Verlag für Sozialwissenschaften, GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden.
- Georg, Werner (1998): Soziale Lagen und Lebensstil. Eine Typologie, Leske + Budrich, Opladen.
- Habich, Roland; Noll, Heinz-Herbert (2004): Sozialstruktur, in: Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Datenreport 2004. Zahlen und Fakten über die Bundesrepublik Deutschland, 2., aktual. Aufl., Bonn, 603-613.
- Harrell, Frank, E., Jr. (2001): Regression Modeling Strategies. With Applications to Linear Models, Logistic Regression, and Survival Analysis, Springer, New York.
- Hartmann, Peter H. (1999): Lebensstilforschung. Darstellung, Kritik und Weiterentwicklung, Leske + Budrich, Opladen.
- Hillmann, Karl-Heinz (1994): „Konsumgesellschaft“, in: ders: Wörterbuch der Soziologie, 4., überarb. und erg. Aufl., Kröner, Stuttgart, S. 440.
- Hillmann, Karl-Heinz (1994): „Milieu“, in: ders: Wörterbuch der Soziologie, 4., überarb. und erg. Aufl., Kröner, Stuttgart, S. 554.
- Hradil, Stefan (1987): Sozialstrukturanalyse in einer fortgeschrittenen Gesellschaft. Von Klassen und Schichten zu Lagen und Milieus, Leske + Budrich, Opladen.
- Hradil, Stefan (2000): Soziale Ungleichheit, soziale Schichtung und Mobilität, in: Korte, Hermann; Schäfers, Bernhard (Hrsg.): Einführung in die Hauptbegriffe der Soziologie, S. 193-215.

- Hradil, Stefan (2001): Soziale Ungleichheit in Deutschland, 8. Aufl., Leske + Budrich, Opladen.
- Hradil, Stefan (2004): Die Sozialstruktur Deutschlands im internationalen Vergleich, VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV, Wiesbaden.
- Hradil, Stefan (2006): Soziale Milieus – eine praxisorientierte Forschungsperspektive, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, 44-45/2006, Soziale Milieus, Beilage zur Wochenzeitung „Das Parlament“, Bonn, S. 3-9.
- Jäckel, Michael; Kochhan, Christoph (2000): Notwendigkeit und Luxus. Ein Beitrag zur Geschichte des Konsums, in: Rosenkranz, Doris; Schneider, Norbert F. (Hrsg.): Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Leske + Budrich, Opladen, S. 73-94.
- Klocke, Andreas (1994): Dimensionen, Determinanten und Handlungsrelevanzen von Lebensstilen, in: Dangschat, Jens; Blasius, Jörg (Hrsg.): Lebensstile in den Städten. Konzepte und Methoden, Leske+ Budrich, Opladen, S. 273-285.
- Kockläuner, Gerhard (2000): Multivariate Datenanalyse. Am Beispiel des statistischen Programmpakets SPSS, Vieweg Verlagsgesellschaft mbH, Braunschweig/Wiesbaden.
- Kohli, Martin (1985): Die Institutionalisierung des Lebenslaufs. Historische Befunde und theoretische Argumente, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 37, S. 1-29.
- Kohli, Martin (1986): Gesellschaftszeit und Lebenszeit – Der Lebenslauf im Strukturwandel der Moderne, in: Berger, Johannes (Hrsg.): Die Moderne – Kontinuität und Zäsuren, Soziale Welt, Sonderheft 4, Schwartz, Göttingen, S.183-208.
- Kohli, Martin (2001): Alter und Altern in der Gesellschaft, in: Schäfers, Bernhard; Zapf, Wolfgang (Hrsg.): Handwörterbuch zur Gesellschaft Deutschlands, 2., erw. und aktual. Aufl., Leske + Budrich, Opladen, S. 1-11.

