

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	<b>v</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>xi</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b>	<b>xv</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	<b>xvii</b>
<b>1 Einleitung</b>	<b>1</b>
1.1 Die kulturwissenschaftliche Perspektive . . . . .	1
1.2 Untersuchungsansatz . . . . .	9
1.3 Nachhaltigkeit als Forschungsfeld . . . . .	13
1.4 Gliederung . . . . .	16
<b>2 Theoretischer Rahmen</b>	<b>19</b>
2.1 Das Nachhaltigkeitskonzept . . . . .	19
2.1.1 Kurze Begriffsgeschichte der Nachhaltigkeit . . . . .	19
2.1.2 Begriffsdefinitionen und Merkmale des Nachhaltigkeitskonzepts . . . . .	22
2.1.3 Übersetzungen von <i>sustainable development</i> . . . . .	32
2.2 Lebensstile in der soziologischen Forschung . . . . .	39
2.2.1 Definitionen von Lebensstil . . . . .	41
2.2.2 Abgrenzung des Lebensstilbegriffs zu ähnlichen Termini . . . . .	44
2.3 Die Vision eines nachhaltigen Lebensstils . . . . .	50
2.3.1 Entwürfe eines nachhaltigen Lebensstils . . . . .	50
2.3.2 Ergänzungen durch interkulturelle Elemente . . . . .	57
2.4 Fördernde und erschwerende Faktoren eines kulturellen Wandels . . . . .	60

2.5	Zielgruppe LOHAS . . . . .	66
2.6	Kultur- und kommunikationswissenschaftliche Zentral- begriffe . . . . .	69
2.6.1	Der Kulturbegriff . . . . .	69
2.6.2	Transkultureller Vergleich . . . . .	70
2.6.3	Zum Konzept- und Leitbildbegriff . . . . .	72
2.6.4	Der Diskursbegriff . . . . .	74
2.6.5	Nachhaltigkeitskommunikation . . . . .	78
2.6.6	Lifestyle-Magazin . . . . .	79
2.7	Zusammenfassung . . . . .	80
<b>3</b>	<b>Feldtheoretische Betrachtung des Nachhaltigkeitsdiskurses</b>	<b>83</b>
3.1	Die sozialwissenschaftliche Feldtheorie von Lewin . . . . .	84
3.2	Der Feldbegriff von Bourdieu . . . . .	85
3.3	Feldtheoretische Darstellung des Nachhaltigkeitsdiskurses	87
3.3.1	Der Nachhaltigkeitsdiskurs in der Wissenschaft . .	88
3.3.2	Der Nachhaltigkeitsdiskurs in der Politik . . . . .	96
3.3.3	Der Nachhaltigkeitsdiskurs in der Wirtschaft . . . .	111
3.3.4	Der Nachhaltigkeitsdiskurs in der Zivilgesellschaft	116
3.3.5	Der Nachhaltigkeitsdiskurs in den Medien . . . . .	124
3.4	Zwischenfazit . . . . .	137
<b>4</b>	<b>Medienlandschaften der Nachhaltigkeit</b>	<b>141</b>
4.1	Überblick über den deutschen Zeitschriftenmarkt . . . . .	144
4.2	Überblick über den französischen Zeitschriftenmarkt . . .	154
4.3	Überblick über den schwedischen Zeitschriftenmarkt . . .	170
4.4	Positionierungen und Strukturen des Zeitschriftenmarktes	176
4.5	Überblick über das Onlineangebot . . . . .	184
4.5.1	Das Onlineangebot Deutschlands . . . . .	185
4.5.2	Das Onlineangebot Frankreichs . . . . .	200
4.5.3	Das Onlineangebot Schwedens . . . . .	208
4.5.4	Positionierungen und Strukturen des Onlineangebots . . . . .	216
<b>5</b>	<b>Qualitativ-quantitative Analyse der selektierten Zeitschriften</b>	<b>221</b>
5.1	Ablauf der quantitativen Inhaltsanalyse . . . . .	222
5.1.1	Zusammensetzung des Corpus . . . . .	223

---

5.1.2	Codierbuch . . . . .	225
5.2	Darstellung der Untersuchungsergebnisse . . . . .	226
5.2.1	Kommunikationsstil . . . . .	227
5.2.2	Nachhaltigkeitsverständnis . . . . .	240
5.2.3	Präsenz des Wortfeldes Nachhaltigkeit . . . . .	252
5.2.4	Zwischenfazit . . . . .	254
5.3	Charakteristika des Bildinventars . . . . .	257
5.4	Ergebnisse der qualitativen Experteninterviews . . . . .	275
5.4.1	Vorbereitung und Durchführung der Interviews . . . . .	277
5.4.2	Darstellung der Ergebnisse . . . . .	278
5.5	Funktionen der untersuchten Zeitschriften . . . . .	295
5.6	Auswertung der Leserbriefe . . . . .	301
<b>6</b>	<b>Zusammenführung und Ausblick</b>	<b>307</b>
	<b>Anhang A Codierbuch (quantitative Inhaltsanalyse)</b>	<b>319</b>
	<b>Anhang B Beschreibung der erhobenen Variablen (quantitative Inhaltsanalyse)</b>	<b>321</b>
	<b>Anhang C Interviewleitfäden</b>	<b>333</b>
	<b>Verzeichnis der in Kap. 5 analysierten Zeitschriftenausgaben</b>	<b>345</b>
	<b>Weitere Literaturquellen</b>	<b>349</b>