- Konietzka, Dirk (1995): *Lebensstile im sozialstrukturellen Kontext. Ein theoretischer und empirischer Beitrag zur Analyse soziokultureller Ungleichheiten*, Westdeutscher Verlag GmbH, Opladen.
- Korte, Hermann; Schäfers, Bernhard (Hrsg.) (2000): *Einführung in die Hauptbegriffe der Soziologie*, 5., erweiterte und aktualisierte Auflage, Leske + Budrich, Opladen.
- Korte, Karl-Rudolf; Weidenfeld, Werner (Hrsg.) (2001): *Deutschland-Trendbuch. Fakten und Orientierungen*, Schriftenreihe Band 375, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn.
- Krais, Beate; Gebauer, Gunter (2002): *Habitus*, transcript Verlag, Bielefeld.
- Lüdtker, Hartmut (1995): *Zeitverwendung und Lebensstile. Empirische Analysen zu Freizeitverhalten, expressiver Ungleichheit und Lebensqualität in Westdeutschland*, LIT Verlag, Marburg.
- Lüdtker, Hartmut (2000): *Konsum und Lebensstile*, in: Rosenkranz, Doris; Schneider, Norbert F. (Hrsg.): *Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven*, Leske + Budrich, Opladen, S. 117-132.
- Meulemann, Heiner; Hagenah, Jörg (Hrsg.) (2006): *Sozialer Wandel und Mediennutzung in der Bundesrepublik Deutschland: Nutzung der Daten der Media-Analyse für Sekundäranalysen*, LIT Verlag, Münster.
- Meyer, Thomas (2001): *Das Konzept der Lebensstile in der Sozialstrukturforschung – eine kritische Bilanz*, in: *Soziale Welt* 52, Heft 3, Nomos, Göttingen, S. 255-272.
- Müller, Hans-Peter (1992): *Sozialstruktur und Lebensstile: der neue theoretische Diskurs über soziale Ungleichheit*, 2. Aufl., Suhrkamp, Frankfurt am Main.
- Müller-Schneider, Thomas (2001): *Freizeit und Erholung*, in: Schäfers, Bernhard; Zapf, Wolfgang (Hrsg.): *Handwörterbuch zur Gesellschaft Deutschlands*, 2., erw. und aktual. Aufl., Leske + Budrich, Opladen, S. 227-237.

- Otte, Gunnar (2004): Sozialstrukturanalyse mit Lebensstilen. Eine Studie zur theoretischen und methodischen Neuorientierung der Lebensstilforschung, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- Pampel, Fred C. (2000): Logistic Regression. A Primer, Series: Quantitative Applications in the Social Science, a Sage University Papers Series, 07-132, Sage Publications, Thousand Oaks/London/New Delhi.
- Prahl, Hans-Werner (2002): Soziologie der Freizeit, Schöningh GmbH, Paderborn.
- Reith, Reinhold (2003): Luxus und Konsum – eine historische Annäherung, in: Reith, Reinhold; Meyer, Thorsten (Hrsg.): Luxus und Konsum – Eine historische Annäherung, Waxmann, Münster, S. 129-158.
- Risel, Maren (2005): Westdeutsche Lebensstile Ende des 20. Jahrhunderts. Eine empirische Untersuchung zum Zusammenhang von Sozialstruktur und Lebensstil. Unveröffentlichte Magisterarbeit, Institut für Soziologie, Universität Tübingen.
- Risel, Maren (2006): Westdeutsche Lebensstile Ende des 20. Jahrhunderts. Eine empirische Untersuchung zum Zusammenhang von Sozialstruktur und Lebensstil, in: Hagenah, Jörg; Meulemann, Heiner (Hrsg.): Sozialer Wandel und Mediennutzung in der Bundesrepublik Deutschland, LIT Verlag, Berlin, S. 205-229.
- Rössel, Jörg (2004): Von Lebensstilen zu kulturellen Präferenzen – Ein Vorschlag zur theoretischen Neuorientierung, in: Soziale Welt 55, Heft 1, Nomos, Göttingen, S. 95-114.
- Rosenkranz, Doris; Schneider, Norbert F. (Hrsg.) (2000): Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Leske + Budrich, Opladen.
- Schäfers, Bernhard (1998): Sozialstruktur und sozialer Wandel in Deutschland. Deutschland im Vergleich europäischer Sozialstrukturen, 7., neu bearb. Aufl., Enke, Stuttgart.
- Schäfers, Bernhard (2001): Gesellschaft der Bundesrepublik Deutschland 1945/49-1990, in: Schäfers, Bernhard; Zapf, Wolfgang (Hrsg.): Handwörterbuch zur Gesell-

- schaft Deutschlands, 2., erw. und aktual. Aufl., Leske + Budrich, Opladen, S. 238-246.
- Schäfers, Bernhard; Zapf, Wolfgang (Hrsg.) (2001): Handwörterbuch zur Gesellschaft Deutschlands, 2., erw. und aktual. Aufl., Leske + Budrich, Opladen.
- Scherhorn, Gerhard (2000): Umwelt, Arbeit und Konsum. Mikroökonomische Aspekte des modernen Konsums, in: Rosenkranz, Doris; Schneider, Norbert F. (Hrsg.): Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Leske + Budrich, Opladen, S. 283-304.
- Schirrmeister, Claudia (2002): Scheinwelten im Alltagsgrau. Über die soziale Konstruktion von Vergnügungswelten, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden.
- Schneider, Norbert F. (2000): Konsum und Gesellschaft, in: Rosenkranz, Doris; Schneider, Norbert F. (Hrsg.): Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Leske + Budrich, Opladen, S. 9-22.
- Schöneck, Nadine M.; Voß, Werner (2005): Das Forschungsprojekt. Planung, Durchführung und Auswertung einer quantitativen Studie, VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden.
- Schulze, Gerhard (2000): Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart, 8. Aufl., Studienausg., Campus, Frankfurt am Main.
- Sinus-Sociovision (2007): <http://www.sinus-sociovision.de> [2007-04-21].
- Spellerberg, Annette (1996): Soziale Differenzierung und Lebensstile. Eine empirische Untersuchung zur Lebensqualität in West- und Ostdeutschland, Edition Sigma, Berlin.
- SPSS Inc. (2006): 14.0 Command Syntax Reference Guide, Chicago.
- Statistisches Bundesamt, in Zusammenarbeit mit dem WZB und dem ZUMA (Hrsg.) (2005): Datenreport 2004. Zahlen und Fakten über die Bundesrepublik Deutschland, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn.

- Stiehler, Ariane (2000): Ausgewählte Konzepte der Sozialpsychologie zur Erklärung des modernen Konsumverhaltens, in: Rosenkranz, Doris; Schneider, Norbert F. (Hrsg.): Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Leske + Budrich, Opladen, S. 169-186.
- Suter, Christian; Meyer-Fehr, Peter (1989): Operationalisierung von sozialer Schicht: Individualeinkommen, absolutes oder relatives Haushaltsnettoeinkommen?, in: Schweizer Zeitschrift für Soziologie 1989, S. 525-543.
- Thomas, Rüdiger (2001): Kultur und Gesellschaft, in: Korte, Karl-Rudolf; Weidenfeld, Werner (Hrsg.): Deutschland-Trendbuch. Fakten und Orientierungen, Schriftenreihe Band 375, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn, S. 461-511.
- Urban, Dieter (1993): Logit-Analyse. Statistische Verfahren zur Analyse von Modellen mit qualitativen Response-Variablen, Gustav Fischer Verlag, Stuttgart/Jena/New York.
- Veblen, Thorstein (1958): Die Theorie der feinen Leute, Kiepenheuer & Witsch Verlag, Köln.
- Vester, Michael (2001): Milieus und soziale Gerechtigkeit, in: Korte, Karl-Rudolf; Weidenfeld, Werner (Hrsg.): Deutschland-Trendbuch. Fakten und Orientierungen, Schriftenreihe Band 375, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn, S. 136-183.
- Voigt, Peter (2001): Gesellschaft der Deutschen Demokratischen Republik (DDR) von 1945-1990, in: Schäfers, Bernhard; Zapf, Wolfgang (Hrsg.): Handwörterbuch zur Gesellschaft Deutschlands, 2., erw. und aktual. Aufl., Leske + Budrich, Opladen, S. 247-259.
- Wahl, Anke (1997): Strukturierte Pluralität. Lebensstile zwischen vertikalen Strukturbedingungen und intervenierenden Faktoren, Peter Lang GmbH, Europäischer Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main.
- Wahl Anke (2003): Die Veränderung von Lebensstilen. Generationenfolge, Lebenslauf und sozialer Wandel, Campus GmbH Verlag, Frankfurt am Main.

Wahl, Anke (2006): Lebensstile im Kontext von Generationen- und Lebenszykluseinflüssen, in: Hagenah, Jörg; Meulemann, Heiner (Hrsg.): Sozialer Wandel und Mediennutzung in der Bundesrepublik Deutschland, LIT Verlag, Berlin, S. 175-204.

Wiswede, Günter (2000): Konsumsoziologie - Eine vergessene Disziplin, in: Rosenkranz, Doris; Schneider, Norbert F. (Hrsg.): Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Leske + Budrich, Opladen, S. 23-72.